

CUPRINS

	pagina
CAPITOLUL	5
SCURTĂ PREZENTARE	5
I. CARACTERISTICI GENERALE – 2004	11
1. PUNCTE FORTE	11
2. PUNCTE SLABE	12
3. OBIECTIVE/OPORTUNITĂȚI	12
4. PERICOLE	13
5. PROVOCĂRI 2005	13
II. CONCLUZII MANAGERIALE	15
1. PRINCIPALELE REZULTATE POZITIVE ÎN 2004	15
2. DISFUNȚIONALITĂȚI	15
III. RADIO ROMÂNIA PE PIAȚA MEDIA	17
1. PIAȚA RADIO ROMÂNIA	17
2. AUDIENȚA POSTURILOR DE RADIO ALE SOCIETĂȚII ROMÂNE DE RADIODIFUZIUNE	17
3. NOTORIETATEA ȘI CREDIBILITATEA POSTURILOR DE RADIO LA NIVEL NAȚIONAL ÎN ANUL 2004	20
IV. REDESCOPERIREA DIMENSIUNII CULTURALE LA RADIO ROMÂNIA	23
V. PRODUCȚIA EDITORIALĂ	27
1. REFORMA EDITORIALĂ – ORGANIZARE ȘI FUNCȚIONALITATE	27
2. CAMPANIILE ELECTORALE 2004 -2005 LA RADIO ROMÂNIA	30
3. ALEGERILE AMERICANE LA RADIO ROMÂNIA	33
4. INTEGRAREA EUROPEANĂ LA RADIO ROMÂNIA	34
5. POSTURILE NAȚIONALE	37
6. POSTURILE REGIONALE ȘI LOCALE	45
7. EMISIUNI REALIZATE ÎN LIMBILE MINORITĂȚILOR	59
8. AGENȚII, REDACȚII, UNITĂȚI DE PRODUCȚIE AUTONOME	63
9. RADIO ROMÂNIA INTERNAȚIONAL	73
VI. ACTIVITĂȚI COMPLEMENTARE	91
1. EDITURA CASA RADIO	91
2. SPECTACOLE, TÂRGURI, EXPOZIȚII, MANIFESTĂRI COMPLEXE	95
3. PUBLICITATE	98
VII. MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE	99
1. STRUCTURA ORGANIZATORICĂ A SRR	99
2. EVOLUȚIA STRUCTURII DE PERSONAL ÎN ANUL 2004	99
3. FORMAREA PROFESIONALĂ	100
4. STAREA DE SĂNĂTATE A ANGAJAȚILOR SRR	103
5. GRĂDINIȚA RADIO	104
VIII. PROGRAMELE DE DEZVOLTARE TEHNICĂ, DE MODERNIZARE TEHNOLOGICĂ ȘI DE INVESTIȚII	107
1. CONSIDERAȚII GENERALE	107
2. PROIECTE MAJORE DE DEZVOLTARE ȘI MODERNIZARE TEHNICĂ	107
3. ACTIVITATEA DE TRANSMISII ȘI ÎNREGISTRĂRI COMPLEXE	112
4. ACTIVITATEA DE DEZVOLTARE TEHNICĂ	114
5. ACTIVITATEA DE GESTIONARE A MIJLOACELOR DE TRANSPORT	114
6. ACTIVITATEA DE CONSTRUCȚII	115
IX. MANAGEMENTUL ECONOMIC-FINANCIAR AL SRR ÎN 2004	119
X. RADIO ROMÂNIA – PLATFORMĂ DE COMUNICARE ÎN EUROPA ȘI ÎN LUME	129
1. COOPERARE ÎN PLAN BILATERAL	129
2. COOPERARE ÎN CADRUL ORGANISMELOR INTERNAȚIONALE	131
3. EVENIMENTE COMPLEXE	131
4. CONCURSURI INTERNAȚIONALE	132
5. SPORT	132
XI. PROIECȚII 2005 – 2007	133
PERICOLE	134

SOCIETATEA ROMÂNĂ DE RADIODIFUZIUNE

Aveți un prieten – Radio România !

Raportul de activitate al SRR – 2004

- Scurtă prezentare -

Istoria Radioului public românesc s-a împletit, încă de la înființarea sa, cu istoria României moderne. Raportul este prefăcut de câteva file de istorie. Este cunoscut faptul că la **1 noiembrie 1928** se difuzează prima emisiune a Societății de Difuziune Radio-Telefonică, așa cum era numit serviciul public de radiodifuziune în actul de înființare oficială, publicat la sfârșitul anului 1927.

Cine suntem? Așa cum prevede Legea de organizare și funcționare, Societatea Română de Radiodifuziune este un serviciu public autonom de interes național, independent editorial. Misiunea postului național public de radio este definită de următoarele componente: Informare, Educare, Promovarea culturii, Divertisment, Mediere între cetățeni și instituțiile statului, Promovarea României și Catalizarea economico-socială-comunitară.

Cum este organizată corporația noastră? Veți avea un tablou sintetic al noului model de organizare parcurgând în continuare paginile Raportului.

Punctele forte, punctele slabe, obiectivele și oportunitățile, pericolele și provocările care ne așteaptă sunt componentele unui capitol pe care l-am intitulat: Caracteristici generale – 2004. Nu lipsesc concluziile manageriale, care se referă la principalele rezultate pozitive în 2004, pericole și disfuncționalități, concluzii pe care ne-am gândit să le prezentăm chiar de la început, considerând că ele vă vor ajuta să înțelegeți mai bine conținutul capitolelor următoare.

Cum s-a situat Radio România pe piața media în 2004? Veți avea toate datele necesare pentru a vă forma o imagine edificatoare în capitolul rezervat acestui domeniu. Să remarcăm acum doar faptul că ***Societatea Română de Radiodifuziune a reușit, pentru prima dată în ultimii cinci ani, să-și stopeze scăderea cotei de piață și să înregistreze o creștere de 2%.***

Radio România Actualități este lider de piață în București și în Vestul țării, acolo unde concurența este mai puternică decât în alte zone.

Revenirea publicului în audiența SRR, mai mult decât în audiența posturilor comerciale (ceea ce este echivalent cu creșterea cotei de piață a SRR în ultimul an) s-a datorat *cotei crescute a credibilității și notorietății Radioului public în rândul populației*.

Redescoperirea dimensiunii culturale la Radio România este prezentată în paginile următoare, unde veți face cunoștință cu o serie de proiecte majore puse în operă în 2004, pe care le considerăm semnificative pentru efortul serviciului public de radio de a-și redescoperi propria vocație culturală.

Așa cum este și firesc, producția editorială ocupă spațiul principal al Raportului. Sunt prezentate elementele reformei editoriale, precum și proiectele majore ale anului 2004: campaniile electorale la Radio România, alegerile americane, emisiunile consacrate integrării europene – proiectul Euroreporter.

Activitatea posturilor naționale, regionale și internaționale ale SRR își află o reflectare, în aspectele sale semnificative, în partea următoare a Raportului.

Vom nota aici un capitol special dedicat emisiunilor adresate comunităților etnice din România, prezentare care curpinde date semnificative pentru politica editorială a corporației noastre în acest domeniu.

Agencia de presă RADOR, Camera știrilor și celelalte unități de producție autonome, Formațiile Muzicale Radio, rețeaua de corespondenți interni ca și rețeaua de corespondenți în străinătate ai SRR își au un loc distinct în amplul capitol consacrat activității de bază a corporației – producția editorială.

Ne permitem doar să vă atragem atenția asupra unui chestionar realizat de Radio România Internațional printre ascultătorii din străinătate, sondaj ale cărui interesante rezultate sunt prezentate pe larg în paginile acestui capitol.

Producția Editurii Casa Radio, spectacolele, târgurile GAUDEAMUS, expozițiile și manifestările complexe – Week-end la Casa Radio sunt elementele care dau relief activităților complementare ale Societății Române de Radiodifuziune.

Managementul resurselor umane ocupă un loc important în economia Raportului nostru pe 2004. De reținut că formarea profesională – Școala de vară de la Bonn –, starea de sănătate a personalului, ca și oragnizarea Grădiniței Radio pentru copiii angajaților noștri sunt câteva dintre reperatele acestui capitol.

Proiectul sistemului informatic integrat este prezentat cu toate detaliile semnificative în capitolul consacrat programelor de dezvoltare tehnică și de modernizare tehnologică. Activitățile de construcții, de reamenajări și reparații își găsesc o reflectare corespunzătoare în acest capitol.

Managementul economico-financiar ocupă un loc aparte în Raportul nostru.

În cursul anului 2004 Departamentul Economic a reușit, prin activitatea desfășurată conform atribuțiilor sale, să continue politica economică privind menținerea unei diferențe pozitive între venituri și cheltuieli, asigurându-se stabilitatea economică a instituției și siguranța realizării programelor pe care și le-a propus.

S-a urmărit în mod special consolidarea stabilității economice pe direcția imprimată încă din anul 2002. Astfel, diferența dintre venituri și cheltuieli este în continuare pozitivă, veniturile depășind cheltuielile cu 1,4%, în condițiile în care, de regulă, posturile publice sunt instituții non profit.

Am intitulat capitolul dedicat activității internaționale a corporației Radio România – *platformă de comunicare în Europa și în lume*, deoarece în anul 2004 **Radio România a generat o serie de dezbateri pe teme majore pentru societatea românească, zona Europei Centrale și de Est și spațiul euro-atlantic.**

Astfel, în octombrie 2004, Radio România a organizat, împreună cu Centrul de Studii Strategice și Internaționale de la Washington, conferința cu titlul *SUA – România: Noi aliați, noi provocări*. La reuniune au participat politicieni, ziariști și analiști români și americani, reprezentanți ai comunității de informații și ai mediilor de afaceri. Conferința organizată la Washington se înscrie între proiectele pe care societatea civilă este chemată să le inițieze, în condițiile în care România a devenit membră NATO și se pregătește să facă parte din Uniunea Europeană. Radio România și-a propus să joace în acest fel un rol de platformă de comunicare între oameni și între diverse culturi.

Raportul se încheie cu o perspectivă a perioadei 2005-2007: de la consolidarea noului sistem de organizare a corporației până la propunerea de trecere în parteneriat public/privat a unor activități.

File de istorie

Istoria Radioului public românesc s-a împletit, încă de la înființarea sa, cu istoria României moderne.

- La **1 noiembrie 1928** se difuzează prima emisiune a Societății de Difuziune Radio-Telefonică, așa cum era numit serviciul public de radiodifuziune în actul de înființare oficială, publicat la sfârșitul anului 1927.
- În anul 1929 se înființează Orchestra Națională Radio și se difuzează prima emisiune de teatru radiofonic.
- În 1932 apar primele emisiuni adresate străinătății în limbile franceză și germană.
- În 1933 are loc prima transmisie radiofonică a unui meci de fotbal: România – Iugoslavia, disputat în cadrul Cupei Balcanice.

- În 1943 începe dezvoltarea unei rețele de emițători pe unde scurte.
- În noiembrie 1952 are loc inaugurarea Casei Radio, actualul sediu al Societății Române de Radiodifuziune.
- În 1954 intră în funcțiune posturile teritoriale de la Cluj și Craiova și începe să emită Programul 2 de radio.
- 1973 este anul lansării Programului 3, un post de radio adresat tineretului.
- În decembrie 1989, Radio România a transmis *în direct* Revoluția Română!
- În ziua de 22 decembrie 1989, la ora 12:27, postul național public de radio transmite primul mesaj al revoluționarilor din Capitală.
- În noaptea de 22 spre 23 decembrie 1989, la cererea cetățenilor, studiourile teritoriale își reiau activitatea.
- Evenimentele din 1989 au condus la o restructurare fundamentală a programelor Societății Române de Radiodifuziune. Instituția nu mai este subordonată și influențată politic, iar prin obiectivitatea, promptitudinea și calitatea emisiunilor își recâștigă aprecierea și încrederea ascultătorilor săi.
- După 1989, sub conducerea reputatului ziarist Eugen Preda, director general al instituției între anii 1990 și 1994, Radio România a început un amplu proces de modernizare și de reproiectare a activității sale editoriale, pentru a adapta serviciul public de radiodifuziune la standardele europene și la evoluția democratică a societății românești.
- Din 1993, Radiodifuziunea Română este membru plin al Uniunii Europene de Radio și Televiziune – EBU, iar în anul 2002 devine membru al Consiliului de Administrație al acestei organizații internaționale.
- Programul I devine, în 1990, Radio România Actualități, cu emisiuni difuzate 24 de ore zilnic, iar din 1997 Societatea Română de Radiodifuziune emite sub denumirea de Radio România.
- 24 martie 1997 este data de la care începe să emită Postul Radio România Muzical *George Enescu*, sub deviza: *Multă muzică, mai mult despre muzică!*
- Ca urmare a lucrărilor de re tehnologizare efectuate de Societatea Națională de Radiocomunicații, la sfârșitul anului 2004 au intrat în funcțiune două noi rețele de emițătoare în unde ultracurte (FM) și o rețea în unde medii, aflate printre cele mai moderne din Europa.

Cine suntem ?

- ◆ Societatea Română de Radiodifuziune este un serviciu public autonom de interes național, independent editorial.
- ◆ Societatea Română de Radiodifuziune are obligația să asigure, prin întreaga sa activitate, pluralismul, libera exprimare a ideilor și opiniilor, libera comunicare a informațiilor, precum și informarea corectă a opiniei publice.
- ◆ Conținutul programelor Societății Române de Radiodifuziune trebuie să răspundă standardelor profesionale în materie.

- ◆ Societatea Română de Radiodifuziune, ca serviciu public în realizarea obiectivelor generale de informare, educație, divertisment, este obligată să prezinte, în mod obiectiv, imparțial, realitățile vieții social-politice și economice interne și internaționale, să asigure informarea corectă a cetățenilor asupra treburilor publice, să promoveze, cu competență și exigență, valorile limbii române, ale creației autentice culturale, științifice, naționale și universale, ale minorităților naționale, precum și valorile democratice, civice, morale și sportive, să militeze pentru unitatea națională și independența țării, pentru cultivarea demnității umane, a adevărului și justiției.
- ◆ În îndeplinirea atribuțiilor pe care le are, Societatea Română de Radiodifuziune trebuie să respecte principiile ordinii constituționale din România

(Extrase din Legea privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății Române de Televiziune nr. 41/1994, republicată în 1998).

Misiune

Misiunea postului național public de radio, în concordanță cu statutul său conferit de lege, este definită de următoarele componente:

- Informare *
- Educare
- Promovarea culturii
- Divertisment
- Mediere între cetățeni și instituțiile statului
- Promovarea României
- Catalizarea economico-socială-comunitară.

* Cea mai mare pondere - 40 % - o deține informarea cetățenilor.

Cum este organizată corporația noastră ?

- Noua organigramă a corporației cuprinde:
 - ◆ Compartimente subordonate directorului general
 - ◆ Departamentul Producție Editorială și Strategie
 - ◆ Departamentul Radio România Internațional
 - ◆ Departamentul Tehnic
 - ◆ Departamentul Economic
- La sfârșitul anului 2003 a fost adoptată etapa a II-a de reproiectare a Societății Române de Radiodifuziune, un nou model de organizare a Radioului public pe posturi de radio pentru orientarea întregii activități cu fața către ascultători.
 - ◆ Radio România Actualități
 - ◆ Radio România Cultural
 - ◆ Radio România Muzical *George Enescu*

- ◆ Radio România Tineret *on-line*, pe Internet
 - ◆ Radio România Regional
 - ◆ Radio România Internațional în limba română
 - ◆ Radio România Internațional în limbi străine
- Conducerea serviciului public de radiodifuziune este asigurată de:
- Consiliul de administrație
 - Directorul general
 - Comitetul director

Președintele Consiliului de administrație și directorul general al societății este domnul Dragoș Șeuleanu.

I. CARACTERISTICI GENERALE - 2004

1. PUNCTE FORTE

- ◆ Reproiectarea Societății Române de Radiodifuziune. Misiunea fundamentală este asigurarea unei reconceperii a poziției SRR în context național și internațional, pentru a putea face față competiției de pe piața media și diverselor presiuni comerciale. Procesul de modernizare se desfășoară în acord cu standardele europene în domeniu, răspunzând interesului public și așteptărilor ascultătorilor.
- ◆ S-a realizat o creștere a competitivității pe piață datorită unei structuri flexibile a corporației.
- ◆ Posturile publice de radio au acum, datorită reorganizării interne, aceleași atribuiri ca și cele particulare prin simplificarea structurilor organizatorice.
- ◆ Posturile de radio ale corporației sunt dotate cu toate elementele necesare funcționării independente – personal, marketing, obiective și buget proprii.
- ◆ Existența unei *Schițe de strategie*, a unei viziuni pentru anii următori, elaborată de un colectiv alcătuit din personalități ale societății civile.
- ◆ Calitatea resurselor umane din cadrul SRR este de natură să ofere corporației un avantaj competitiv important.
- ◆ Gradul ridicat de analiză, de înțelegere a cauzelor și de percepere a efectelor care determină fenomenele și situațiile din corporație.
- ◆ Construirea unei bune imagini publice a Societății Române de Radiodifuziune.
- ◆ Existența unei culturi organizaționale puternice în jurul căreia se desfășoară întreaga activitate de schimbare, de modernizare a corporației.
- ◆ Crearea unui management participativ, în sensul adoptării de comun acord a deciziilor majore.

2. PUNCTE SLABE

- ◆ O anumită fragmentare în circulația informației și în relațiile de colaborare între compartimentele corporației (posturile naționale/posturile regionale).
- ◆ Lipsa unui ansamblu coerent de norme și proceduri care să reglementeze activitatea din compartimentele corporației.
- ◆ Inexistența unor studii previzionale și prognoze care să țină seama de evoluția de ansamblu a corporației în societatea românească și în spațiul european.
- ◆ S-a constatat competența redusă a corporației în promovarea posturilor sale de radio. Una dintre soluții ar putea fi externalizarea acestei activități.

3. OBIECTIVE/OPORTUNITĂȚI

- ◆ Obiectivul principal: creșterea numărului total de ascultători ai programelor difuzate la Radio România.
- ◆ Reorganizarea întregii corporații pe aceleași principii de funcționare. Noul sistem de lucru simplifică și fluidizează comunicarea în favoarea înțelegerii problemelor și a identificării soluțiilor.
- ◆ Perspectiva unei evaluări profesionale care va avea implicații majore în privința motivării personalului, a planurilor de carieră și a proiectelor de dezvoltare și de modernizare a instituției.
- ◆ Necesitatea unei analize sistematice de tip *puncte forte/puncte slabe*; identificarea oportunităților în mediul concurențial și a dimensiunii de piață în activitatea corporației
- ◆ Dezvoltarea sistemului de management prin obiective și bugete; stabilirea proiectelor majore pentru următorii ani.
- ◆ Pregătirea profesională trebuie să devină o activitate continuă.
- ◆ Îmbunătățirea culturii organizaționale prin cuprinderea elementelor legate de valorile fundamentale ale SRR; remodelarea printr-un program sistematic, în măsură să crească coeziunea și concentrarea pe elementele esențiale ale activității instituției.
- ◆ Înțelegerea faptului că **echipa** este elementul central în managementul corporației.

4. PERICOLE

- ◆ Lipsa comunicării în interiorul corporației ar genera blocarea sistemului de funcționare și ar produce dificultăți în procesul de modernizare.
- ◆ Activitatea de rutină reprezintă un pericol pentru nevoia de schimbare, fiind de natură să creeze din nou anumite decalaje între diferite zone ale corporației.
- ◆ Neimplicarea corespunzătoare a personalului poate avea un efect negativ asupra dorinței de schimbare.

5. PROVOCĂRI 2005

- ◆ Un obiectiv important pentru perioada următoare trebuie să fie stabilirea relației directe cu cetățenii, cu comunitățile locale, cu societatea civilă și a unei relații de parteneriat cu clasa politică.
- ◆ A crescut încrederea în interiorul corporației; procesul de modernizare trebuie să continue.
- ◆ Este nevoie de omogenizarea în continuare a culturii organizaționale, de cunoaștere reciprocă și de antrenament în echipă pentru realizarea unor proiecte comune; cultura organizațională trebuie să fie formalizată în jurul unor valori importante.
- ◆ Cultura organizațională trebuie să cuprindă un nou tip de relație management/sindicate/salariați, având în vedere o definiție clară a zonelor de competență.
- ◆ Elaborarea unor norme, proceduri și regulamente pentru toate tipurile de activități ale corporației.
- ◆ Canalele de comunicare prin media trebuie să fie construite mult mai atent, în așa fel încât activitatea SRR să fie cât mai corect reflectată.

II. CONCLUZII MANAGERIALE

1. PRINCIPALELE REZULTATE POZITIVE ÎN 2004

- ❖ Creșterea audienței posturilor de radio ale corporației.
- ❖ Reproiectarea structurii de organizare a SRR pe posturi de radio și descentralizarea profundă a managementului administrativ și editorial.
- ❖ Creșterea volumului și a calității informației oferite ascultătorilor atât în ceea ce privește evoluțiile generale din România/din lume, dar și în ceea ce privește procesul de integrare europeană și euro-atlantică.
- ❖ Derularea unor proiecte majore privind promovarea valorilor românești la nivel european prin turneele Orchestrei Naționale Radio, programul Euroreporter, dar și lansarea și implementarea Sistemului Informatic Integrat, modernizarea Controlului General Tehnic – CGT.
- ❖ Reflectarea campaniilor electorale din România.
- ❖ Reflectarea procesului electoral din SUA.
- ❖ Încheierea anului financiar cu rezultate care confirmă prognoza din Bugetul de venituri și cheltuieli.
- ❖ Întinerirea corpului managerial

2. DISFUNCȚIONALITĂȚI

- Insuficientă preocupare pentru acoperirea unor zone manageriale (Radio România Cultural).
- O serie de greșeli editoriale, asumate de echipa managerială, care însă nu au fost considerate de către instanțe profesionale independente drept cenzură.
- Comunicare insuficientă la nivelul departamentelor între manageri și angajați.

III. RADIO ROMÂNIA PE PIAȚA MEDIA

1. PIAȚA RADIO DIN ROMÂNIA

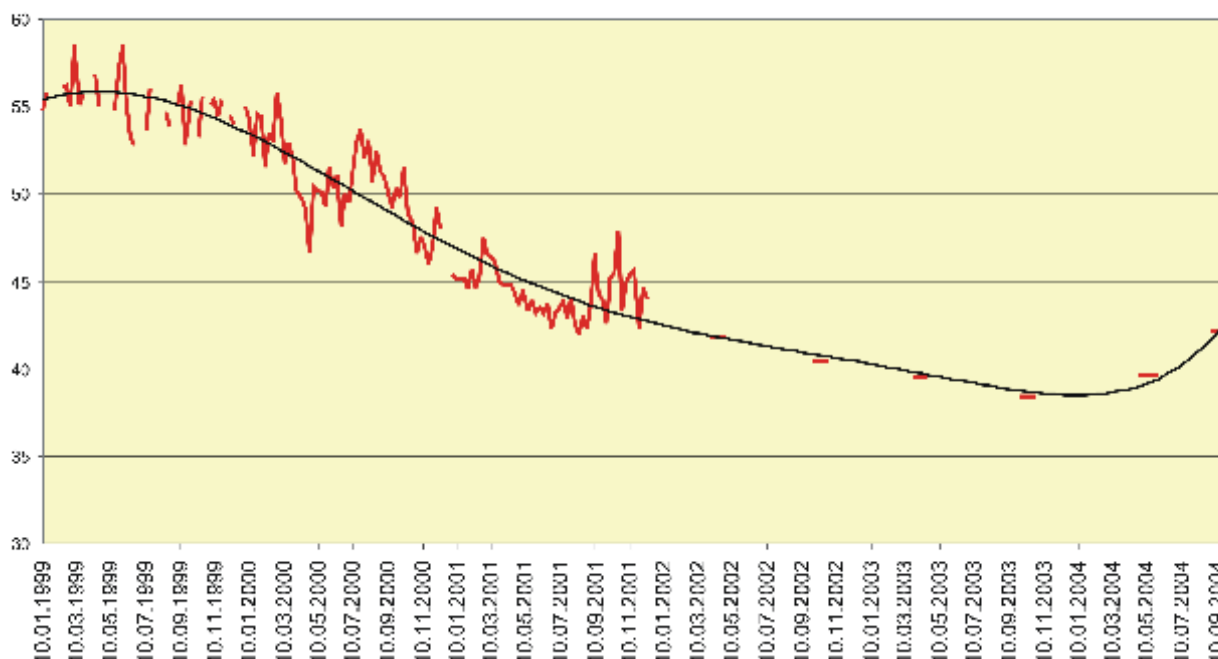
Sursa studiilor de audiență: Asociația pentru Radio Audiență – ARA și Institutul de marketing și sondaje – IMAS (pentru credibilitate și notorietate).

- ◆ Comparativ cu anul 2003, piața radio din România se caracterizează prin creșterea numărului persoanelor care ascultă radioul în decursul unei zile. Creșterea este semnificativă considerând că în octombrie 2003 se înregistrau 8.809.000 de ascultători zilnic, iar în octombrie 2004 se ajunge la 10.623.600 de ascultători. Pe piața radio au venit noi ascultători și acest fapt a determinat creșterea numărului de ascultători pentru toate posturile de radio. Variații pozitive sau negative se întâlnesc doar pentru cota de piață a acestora, deoarece unele au reușit să atragă mai mulți ascultători decât altele.
- ◆ Cei mai mulți *noi* ascultători provin din mediul rural (1.144.000), el fiind și stratul cu cea mai mică proporție a persoanelor care ascultă radioul (51,7%). În mediul urban s-a înregistrat o creștere a daily reach-ului în ultimul an de la 52.3% la 57.9%, iar în București s-a ajuns la 61,5%. Această creștere din ultimul an a determinat ridicarea reach-ului pentru toate posturile de radio.

2. AUDIENȚA POSTURILOR DE RADIO ALE SOCIETĂȚII ROMÂNE DE RADIODIFUZIUNE

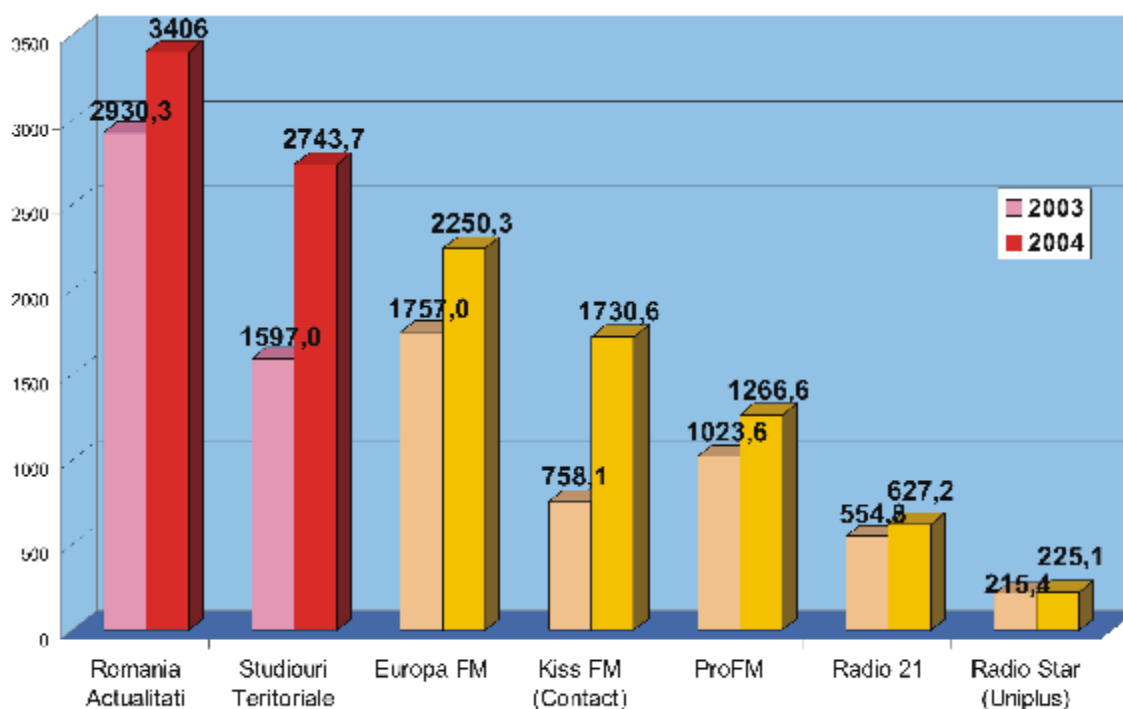
- ◆ *Societatea Română de Radiodifuziune a reușit, pentru prima dată în ultimii cinci ani, să-și stopeze scăderea cotei de piață și să înregistreze o creștere.* În anul 2004, cota de piață a posturilor publice, cumulat, înregistrează o tendință pozitivă. Această creștere se datorează creșterii studiourilor teritoriale și locale atât ca număr de ascultători, cât și ca market share. Radio România Actualități a înregistrat o creștere semnificativă a numărului de ascultători (2.930.000 de ascultători zilnic, în medie, în 2003/ 3.400.000 de ascultători zilnic, în medie, în 2004), dar continuă tendința de scădere a cotei de piață.

Evoluția cotei de piață a SRR (%)

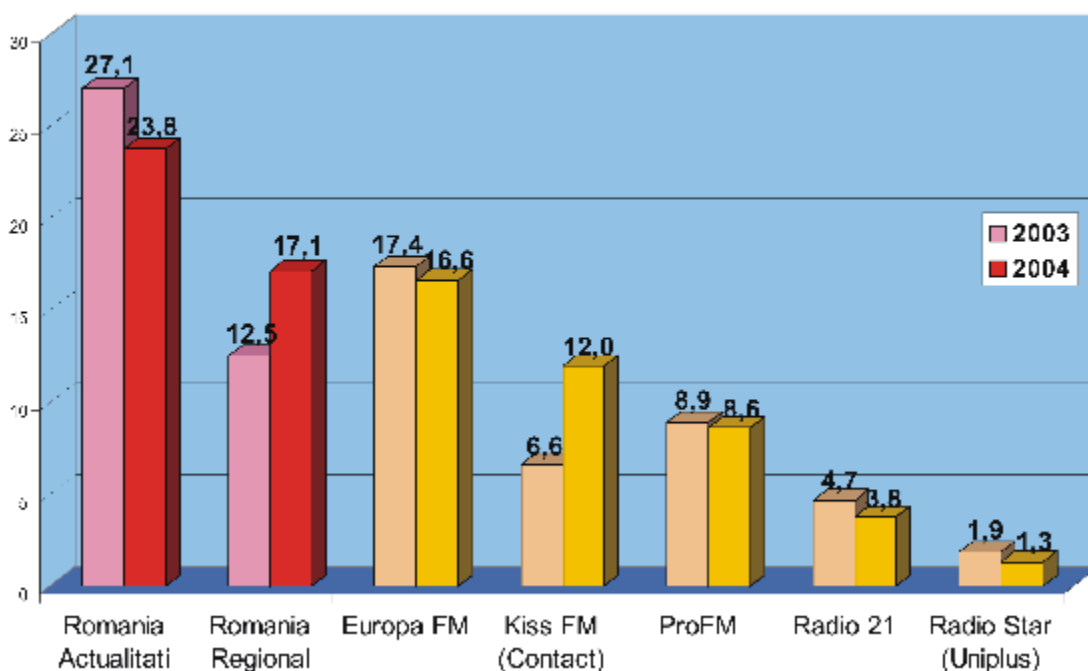


- ◆ Creșterea numărului de ascultători din țară s-a manifestat în special în zona rurală unde studiourile teritoriale și locale pot fi recepționate și sunt focalizate ca format pe această zonă. Notorietatea studiourilor teritoriale și locale și tendința publicului de a se orienta spre informații locale și regionale au determinat această creștere a posturilor publice locale și regionale de la 12,5% în 2003 la 17,1% în 2004.

Audiența zilnică netă a posturilor de radio la nivel național (mii de persoane)



Cota de piata zilnica a posturilor de radio la nivel national (%)



- ◆ Indicatorii generali de audiență arată faptul că Societatea Română de Radiodifuziune a reușit să oprească tendința de scădere a audienței în anul 2003, iar în decursul anului 2004 a reușit să imprime o tendință de creștere prin adaptarea politicilor editoriale la tendințele pieței (revenirea persoanelor în audiența posturilor de radio, creșterea interesului față de informația regională și locală, saturația față de formate de tip tabloid)

Radio România Actualități (octombrie 2003 – octombrie 2004)

Chiar în condițiile în care în anul 2004 concurența pe piața radio s-a accentuat spectaculos prin apariția de noi posturi de radio locale, regionale și naționale (519 licențe de radio în 2004) România Actualități reușește să stopeze pierderea ascultătorilor și realizează o creștere a numărului de ascultători cu 627.000 de persoane pe o zi medie, dar această creștere s-a realizat într-un ritm mai scăzut comparativ cu celelalte posturi de radio.

Radio România Actualități este lider de piață chiar și în București și în vestul țării, acolo unde concurența este mai puternică decât în alte zone.

Radio România Regional (octombrie 2003 – octombrie 2004)

Radio România Regional realizează în decursul anului 2004 o creștere spectaculoasă a numărului de ascultători și a cotei de piață (de la 10,8% la 17,4% în decursul unui an) putând fi declarată campioana pieței radio.

Audiența în funcție de mediul de rezidență:

- ✓ crește în rural de la 17,4% la 29,2%;
- ✓ de la 11% la 18,7% în urbanul <50.000 locuitori;
- ✓ scade de la 7,4% la 6,6% în urbanul 50.000 – 200.000;
- ✓ crește de la 6,5% la 7,4% în urbanul >200.000 locuitori.

Audiența în funcție de zona de rezidență:

- ✓ crește în Moldova de la 18,4% la 26,6%;
- ✓ crește în Transilvania și Banat de la 7,8% la 18,3%;
- ✓ crește în Muntenia și Dobrogea de la 10,9% la 16,2%;
- ✓ scade în București de la 2,8% la 1,8%.

Radio România Muzical *George Enescu* (octombrie 2003 – octombrie 2004)

În București România Muzical crește de la 0,4% la 0,8%.

Clasamentul posturilor de radio în octombrie 2004

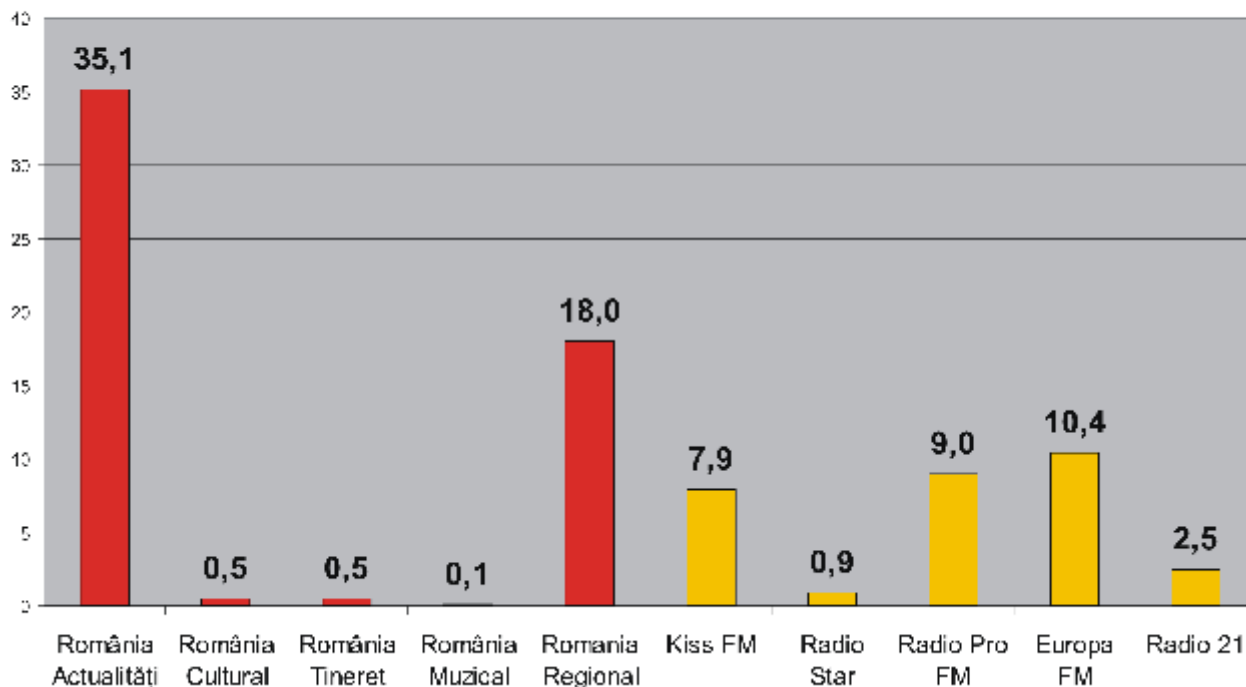
- **Radio România Actualități** ocupă locul I la nivel național 24,7%, urmat de **Radio Romania Regional** cu 17,4%, Europa FM cu 16,5% și Kiss FM cu 12%.
- **Radio România Actualități** ocupă locul I pe București cu 25,2%, urmat de Kiss cu 16,8%, Radio XXI cu 13,3% și Europa FM cu 10,1%.
- Rural: **Radio România Actualități** cu 30,2%, urmat de **Radio România Regional** cu 29,2% și Europa FM 13,2%.
- Urban <50.000 locuitori: **Radio România Actualități** înregistrează 27,4%, urmat de **Radio România Regional** 18,7%, Europa FM 16,6%, Pro FM 7,9%, Kiss FM 7,3%.
- Urban 50.000 – 200.000 locuitori: Europa FM 22,1%, **Radio România Actualități** 19,3%, Kiss 17,3%, Pro FM 7,1%, **Radio România Regional** 6,6%, Radio 21-6%.
- Urban >200.000 – **Radio România Actualități** cu 19,4% (și-a reluat locul I), Kiss 19%, Europa FM 17,7%, Pro FM 10,8%, **Radio România Regional** 7,4%, Radio 21-7%.

3. NOTORIETATEA ȘI CREDIBILITATEA POSTURILOR DE RADIO LA NIVEL NAȚIONAL ÎN ANUL 2004

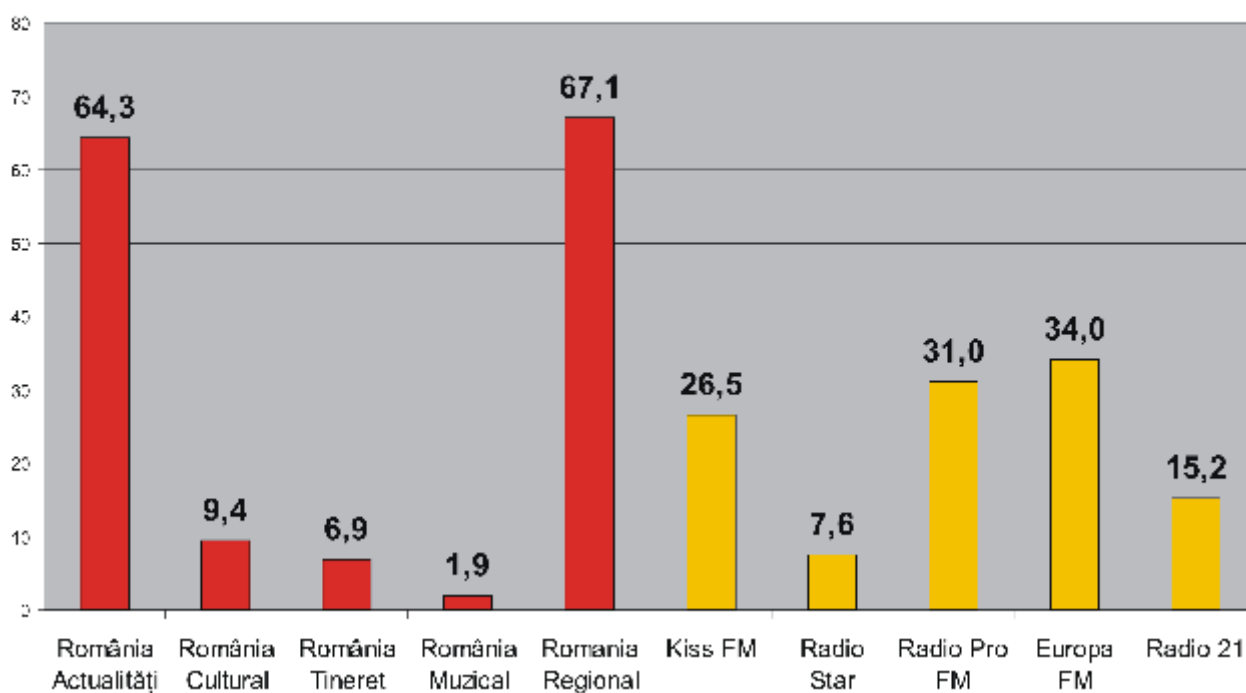
- Revenirea publicului în audiența SRR mai mult decât în audiența posturilor comerciale (ceea ce este echivalent cu creșterea cotei de piață a SRR în ultimul an) s-a datorat *cotei crescute a credibilității și notorietății Radioului public în rândul populației*. În momentul în care noi ascultători au revenit pe piața radio, aceștia s-au fixat pe posturile de radio care aveau cea mai atractivă imagine pentru

ei. Credibilitatea și notorietatea SRR s-au menținut de-a lungul ultimilor ani, chiar dacă audiența sa a prezentat anumite variații negative.

Notorietatea posturilor de radio - prima mențiune (%)
anul 2004 - nivel national (+18 ani)

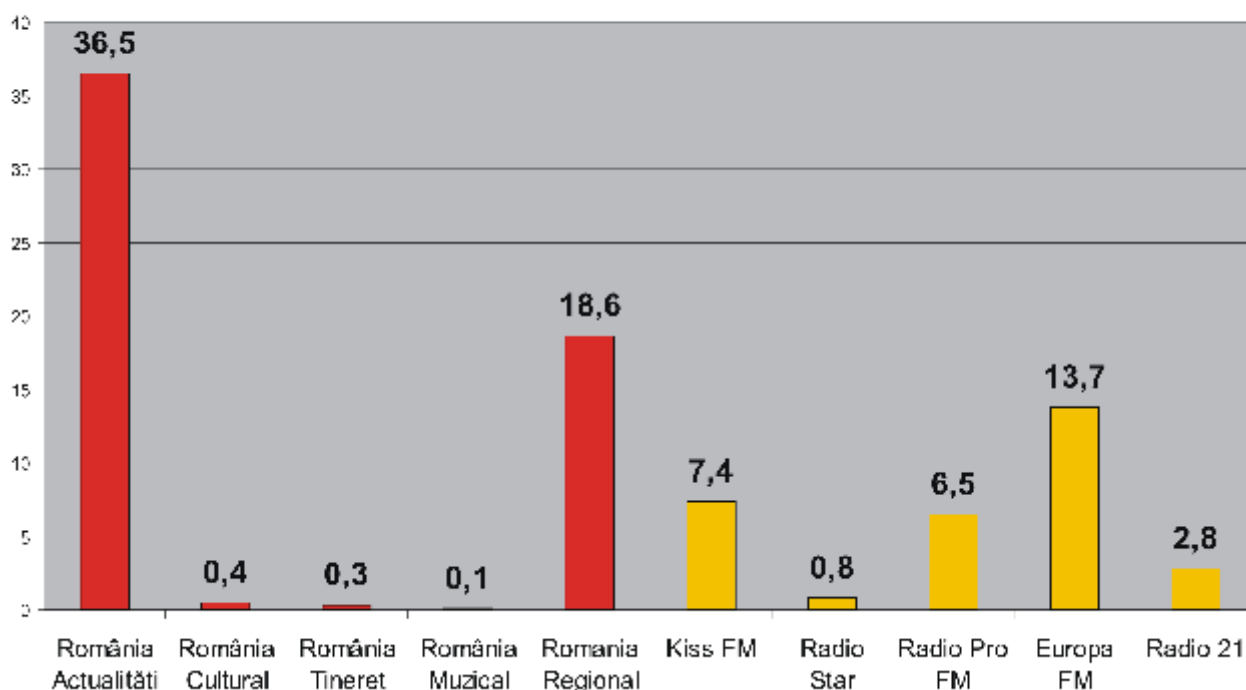


Notorietatea posturilor de radio - notorietate spontana (%)
anul 2004 - nivel national (+18 ani)



Credibilitatea posturilor de radio măsurată în decursul anului 2004 indică, de asemenea, o cotă ridicată pentru posturile SRR. În decursul anului 2004, Societatea Română de Radiodifuziune a înregistrat o cotă a credibilității de 55,9%. Posturile publice cu un format special (Radio România Cultural, Radio România Tineret și Radio România Muzical) înregistrează o audiență mai mică datorită formatului specific, mediului de difuzare și acoperirii teritoriale, având drept consecință și o cotă mai mică a notorietății și credibilității.

Care este postul în care aveți cea mai mare încredere? (%)
anul 2004 - nivel național (+18 ani)



- Pentru a menține actuala tendință de creștere a audienței și notorietății, Societatea Română de Radiodifuziune va pune accent pe calibrarea politicilor editoriale ale posturilor și corporației (adaptarea și armonizarea formatelor posturilor de radio, structura emisiunilor și promovarea imaginii) în funcție de cerințele ascultătorilor și de tendințele pieței mass-media din România, care prezintă o concurență din ce în ce mai ridicată. **În anul 2004 s-a înregistrat o creștere de audiență a corporației pentru prima dată în ultimii cinci ani.**

IV. REDESCOPERIREA DIMENSIUNII CULTURALE LA RADIO ROMÂNIA

- Primul președinte al Consiliului de Administrație al Societății de Difuziune Radio-Telefonică, profesorul Dragomir Hurmuzescu, scria în noiembrie 1928: *Radiofonia trebuie considerată la noi, mai cu seamă ca o chestiune de importanță mare socială-educativă și națională, pentru trezirea, închegarea și înălțarea sufletească.*
- Părinții radiofoniei românești s-au gândit, încă de la început, la misiunea serviciului public de radio, fiind încredințați că el este chemat să fie de folos ascultătorilor, să lucreze în slujba lor, să fie un adevărat serviciu de interes național.
- Radiodifuziunea a fost creată și a fost gândită de întemeietorii ei pentru a susține cultura română. *Nici o altă instituție culturală nu are la îndemână posibilitățile uriașe ale radiofoniei*, spunea în 1930 profesorul Dimitrie Gusti, unul dintre primii președinți ai Societății Române de Radiodifuziune.
- În ultimii ani, postul național public de radio și-a redescoperit propria vocație culturală, confirmând aprecierea că este cel mai mare producător și difuzor de cultură din România, pentru cele mai largi categorii de ascultători și spectatori.
- **Proiecte majore puse în operă în 2004**, semnificative pentru redescoperirea dimensiunii culturale, așa cum este ea receptată și dezvoltată la Radio România:
- ❖ În toamna lui 2003, Radio România a promovat un proiect care vizează organizarea unei serii de concerte susținute de Orchestra Națională Radio în importante centre culturale din Europa și din lume. Proiectul se intitulează *Avangarda îngerilor*, ilustrând sensul acestui demers: promovarea unei strategii de diplomatie publică prin cultură și artă. Împărtășim aceleași valori, iar dialogul multicultural este esențial pentru definirea identității culturale europene. Mesajul a fost bine primit de public: Radio România își propune să promoveze valorile noastre culturale și imaginea României drept stat cu adevărat european.
- ◆ Orchestra Națională Radio, înființată în 1929 și apreciată de specialiști și de public drept una dintre cele mai bune orchestre ale posturilor de radio din lume, a evoluat în 2003 la Roma, într-un concert dedicat Zilei Naționale a României, iar în 2004 a susținut concerte la Bruxelles, cu prilejul Zilei

Europei, la Haga, cu ocazia împlinirii a zece ani de colaborare româno-olandeză în domeniul radiourilor regionale, la Paris, cu un concert dedicat comemorării, sub egida UNESCO, a 500 de ani de la moartea domnitorului Ștefan cel Mare, la Bratislava, în colaborare cu Radiodifuziunea Slovacă și la Viena, în deschiderea oficială a Zilelor culturii românești. În noiembrie 2004, Orchestra Națională Radio a revenit la Paris pentru un concert organizat în colaborare cu Radio France, manifestare inclusă în programul stagiunii de concerte a acestui cunoscut post de radio.

Prin muzică, România în inima Europei! – a fost sloganul periplului european al artiștilor români.

- ◆ La Paris, Bratislava și Viena, Orchestra Națională Radio a fost dirijată de reputatul maestru Mendi Rodan, având ca soliști pe violonista de talie mondială Silvia Marcovici și pe tânărul și foarte talentatul violonist Alexandru Tomescu, laureat al unor prestigioase concursuri internaționale.
- ◆ Personalitățile prezente, spectatorii și auditorii concertelor susținute de Orchestra Națională Radio au apreciat faptul că realizarea acestui proiect este o cale foarte bună de promovare a valorilor artei și culturii românești.
- ◆ Numeroși ascultători din România și din străinătate (99% dintre cei chestionați) și-au exprimat dorința de a deveni membri ai unui Club al Amicilor Orchestrei Naționale Radio, pentru a avea posibilitatea să primească informații despre stagiunea de concerte, să participe la concursuri organizate de SRR și să primească CD-uri cu înregistrările realizate de Formațiile Muzicale Radio.
- ◆ Toate concertele au fost retransmise în mod gratuit de către posturile publice de radio din țările respective, precum și din Ungaria și Israel, pe baza înțelegerilor convenite prin Uniunea Europeană de Radio și Televiziune – UER.
- ◆ Sondajul realizat printre spectatori a relevat faptul că 91 % dintre respondenți au apreciat ca foarte bună prestația Orchestrei Naționale Radio; 93 % au apreciat ca foarte bună prestația soliștilor; 99 % doresc să asculte din nou concerte sau CD-uri cu ONR; 26 % au considerat că imaginea României, în perspectiva integrării europene, ar fi promovată cel mai bine prin organizarea unor concerte de muzică clasică, iar 87 % ar dori să primească informații despre concertele viitoare ale ONR și despre activitățile Clubului *Amicii Orchestrei Naționale Radio*.
- ❖ La prima ediție a *Festivalului Artelor*, eveniment multidiscplinar (concerte, recitaluri de muzică și poezie, spectacole de teatru, operă, dans contemporan), care s-a desfășurat în perioada 5-12 septembrie 2004 la București, SRR având calitatea de coproducător, Formațiile Muzicale Radio au fost prezente pe podiumurile de concert:

- ✓ Sala Palatului – Corul Radio și Corul de Copii Radio în concertul dirijat de maestrul Zubin Mehta cu Simfonia a III-a de Gustav Mahler.
- ✓ Sala Palatului – Orchestra Națională Radio în concertul de închidere a festivalului, dirijată de maestrul Mstislav Rostropovici, solist celebrul violonist Vadim Repin.
- ✓ Piața festivalului – Big-Band-ul Radio cu un concert de jazz.

- ◆ Publicul, prezent la aceste concerte în număr foarte mare, a subliniat prin aplauze calitatea deosebită a interpretărilor oferite de artiștii de la Radio România.

- ❖ În 2004, la București, s-a desfășurat cea de a patra ediție a Festivalului Internațional al Cântecului pentru Copii *Steaua de Aur*, fondat și organizat de Mirela și Cornel Fugaru. Radio România, în calitate de partener media, sprijină această manifestare în spiritul promovat de Federația Internațională a Organizatorilor de Festivaluri, acela de *a întări pacea și prietenia prin muzică și artă*.
 - ◆ Societatea Română de Radiodifuziune a primit în 2001 premiul FIDOF pentru cea mai bună mediatizare a unui festival care a fost recunoscut de FIDOF, timp de patru ani consecutiv, drept *Festivalul Anului*.
 - ◆ Postul național public de radio și-a reafirmat convingerea că poate și trebuie să contribuie la apropierea dintre popoare și comunități, arta având puterea să regenereze conștiințele și să dezvolte comunicarea între oameni și între diverse culturi. A fost un nou prilej pentru Societatea Română de Radiodifuziune de a descoperi și a susține tinerele talente, încurajându-le să se dezvolte și să se afirme în competiție cu tinerii artiști din Europa și din întreaga lume.

- ❖ Revista *Cuvântul*, în parteneriat cu Postul Radio România Cultural, a organizat un program de conferințe cu public sub genericul *Identitate românească, identitate europeană*. Proiectul și-a propus să examineze patrimoniul nostru intelectual și artistic, încercând să redescopere sursele și resursele de europenitate, să redefiniască o identitate culturală europeană din perspectiva asumată a propriilor noastre opțiuni și apartenențe, să deschidă dezbaterile și asupra altor domenii ale culturii și ale societății.
 - ◆ La dialoguri au participat personalități de seamă ale vieții științifice și culturale din țară și din străinătate: Matei Călinescu, Ioana Pârvulescu, Vlad Zografu, Horia Roman Patapievici, Andrei Pleșu, Livius Ciocârlie, Mircea Martin, Mihai Șora, Ion Pop, Neagu Djuvara, Sorin Antohi, Theodor Bacovsky, Andrei Cornea, Cristian Preda, Alin Teodorescu.
 - ◆ Conferințele au fost înregistrate și difuzate lunar la Postul Radio România Cultural, fiind integrate Fonotecii de Aur a SRR.

- ❖ O ilustrare semnificativă a misiunii asumate de Radio România este și inițierea, cu sprijinul Ministerului Apărării Naționale, a proiectului umanitar *Copii pentru copii*, prin care au fost organizate concursuri de desen pentru copii din Irak și Afganistan. În cadrul acestui proiect, în decembrie 2004, la Sala Radio, a avut loc vernisajul expoziției de desene *Viitorul privit prin ochii copiilor*, unde au fost prezentate lucrări ale copiilor din Irak, Afganistan și România.
 - ◆ Proiectul, realizat de corespondenții speciali ai SRR în zonele de desfășurare a militarilor români, este un semn de solidaritate a copiilor din România cu semenii lor aflați în suferință și este menit să susțină contribuția României în cadrul efortului de democratizare și de pacificare a vieții din Irak și Afganistan, sprijinul oferit de România pentru refacerea societății irakiene și a celei afgane. Reacția copiilor din România a fost extraordinară: ei au dăruit un camion întreg de jucării copiilor din aceste țări.
 - ◆ Copiii din Irak nu au putut să fie prezenți la festivitatea de premiere, ei au sosit în România în februarie 2005. Desenele câștigătorilor, o fată și un băiat din Afganistan, prezenți la vernisaj, au exprimat dorința lor de pace și de liniște, într-o lume fără arme, dar cu multe flori, case și școli.
- ❖ Sub genericul *Week-end la Casa Radio*, Societatea Română de Radiodifuziune a abordat în 2004 o nouă politică de imagine, al cărei obiectiv este atragerea tinerilor spre programele difuzate la Radio România.
 - ◆ Strategia instituției s-a concretizat într-un amplu program de divertisment cultural, constând în concursuri pe diverse teme, seminarii și ateliere de lucru care se adresează tinerilor doritori să deprindă tainele muncii de radio, concerte și expoziții de pictură și fotografie.
 - ◆ Proiectul s-a bucurat de mare succes. Au participat zeci de mii de tineri din București și din țară, premiera lunii aprilie fiind organizarea unor manifestări și la posturile regionale din rețeaua Radio România: Cluj, Tîrgu-Mureș, Iași, Constanța, Reșița, Timișoara.
Numai în București, la cele șase ediții, au fost prezenți peste 25.000 de tineri.

V. PRODUCȚIA EDITORIALĂ

Manager: Emilian Blînda, director general adjunct, Departamentul Producție Editorială și Strategie.

Secretar general al departamentului: Florin Brușten

Secretar general adjunct pentru emisiunile în limbile minorităților: Melinda Borbely

1. REFORMA EDITORIALĂ – ORGANIZARE ȘI FUNCȚIONALITATE

- Intercondiționarea între departamente, compartimente și servicii, colaborarea externă și parteneriatele converg spre obiectivul principal al activității Radiodifuziunii: producția editorială a posturilor naționale, regionale și internaționale.
- Calitatea producției editoriale se măsoară, în primul rând, prin raportarea la așteptările ascultătorilor și la statutul de post public al SRR, dar și în competiție cu oferta tot mai diversificată a posturilor private de radio, ținând seama de evoluțiile intervenite pe piața audiovizualului în general, care au determinat mutații reale în opțiunile, așteptările și gusturile publicului.
- Dincolo de promovarea mijloacelor publicistice moderne pentru informarea corectă despre actualitatea internă și internațională, Radiodifuziunea publică și-a asumat și o marcată dimensiune culturală atât de necesară în condițiile proliferării prin media a facilului și a valorilor morale îndoielnice.
- Departamentul Producție Editorială produce și difuzează în programele posturilor naționale, regionale și locale fluxuri de informații provenite de la Agenția de presă RADOR, de la reporterii de teren, de la cei aflați în *punctele fixe* (instituțiile de stat și publice), de la corespondenții județeni, de la posturile regionale și locale, corespondenții și trimișii speciali în străinătate.
- În primul semestru al anului 2004 s-a trecut la realizarea treptată a noii structuri organizatorice aprobate de Consiliul de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune în ziua de 30 decembrie 2003. Această a doua etapă de reproiectare a instituției prevede în structura SRR **7 posturi de radio care vor emite** sub sigla ROR: **Radio România Actualități** – unde medii și ultrascurte, **Radio România Cultural** – unde ultrascurte, **Radio România Muzical** – unde ultrascurte, **Radio România Tineret on-line** (internet), **Radio România Regional** își va continua activitatea în forma actuală, **Radio România Internațional** în limba română, **Radio România Internațional** în limbi străine.

- În colectivul economic al fiecărui post de radio lucrează cel puțin o persoană care se ocupă de probleme de marketing.
- Pe baza strategiei aprobate de Consiliul de Administrație s-a trecut la realizarea noii structuri a Departamentului Producție Editorială.
Etapa *1 septembrie 2004 – 31 decembrie 2004* a fost intervalul în care s-a aplicat proiectul de reorganizare a Departamentului Producție Editorială, în condițiile în care întreaga Societate Română de Radiodifuziune a devenit o companie complexă, integrată, în care toate componentele sale funcționează complementar și intercondiționat.
- Efortul propriu de producere a informațiilor despre evenimente interne și de peste hotare este împlinit de parteneriate cu mari posturi de radio și agenții de presă din lume, surse cu tradiție, credibile, de prestigiu, Radiodifuziunea Română integrându-se astfel în rețeaua instituțiilor media de referință.
- Potrivit noii organigrame, Departamentul Producție Editorială are în structura sa:
 - ❖ **Divizia posturilor naționale**
 - ◆ Radio România Actualități
 - ◆ Radio România Cultural
 - ◆ Radio România Muzical
 - ◆ Radio3net
 - ❖ **Divizia posturilor regionale și locale**
 - ◆ Radio București
 - Postul local Radio București
 - Postul regional Antena Satelor
 - ◆ Radio Cluj, având în structură și:
 - Postul local Radio Sighet
 - Postul local Radio Sibiu
 - ◆ Radio Constanța, având în structură și postul Radio Vacanța
 - ◆ Radio Craiova
 - ◆ Radio Iași
 - ◆ Radio Reșița
 - ◆ Radio Tg.-Mureș, având în structură și postul local Antena Brașovului
 - ◆ Radio Timișoara
 - ❖ **Agenții, redacții și unități de producție autonome**
- Compartimentele editoriale independente reprezintă surse de aprovizionare cu producție publicistică pentru toate posturile naționale și regionale, apărând în același timp cu emisiuni proprii în grilele de program.

În această structură se regăsesc, ca unități de producție autonome: Agenția de presă RADOR, Camera știrilor, Redacția Muzicală, Redacția Teatru Divertisment, Direcția Formații Muzicale, Redacția Civica, precum și Serviciul Fonotecă-Discotecă și Secretariatul de Emisie-Prezentare.

- Întreaga rațiune de reorganizarea a Departamentului Producție Editorială a pornit de la necesitatea asigurării unei personalizări distincte a posturilor naționale, în condițiile în care sursele de materiale publicistice se află în directa subordonare a acestora. Se dă astfel o mai mare fluentă circuitului informației de toate genurile, de la surse la difuzori, implicând direct răspunderi individuale și colective în realizarea strategiei editoriale.
- Unitățile editoriale aflate în subordinea directorului general adjunct produc pentru toate posturile de radio, într-o relație permanentă de cerere și ofertă pe principiile pieței deschise.
- S-a încercat ca întregul proces de reorganizare să se desfășoare în condiții de transparență, prin consultarea tuturor managerilor și a echipelor editoriale. Este de observat că ar fi fost necesar un efort mai mare de comunicare cu angajații. Producția editorială s-a desfășurat normal, fără a fi influențată de dezbaterile și analizele care au însoțit întregul proces de reșezare a noilor structuri ale departamentului.
- 1 septembrie 2004 a fost data la care noua structură a departamentului, pregătită și experimentată pe segmente în prima parte a anului, a devenit operațională integral, prin toate componentele sale.
- În perioada *1 septembrie – 31 decembrie 2004* s-au confirmat în practică principiile și noua structură organizatorică a Departamentului Producție Editorială, devenit un complex integrat, flexibil, funcțional.
- În condițiile în care structura organizatorică a Diviziei Posturi Naționale a fost regândită și remodelată, politica editorială a fost așezată în continuare pe principiile și exigențele defnitorii pentru postul public de radio.
- **Licitațiile** pentru grilele de program desfășurate în cursul anului 2003, consolidarea și funcționarea echipelor de creație coordonate de producători, constituirea unui sistem de proiectare, realizarea și punerea în undă a emisiunilor au definit cadrul optim pentru producția editorială la posturile publice naționale și regionale.
- **Grilele de program** au devenit, în aceste condiții, spații flexibile de creație publicistică, ușor de adaptat de la un anotimp la altul, dar, mai ales, la evenimentele ce impun un regim de prioritate.

- Grilele de program au asigurat un cadru stabil pentru producția editorială specifică, menită să asigure identitate proprie fiecărui post de radio.
- În același timp, grilele de program, aprobate inițial și atribuite echipelor de creație prin licitații, s-au dovedit deschise, cu mare forță de adaptare la specificul actualității, aflându-se în același timp într-un permanent proces de înnoire privind concepția editorială, formele de realizare și prezentare a emisiunilor, precum și modalitățile profesionale specifice publicisticii radiofonice.

PROIECTE EDITORIALE MAJORE ÎN 2004

2. CAMPANIILE ELECTORALE 2004 -2005 LA RADIO ROMÂNIA

- ✓ Societatea Română de Radiodifuziune, instituție în serviciul publicului, și-a propus în ultimul an, în care s-au traversat 4 campanii electorale, să depășească simpla condiție de vector al mesajelor electorale, pe care o cerea legislația în vigoare, și s-a oferit să devină un partener activ în cadrul exercițiului democratic constituit de procesul electoral.
- ✓ În acest sens, propunerile avansate de SRR s-au bazat și pe experiența câștigată prin inițiativa *Caravana Radio România*, când ziaristii radioului public au parcurs (iunie – septembrie 2003) toate județele țării, identificând problemele cu care se confruntă localitățile și cetățenii.
- ✓ La SRR, anul electoral 2004 a însemnat o schimbare majoră de perspectivă datorită modului de abordare, al strategiei, apărând, în afara spațiului alocat tradițional, dezbaterile cu cetățenii, cu analiștii, candidații, pregătirea alegătorilor (s-au avut în vedere problemele și interesul cetățeanului față de alegeri, așteptările sale de la scrutin și candidați).
- ✓ La baza strategiei SRR pentru campania electorală din ultimul an, au stat legile electorale, hotărârile Guvernului în materie, normele CNA și experiența anterioară a SRR.
- ✓ Ofertele SRR pentru campaniile electorale au fost generoase și complexe: de la informații electorale la prezentări ale candidaților și programelor acestora, dezbateri (cu cetățeni, analiști, experți, candidați), emisiuni consacrate legislației electorale, tehnicii votării, calendarului alegerilor (Școala alegătorului).
- ✓ Pentru prima oară au fost organizate dezbateri în public cu cetățenii și candidați sub genericul *Radio România în Piața Mare* (organizată atât în București, cât și în țară). De asemenea, au fost introduse, în premieră, grupaje de știri electorale în limbile minorităților naționale, difuzate la studiourile regionale.

- ✓ Modificarea strategiei pentru campania electorală a SRR a impus adoptarea unor norme și proceduri pentru ziariștii SRR, pe timpul campaniei electorale, antrenarea unui număr mare de jurnaliști, tehnicieni, atât din Capitală, cât și de la studiourile regionale ale corporației. Nu în ultimul rând, în dorința de a asigura o gestiune cât mai eficientă a campaniei, conducerea SRR a organizat perioade de training pentru ziariștii implicați în campanie, la care au fost invitați lideri politici, reprezentanți ai societății civile, CNA, BEC, AEP.
- ✓ În perioada preelectorală și pe timpul campaniei, în conformitate cu responsabilitățile ce-i revin ca post public, SRR a asigurat o informare continuă și coerentă a alegătorilor prin emisiuni în care au fost prezentate legislația specifică, drepturile și obligațiile alegătorului, ale aleșilor etc.
- ✓ Cele trei campanii din 2004, pentru alegerile locale, parlamentare și prezidențiale, cât și campania pentru alegerile locale parțiale din 2005, au fost reflectate atât la Radio România Actualități, cât și la studiourile regionale/locale ale SRR.
- ✓ Pentru o mai bună coordonare a campaniei s-a constituit Consiliul Consultativ de Evaluare, compus din reprezentanții formațiunilor politice parlamentare și ai minorităților naționale, ai societății civile și reprezentanți ai SRR; în partea a doua a campaniei au participat și reprezentanți ai formațiunilor neparlamentare.
- ✓ Emisiunile electorale, rubricile informative electorale și dezbaterile electorale au beneficiat de ore de audiență foarte bună și, datorită calității acestor programe electorale, pentru prima dată după 1992, SRR nu pierde din audiență pe timpul campaniei electorale.
- ✓ Pentru o mai bună edificare prezentăm timpii alocați de SRR numai la Radio România Actualități pentru campania prezidențială, pe *tipurile de emisiuni electorale*: Școala Alegătorului = 912 minute, Tribuna Parlamentară = 1215 minute, Tribuna Prezidențială = 1215 minute, Agenda Electorală = 330 minute, Buletin Electoral = 135 minute, dezbateri = 720 minute, deci un total de peste 4500 minute (aproape 80 de ore de emisie).
- ✓ Emisiunile, informațiile, reportajele și interviurile despre activitățile electorale ale partidelor, alianțelor politice și candidaților au asigurat prezentarea echilibrată și imparțială a platformelor și personalităților politice implicate, cu scopul ca ascultătorul să-și poată forma o opinie proprie în domeniu. Accesul partidelor, alianțelor politice și electorale, precum și al candidaților independenți la SRR a fost gratuit, conform legii.

- ✓ O dovadă a faptului că pe perioada campaniei electorale, SRR și-a respectat statutul de post public și a respectat legea, poate fi și aceea că principalul post de radio al corporației, Radio România Actualități, nu a primit nici o sancțiune de la CNA; au fost înregistrate doar două avertismente pentru posturi locale (Radio Reșița – deoarece un candidat a fost invocat la o emisiune de dedicații muzicale, și Radio București – un partid a trimis spre difuzare un spot electoral mai mare de 30 de secunde).
- ✓ De asemenea, este de remarcat că, pentru prestația avută în perioada campaniilor electorale, partidele și formațiunile politice, candidații au trimis scrisori de mulțumire și felicitare pentru postul public național de radio al României.
- ✓ Iată în sinteză programele electorale, așa cum au fost ele acceptate de partide/formațiuni politice/candidați și difuzate de SRR:

1) Pentru campania electorală pentru alegeri locale – mai – iunie 2004:

Agenda electorală - a fost difuzată la orele 6.15, 8.00, 10.00, 17.00 și 20.00. În cadrul emisiunilor naționale realizate de la București de către Redacția Minorități a SRR au fost difuzate agende electorale în limba germană (ora 14.10) și în limba maghiară (ora 15.15).

Tribuna electorală - în fiecare zi de luni până vineri la orele 18.15 - 19.00.

Dezbateri – pe parcursul celor 4 săptămâni de campanie electorală SRR a realizat și transmis pe postul Radio România Actualități și la cele regionale:

- 13 dezbateri cu alegătorii
- 15 radioprograme intitulate *Școla alegătorului* și consacrate legislației electorale, tehnicii de votare, calendarului alegerilor și procedurilor electorale
- 9 dezbateri cu candidații
- 2 dezbateri cu analiștii politici, la începutul și la sfârșitul campaniei.

2) Campania electorală pentru alegerile parlamentare și prezidențiale/noiembrie – decembrie 2004

Radio România Actualități:

- *Agende electorale*: zilnic de luni până vineri de la 6.15 – 6.20; de la 8.00 – 8.05; de la 10.00 – 10.05; de la 17.05 – 17.10 și de la 20.00 – 20.15.

• *Tribuna parlamentară*: zilnic de luni până vineri de la 17.15- 17. 45 (declarații ale candidaților propuși pentru Parlament).

• *Tribuna prezidențială*: zilnic de luni până vineri de la 18.15 – 19.00 (declarații ale candidaților propuși pentru funcția de Președinte al României)

• În urma deciziei Comisiei Parlamentare speciale pentru acordarea timpilor de antenă în zilele de marți, 2 nov., respectiv 9 nov., de la 12.05 la 13.00, au avut loc emisiuni – dezbateri cu candidații partidelor parlamentare.

3) Campania electorală pentru alegerea Primarului General al Capitalei/martie – aprilie 2005

• Agende electorale: la orele 6.15, 8.00, 10.00, 20.00

• Tribuna electorală: 16.15 – 17.00

• Dezbateri: 12.00 – 13.00 - *Dezbateri cu analiști, Ce doresc cetățenii din capitală?, Ce doresc cetățenii din țară?, Cei patru candidați ai partidelor parlamentare se prezintă.*

3. ALEGERILE AMERICANE LA RADIO ROMÂNIA

◆ SRR a asigurat pentru ascultătorii din România, pe tot parcursul anului 2004, în cooperare cu CNN Radio, acoperirea din punct de vedere editorial a procesului electoral care a avut loc în SUA.

◆ Echipele Radio România au participat la 6 mari evenimente electorale, după cum urmează:

- | | |
|--------------------------------|--|
| 1. ianuarie 2004 | Iowa Caucus |
| 2. 27 ianuarie 2004 | New Hampshire Primary |
| 3. 2 martie 2004 | Super Tuesday (la sediul CNN Radio/Atlanta) |
| 4. 26-29 iulie 2004 | Convenția Democrată la Boston |
| 5. 30 august-2 septembrie 2004 | Convenția Republicană la New York |
| 6. 2 noiembrie 2004 | Alegerea președintelui SUA (la sediul CNN Radio/Atlanta) |

◆ Jurnaliștii Radio România au avut asigurate condiții identice de acces și de facilități tehnice ca și colegii lor de la corporația americană, de la poziția biroului de lucru până la cazare și condiții de transmisie.

◆ Pentru că la două dintre cele mai importante evenimente (convențiile celor două partide) Radio România a decis participarea unor echipe formate din 5 membri și CNN nu a putut asigura decât pentru 2 persoane toate facilitățile menționate, în

acele cazuri, acreditarea celorlați 3 dintre membrii echipei a fost făcută prin Uniunea Europeană de Radio și Televiziune, condițiile fiind însă, prin comparație, net inferioare.

- ◆ Societatea Română de Radiodifuziune a pus la dispoziția publicului ascultător cea mai importantă ofertă editorială din România cu privire la alegerile americane. Beneficiind totodată de contactele facilitate de firma Greenberg Traurig, Radio România a putut aduce la microfon voci reprezentative din mediul analiștilor politici americani, din staff-ul celor două partide implicate în competiție, din rândul responsabililor politici.

4. INTEGRAREA EUROPEANĂ LA RADIO ROMÂNIA

A. CONSIDERAȚII GENERALE

- ◆ Cu trei ani înainte de momentul aderării României la Uniunea Europeană, Radio România a acordat spații largi relatărilor despre evenimentele legate de procesul de integrare europeană, și-a informat ascultătorii despre conținutul capitolelor de negociere, a prezentat experiențele de integrare ale țărilor nou integrate în UE. Societatea Română de Radiodifuziune a început campania de informare a publicului despre schimbările care vor veni după momentul 1 ianuarie 2007. Toate posturile SRR au realizat emisiuni și rubrici cu tematică europeană.
- ◆ Cele mai importante evenimente au fost relatate în emisiunile de știri și Radiojurnale, iar corespondenții aflați în capitale europene au prezentat sinteze ale unor momente memorabile din viața comunității europene. Astfel de momente speciale au fost: 1 mai 2004 – integrarea a zece țări în UE, și noiembrie 2004 – prezentarea raportului de țară referitor la progresele României și Bulgariei în procesul de integrare. În anul 2004 tematica integrării a însemnat și procesul de integrare în structurile euro-atlantice și momentul aderării efective la NATO, subiect prezent în paralel cu integrarea europeană și programele radio.

B. POSTURI NAȚIONALE DE RADIO

a. Radio România Actualități

- emisiunea *României și integrarea europeană* – săptămânal, cu accent pe informarea cetățenilor despre schimbările ce vor urma aderarea la UE
- emisiunea *Drumul spre Europa* – săptămânal, dezbateri sau interviuri cu oficiali guvernamentali și europeni
- emisiunea *România la ora Europei* – bisăptămânal, în alternanță cu emisiunea *României și NATO*, care tratează procesul de aderare în NATO

- ciclul de emisiuni **România orizont 2025** – dedicate prezentării proiectelor de dezvoltare națională pe termen lung, pe baza ciclului de conferințe organizate la Palatul Parlamentului, sub înaltul patronaj al Președinției
- rubrica **Acasă, la noi în Europa** – în cadrul emisiunii zilnice Studio deschis, cu accent pe priorități în procesul de integrare europeană, patronate, sindicate, tineret, pensionari, minorități, mediul rural
- emisiunea **24 de ore** – sinteze, reportaje în cadrul emisiunii dedicate principalelor evenimente ale zilei, incluzând și rubrica **România văzută din străinătate**, revista presei externe realizată de Agenția de presă RADOR
- emisiunea **Cum comentați** – dedică săptămânal câte o ediție pentru tratarea unui subiect de larg interes dintre capitolele de negociere
- emisiunea **Pulsul zilei** – rubrici economice care tratează noutățile integrării din punctul de vedere al oamenilor de afaceri.

b. Radio România Cultural

- emisiunea **Euroorizont** – prezentarea evoluțiilor din procesul de pregătire a României, cu accent pe cultura europeană și pe valorile românești, parte a patrimoniului european
- emisiunea **Ideii care au schimbat lumea** – tratează subiectul integrare prin prisma schimbărilor de mentalitate de la nivelul societății românești
- emisiunea **Barometrul șanselor educaționale** – este dedicată săptămânal integrării
- emisiunea **Dosarele integrării** – bilunar, despre istoria Uniunii Europene și valorile europene din prisma cercetării, în cadrul emisiunii Planeta Radio.

c. Radio România Muzical

- radioprogramul **Euroclassic Notturmo** – zilnic, program primit de la Uniunea Europeană de Radio și produs de BBC
- evenimente **Euroradio** – transmisiuni directe
- radioprogramul **Seara de operă** – spectacole primite de la UER, înregistrate prin satelit
- ofertele de la UER care sunt valorificate în sumarele emisiunilor consacrate muzicii simfonice, camerale, corale, liedului, emisiunilor de jazz sau celor dedicate tinerilor interpreți.

C. POSTURI REGIONALE DE RADIO

a. Radio Târgu-Mureș

- rubrica **Business Contact** – săptămânal, informare despre economia europeană
- emisiunea **Săptămâna politică**, cu prezentarea aspectelor politice ale integrării în Uniunea Europeană
- prezentarea **Euroregiunilor**, a programelor ISPA și SAPARD (emisiune în limba maghiară).

b. Radio Iași

- emisiune *Radiosfera – Europa, azi* – săptămânal, abordează teme stringente, de actualitate, privind problematica integrării europene
- o rubrică săptămânală consacrată prezenței produselor românești pe piața europeană.
- rubrica *Comunitatea rurală pe drumul integrării europene* – săptămânal, în cadrul emisiunii *Satul românesc*
- rubrica *Info-Europa* – dicționar legislativ privitor la legislația Uniunii Europene.

c. Emisiunea în limba maghiară din București

- rubrică în emisiuni de știri, dezbateri cu specialiști în integrare
- emisiunea *Spațiul* – săptămânal, proiect comun al emisiunilor în limba maghiară din România, Slovacia, Slovenia, Serbia, Croația și Ucraina.

d. Emisiunea în limba germană din București

- emisiunea *Funkforum* – lunar, realizată prin rotație de către emisiunile în limba germană din sud-estul Europei, proiect sprijinit de Pactul de Stabilitate Sud-Est European.

D. RADIO ROMÂNIA INTERNAȚIONAL

Următoarele emisiuni sunt difuzate atât la RRI în limba română, cât și la RRI în limbi străine:

- emisiunea *România, spațiu european* – săptămânal, dedicată schimbărilor de mentalitate, survenite o dată cu demararea procesului de integrare
- emisiuni în colaborare europeană cu RFI, numit *Accent d'Europe*, și cu Deutsche Welle, numit *Network Europe*, la care RRI participă cu materiale proprii, emisiunile fiind realizate la Paris și Berlin
- emisiunea *Punctul pe i* – săptămânal, câte o temă legată de integrare
- rubricile *Focus* și *O provocare pentru viitor* – au dezbătut pe scurt câte un subiect de mare actualitate din procesul de negociere a capitolelor de integrare.

E. PROIECTUL SPECIAL – EUROREPORTER

Manager: Vincze Lorant, realizator de emisiuni (vârsta - 28 de ani)

Echipa: Rudolf Eduard Roth (26 de ani), Oana Bălă (26 de ani), Arina Petrovici (35 de ani).

- ◆ Un proiect special dedicat în totalitate tematicii de integrare europeană a fost *EUROREPORTER*, născut din dorința de a prezenta experiența legată de integrarea europeană a țărilor membre ale grupului de la Visegrád - Ungaria, Slovacia și Polonia - în programele posturilor SRR, în special Radio

România Actualități. Acesta presupunea realizarea unor radiografii ale acestor societăți, elaborate prin prisma procesului de integrare, pe care tocmai l-au încheiat, și prin experiențele legate de statutul de membru al UE.

- ◆ În cadrul unei deplasări de trei săptămâni, patru reporteri, reprezentând mai multe posturi din SRR, au realizat mai multe sute de interviuri cu lideri de opinie, dar și cu cât mai mulți oameni obișnuiți (fără funcții publice), mici întreprinzători, fermieri etc. Itinerarul ales, localități din Ungaria, Polonia și Slovacia, a fost excelent prin diversitate, a problemelor cu care se confruntau cei pe care i-au întâlnit, au vorbit cu foarte mulți interlocutori din domeniul business și agricultură. Prin interviurile cu oameni de cultură au identificat noi punți de legătură între țările din regiune, au realizat o radiografie completă a turismului în cele trei țări.
- ◆ Reporterii SRR, și prin ei ascultătorii Radio România, au putut trăi experiența procesului de integrare și a perioadei post-integrare a societăților ungare, slovace și poloneze. În mare parte au găsit o deschidere totală pentru România, pentru inițiativele pe care le-au prezentat. Echipele EUROREPORTER au avut 103 întâlniri, a intervievat 210 persoane, a înregistrat peste 77 de ore, a transmis 67 de materiale pe 6 posturi ale Radio România, în limbile română și maghiară. Rubricile din cadrul radioprogramelor *Matinal* și *Pulsul zilei* au stârnit interesul ascultătorilor, mulți au sunat și au apreciat demersul echipei EUROREPORTER și al SRR.
- ◆ Proiectul EUREPORTER a fost considerat de toți partenerii noștri drept o inițiativă, care ar trebui urmată și de altele asemănătoare din partea altor instituții media din România, dar și de proiecte similare în România ale instituțiilor media din țările pe care le-au vizitat. Principalul argument al aprecierilor a fost necesitatea cunoașterii reciproce a țărilor din regiune, a facilitării de întâlniri între oamenii de afaceri, a promovării reciproce în rândul turiștilor și a penetrării în societățile noastre a ideii de spațiu cultural central și est-european.

5. POSTURILE NAȚIONALE

Radio România Actualități

Manager: Viorel Popescu, directorul postului

Emite 24 de ore din 24

- Principalul obiectiv al Radio România Actualități, în primul semestru al anului 2004, a fost **creșterea notorietății postului**.
- Acest obiectiv s-a materializat într-o serie de proiecte de anvergură:
 - ✓ *Premiile Radio România Actualități – Gala superlativelor 2003* (februarie) care a vizat elitele culturale românești și poziționarea postului între celelalte instituții media care conferă astfel de premii pentru realizări de excepție ale anului precedent;

- ✓ *Week-end la Casa Radio*, în varianta unei ediții lunare, și *Caravana Radio România Actualități* în colaborare cu studiourile regionale, vizând creșterea notorietății postului în rândul generației tinere.
- Obiectivul permanent al Postului Radio România Actualități 1-a constituit acoperirea exhaustivă a actualității la standarde profesionale ridicate și aprofundarea tematicii complexe legate de marile obiective ale politicii externe românești:
 - ✓ *România - membru cu drepturi depline în NATO și integrarea europeană a României în 2007.*
 - ✓ *Ziua – Eveniment*, ediții speciale tematice, în flux pe tot parcursul zilei, cu generic specific. Menționăm ziua de vineri, 2 aprilie 2004, sub genericile *Astăzi, ziua în care România intră în N.A.T.O.* și *Astăzi – ziua în care România intră într-o nouă istorie*; și ziua de duminică, 9 mai, sub genericul *9 Mai – Ziua Europei este și ziua ta!*
- Noutățile editoriale au fost impuse de dorința conducerii Radio România Actualități de a veni în întâmpinarea cerințelor publicului privind fie valori ale democrației (ciclul de emisiuni *Săptămâna libertății presei*), fie probleme de larg interes care-și caută rezolvarea în perioada tranziției (emisiunea *Dosarele corupției* - introdusă în grilă în luna februarie). Ciclul de emisiuni *Săptămâna libertății presei* a fost organizat pentru a clarifica problemele vizate în unele contestări apărute în presă din interiorul SRR.
- Din punct de vedere managerial, conducerea Postului Radio România Actualități a urmărit elaborarea unor proiecte care să corespundă noii structuri organizatorice moderne și eficiente: organizarea posturilor de radio independente și complementare ale corporației, cât și desfășurarea în bune condiții a examenelor pentru ocuparea posturilor de manageri aferente noii structuri a postului Radio România Actualități.

Radio România Cultural

Emite 19 ore zilnic

Mihaela Doboș, director al Postului Radio România Muzical, a îndeplinit, prin cumul, și atribuțiile funcției de director al Postului Radio România Cultural. Deși au fost organizate concursuri, nu s-a reușit numirea unui manager titular pentru acest post de radio.

- Au existat opinii, exprimate în Consiliul de administrație al SRR, potrivit cărora Postul România Cultural și Postul România Muzical ar fi trebuit să emită împreună, pe aceleași frecvențe. În acest mod s-ar fi înregistrat o fragmentare a programelor transmise la cele două posturi.
- Postul Radio România Cultural are o audiență scăzută. Nu se urmărește obținerea unei audiențe asemănătoare cu aceea a Postului Radio România Actualități, dar se

dorește atragerea publicului prin cea mai ieftină ofertă culturală, de bună calitate, adresată cetățeanului obișnuit din România. Pentru o sumă minimă, postul oferă cele mai bune concerte din țară și din străinătate, emisiuni de teatru radiofonic, transmisii directe de la evenimente culturale de prestigiu.

- Radio România Cultural, în cele 16 ore de program zilnic, acoperă o paletă diversă și complexă a domeniilor culturale prin emisiuni realizate de către unități de producție specializate.
- ***Raportul muzică-vorbă este de 40-60%. Public țintă – adult, neexcluzând și publicul tânăr, pregătire medie și superioară.***
- Postul pune în circulație valori culturale certe, destinate unor cercuri din ce în ce mai largi de ascultători. Intenția sa este de a furniza produse culturale de mare valoare într-un limbaj accesibil.
- **Grila de program** a fost concepută ca un suport de promovare a marilor valori culturale naționale și universale, a bunului gust și a limbajului cultural accesibil. Ea a fost modelată după așteptările publicului țintă și după disponibilitatea acestuia de a recepta diferite mesaje și genuri publicistice.
 - ✓ În prime-time (08.00-12.00) este prevăzut un tronson de actualitate culturală.
 - ✓ Intervalul orar 12.00-19.15 este destinat emisiunilor de dezbatere culturală, documentare, emisiuni de inițiere cu tematici culturale diferite.
 - ✓ De la ora 19.15 până la ora 22.00 a fost creat un spațiu al spectacolului radiofonic (concert de muzică populară, jazz, muzică de cameră, muzică simfonică, teatru liric), spectacol de teatru (marile capodopere ale Fonotecii de Aur, premierele din marii clasici sau dramaturgi contemporani, forme de expresie a teatrului de avangardă);
 - ✓ După ora 22.00 a fost conceput un tronson de talk-show cu tematici variate: literar, educațional, științific, religios, social. Emisiunile Postului Radio România Cultural se încheie cu un program muzical de noapte, conceput pentru mărirea atractivității și lărgirea universului muzical prin includerea unor genuri, ignorate până acum: muzică ambientală, de inspirație etno (jazz, blues, fado).
- Au fost promovate relații permanente cu instituțiile culturale, organizațiile nonguvernamentale, asociațiile, fundațiile din România: Academia Română, Ministerul Integrării Europene, Muzeul Literaturii Române, Institutele de Cultură străine din București și din alte centre culturale din România, Autoritatea națională a persoanelor cu handicap, Agenția Națională Antidrog, Uniunea Artiștilor Plastici, Uniunea Compozitorilor și a Muzicologilor, Muzeul Național *George Enescu*, Comisia de Bioetică a UNESCO, Muzeul Național de Istorie Naturală *Grigore Antipa*.

- În aceeași ordine de idei trebuie subliniată, drept una din cele mai importante realizări ale Postului Radio România Cultural, prezența în exclusivitate la microfon a laureaților Nobel 2004 pentru chimie, fizică și medicină.
- Grila de program a fost modificată în funcție de nevoia de reflectare prin mijloace specifice a unor evenimente de maximă importanță atât pentru Societatea Română de Radiodifuziune, cât și pentru viața culturală națională. Fluxul de emisiuni dedicate **Târgului de carte *Gaudeamus*** – este exemplul cel mai reprezentativ în acest sens.
- Creșterea orelor de emisie (începând de la 1 noiembrie 2004) cu 20 de ore săptămânal, a determinat implicit ușoare modificări ale grilei de programe – în special în domeniul muzical.
- Preluarea, prin unire cu România Muzical *George Enescu*, a unor emisiuni (*Prim plan: teatrul liric*) sau părți de emisiuni (*Euroclassic Notturmo*), ca și reluarea unor emisiuni în aceeași săptămână (Ex: *Valori ale muzicii ușoare românești*), sunt două noutăți absolute în concepția alcătuirii unei săptămâni de programe a Postului România Cultural.
- Grila de programe, structurată ca un răspuns la așteptările publicului țintă, a fost susținută și prin prezența la microfon, alături de administratori, manageri ai importantelor instituții din țară, a unora din cele mai importante personalități ale momentului, din țară și din diaspora: *Dinu C. Giurăscu, Dan Berindei, Ana Blandiana, Maia Morgenstern, Dan Puric, Vasile Parizescu, Victor Sahini, Mircea Martin, Valeriu Râpeanu, Andrei Cornea, Dan Grigorescu, Eliot Sorel, Mircea Cărtărescu, Mircea Cintează, Neagu Djuvara, Sorana Coroamă Stanca, Gabriel Liiceanu, George Bălăiță, I.P.S. Bartolomeu Anania, Justin Marchiș, Mircea Horia Simionescu, Nicolae Manolescu, Zoe Dumitrescu Bușulenga, Teodor Baconsky, Sorin Roșca Stănescu, Stelian Tănase, Virgil Tănase, Dinu Flămând, Sorin Radu.*

Radio România Muzical *George Enescu*

Manager: Mihaela Doboș, directorul postului.

Emite 24 de ore din 24

- Grila de program care a funcționat în prima parte a anului 2004 și-a păstrat în general structura rezultată în urma licitațiilor din anul 2003. Sistemul convenit și acceptat de ambele părți (post - redacții producătoare) și-a demonstrat viabilitatea, spiritul creativ dovedindu-se în continuare activ și de mare încărcătură. Într-o structură dezvoltată pe baza celor două axe – verticală și orizontală – grila Postului R.R.M. și-a păstrat flexibilitatea încercând să răspundă în mai mare măsură gusturilor ascultătorilor săi.

- Inspirată din politica editorială a Societății Române de Radiodifuziune, grila are în vedere criteriile specifice unui post de radio cu vocație națională și cu deschidere europeană și chiar universală. Aceste criterii se identifică în fapt cu obiectivele permanente ale postului România Muzical:
 - Promovarea valorilor universale și naționale (interpretative și componistice) în genurile simfonic, vocal simfonic, cameral, operă, operetă, coral, jazz, de divertisment (canțonete, chansonete, muzicaluri etc.), muzică tradițională;
 - Preocuparea pentru inițierea muzicală și educarea copiilor și tineretului;
 - Acoperirea unei arii informative cât mai complete, interesante, prezentate într-un limbaj accesibil, atractiv;
 - Prezența mai consistentă a valorilor românești, de toate vârstele, ce-și desfășoară carierele artistice în străinătate;
 - Valorificarea și înnoirea fondului patrimonial al instituției;
 - Promovarea transmisiilor directe din studiourile proprii (concertele, promovarea Formațiilor Muzicale Radio), de la alte instituții din Capitală și din țară sau preluate de la Uniunea Europeană de Radio – ca modalitate vie, de contact permanent cu actualitatea artistică națională și internațională;
 - Crearea de evenimente care să impună RRM pe piața media ca post de înaltă ținută, promotor de valori;
 - Înnoirea repertorială permanentă printr-o politică susținută și coerentă de înregistrări speciale, dar și de achiziții discografice, ce se bazează exclusiv pe criteriul valoric, atât în domeniul componistic, cât și în cel interpretativ;
 - Informarea permanentă asupra vieții muzicale naționale și internaționale prin participarea angajaților/colaboratorilor la festivaluri, concursuri etc.
 - Exprimarea unui punct de vedere privind modul de realizare a emisiunilor prin proliferarea celor interactive și prin trecerea la programe de tip spectacol, cu prioritate la emisiunile ce se adresează copiilor și tinerilor.
- Au fost promovate în perioada septembrie-decembrie 2004 evenimentele muzicale majore naționale și internaționale organizate în România, ca și evenimentele internaționale din Europa, cu prioritate preluate în direct (Londra, Bruxelles, Stockholm, Bratislava, Copenhaga, Munchen, Frankfurt, Brugges, Hamburg, Geneva, Paris, New York, Praga, Veneția). Interviuurile cu mari artiști ai lumii difuzate în pauzele transmisiunilor directe sau în emisiunile de actualitate ale postului au răspuns dorinței ascultătorilor noștri de a fi conectați la viața artistică națională și internațională.
- Alături de preocuparea de conectare a ascultătorilor săi la evenimentele internaționale și de informare asupra actualității muzicale naționale și internaționale, politica editorială a postului a avut în vedere promovarea valorilor componistice naționale și internaționale.
- Radio România Muzical și-a asumat misiunea de a informa zilnic despre evenimente de mare interes cu semnificație națională prin reportaje, interviuri, corespondențe, declarații de la festivaluri și concursuri naționale, ca de pildă:

- ✓ Festivalul de muzică clasică *Prometheus*, Concursul Internațional *Jeunesses Musicales*, Festivalul de jazz de la Sibiu, *Acousmania 2004*, Festivalul internațional de orgă SIMN etc.
 - ✓ Stagiunile de concerte ale marilor instituții muzicale din București și restul țării;
 - ✓ Stagiunile teatrelor de operă și operetă;
 - ✓ Stagiunea Operei Comice pentru copii;
 - ✓ Recitalurile găzduite de Muzeul Național *George Enescu*;
 - ✓ Recitalurile din Stagiunea *Gaudeamus*;
 - ✓ Recitalurile din Stagiunea *Iosif Sava* a Fundației ACCUM;
 - ✓ Concerte și recitaluri găzduite de Institutul Polonez, Institutul Francez, Institutul Italian etc.
 - ✓ Premiile Forumului Muzical Român și Premiile Criticii Muzicale 2003;
 - ✓ Gala Premiilor Institutului Cultural Român 2003;
 - ✓ Premiile Uniunii Compozitorilor și Muzicologilor din România;
 - ✓ Aniversarea a 50 de ani de activitate/Săptămâna festivă la Opera Română din -- București;
 - ✓ Bursele acordate de Fundația Internațional Holland Music Sessions;
 - ✓ Lansarea discului *Angela Gheorghiu EMI Diva*, la București;
 - ✓ S-a acordat o mare atenție prezențelor muzicale românești și turneelor întreprinse de formațiile muzicale peste hotare dintre care amintim:
 - ✓ Concertele eveniment ale Orchestrei Naționale Radio la Bruxelles (5 mai), la Haga (24 iunie);
 - ✓ Turneul Teatrului Național *Ion Dacian*, în Italia;
 - ✓ Turneul Operei Române din Timișoara, în Germania;
 - ✓ Turneul Orchestrei Filarmonicii *Transilvania* din Cluj Napoca, în Franța și Belgia; Pro Contemporania în SUA .
- Evenimentele muzicale de referință sunt prezentate ascultătorilor în emisiunile complexe consacrate: *Univers muzical românesc*, *Muzica de orgă* și altele.
 - Stagiunea muzicală Euroradio a avut rezervate spații distincte în grila de programe care a inclus transmisiuni directe de la seria de concerte din proiectul UER; *Orașele muzicii*–Copenhaga, Ljubljana; Centenar Dvorak (Praga); Centenarul Orchestrei Simfonice din Londra; alte concerte transmise în direct.
 - Aproape toate pauzele transmisiunilor directe au conținut interviuri cu soliștii concertului sau cu alte personalități angrenate în respectivul proiect artistic.
 - Stagiunea Operei Metropolitan din New York a fost reflectată în emisiunea *Seara de operă prin* transmisiuni directe cu câte două pauze, realizate cu interviuri primite de la Metropolitan și cu invitați în Studio (Răzvan Theodorescu, Dan Iordăchescu, Eleonora Enăchescu etc).

- Concertele și recitalurile înregistrate din Stagiunea Euroradio au fost programate sub genericul *Eveniment Euroradio*:
 - ✓ Selecțiuni din Festivalul Mozart – Salzburg (ianuarie).
 - ✓ Selecțiuni din Festivalul Chopin – Polonia (ianuarie și februarie).
 - ✓ Concertele Orchestrei Naționale a Franței.
- Radio România Muzical *George Enescu* are o contribuție esențială la îmbogățirea fondului patrimonial al Societății Române de Radiodifuziune. În acest sens, activitatea s-a desfășurat pe două direcții:
 - organizarea de recitaluri, concerte, alte tipuri de spectacole cu public în cicluri ca *Generația Mileniului III*, *Formații românești contemporane*, *Concerte concurs Archaeus* etc.;
 - realizarea unei producții de înregistrări speciale cu formațiile muzicale și soliștii S.R.R., cu formații colaboratoare, cu artiști români din țară și din diaspora, cu artiști și formații străine care ne-au vizitat țara (repertorii în care pe primul loc se situează fondul muzical național).
- Trecerea în structura postului a Secției de schimburi muzicale cu străinătatea, a personalului tehnic de emisie și de înregistrări, a crainicilor, ca și preluarea unei părți a bazei tehnico-materiale, în fond constituirea postului cu o configurație gândită să cuprindă toate părțile ce concurează la conceperea, realizarea și difuzarea emisiunilor, a adus în fața conducerii postului mai multe probleme care s-au regăsit în plan organizatoric, editorial, al resurselor umane, în plan economico-financiar și tehnic.
- Personalul de concepție și de creație din domeniul jurnalistic s-a manifestat ca o grupă omogenă, cu interese comune în ceea ce privește servirea și susținerea imaginii Postului România Muzical *George Enescu*.

Radio 3 România Tineret - Radio 3 net

Manager: Florian Pittiș, directorul postului

Cel mai important proiect al Postului Radio 3 România Tineret este *Radio 3 net*, emisiuni on-line, pe Internet, o premieră în mass-media din România.

- **Radio 3net** a emis experimental din 1 octombrie 2004, iar din 1 decembrie 2004 s-a integrat efectiv în structura departamentului, cu emisie numai pe Internet.
Postul a apărut pe Internet deoarece Radio România nu deține încă un lanț de frecvențe în ultrascurte (FM) care să permită difuzarea acestui program. Funcționarea pe Internet nu încalcă principiile postului public pentru că, în baza taxei radio, Radio România realizează programe prin acest mijloc de transmisie, iar cei care asigură serviciul prin Internet nu plătesc nici o taxă la SRR.
- Ascultătorii au semnalat faptul că, în anumite zone și la anumite ore, se constată un blocaj al recepției, datorită aglomerării transmisiilor pe Internet. Se are în

vedere ca una dintre rețelele de ultrascurte (FM) să se întoarcă la România Tineret, în momentul în care transmisia de la Radio România Actualități va putea fi recepționată de către ascultătorii din toate zonele țării.

- Având un specific editorial: un mediu și un receptor/ascultător (îl putem numi utilizator) aparte, inițiativele și spiritul creator al realizatorilor postului se regăsesc în site-ul www.radio3.net.ro și în secțiunile sale.

Aționarea comenzii ASCULTĂ ACUM asigură legătura audio-video cu studioul de emisie, iar liniile de CHAT – legătura scrisă cu moderatorul aflat în fața microfonului. Restul secțiunilor (MUZICĂ, BIBLIOTECĂ, FORUM, TELEFOANE UTILE, ULTIMELE ȘTIRI – preluarea radiojurnalului de la ora 13:00 Radio România Actualități, CALENDARE, LINK-URI etc.) se constituie într-un **centru virtual de informare, formare și de resurse** pentru orice cunoscător de limba română între 7 și 70 de ani. Singura condiție este să aibă un computer conectat la Internet.

- În prima parte a anului 2004, ca vector de informație și cultură în mediul publicului în formare, R3RT s-a definit printr-o abordare specifică a emisiunilor și printr-o ofertă radiofonică, în bună parte inexistentă la posturile private cu o adresabilitate similară.

Principiile editoriale ale grilei sunt următoarele:

- Informarea concisă cu privire la evenimentele politice, sociale, economice, culturale și utilitare.
- Formarea prin îmbogățirea nivelului de cunoaștere (în vederea alcătuirii unei ierarhizări personale a valorilor).
- Crearea unei stări de spirit pozitive în toate emisiunile, în special prin muzică (*forma* comunicării, punctul ei de atracție) și moderație+chat (*fondul*, miezul acestei comunicări).
- Depistarea și promovarea valorilor culturale, aflate la debut sau la începutul carierei, din toate domeniile de activitate.
- Fidelizarea ascultătorilor/utilizatorilor printr-o ofertă radiofonică în bună parte inexistentă la alte posturi particulare/comerciale și prin deschiderea (la propriu, la figurat și în ambele sensuri) a secțiunilor COMUNITATE - FORUM - CHAT.
- Radio 3 România Tineret a abordat într-o manieră deschisă, colocvială și neprotocolară, temele generale ale generației și societății cu dezbateri de caz, într-o ambianță muzicală menită să creeze o stare de spirit exuberantă, creativă.
- Emisiunile de la R3RT urmăresc să inducă publicului tânăr o gândire pozitivă, eliberată de axiomele conservatoare, de prejudecăți și inhibări, capabile să descopere și să ierarhizeze valori autentice în plan național și universal.

- Modelele sunt ale cotidianului, prezentate fără dogmatism și intenții vădit pedagogice.
- Punctul forte de atracție a publicului este muzica, sound-ul postului fiind dat atât de muzica autohtonă (50%), cât și cea europeană și americană (în proporții egale) Potrivit standardelor internaționale, R3RT poate fi încadrat în categoria Contemporary College Active Rock.
- Tipologic, emisiunile de la R3RT au cuprins o arie largă de referințe politice, sociale, economice, culturale, științifice, religioase, sportive, teatru radiofonic pentru copii, emisiuni destinate unor categorii aparte de tineri liceeni, studenți, militari, nevăzători etc. În proporție de 80% aceste emisiuni au fost în direct, cea mai mare parte fiind programe interactive.
- Buletinele de știri au fost difuzate la oră fixă, în intervalul 08.00 – 22.00, acestea fiind redactate și citite de o echipă proprie.
- Logo-ul postului R3RT, *Un radio în Blue Jeans* este dublat în 2004 de logo-ul *Ideea zilei*, fiecare zi de emisie aflându-se sub semnul unei idei memorabile.
- În prima parte a anului 2004, R3RT a fost organizator, co-organizator sau partener media al unor importante evenimente de istorie și cultură: *24 ianuarie – Ziua Unirii*, *24 februarie – Dragobetele: Iubește românește*, *9 mai – Ziua Europei*, *Ziua Independenței*, *Ziua Victoriei* (ediție specială având ca invitați pe Jonathan Scheele, șeful Delegației Comisiei Europene la București, precum și pe ambasadorii României la Bruxelles, Londra, Madrid, Roma).
- Postul Radio 3 România Tineret s-a implicat în susținerea manifestărilor organizate de Societatea Română de Radiodifuziune, precum: Târgul de carte *Gaudeamus*, Week-end la Casa Radio, evenimentele complexe culturale – diplomatice la Bruxelles și Haga.
- R3RT a dezvoltat în 2004 parteneriate media pentru Concursul național *Mihai Eminescu*, pentru proiectele ASE Investment School și Personal Development School pentru Concursul internațional de matematică *Cangurul*, pentru Concursul Internațional de Proiecte de Informatică *INFORMATRIX*, pentru proiectul *News To Know* de familiarizare a elevilor din mediul rural cu mijloacele de informare, pentru Festivalul *Jeunesses Muzicales* și Festivalul Teatrului Studențesc, pentru Festivalul de muzică ușoară pentru copii *Ti Amo*.

6. POSTURILE REGIONALE ȘI LOCALE

Considerente generale

- În primul semestru al anului 2004 posturile regionale – București, Cluj, Constanța, Craiova, Iași, Reșița, Tg. Mureș și Timișoara – și cele locale – Brașov, Sibiu, Snagov, Sighet și Radio Vacanța – și-au consolidat statutul în cadrul SRR prin

calitatea emisiunilor și deschiderea acestora spre problemele reale ale comunităților din aria acoperită cu programe. S-a accentuat procesul de personalizare a posturilor regionale prin grilele de program, coloana muzicală, sunet propriu, vocile prezentatorilor și dinamica alternanței rubricilor informative cu emisiuni dedicate actualității politice, economice, sociale, culturale, sportive.

- Structurile organizatorice ale posturilor regionale au rămas neschimbate, ele fiind testate și confirmate în timp, azi inspirând reșezările structurale propuse și aprobate pentru Divizia Posturilor Naționale.
- În prima parte a anului 2004 a continuat procesul complex și firesc, început în 2003, de apropiere a posturilor regionale de posturile naționale, precum și cel de integrare în strategia și eforturile editoriale generale ale Radiodifuziunii Române.
- Prin potențialul lor editorial, tehnic și organizatoric, posturile regionale au devenit surse de materiale publicistice pentru posturile naționale și parteneri ai acestora pentru proiecte organizate în teritoriu de către Societatea Română de Radiodifuziune.
- Posturile regionale preiau zilnic de la Radio România Actualități radiojurnalele de la orele 7:00, 13:00, 16:00, 18:00 și 22:00, pe care le integrează în rețeaua proprie de rubrici de știri locale.
- Sunt preluate, de asemenea, emisiuni culturale, muzicale și transmisiile directe de la evenimente de mare interes național.
- Toate posturile regionale, pe baza stabilității structurilor organizatorice și a independenței editoriale, cu raportare permanentă la statutul de post public, se bucură de o mare notorietate în zonele în care sunt recepționate, fiind lideri pe plan local în ceea ce privește audiența și credibilitatea.
- Modernizarea editorială are în vedere raportul de 60% muzică față de 40% vorbă, cu tendință reală de creștere a ponderii programelor muzicale în lunile de vară.
- Emisiunile realizate și prezentate în direct tind să ajungă la 85% din totalul programelor difuzate, ceea ce asigură prezentarea operativă a evenimentelor și relatarea acestora de multe ori concomitent cu desfășurarea lor.

Faptul dă un plus de autenticitate programelor care beneficiază de prezența unui mare număr de interlocutori, factori cu răspundere în administrația locală sau cetățeni obișnuiți, autori sau participanți la evenimente de referință în viața comunităților urbane sau rurale.

- Aprovizionarea operativă cu informații și cu alte genuri publicistice este asigurată și de rețeaua de corespondenți și colaboratori, proprie fiecărui studio regional, precum și de buna colaborare cu autoritățile locale și instituțiile statului.

- În consonanță cu strategia Societății Române de Radiodifuziune, posturile regionale sunt producătoare de evenimente culturale de larg interes cetățesc, prilej de implicare în viața localităților.
- În anul 2004, grilele de programe au inclus, la fiecare post regional, emisiunile și rubricile electorale, proiectate și coordonate unitar la nivelul Radiodifuziunii Române.
- S-au asigurat, de asemenea, potrivit legii, spații în emisiuni speciale partidelor politice cu reprezentare parlamentară, potrivit ponderii lor în Parlament.
- Posturile regionale Cluj, Constanța, Reșița, Timișoara și Tg. Mureș transmit emisiuni și în limbile minorităților, iar posturile regionale Craiova și Iași difuzează programe în limba română pentru grupurile etnice reprezentative din zonele acoperite cu programe radio.
- Întreaga politică editorială a posturilor regionale se află în slujba ascultătorilor, prin prezentarea corectă, protejată de orice partizanat sau influențe, a faptelor de viață a realității, promovând în același timp valorile culturale locale, naționale și universale.
- Prin programele lor, complementare cu cele ale posturilor naționale, posturile regionale dovedesc o deplină deschidere spre problemele cetățenilor și administrației locale, asigurând echilibru și echidistanță în prezentarea evenimentelor din toate zonele actualității.
- Prezentăm câteva repere editoriale care individualizează posturile regionale, deschise, prin programele lor, spre actualitatea locală în relația autorității locale-cetățeni și spre problemele specifice ale comunităților mai mari sau mai mici.

Radio București

Manager: Ștefan Ciochinaru, directorul postului

Emite 24 de ore din 24

- Grila de programe este structurată pentru a asigura o ofertă media modernă, inspirată din specificul actualității din cea mai mare aglomerație urbană a țării. Așteptările publicului bucureștean se regăsesc în primul rând în rețeaua grupajelor informative difuzate din oră în oră, iar în prime time, din jumătate în jumătate de oră.

Pulsul marelui oraș, imaginea Capitalei, problemele cu care se confruntă bucureștenii, așteptările acestora de la autoritățile locale, dar și de la instituțiile statului se regăsesc în paleta programelor de actualitate economică, socială, muzicală, culturală, sportivă etc.

- Contactul cu ascultătorii s-a dezvoltat prin extinderea emisiunilor interactive, devenite adevărate ferestre deschise spre ascultătorii din cele mai diferite categorii sociale și profesionale.
- Din producția editorială realizată de Radio București amintim radioprogramele: *Bună dimineața, București* – 6.00 – 9.00; *Miezul Zilei* – 12.00 – 14.30; *În drum spre casă* – 15.00 – 18.00; *Rondul de seară* – 19.00 – 21.00, precum și spații rezervate creației publicistice cu profil cultural, muzical, social. Grilele pentru zilele de sâmbătă și duminică sunt adaptate specificului acestora, incluzând emisiuni magazin, de teatru, turism și muzicale, rubrici interactive, pentru copii etc.
- Grilele de program adaptate în funcție de anotimp și evenimente cu mare rezonanță în viața Capitalei și a țării includ în multe situații sugestii ale ascultătorilor, comunicate redacției, inclusiv prin dialogurile în direct cu aceștia. Astfel, *Magazinul Matinal* și *Drive Time*, difuzat de luni până vineri între orele 6.00 – 9.00; 12.00 – 14.30; 15.00 – 18.00 și duminica între orele 15.00 – 18.00, au fost regândite și reprojctate prin mărirea frecvenței transmisiilor directe de pe teren sub genericul *Reporter în trafic* și a relațiilor și informărilor de la Brigada de poliție Rutieră a Capitalei, precum și a rubricilor de informații meteo, în prima parte a zilei. Prin introducerea rubricii *Shopping reporter* se oferă ascultătorilor informații de sezon privind spațiile comerciale bucureștene și redimensionarea rețelei de magazine și unități de prestări servicii.
- Organizarea unor concursuri pe teme de cultură generală destinate liceenilor și studenților, în parteneriat cu mari edituri și instituții culturale bucureștene, cooperarea cu asociațiile studențești și de tineret, cu alte organisme ale societății civile au condus la împlinirea grilelor de programe cu emisiuni așteptate de ascultători.
- **Antena Satelor** – unicul program care se adresează comunităților rurale, problematicii economice și culturale, oamenilor din aceste zone – este un program distinct, produs de Radio București.
Din 2004, Antena Satelor și-a extins numărul de ore de emisie (6:00 – 22:00) și aria de acoperire, în condițiile menținerii aceluiași număr de personal.
Cele două radioprograme produse de Antena Satelor se bucură de un mare interes:
 - ✓ *Bună dimineață, gospodari!* – 06.00 – 09.00, radioprogram de actualități matinale, cu informații și recomandări, reportaje și interviuri privind domeniul agricol, cu muzică din toate zonele țării și creații populare ale minorităților naționale.
 - ✓ *Bună seara, oameni buni* – 19.00 – 20.00, radioprogram cu valențe educativ – formative, cu referire la probleme economice, sociale, culturale specifice mediului rural, precum și dedicații muzicale.

- Antena Satelor – păstrează și promovează valorile autentice tradiționale ale satului românesc, cele care asigură identitate națională, fără a neglija valorile universale și ale minorităților naționale.
- În primul semestru al anului 2004, în grila de programe au fost incluse emisiuni complexe și rubrici cu următoarele generice: *SAPARD – o șansă pentru agricultură și dezvoltarea rurală*, *Dicționar explicativ* în care sunt prezentate termene din formularele de accesare a programelor Uniunii Europene; *Satul românesc și provocările aderării la Uniunea Europeană*, *Politici agricole comunitare*, *Protecția și gestionarea mediului*, *O poveste adevărată - oportunități de afaceri, managementul gospodăriei sau fermei*; *Practici agricole comparate*, *Turismul rural*, *Apostolii satelor* - implicarea intelectualilor în educația tinerilor din mediul rural, păstrarea valorilor morale ale satului românesc; *Obiceiuri și tradiții populare*.
- De la 1 noiembrie 2004, Antena Satelor a trecut la un nou format, cu un program zilnic de 16 ore, între 6.00 și 22.00.

Receptat în județele din Muntenia, Dobrogea și Banat, sondajele îl situează ca **al treilea post de radio din zonă**, după Radio România Actualități și studiourile teritoriale din Craiova, Constanța sau Timișoara, după caz.

Obiectivele propuse au fost materializate, în primul rând, prin regândirea programelor zilnice. Au fost astfel promovate emisiunile interactive prin asigurarea unui dialog permanent între ascultători și redactori sau invitat, de regulă specialist într-un domeniu de interes pentru publicul căruia ne adresăm.

- În prezent, datorită rețehnologizării emițătoarelor și a strategiei de dezvoltare a Societății Române de Radiodifuziune, Radio Antena Satelor emite pe unde medii pe următoarele frecvențe: 630 KHz – Voinești, 603 KHz - Herăstrău, 531 KHz – Urziceni și 1314 KHz – Timișoara și Constanța, zilnic între orele 6:00 și 22:00.

Prin preluarea acestor frecvențe, Antena Satelor beneficiază de un lanț de unde medii prin care acoperă aproape o treime din teritoriul țării, respectiv partea de sud care reprezintă cel mai important bazin agricol al României.

- Mărirea programului de emisie a permis abordarea, într-un cadru mai larg, a unor probleme de mare interes pentru ascultătorii noștri, atât cele din sfera culturală, educațională, cât mai ales cele legate de dezvoltarea rurală, de realizarea unei agriculturi durabile, de bune practici agricole, contribuind astfel la așezarea agriculturii românești în matca agriculturii europene.
- Prin extinderea orelor de emisie și a ariei de acoperire, Radio Antena Satelor tinde să devină un program european destinat agricultorilor și locuitorilor din mediul rural. Scopul principal este acela de pregătire treptată a fermierilor și producătorilor români pentru a putea opera pe piața europeană și a locuitorilor satelor pentru a face parte din marea familie europeană.

Radio Oltenia Craiova

Manager: Mircea Pospai, directorul postului

- Anul 2004, în care Radio Oltenia Craiova a împlinit 50 de ani de existență, a fost declarat drept etapa racordării postului la cerințele publicisticii moderne de radio și consolidării poziției de lider de piață zonală prin audiență și notorietate. Prin stabilizarea audienței în mediul rural s-a declanșat ofensiva publicistică de creștere a numărului de ascultători în mediul urban.
- *Audiențe la dumneavoastră acasă* și *Studioul cetățeanului* sunt repere din grilă de mare interes pentru ascultătorii din zonele urbane și rurale.
- Reorganizarea grupurilor de lucru, dar și stabilitatea echipelor de creație, promovarea spiritului de echipă, consolidarea zilnică a activității și evaluările periodice au asigurat contextul profesional necesar unei activități de creație publicistică potrivit cerințelor radioului modern și așteptărilor ascultătorilor.
- S-au păstrat în grilă emisiunile confirmate de audiență, între care radioprogramul de *Actualități matinale* (5 ore), *Actualitatea post – meridian*, ca oglindă a zilei (40 minute), programele de seară (muzică, divertisment, adresate în primul rând tineretului, cu scopul de a atrage noi ascultători și de fidelizare a celor existenți).
- Au fost, de asemenea, consacrate în grilă emisiunile de dialog între autoritățile locale și cetățeni, spațiile culturale și de interes social.
- *Agora literară*, *Brâncușiana*, *Limba noastră*, *Radio Craiova mozaic* sunt rubricile și emisiunile consacrate actualității economice, sociale, culturale, sportive, dialogurilor de larg interes cetățenesc.
- Studioul s-a implicat în dezbaterea celor mai acute probleme ale zonei și ale comunităților, concomitent cu apropierea de ascultători și de problemele lor, așa cum ele au fost prezentate cu ocazia Caravanei Radio desfășurate în vara anului 2003.
- Între evenimentele organizate de Radio Oltenia Craiova s-au detașat: Târgul de carte *Gaudeamus*, ediția a III-a, manifestările *Week-end la Casa Radio Oltenia*, aniversarea a 50 de ani de existență a postului, prilej de evocare a tradițiilor, dar mai ales de prezentare a unor proiecte publicistice noi.
- Radio Oltenia Craiova a primit în 2004 mai multe distincții – diplome și diverse însemne din partea mai multor instituții de cultură, a mediului de afaceri și a unor organizații ale societății civile.

Radio Cluj

Manager: Florin Zaharescu, directorul postului

- Politica editorială, inspirată din realitățile zonei, a stat în prima parte a anului 2004 sub semnul împlinirii a 50 de ani de existență a postului. Proiectul *Radio Cluj 50* a cuprins o serie de manifestări, emisiuni și rubrici realizate cu și pentru ascultători.

Seria de manifestări *Radio Cluj 50* a avut drept coloană vertebrală *Caravanele Radio Cluj*: un număr de deplasări în teritoriu, care valorifică experiența câștigată în colaborarea cu Radio România Actualități în anul 2003. A fost o campanie de apropiere de bucuriile, dar și de problemele cu care se confruntă locuitorii Transilvaniei. Au fost vizate, cu precădere, comunitățile medii și mici, unde audiența Radio Cluj are mari posibilități de creștere. Manifestările au fost programate pe toată durata anului. Cele mai relevante acțiuni publicistice au avut loc în perioada 4 – 14 martie 2004 la sediul postului, dar scopul principal a rămas și rămâne acoperirea teritoriului prin oferte de contact cu conținut explorativ și oferte materializate în emisiuni și spectacole cu public.

Din programul *Caravelor Radio Cluj 50* amintim întâlnirea cu ascultătorii în județul Sălaj (localitățile Zalău, Jibou, Șimleu) și în județul Cluj (localitățile Dej, Gherla, Huedin, Câmpia Turzii).

- În perioada 4-15 martie 2004 s-au desfășurat: un concert simfonic în Sala de spectacole Radio Cluj, susținut de formația *Camerata Romanica* și grupul simfonic *Baroc*, vernisajul expoziției de caricatură tematică – *Radio mon amour* (cei mai renumiți caricaturiști din țară), o lansare de carte *Vasile Rebreanu*, fost director al Radio Cluj în perioada 1968 – 1985, cu participarea seniorilor radioului clujean, și un spectacol organizat de Redacția emisiunilor în limba maghiară.
- Actualitatea locală, cu întreg evantaiul de evenimente (politice, economice, sociale, culturale, sportive etc.) s-a aflat în atenția redactorilor și producătorilor de programe, dar și valorificarea tradițiilor folclorice și culturale ale Transilvaniei.
- Radio Cluj a reprezentat, prin programele sale, un factor de echilibru în promovarea valorilor morale autentice.
- Modul de lucru de la Radio Cluj a pus în prim-plan editorul, care asigură forma finală a emisiunilor în formatul cadru stabilit de grila de programe. Autonomia unităților editoriale a stimulat competiția profesională al cărei rezultat este măsurat de audiența postului, în creștere în trimestrul IV 2004.

Radio Constanța

Manager: Rodica Șerbănescu, directorul postului

- Prin programele sale permanente, dar și prin postul Radio Vacanța, Radio Constanța s-a impus în media dobrogeană prin credibilitate și o ofertă diversificată de emisiuni care acoperă toate componentele actualității din zonă.
- Prioritățile editoriale ale Postului Radio Constanța au fost date de evenimentele semnificative în plan zonal, cu rezonanță națională. Existența în zona acoperită cu programe a unor unități cu statut unic în România (Biosfera Delta Dunării, Centrala Nucleară Cernavodă, Portul, Zona Liberă, turismul maritim) a individualizat în mare măsură subiectele prioritare abordate. Atenția s-a îndreptat și spre evenimente desfășurate în zonă: Parteneriate NATO, Summit-ul de la Mamaia, congrese, conferințe, festivaluri, desfășurate mai frecvent în lunile de vară în județele Constanța și Tulcea. Știri despre astfel de evenimente deschid rubricile de informații, pentru ca apoi să fie reluate prin reportaje, interviuri sau dezbateri.
- Principalele radioprograme: *Matinal*, *La miezul zilei*, *Barometrul cotidian* au devenit mai dinamice, mai consistente prin extinderea investigației publicistice în zonele economicului, socialului, culturii, mediului de afaceri din județele Constanța și Tulcea.
- În grilele stabilite, alături de rubrici de succes, s-au introdus noi emisiuni care au dezvoltat componente sociale, cultural – educative și de divertisment: *Rampa de lansare*, *Recreația mică*, *Acasă la tine*, *Interferențe culturale*, *Scena radio*, *Vizita la domiciliu*, *Planeta Verde*, *Clubul prietenilor*, *Pentru dumneavoastră pensionarii*.
- Dintre proiectele editoriale realizate în ultimile luni ale anului 2004 menționăm: *Gaudeamus*, concurs sub genericul *cuvinte potrivite*, cu participarea elevilor de la Colegiul Pedagogic și Liceele *George Călinescu* și *Mircea cel Bătrân*; *La aniversare*, *Radio România* – întâlniri cu ascultătorii, prilej de testare a proiectelor editoriale și de dezbateri a celor mai interesante programe ale postului.
- Acțiunea *Copii pentru copii*, inițiată de SRR în sprijinul copiilor din Irak și Afganistan, a inclus o expoziție de desene și colectarea unui număr mare de jucării expediate apoi în zonele menționate, afectate de conflicte militare. La notorietatea postului Radio Vacanța a contribuit și parteneriatul semnat cu Radio Deutsche Welle. Proiectul, care prevede difuzarea de buletine de știri în limba germană pentru oaspeții litoralului, va fi reluat și extins începând de la 1 mai 2005.

- Emisiunile pentru minorități au fost reamplasate în grilă, cu spații mai ample, la solicitarea ascultătorilor. A continuat campania, prin emisiuni, consacrată prevenirii consumului de droguri și infestării cu virusul HIV.
- Emisiunile muzicale au beneficiat din partea realizatorilor de o selecție a genurilor, cu respectarea proporțiilor, și de modalități de prezentare atractive, apropiate de ascultători.
- Trecerea la o nouă structură organizatorică a impus stabilirea unor noi criterii de performanță la care să se raporteze toate inițiativele, proiectele și producțiile publicistice. Această strategie a condus la consolidarea audienței și la creșterea notorietății postului care se adresează cu emisiuni generaliste, inspirate din actualitatea județelor Constanța și Tulcea, ascultătorilor de toate vârstele.
- Competiția internă a condus la un mare număr de proiecte noi, care, prin licitație, se introduc în grila de programe, pe măsură ce argumentele în favoarea lor sunt viabile.

Radio Iași

Manager: Ștefan Daraban, director interimar al postului

- Grila de programe structurată pe opt pachete de emisiuni s-a dovedit cadrul propice pentru creație publicistică inspirată de actualitatea locală. S-a acordat prioritate evenimentelor semnificative pentru realitățile din județele Moldovei fiind consacrate, prin opțiunile ascultătorilor, câteva producții radiofonice care dau relief și personalitate Postului Radio Iași.
- Emisiunile *Bună dimineața Moldova!* și *Cotidian Sonor*, difuzate de luni până duminică, au formatul impus de obiectivul proiectului, respectiv o emisiune informativ-muzicală unde sunt inserate cele mai relevante evenimente din realitatea economico-socială și culturală a Moldovei, prin inserturi sonore ale corespondenților județeni și ale redactorilor aflați pe teren. Unele ediții, numite ediții speciale, au fost realizate din localitățile Deleni, Câmpulung Moldovenesc, Roman, Galați, Moinești, Tg. Ocna, Huși, Vaslui, Negrești, Butea. Se remarcă edițiile speciale consacrate *Poveștii de succes* și rezultatele deosebite în valorificarea potențialului turistic din Moldova.
- Emisiunile *Radio Service* care includ vinerea o ediție *Audiența Radio*, realizează o bună comunicare cu ascultătorii și generează un interes special pentru oferta de programe. Răspunsurile la scrisorile ascultătorilor pe teme de legislație și spețe concrete se bucură de un larg interes și dovedesc utilitatea imediată a Radioului public.
- Pentru susținerea mediului de afaceri, Radio Iași are stabilite parteneriate cu camerele de comerț și industrie din toată Moldova, la evenimentele cărora participăm și de unde primim buletine informative permanente. Aceași atenție se

acordă IMM-urilor și mediului bancar. Edițiile speciale ale emisiunii *Afaceri, marfă, bani* au adus la microfon personalități ale domeniului și problemele cu care se confruntă.

- Rubricile matinale *Sfaturi pentru agricultori* și emisiunea săptămânală *Satul Românesc* au locuri distincte în grilele de program. Între noutăți apar concursurile profesionale *Agricultura azi*, organizate în colaborare cu liceele de specialitate, la care Radio Iași acordă, prin sponsorizare, premii câștigătorilor. Impactul este maxim în rândul participanților.
- Problematika integrării europene este abordată distinct în cadrul ediției din fiecare zi de luni a *Radiosferei* - program complex, interactiv, unde s-au dezbătut probleme legate de istoricul Uniunii Europene, instituții și organizații specifice, perspective, drepturi și obligații, legislație comunitară, problema circulației persoanei în spațiul comunitar.
- Emisiunile culturale au subliniat ideea de identitate și tradiție, de modernitate și post-modernitate. Limba română, momentele poetice, teatrul la microfon, jurnalul artelor asigură o bună informare și constituie o pledoarie pentru accesul la valorile autentice ale culturii românești și universale. Radio Iași realizează 12 premiere pe an din repertoriul național și universal, iar anul acesta atenția noastră s-a orientat către comemorarea a 500 de ani de la trecerea în eternitate a lui Ștefan cel Mare.
- Întreaga activitate editorială a postului Radio Iași poartă amprenta realei sale autonomii. Programele s-au desfășurat, în perioada septembrie-decembrie 2004, conform grilei adoptate pe baza proiectelor de emisiuni prezentate de realizatori la licitațiile organizate în cadrul studioului. Autonomia editorială s-a manifestat, în primul rând, în realizarea proiectelor, fiecare redactor având deplină independență în alegerea și tratarea subiectelor. Avantajele autonomiei pot fi formulate succint astfel:
 - mobilitate în reflectarea evenimentelor;
 - dinamizarea spiritului creator;
 - realizatorii sunt în competiție cu ei înșiși pentru a propune și dezvolta subiecte și teme de real interes;
 - responsabilitatea pentru actul jurnalistic a căpătat dimensiuni noi în care au fost incluși parametri economici antrenați în exercitarea profesiei.

Radio Reșița

Manager: Doru Dinu Glăvan, director adjunct

- Postul s-a impus în conștiința ascultătorilor din județul Caraș Severin și din zonele limitrofe, precum și a comunităților românești din Banatul Sârbesc, prin programe variate, inspirate din realitățile zonelor acoperite cu emisiuni.

- În primul semestru al anului 2004, grilele de program având ca puncte de reper cele șapte radioprograme de actualități și rubricile de informații locale au fost adaptate cerințelor perioadei, fiind incluse emisiuni electorale, dezbateri publice cu alegătorii și candidații la Reșița, Caransebeș, Bocșa și Oțelu Roșu sub genericul *Radio România în Piața Mare*.
- Prioritară este prezentarea operativă a actualității din localitățile mari sau mici, a problemelor cu care se confruntă autoritățile locale și cetățenii, contribuind nu numai la cunoașterea problemelor, a disfuncționalităților, ci și la rezolvarea lor. Aceeași atenție este acordată programelor culturale, educative, celor adresate punctual tuturor vârstelor și categoriilor sociale.
- Cea mai mare parte a programelor se realizează și se difuzează în direct, o atenție prioritară acordându-se contactelor cetățenilor cu autoritățile locale din municipii, orașe și comune. S-a dezvoltat contactul deschis cu ascultătorii din zona acoperită cu programe, inclusiv în localitățile din Banatul sârbesc unde trăiesc comunități de români.
- Între noutățile din grilă se află radioprogramul *Vacanță cu Radio Reșița – Radio Semenic*, difuzat zilnic, de luni până vineri între orele 11.00 – 13.00 și 16.00 – 18.00. Se continuă astfel proiectul general de apropiere a postului de ascultători, cărora li se asigură informații utile, de mare interes și care răspund unor necesități reale ale comunităților urbane și rurale.
- Noile rubrici muzicale, culturale și de promovare a cunoștințelor generale privind tradițiile și izvoarele istorice și de creație, care dau identitate zonei, se regăsesc într-o rețea de programe interactive, în contact cu ascultătorii.
- Rubrici și emisiuni speciale au fost dedicate elevilor, în primul rând celor care se pregăteau pentru examenele de Capacitate și Bacalaureat.
- Printr-o colaborare cu Agenția de presă RADOR, postul difuzează zilnic, de luni până sâmbătă, *Revista presei naționale și internaționale*.
- Radio Reșița a editat volumul *Uite cine, ce și cum vorbește*, rezultat al monitorizării postului timp de doi ani. Volumul oferă texte difuzate și analize ale acestora, prilej de examinare a modului în care este folosită limba română în emisiuni.
- Radio Reșița a produs, în colaborare cu Teatrul *George Augustin Petculescu* din Reșița, piesa *Nopti albe*, difuzată de Radio România Actualități. De asemenea, a realizat un spectacol radiofonic consacrat marelui interpret al folclorului bănățean, Luță Ioviță, la 50 de ani de la dispariție, și un CD cu colinde interpretate de Zorica Savu.

- Între alte producții proprii, semnalăm două spectacole radiofonice de poezie dedicate lui Lucian Blaga și Ninei Cassian. Radio Reșița a organizat și a fost gazda Conferinței Naționale a Uniunii Ziaristilor Profesioniști din România și a sprijinit construirea bisericii ortodoxe din incinta Muzeului Spiritualității Românești din Torac (Voivodina).

Radio Timișoara

Manager: Nicolae Dolângă, director adjunct

- Echilibrul între temele abordate și modalitățile de prezentare ale emisiunilor de actualități, sociale, culturale, de divertisment și în limbile minorităților este caracteristic politicii editoriale a postului. Emisiunile acoperă toate ariile de interes ale diferitelor categorii sociale sau de vârstă, fiind inspirate de evenimentele locale și de problemele comunităților urbane și rurale.
- În prima parte a zilei, programul de la Radio Timișoara este dedicat emisiunilor de actualități. Radioprogramul matinal de două ore este axat pe informații scurte și de maximă importanță pentru ascultător: starea vremii, trafic, informații utile privind programul zilei care începe.
- Emisiunile matinale alcătuiesc o sinteză a celor mai importante evenimente ale zilei precedente și oferă o imagine sonoră reprezentativă pentru actualitatea din zona de interes a postului: județele Timiș, Arad, Hunedoara. Muzica difuzată în cadrul Radioprogramului matinal se încadrează în clasa *adult hits* – piese care rămân în memorie, fiind ușor de reținut și fredonat.
- Interactivitatea este o prioritate a strategiei editoriale. Prima emisiune interactivă difuzată de Radio Timișoara pleca în eter acum 14 ani și era, atunci, o experiență absolut inedită. Emisiunea *Un răspuns pentru fiecare*, născută atunci, este și acum un dialog viu, eficient între cetățean și reprezentanții autorității locale, între omul de rând și mai marii instituțiilor publice, între cel care are o problemă și cel care poate să o rezolve. Radio Timișoara și-a asumat rolul de mediator între autorități și cetățeni sau între specialiști și cei care au nevoie de ei, facilitând dialogul în direct al acestora – alte exemple fiind emisiunile *Orele cetății*, *În rând cu lumea*, *Vârsta a treia*, *Eva în mileniul III*.
- Cele mai importante evenimente culturale, sărbători, festivaluri și tradiții sunt ilustrate în reportaje, interviuri, instantanee, comentarii în cadrul emisiunilor culturale și de divertisment: *Carusel cultural*, *Izvoare fermecate*, *Cap de afiș*, *Bal în familie*.
- Banatul este recunoscut ca o zonă a diversității culturale și etnice. Emisiunile în limbile germană, maghiară, sârbă, bulgară, cehă, slovacă, ucraineană și rromanes își au publicul lor.

- Din dorința de a sprijini inițiativa și competiția internă, în cadrul noii structuri organizatorice a departamentului, a continuat procesul de creație printr-o permanentă selecție a proiectelor de emisiuni depuse de redactori și realizatori. Pe lângă emisiunile speciale dedicate campaniei electorale, în ultimele luni ale anului 2004 au revenit pe 630 KHZ emisiuni de tradiție la Radio Timișoara: *Izvoare fermecate* și *Labirint*. De asemenea, a fost discutat și se află într-o fază avansată proiectul unei noi emisiuni de învățământ, care va completa astfel paleta emisiunilor pentru publicul tânăr, alături de *Între plus și minus infinit*, *Cap de afiș*, *Piti-show* sau *Călătorie în lumea poveștilor*.
- Postul Radio Timișoara, radio public și parte a Societății Române de Radiodifuziune, a continuat să informeze echilibrat (local, național, internațional), clar, obiectiv, prompt, să reprezinte un factor de educare continuă, prin formarea sistemului de *valori morale* și prin susținerea *valorilor naționale și universale*, să trezească și să promoveze interesul pentru cultură, să ofere un divertisment de calitate, să joace rolul unui catalizator-accelerator al fenomenelor și tendințelor pozitive pe plan economic și social, fiind un *generator de încredere*, și să promoveze imaginea României prin reflectarea *actualității, culturii și civilizației românești*.

Radio Târgu Mureș

Manager: Mirela Moldovan, directorul postului

- În primul semestru al anului s-a realizat, în colaborare cu ROOS Olanda, etapa a II-a de evaluare a proiectului MILENIUM, un ansamblu de acțiuni care a dus la transformarea postului și la adaptarea acestuia la cerințele europene în materie de comunicare publică. Radio Târgu Mureș a devenit o instituție media cu o definiție clară a misiunii sale, precum și a standardelor de performanță editorială și de pregătire profesională, cu accent pe factorul uman și pe motivarea acestuia.
- Realizarea sistemului de emisie DALET (etapa a II-a de evaluare), cu o interfață accesibilă fiecărui membru al echipei de la Radio Târgu-Mureș, a condus la o mai bună gestionare a materialelor difuzate, definirea unei politici muzicale noi, conformă standardelor de calitate tehnică și profesională actuale.
- Alocarea a încă 2 frecvențe pe unde ultracurte, respectiv 98,9 FM – Miercurea Ciuc și 98,4 FM – Toplița, asigură o mai bună acoperire a teritoriului cu programe radio.
- Politica editorială a urmărit realizarea unui program radiofonic unitar, pentru emisiunile în limbile română, maghiară, germană și rromanes. S-a asigurat, de asemenea, un sound unic al postului, indiferent de limba în care sunt difuzate emisiunile sau de segmentele orare ale zilei, împreună cu postul local Antena Brașovului, ca o structură integrată flexibilă, având o politică editorială deschisă spre actualitatea specifică zonelor acoperite cu programe.

- Grila de programe se impune prin emisiuni tip magazin (de actualități), emisiuni specializate (cultură și sport) și emisiuni muzicale (de divertisment).

Pregătirea și specializarea prezentatorilor pe tipuri de emisiuni după standarde unice, cu conținut variat, inspirat de evenimentele la zi, dau un plus de atractivitate, contribuind la fidelizarea ascultătorilor. Actualitatea, prezentată prin știri, este abordată apoi, dacă este cazul, prin dezbateri din perspective multiple. Astfel se asigură prezentarea imparțială, obiectivă a actualității social-politice și economice, precum și a evenimentelor din viața internațională.

- Emisiuni specializate, dar și întregul program promovează valorile limbii române, creațiile autentice culturale naționale și universale, precum și ale minorităților naționale. Emisiunile pentru minoritățile naționale au un loc distinct în cadrul programelor Radio Târgu-Mureș, postul fiind distins cu premiul special al Consiliului Național al Audiovizualului pentru cel mai bun program local din țară și pentru promovarea multiculturalității. Lunar, postul realizează emisiuni în limba română însumând 19.470 de minute, în limba maghiară 13.260 de minute și în limba germană 1.680 de ore. Redacția maghiară realizează și difuzează 60 de minute de program pentru Radio Kossuth – Ungaria, iar redacția germană are schimburi de materiale publicistice cu alte posturi regionale.
- Dintre proiectele publicistice din perioada analizată amintim: *Colecția de toamnă* – program muzical realizat în colaborare cu personalitățile domeniului și inspirat din sugestiile ascultătorilor, *Bicicleta 2004* – acțiune de promovare a imaginii postului de radio, *America votează!*, *Ziua Românilor* – transmisiile directe de la Alba-Iulia cu ocazia Zilei Naționale, *Gala sportului transilvan*, *Omul Anului 2004*, *Târgul ONG-urilor*, *Gala presei mureșene* etc.
- Redefinirea imaginii postului s-a realizat în colaborare cu specialiștii de la compania româno-britanică FLAME și constă în schimbarea identității generale și în modificarea grilei de programe. Procesul de rebranding este motivat prin nevoia de adaptare a mesajelor editoriale și de comunicare ale postului la piața media din Transilvania, aflată într-o continuă dinamică. Radio Târgu Mureș a plecat de la premisa că dorește să se mențină lider într-o competiție în care a fost desemnat drept *cel mai bun post regional de radio din România*.
- Noua identitate vizuală intenționează sublinierea mai clară a profilului multicultural al programelor Radio Târgu-Mureș, precum și axarea emisiunilor pe informare, educare și divertisment. Prin noua sa imagine, Radio Târgu Mureș definește mai clar targetul său de audiență: publicul activ, educat, cu statut social mediu și ridicat, din mediul urban, dar și rural.
- Postul local Radio Brașov nu a reușit să se consolideze pe piață și, de aceea, în Consiliul de administrație va fi analizată situația acestui post.

7. EMISIUNI REALIZATE ÎN LIMBILE MINORITĂȚILOR

Radio România realizează și difuzează săptămânal emisiuni în 13 limbi, pentru minoritățile naționale și în dialectul aromân.

Casa Radio București

- Redacția emisiunilor în limbile maghiară și germană, aflată în Casa Radio din București, realizează săptămânal 380 de minute în limba maghiară și 370 de minute în limba germană.
Acele programe sunt recepționate în București și în zonele: Banat, Cluj, Târgu Mureș, Miercurea Ciuc, Sfântu Gheorghe.

Posturile regionale

- Studiourile regionale de radio realizează și difuzează cea mai mare parte a emisiunilor în limbile minorităților naționale.
- Producția totală săptămânală a acestora însumează 7260 de minute.
- Emisiunile în limbile minorităților reprezintă 7,15% din totalul programelor SRR și 10,77% din totalul programelor posturilor regionale.

□ Radio Cluj

- ✓ Aria de acoperire: Alba, Bihor, Bistrița Năsăud, Cluj, Maramureș, Satu Mare, Sălaj, Sibiu
- ✓ Ponderea emisiunilor pentru minorități, în totalul programelor: 28,57%
- ✓ Emisiuni realizate în limbile minorităților:
 - în limba maghiară
 - 2100 de minute pe unde medii
 - 1680 de minute pe unde ultrascurte
 - în limba ucraineană
 - 15 minute pe unde ultrascurte

maghiară	Luni - vineri	8,00 – 10,00 15,00 – 18,00	Orban Katalin
	Duminică	14,00 - 18,00	
Ucraineană	luni	12,45 – 13,00	Ivan Semeniuc

□ Radio Constanța

- ✓ Aria de acoperire: Constanța, Tulcea, Călărași, Ialomița, Brăila, Galați, Buzău, Vrancea

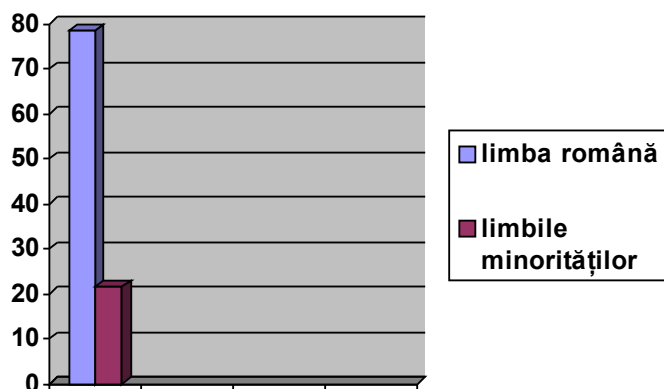
Raport de activitate al Societății Române de Radiodifuziune – 2004

- ✓ Ponderea emisiunilor pentru minorități, în totalul programelor: 3,65%
- ✓ Emisiuni realizate în limbile minorităților
 - greacă, 30 de minute
 - turcă, 30 de minute
 - ruso-lipoveană, 30 de minute
 - tătară, 30 de minute
 - armeană, 30 de minute
 - în dialect aromân, 30 de minute

Emisiunea etniei elene	Luni	11,00 – 11,45	Anastasiu Pambucoglu
Emisiunea turcilor	Mărți	11,00 – 11,45	Subihan Iomer
Emisiunea rușilor lipoveni	Miercuri	11,00 – 11,45	Nina Halca și Dana Lebed
Emisiunea tătarilor	Miercuri	14,00 – 14,45	Ghiulsen Ismail
Emisiunea Asociației Culturale Aromâne	Joi	11,00 – 11,45	Mariana Budesch
Emisiunea armenilor	Vineri	11,00 – 11,45	Harry Tavitian

□ Radio Timișoara

- ✓ Aria de acoperire: Arad, Timiș, Caraș Severin, Hunedoara
- ✓ Ponderea emisiunilor pentru minorități în totalul programelor: 21,43%



- ✓ Emisiuni realizate în limbile minorităților
 - maghiară, 420 de minute
 - germană, 420 de minute
 - sârbă, 420 de minute
 - slovacă, 45 de minute
 - cehă, 45 de minute
 - bulgară, 45 de minute

- ucraineană, 45 de minute

Germană	Luni - vineri	13.00 – 14.	Schiffer Ingrid
Maghiară	Luni - vineri	14.00 – 15.00	Bartha Csaba
Sârbă	Luni - vineri	15.00 – 16.00	Todorov Miomir
Bulgară	Duminică	16.00 – 16.30	Todorov Miomir
Cehă	Duminică	16.30 – 17.00	Todorov Miomir
Slovacă	Duminică	17.00 – 18.00	Todorov Miomir
Ucraineană	Duminică	18.00 – 18.30	Todorov Miomir
Rromanes	Duminică	18.30 – 19.00	Todorov Miomir

□ **Radio Tg.-Mureș**

- ✓ Aria de acoperire: Mureș, Brașov, Harghita, Covasna
- ✓ Ponderea emisiunilor pentru minorități, în totalul programelor: 44,61%, pe AM și 39,70%, pe FM

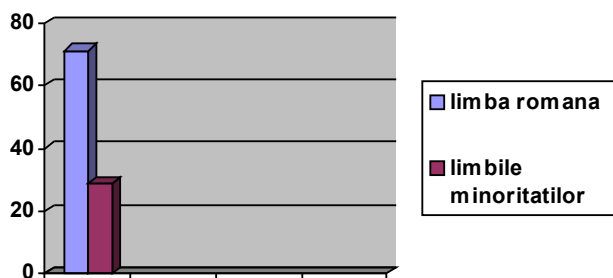


Emisiuni realizate în limbile minorităților

- maghiară, 3000 de minute în FM din care 2220 de minute și pe unde medii.
- germană, 200 de minute pe unde medii
- rromă, 60 de minute, în săptămânile I, II și III ale lunii

□ **Radio Reșița**

- ✓ Aria de acoperire: Zona Banatului
- ✓ Ponderea emisiunilor pentru minorități, în totalul programelor: 28,57%

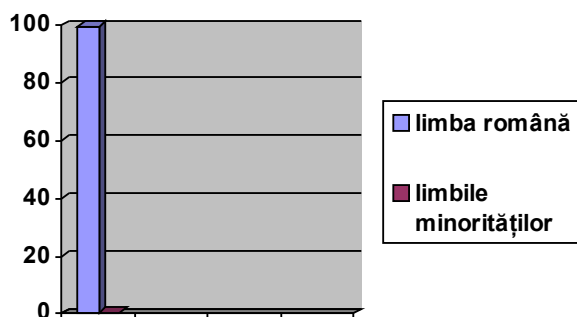


- ✓ Emisiuni realizate în limbile minorităților: ucraineană, sârbă, maghiară, germană, slovacă, croată – câte 20 de minute fiecare.

limba ucraineană	Luni	Simona Liber
limba sârbă	Mărți	Anca Popovici
limba maghiară	Miercuri	Makay Botond
limba germană	Joi	Gerhardt Kwoika
limba croată	Vineri	Anca Popovici
limba slovacă	Sâmbătă	Daniel Valentic și Pavel Medovarsky

□ Radio Iași

- ✓ Aria de acoperire: Suceava, Botoșani, Neamț, Bacău, Vrancea, Vaslui, Galați, Iași
- ✓ Ponderea emisiunilor pentru minorități în totalul programelor: 0,22%



- ✓ Emisiuni realizate în limbile minorităților: ucraineană – 15 minute.

Dialog interetnic polonezi, evrei, germani	marți	14,40-14,55	Lucian Merișcă
Ucraineană	miercuri	14,40-14,55	Mihai Mihăilescu Aniuc

- Pentru minoritatea romilor se difuzează materiale publicistice în emisiunile de interes general, realizate în limba română.
- Sunt prezentate tradițiile, cultura, obiceiurile și problemele de integrare socială ale romilor. Asemenea rubrici sunt prezente în grilele tuturor posturilor regionale de radio.

Asumarea noilor valorilor ale societății în programele pentru minorități ale Societății Române de Radiodifuziune

Integrarea europeană și euro-atlantică

La posturile regionale de radio, asumarea valorilor specifice în procesul de integrare europeană și euro-atlantică s-a reflectat prin prezentarea și explicarea demersurilor României de apropiere și aderare la NATO și UE. Rubrici și dezbateri susținute de personalități și comentatori specializați pe probleme de politică externă au fost incluse în grilele tuturor posturilor regionale.

În viziunea de ansamblu asupra abordării constante și coerente a problematicii integrării europene și euro-atlantice, emisiunile destinate minorităților naționale au reflectat cu precădere aspectele de interes zonal ale acestui proces.

Business

Noutățile legislației economice, inițiativele de încurajare a investițiilor, oportunitățile de afaceri, prezentarea programelor de finanțări prin credite, oameni de succes – sunt câteva repere ale emisiunilor economice în limba maghiară și în limba germană din grilele **posturilor regionale**.

Aceste emisiuni au fost realizate în colaborare cu Asociația Întreprinzătorilor Maghiari din România și cu sprijinul unor investitori din Ungaria, precum și al unor întreprinzători sași, originari din România, stabiliți în Germania.

Tradiții

Același demers este întreprins și în raport cu tradițiile minorităților din România.

Folclorul autentic are alocate spații în funcție de obiceiurile de ascultare ale publicului și face și obiectul unui proces continuu de înregistrări care se procesează și se păstrează în Fonoteca SRR.

Cultivarea limbii române și a limbilor minorităților naționale în programele Societății Române de Radiodifuziune

Postul de radio public își asumă ca una dintre misiunile sale specifice și cultivarea limbii române și a limbilor minorităților naționale.

Acest obiectiv înseamnă, pe de o parte, interes pentru creșterea competenței lingvistice și a celei discursive în ansamblul societății românești iar, pe de altă parte, responsabilitate față de principalul instrument de comunicare pe care îl are la dispoziție, limba.

Interesul pentru calitatea vorbirii face astfel parte din componenta formativă pe care un post public de radio trebuie să o aibă permanent în vedere.

Instrumentele prin care **Radio România** a încercat să-și îndeplinească această misiune au fost: emisiunile de cultivare a limbii, activitatea de monitorizare a calității vorbirii și organizarea unor cursuri de pregătire profesională.

8. AGENȚII, REDACȚII, UNITĂȚI DE PRODUCȚIE AUTONOME

Agenția de presă RADOR

Manager: Dan Preda, redactor-șef

- Anul 2004 a constituit suma momentelor de vârf ce conduc la definirea și definitivarea profilului și statutului național și internațional al Agenției de presă RADOR. Activitatea de monitoring este însoțită, substanțial, de cea de coordonare a rețelelor de corespondenți din țară și străinătate, de consolidarea parteneriatelor cu importante organizații media mondiale, precum și de activități specifice elaborării unor analize și sinteze destinate postului public de radio, schimburilor internaționale sau instituțiilor publice și de presă abonate la Buletinul editat de RADOR.
- Agenția RADOR monitorizează în prezent 57 de posturi de radio și televiziune, din țară și străinătate și 100 de titluri ale presei scrise.
- În anul 2004 s-a înregistrat o creștere semnificativă a livrărilor în flux continuu, majoritatea abonaților optând pentru legătura on-line cu serverele Agenției. Compartimentul specializat în editarea fluxului destinat televiziunilor prin cablu a cunoscut în lunile din urmă o reală dezvoltare.
- Între angajații Agenției RADOR și-au găsit locul și jurnaliștii de limbi străine proveniți de la Radio România Internațional, în urma reșezării structurii acestui post. În procesul de dezvoltare a surselor monitorizate, Agenția se confruntă cu necesitatea de a apela la serviciile unor colaboratori, buni cunoscători ai unor limbi din spațiul est-european, precum și al Orientului mijlociu și îndepărtat (rusă, cehă, slovacă, slovenă, arabă, persană, chineză, japoneză). Soluționarea acestei probleme ar conduce la realizarea în bune condiții a fluxurilor redacționale *Sumarul presei internaționale, România văzută din străinătate*.
- Implementarea Sistemului Informatic Integrat (cel mai amplu proiect de modernizare a Societății Române de Radiodifuziune) va asigura funcționarea integrată a tuturor serviciilor și rețelelor Agenției RADOR.

Rețeaua de corespondenți județeni

- Conducerea SRR a decis construirea unei **rețele de corespondenți și colaboratori** aptă să fie *în priză directă* 24 de ore din 24, în întreg teritoriul, temei pentru care în lunile martie și aprilie au avut loc în toate cele 41 de județe ale țării concursuri de preselecție la care s-au prezentat 221 de persoane interesate a deveni

corespondenți (angajați sau colaboratori) ai postului național de radio. Candidații au provenit, în general, din zona presei (ziare sau radiouri private), dar și a colaboratorilor posturilor regionale ale SRR), precum și a intelectualilor din diverse domenii de activitate (profesori, medici, directori de case de cultură, studențești sau chiar elevi). În urma acestor teste realizate la nivel național, urmează să fie declanșat, în funcție de necesități redacționale și posibilități financiare, procesul de încheiere a unor contracte de colaborare și, ulterior, declanșarea unor concursuri de angajare. O asemenea intervenție este justificată de scăderea, din cauze naturale în primul rând, a componentei rețelei, ajungându-se la situația frecventă ca un corespondent să acopere actualitatea din perimetrul a două județe. Câțiva dintre acești corespondenți sunt pensionari în momentul de față. Prin coordonarea unitară a rețelei locale și a reporterilor de actualități de la studiourile regionale, Agenția RADOR își va îndeplini fără sincope menirea.

- Se are în vedere o mai bună dotare tehnică a corespondenților interni și creșterea nivelului lor de pregătire profesională.

Rețeaua corespondenților în străinătate

- Componentă esențială a Agenției de presă RADOR, **rețeaua corespondenților în străinătate** a marcat, în prima jumătate a anului 2004, trei momente importante:
 - definitivarea și aprobarea Regulamentului rețelei;
 - deschiderea birourilor SRR la Berlin și Washington;
 - pregătirea deschiderii biroului la Bruxelles și organizarea concursurilor pentru selectarea corespondenților permanenți la Berlin, Bruxelles, Londra și Paris.
- **Regulamentul corespondenților** – documentul de bază care definește modalitatea de constituire, organizare și funcționare a rețelei de corespondenți ai SRR – urmează să fie completat cu normele editoriale și ale relațiilor corespondenților cu beneficiarii materialelor pe care aceștia le furnizează. Un moment deosebit a fost organizarea unui curs special în cadrul Școlii de vară a SRR pentru asigurarea unui nivel corespunzător tuturor corespondenților din străinătate.
- Prin posturile pe care Radio România la are în străinătate (Bagdad, Belgrad, Berlin, Budapesta, Bruxelles, Chișinău, Dublin, Ierusalim, Londra, Moscova, Nassiria, Paris, Wahington) Agenția RADOR a acoperit zonele considerate de cea mai mare importanță pentru evoluția evenimentelor internaționale în care România este direct interesată.
- Agenția RADOR continuă parteneriatul cu organizații media din străinătate, precum CNN Radio, Radio France, RFI, Deutsche Welle, care colaborează cu Radio România în schimbul de corespondențe, de echipe de jurnaliști și participanți la cursurile de formare și perfecționare profesională.

- Corespondenții în străinătate au participat la câteva mari proiecte ale Postului Radio România Actualități: Raportul de țară privind România, de la Strssbourg; Ziua Z; prinderea lui Saddam; concertele Orchestrei Naționale Radio la Bruxelles și Haga, materiale pentru *Școala alegătorului* în timpul campaniei pentru alegerile locale.
- În timpul campaniei și al alegerilor din iunie, transmisiile RADOR au fost preluate de principalele cotidiene și televiziuni din țară, în condițiile furnizării de pachete de știri specifice din surse diversificate.
- Noua structură organizatorică a impus reorganizarea Agenției de presă RADOR pe principii noi, ca sursă de bază pentru aprovizionarea cu informații din țară și de peste hotare a posturilor naționale și regionale.

Pregătirea corespondenților în străinătate ai SRR

- ◆ SRR a organizat la sediul său din București, în perioada 23-26 august 2004, prima ediție a pregătirii corespondenților în străinătate. Această premieră a avut loc în condițiile în care SRR inaugura noua formulă a activității corespondenților în străinătate – practic marca inaugurarea rețelei de corespondenți în străinătate. Stagiul a fost organizat după ce, – pe baza Regulamentului rețelei corespondenților în străinătate ai SRR, în urma concursurilor – s-au stabilit primii corespondenți permanenți a SRR în străinătate (trimiși pe perioade de maximum 4 ani) la Washington, Bruxelles, Berlin, Londra, Paris, Budapesta, Chișinău, Moscova și Ierusalim și la scurt timp după inaugurarea și începerea funcționării primelor birouri ale SRR în străinătate – la Washington, Bruxelles și Berlin. La pregătire au participat și 2 din corespondenții SRR pentru situații de urgență. A participat o studentă româncă, care își face studiile în SUA – pentru un proiect al SRR de atragere a tinerilor în realizarea diverselor emisiuni Radio România.
- ◆ Pregătirea a fost structurată pe mai multe module, programarea a fost extrem de densă pe tot parcursul celor 4 zile.
- ◆ Rețeaua de corespondenți a avut întâlniri cu premierul României - Adrian Năstase, ministrul de externe - Mircea Geoană, ministrul integrării - Alexandru Fărcăș, ministrul culturii și cultelor - Răzvan Theodorescu, lideri ai partidelor politice - Theodor Stolojan, Traian Băsescu, Corneliu Ciontu, președintele UDMR - Marko Bela, președintele Institutului Cultural Român - Augustin Buzura, vicepreședintele Camerei de Comerț și Industrie a României și a Municipiului București – Aurel Vainer, lideri ai organizațiilor sindicale cu afiliere internațională - Iacob Baci, Dumitru Costin, Sorin Stan, președinți ai uniunilor de creație – Adrian Iorgulescu, Eugen Uricaru. În timpul acestor întâlniri invitații au făcut o trecere în revistă a principalelor probleme pe care le-au inclus în agenda pe perioada pe care o parcurgem, a priorităților în probleme de integrare europeană, a strategiilor aplicate în perioada pe care o parcurgem. Dialogul purtat în timpul întâlnirilor a prilejuit o mai bună cunoaștere de către invitați a corespondenților din diverse

capitale, a specificului activității acestora, a profilului și posibilităților de mediatizare, de informare a ascultătorilor, de formare în perspectiva integrării europene, pe care le au diversele emisiuni și programe ale SRR.

- ◆ Un modul separat a fost consacrat problemelor tehnice, de hard și soft. Corespondenții permanenți au fost utilizați cu o trusă tehnică incluzând aparatură pe care aceștia o folosesc în premieră – codecuri, aparate de înregistrare a sunetului cu memorie flash etc, inclusiv aparate foto digitale, laptop-uri, telefoane mobile cu FM etc. Pregătirea pe acest modul a fost condusă de inginerii de la transmisiuni din Radio și au vizat atât acomodarea corespondenților cu noile aparate, modul lor de funcționare, cât și cu avantajele lor în ce privește viteza de lucru, calitatea superioară a sunetului și a “traducerilor suprapuse” ale înregistrărilor în limbi străine. De asemenea s-au stabilit modalitățile de lucru cu corespondențe trimise pe mail în format mp3 și în serverul FTP, astfel încât ele să fie etichetate în mod unitar (data, subiectul, autorul etc). Aceste modalități de lucru pe care SRR le folosește acum intens asigură o calitate mult mai bună a sunetului, reduce costurile comunicării cu corespondenții, oferă posibilități suplimentare corespondenților care pot ilustra materialele – ceea ce creează ascultătorului senzația de participare directă la eveniment sau de înțelegere mult nuanțată, datorită informației neverbale suplimentare care însoțește materialul.
- ◆ S-a lucrat minuțios pentru pregătirea și desfășurarea modulului economico-financiar, pentru a pune la punct aspectele noi legate de buna cunoaștere a legislației financiare pentru decontări, modalitățile de păstrare a evidențelor la zi și de desfășurare a decontărilor în condițiile unei activități prelungite în străinătate.

Camera știrilor

Manager: Victor Ionescu, redactor-șef

- ***Camera știrilor este unitatea centrală care realizează cele mai importante produse publicistice ale S.R.R.: radiojurnalele și buletinele de știri.***
- Restructurarea Departamentului de Producție Editorială, care și-a propus să apropie mai mult Radioul public de ascultători, a inclus și o nouă formulă a Camerei știrilor care a devenit o unitate de producție autonomă. Aici se redactează, prin echipe specializate, știri diferite pentru posturile de radio, ținându-se seama de publicul-țintă al fiecărui post. Ascultătorii Postului România Muzical, de exemplu, nu doresc să asculte știri cu o durată de 20 ' și de aceea pentru ei sunt redactate pe scurt.
- Scopul acestei reorganizări, alături de noua concepție prevăzută pentru Agenția de presă RADOR (care reunește toate mecanismele de colectare a informațiilor) este creșterea competitivității Radio România pe piața media prin valorificarea imensului potențial informațional de care dispune Societatea Română de Radiodifuziune.

Pînă acum, cooperarea pe orizontală între Camera știrilor și RADOR s-a dovedit deosebit de importantă, întrucît Agenția RADOR, pe de-o parte, monitorizează canalele mass-media, dar, pe de altă parte, coordonează activitatea corespondenților Radio România – județeni, puncte fixe și din străinătate.

- La Camera știrilor se ține seama de faptul că posturile naționale, unde se transmit informații în flux, sunt încă surse unice de informare în multe localități din țară, mai ales în mediul rural, iar în condițiile competitivității este nevoie de un limbaj clar și direct al știrii, pentru a înțelege transformările prin care trece societatea românească și lumea, în general.
- La fel de importantă este colaborarea cu celelalte redacții, dar mai ales cu studiourile regionale ale SRR, care cunosc foarte bine pulsul societății românești în teritoriu, deținînd un volum important de informații ce trebuie prelucrat eficient la centru.
- Succesul echipelor de la Camera știrilor poate fi asigurat de calitatea pregătirii jurnalistice, respectarea deontologiei jurnalistice, detașarea de orice implicare politică, deschiderea spre realitate, prelucrarea și difuzarea cu bună credință și profesionalism a informațiilor, cerințe ale asigurării obiectivității și credibilității programelor.

Redacția Civica

Manager: Carol Mălinescu, redactor-șef

- Înființată în urma reorganizării SRR, Redacția Civica funcționează ca o unitate editorială independentă integrată, formată din 3 secții distincte:
 - ◆ Viața politică
 - ◆ Viața religioasă
 - ◆ Secția Comentatori
- **Secția Viața politică** a asigurat realizarea majorității evenimentelor din Campania electorală 2004, producția sa editorială fiind apreciată de toate formațiunile politice implicate drept echidistantă și de un înalt profesionalism. De menționat, colaborarea cu alte structuri editoriale centrale (RADOR, Camera știrilor), precum și cu unele studiouri regionale (Iași, Cluj, Craiova, Timișoara, Constanța)
- **Secția Viața religioasă** a realizat un număr de 7141 de minute de producție editorială difuzată la Radio România Actualități și la Radio România Cultural. La realizarea acestei producții au contribuit redactorii Secției Viața religioasă, dar în bună măsură și colegii de la studiourile regionale care au furnizat materiale de actualitate religioasă, asigurînd astfel o reflectare națională a acestei realități. Colaborarea cu reporterii de la studiourile regionale a contribuit și la creșterea tehnică a materialelor difuzate, întrucît au fost transmise pe circuite de calitate superioară. Din punct de vedere editorial și religios această secție și-a diversificat preocupările ecumenice și de reflectare a impactului dintre viața religioasă și viața

socială depășind granița grilei sale de emisiuni, oferind spre difuzare reportaje specifice și în alte zone orare (*Studio deschis, Pulsul zilei, Lumea noastră*)

- **Secția Comentatori** a oferit spre difuzare comentarii realizate de redactorii săi sau de colaboratori de specialitate, precum și radiodocumentare speciale, cum au fost cele dedicate Holocaustului (3 episoade), Revoluției române (5 episoade) și alte materiale de autor care valorifică Fonoteca de aur a S.R.R., dar și sursele externe. Emisiunile realizate în această secție sunt emisiuni document, emisiuni de autor, proiectate pentru a îmbogăți fondul de aur al Fonotecii S.R.R.

Redacția Muzicală

Manager: Titus Andrei, redactor-șef

- În cursul perioadei analizate, producția muzicală a avut ca principal obiectiv creșterea calității și a competitivității serviciilor postului public național în ambianța concurențială pe piața mass media și în condițiile adoptării noii structuri organizatorice a Departamentului Producție Editorială.
- Ca urmare a trecerii pe Internet a postului Radio 3 România Tineret, realizatorii care produceau pentru postul amintit au optat pentru realizarea de emisiuni la postul România Cultural.
- Principalele proiecte au umărit:
 - Stimularea și promovarea valorilor creației și interpretării muzicale românești pe plan național și universal și o mai bună echilibrare a raportului național - universal în creația muzicală difuzată.
 - Promovarea Formațiilor muzicale ale SRR ca etaloane de valoare în marele concert național și universal. Un loc de prim ordin l-a avut participarea la finalizarea proiectului *Avangarda îngerilor* prin mediatizarea prin interviuri, reportaje, comentarii și transmisiuni a turneelor europene ale Orchestrei Naționale Radio. Deși orchestra a evoluat din punct de vedere calitativ în ultimii ani, nu a beneficiat de o promovare pe piață care să-i asigure includerea în programele unor mari manifestări muzicale. O altă problemă o reprezintă și costurile ridicate ale deplasărilor în străinătate. Presa scrisă și posturile de televiziune acordă puțin spațiu promovării muzicii simfonice și a talentelor din domeniu. Din această cauză, au fost invitați la turneele ONR critici muzicali de prestigiu, fiindu-le rezervate în ziare spații unde și-au spus opiniile fără intervenția instituției. Acest fapt a fost de natură să sporească intersul public pentru Orchestra Națională Radio.
De remarcat în acest sens este și colaborarea cu Asociația Criticilor Muzicali condusă de profesorul Dumitru Avakian.
 - Mediatizarea evenimentelor muzicale de importanță națională și internațională din viața muzicală a țării, precum și atragerea publicului larg spre Sala Radio prin concerte spectacole și alte evenimente mediatice de succes.

- S-au organizat, în colaborare cu posturile naționale, emisiuni în concert pentru promovarea valorilor creației și interpretării românești:
 - Ciclul *Generația Mileniului Trei* – tineri laureați în concursurile internaționale - în colaborare cu România Muzical;
 - Ciclul *Muzicieni de azi – Muzicieni de mâine* – în colaborare cu România Cultural și România Muzical;
 - Concerte de muzică populară românească în colaborare cu Formațiile muzicale Radio;
 - Concert Extraordinar de Ziua Radioului cu participarea Formațiilor Muzicale Radio;
 - Spectacolul *Nemuritorul Anton Pann*, în colaborare cu Formațiile Muzicale și cu TVR;
 - Concertul Extraordinar *Cornel Fugaru – 40 de ani de activitate artistică*;
 - Concertul Extraordinar *Colindul Vedetelor*;
 - Concertul *Colinde, Colinde...*, dedicat tradițiilor românești ale Crăciunului și Anului Nou, acțiune de răsunet care s-a bucurat și de prezența corpului diplomatic.

Redacția Teatru – Divertisment

Manager: Atila Vizauer, redactor-șef

Director de onoare al Teatrului Național Radiofonic este doamna Cătălina Buzoianu

- Redacția și-a desfășurat activitatea pe echipe de creație, lucru ce oferă omogenitate, continuitate în cadrul diferitelor proiecte și creează o atmosferă de competiției profesionale.
- În perioada analizată, au fost realizate, în premieră, 29 de titluri de piese de teatru, scenarii dramatizate, la care se adaugă 21 de titluri (numai în luna septembrie), realizate sub genericul *Noapte bună, copii!*, proiect ce a încetat să se mai difuzeze la Radio România Tineret.
- Au fost montate piesele de teatru ale marilor clasici ai dramaturgiei universale și au fost realizate emisiuni publicistice dedicate universului cultural în general și celui teatral în special.
- Emisiunile de divertisment reprezintă un capitol special care se află în plină modernizare, reconfigurare a formatului și a conținutului acestora, primele semne de relansare conturându-se în emisiunile speciale de Crăciun și Revelion, care s-au bucurat de aprecieri deosebite, precum și în Spectacolul extraordinar dedicat aniversării a 75 de ani de divertisment la Radio, onorat de cele mai mari

personalități ale genului și de un numeros public care a umplut Studioul de concerte *Mihail Jora*.

- Un proiect de excepție care s-a bucurat de un succes deplin atât mediatic, cât și în planul parteneriatelor artistice și al interesului publicului larg (atras astfel spre teatrul radiofonic) a fost spectacolul (desfășurat în spațiul neconvențional oferit de RATB și susținut logistic și financiar de ARCUB) intitulat *Un tramvai numit Popescu*.
- Stabilirea unui repertoriu generos și de înaltă ținută pentru anul 2005 (sunt deja programate toate spectacolele Stagiunii 2005) și continuarea activităților de constituire a unui *brand* Teatrul Național Radiofonic prin crearea de evenimente de referință în lumea teatrală și culturală, prin parteneriatele cu cele mai importante instituții de cultură, reprezintă obiectivele redacției pentru perioada următoare.

Formațiile Muzicale Radio

Manager: Nicolae Costin, director

- Restructurarea Departamentului Producție Editorială a creat condiții normale activității Formațiilor muzicale ale S.R.R. În perioada analizată, în studiourile *Mihail Jora* și *Alfred Alessandrescu* au avut loc un număr de 42 de concerte și recitaluri susținute de Orchestra Națională Radio, Orchestra de Cameră Radio, Corul Radio, Corul de Copii Radio, Big-Band-ul Radio și Orchestra de Muzică Populară Radio.
- În afara acestor manifestări artistice, Formațiile Muzicale Radio au susținut concerte și pe alte scene din Capitală, din țară sau din afara țării noastre, unele dintre aceste apariții constituind adevărate evenimente muzicale evidențiate ca atare în cronicile apărute în revistele de specialitate.
- Menționăm concertul Orchestrei Naționale Radio de la Sala Palatului avându-l ca dirijor pe renumitul muzician Mstislav Rostropovici, concert ce a avut loc în ziua de 12 Septembrie 2004 cu ocazia participării la prima ediție a Festivalului Artelor - București.
- Un alt eveniment muzical a fost considerat concertul susținut de cunoscuta soprană Angela Gheorghiu în compania Orchestrei Naționale Radio, concert ce a avut loc la Sala Palatului în ziua de 23 Decembrie 2004.
- În afara țării, au avut loc în această perioadă următoarele concerte și turnee:
 - Orchestra Națională Radio – Paris (2 concerte), Bratislava, Viena, Bruxelles, Haga.
 - Corul de Copii Radio – Lyon (Franța) – Festival de muzică sacră.
- În țară au avut loc următoarele concerte:

- Orchestra Națională Radio – Rm. Vâlcea și Craiova, 22-24 septembrie, Ploiești - 9 octombrie.
- Big-Band-ul – Focșani și Brașov, 6 și 13 octombrie.
- Orchestra de Camera Radio – Târgoviște, 13 decembrie.
- Orchestra de Muzică Populară Radio – Dăbuleni și Tg.Jiu, 13-14 octombrie, Slobozia, 24-27 octombrie.
- Stagiunea 2004-2005 a cuprins în perioada octombrie - decembrie 2004 un număr de trei concerte educative pentru elevi, din cele șapte incluse în întreaga stagiune, concerte organizate în colaborare cu Inspectoratul Școlar al Municipiului București.
- Concertele au fost susținute de Big-Band-ul Radio, Orchestra de Camera Radio și Corul de Copii Radio, sub bagheta dirijorilor Ionel Tudor, Horia Andreescu și Voicu Popescu.
- Calitatea și diversitatea programelor incluse în stagiunea de concerte, precum și valoarea dirijorilor și a soliștilor invitați au fost decisive în creșterea constantă a numărului de abonați înregistrați (peste 450 de abonați în această perioadă a anului).
- Concertele Formațiilor Muzicale Radio s-au materializat în peste 44.700 de minute – transmisii în direct la posturile naționale Radio România Actualități, Radio România Muzical, Radio România Cultural, precum și la Radio România Internațional (și retransmisii).
- De asemenea, un număr mare de minute au fost preluate de studiourile regionale și locale (peste 27.000 de minute).
- Ca în fiecare an, programele concertelor s-au realizat în urma unui dialog pe care Direcția Formației Muzicale Radio l-a purtat cu Redacția Muzicală Radio și cu conducerile posturilor de radio care transmit și retransmit aceste concerte.

Redacția Minorității Naționale București

Manager: Agnes Majtenyi, redactor-șef

- În anul 2004 Redacția Minorității Naționale din București a trecut la Studiourile Regionale, dar acest lucru nu a adus schimbări majore în grila de emisie și în modul de lucru al redacției, deoarece colaborarea dintre redacția din București și Studiourile Regionale a existat de fapt și până la introducerea noii structuri organizatorice, dar s-a intensificat din momentul numirii doamnei Melinda Borbély în funcția de secretar general adjunct al Departamentului Producție Editorială pentru emisiunile minorităților naționale.
- În domeniul editorial s-a structurat mai bine jurnalul emisiunii în limba maghiară, o dată ce redactorii nou veniți în redacție s-au adaptat muncii în echipă și stilului *pe viu* introdus în cazul jurnalului. S-a ajuns la o formulă de 25 de minute de jurnal și la un spațiu de maxim 5 minute (cu semnale cu tot) dedicate editorialului zilei.

- S-a permanentizat colaborarea cu colegii de la Studioul Tîrgu Mureș, lucru care se dorește a fi extins și cu celelalte studiouri.
- În cazul emisiunii în limba germană funcționează o bună relație de colaborare cu studiourile din Timișoara, Tîrgu Mureș și Reșița. În cazul ambelor emisiuni au fost furnizate materiale ori de câte ori redacția a fost solicitată, îndeosebi posturilor regionale și RADOR-ului. Sunt folosite cu preponderență sursele RADOR, DPA și MTI, puse la dispoziție de către RADOR.
- S-a realizat de două ori pe săptămână *Revista presei pentru minorități*, la sfârșit de săptămână fiind elaborată pe baza publicațiilor altor minorități decât cea maghiară și germană.
- Pentru grila de vară s-au introdus rubrici turistice și s-a transmis mai multă muzică. Au fost redifuzate materiale, mai ales din Fonoteca de Aur a redacției. La emisiunea în limba germană s-au difuzat programe muzicale oferite de Deutsche Welle și emisiuni realizate în colaborare cu studiourile teritoriale.
În contextul încetării producției de bandă magnetică pe plan mondial, se vor căuta soluții pentru trecerea la o altă modalitate tehnică de producție a emisiunilor.

9. RADIO ROMÂNIA INTERNAȚIONAL

Manager: Doru Vasile Ionescu, director general-adjunct

Considerații preliminare

- În anul 2004, Radio România Internațional a cunoscut o restructurare profundă, în conformitate cu deciziile Consiliului de Administrație al SRR, reorganizându-se în două posturi de radio, cu servicii economic și tehnic comune:
 - ***Radio România Internațional în limba română***
 - ***Radio România Internațional în limbi străine***
- Din 28 martie 2004, de la București emit două posturi de radio internaționale - RRI 1, sub genericul *În direct, România* (consacrat diasporei și vorbitorilor de limba română care trăiesc în străinătate, ca și comunităților de aromâni din lume) și RRI 2, sub genericul *Punți radiofonice* (în principalele limbi de circulație internațională și pentru ascultătorii din alte spații de interes).
- Ca o caracterizare generală, anul 2004 a fost unul dinamic din punct de vedere al emisiunilor, al reșezărilor de personal, al grilelor de emisie, al vectorilor de difuzare/redifuzare, ca și al proiectelor interdepartamentale și al evenimentelor conexe activității de jurnalist de radio.

RADIO ROMÂNIA INTERNAȚIONAL ÎN LIMBA ROMÂNĂ

Manager: Eugen Cojocariu, director

- **Postul RRI 1** a început să-și diversifice formulele de transmitere de informații, adăugând la utilizarea emițătoarelor în unde scurte, la transmisia via satelit și în Internet (în Real Audio), dezvoltarea sistemului de emisiuni duplex sau triplex, retransmisia pe unde medii, precum și relansarea și dinamizarea site-ului Internet.

Misiune

- ◆ Postul RRI 1 reprezintă, prin emisiunile sale în limba română și dialectul aromân, o punte de legătură cu comunitățile românești și aromânești din lume, cu ascultători care au un deficit de informație despre România, cronicizat în deceniile trecute. RRI 1 contribuie activ la dezvoltarea și consolidarea legăturilor româno-române.
- ◆ Emisiunile RRI 1 prezintă viața politică, socială, culturală, economică internă în toată complexitatea ei, ca și istoria românilor, oportunitățile de afaceri, principalele destinații turistice și personalitățile românești. Ne aplecăm, însă, și asupra evoluțiilor din zona geografică în care ne aflăm.
- ◆ Postul RRI 1 are și atribuții legate de menținerea, aprofundarea, dezvoltarea relațiilor cu ascultătorii.

Cui ne adresăm?

Postul Radio România Internațional în limba română (RRI 1 – *În direct, România*) se adresează românofonilor și originarilor din România aflați în lume, dar și comunităților de aromâni din Balcani și din alte zone geografice și este structurat în următoarele entități redacționale:

- **Serviciul Publicistică-Analize-Sinteze**
- **Serviciul Reportaj-Panoramice (inclusiv un Grup Muzical)**
- **Serviciul Român**
- **Secția Aromână**

De ce este necesar Postul RRI în limba română?

- este un mijloc rapid, destul de ieftin, accesibil, credibil și mereu disponibil de promovare a României, a politicii sale interne și externe; în condițiile unor ani decisivi pentru integrarea în UE, rolul RRI nu poate decât să crească;
- RRI 1 diseminează valori românești din cele mai diferite domenii, promovând prin emisiunile sale respectul reciproc, toleranța și înțelegerea;
- avem know-how în relațiile cu românii și originarii din România de peste hotare, ca și cu comunitățile aromânești din Balcani și din lume și știm să ne adresăm lor

adecvat, cu subiecte care îi interesează, într-o formă jurnalistică mai apropiată de obișnuințele lor; problemele românilor din țară sunt și ale celor de afară, dar de multe ori reciproca este mai puțin valabilă. Emisiunile RRI 1 abordează mult mai nimerit problemele și subiectele respective, mai sintetic, mai concis, mai cuprinzător, chiar mai cald, dintr-un unghi mai apropiat de românul aflat peste granițe. Marele atu este background-ul, punerea în context a știrilor și evenimentelor, care nu este proprie unui post intern de radio;

- posturile internaționale și-au păstrat emisiile în limba popoarelor respective și a diasporelor lor, uneori și în dialecte (de exemplu în dialectul aromân);
- îi cunoaștem personal pe mulți dintre ascultătorii noștri;
- fiecare român sau aromân afirmat în altă țară, o dată câștigat de partea României europene și euro-atlantice, poate deveni un adevărat ambasador al țării de origine în țara de adopție;
- fiecare dintre aceștia poate demara afaceri în România, poate deveni investitor în economia românească sau poate să aducă investitori.

Principii editoriale

- ◆ Activitatea Postului RRI 1 se desfășoară, conform misiunii unui post public, în respectul total al ascultătorilor, în acord și cu respectarea legilor și normelor care reglementează domeniul audiovizualului.
- ◆ Principiile redacționale, jurnalistice:
 - * *echilibru, imparțialitate, exactitate, claritate;*
 - * *abordarea subiectelor fără tabu-uri și fără prejudecăți;*
 - * *tratare rapidă și comprehensibilă pentru ascultători a acestor subiecte;*
 - * *păstrarea credibilității postului;*
 - * *dezvoltarea continuă a parteneriatului cu ascultătorii;*
 - * *adaptarea programelor la evoluțiile democratice din România și la așteptările și sugestiile ascultătorilor;*
 - * *consolidarea punților de încredere între românii și aromânii din lume.*
- ◆ Postul RRI în limba română prezintă auditoriului interesat de România și regiunea sa geografică evoluțiile interne românești, pluralitatea pozițiilor românești privind marile teme și evoluții internaționale, apartenența României la cultura și civilizația europeană, oportunitățile de afaceri în țara noastră, relațiile de parteneriat și cooperare cu țările învecinate sau apropiate geografic, atracțiile turistice, patrimoniul cultural, performanțele sportive etc.

Aria de acoperire actuală

- hertzian (unde scurte și medii): Europa Centrală, de Sud și Occidentală, Israel, zona Balcanilor;

- via satelit: Europa Centrală, de Sud și Occidentală, Israel, SUA, Canada (Coasta de Est), zona Balcanilor;
- Internet: toată lumea; site-ul a fost dinamizat și îmbogățit, pentru a oferi ascultătorilor noi oportunități de informare și motive suplimentare de fidelizare.

Emisiunile

- RRI 1 emite zilnic 24/24 în limba română și zilnic 3 emisiuni de câte 30 de minute în dialectul aromân, totalizând circa 9300 de ore pe an. Producția proprie RRI 1 este constituită din emisiuni de 30, 60 și 120 de minute.
- Unele emisiuni sunt redifuzate prin contract pe diverși vectori (unde medii, scurte, via satelit).

Profilul emisiunilor

- Ca la orice post internațional de radio, emisiunile RRI au un caracter generalist, o structură în general fixă, un conținut ușor de înțeles pentru ascultătorii cu alte experiențe culturale, axat pe informație explicată și pusă în context.
- Politica de programe este întemeiată pe principiul primatului informației.

Secția Aromână

- ❖ Secția realizează și transmite spre difuzare, zilnic, emisiuni consacrate comunităților de aromâni din lume. O mare parte din materialele radiofonice sunt realizate pe specific, cu vorbitori ai dialectului aromân, din țară și din străinătate.
- ❖ Secția își dezvoltă producția editorială proprie și realizează zilnic cel puțin o rubrică de autor, cu invitați vorbitori ai dialectului aromân sau pe baza propriilor materiale de teren.
- ❖ De exemplu, în 2004 a fost înregistrat un fond muzical pe motive populare vechi aromâne în colaborare cu Aurelian Popa Stavri, de la Radio România Muzical. Acest fond muzical a fost utilizat în emisiunile Secției; a fost realizat un ciclu de emisiuni despre frații Manachia, fotografi și cinești aromâni de notorietate balcanică; în cadrul rubricii săptămânale *File din enciclopedia aromână* au fost prezentate mai multe site-uri ale comunităților aromâne din lume.

Deplasări în străinătate; corespondenții SRR

Au continuat deplasările unor ziariști de la Serviciul Român în comunitățile românești din jurul țării sau din lume, ca și participările la evenimente punctuale, organizate de respectivele comunități sau de instituții ale statului român cu atribuții în domeniul relațiilor cu românii de pretutindeni (comunitățile românești de la Jula, Ungaria, și Nürnberg, Germania, din Belgia, Elveția și Grecia, comunitățile de aromâni din Macedonia și Albania).

Cooperări radiofonice

- Serviciul Român RRI 1 a continuat și a amplificat cooperarea cu posturi de radio care emit în limba română, împreună cu care a realizat periodic emisiuni duplex în direct sau interactive - Radio Z Nürnberg, Planet Radio Auckland, SBS Melbourne, Antena C Chișinău, Radio Szeged, Radio Cernăuți, Radio Ujgorod, Radio Novisad, Radio Doina Gârbovița. Cea mai recentă cooperare este cea cu postul Radio RK 20, din Madrid – o cooperare săptămânală de 15 minute. S-a realizat o donație de CD-uri cu muzică românească populară pentru un nou post de radio comunitar apărut la Dublin.
- A fost inițiat, la 1 februarie 2004, proiectul de cooperare radiofonică între Serviciul Român RRI 1 și portalul cultural LiterNet, sub genericul *Radio LiterNet*. Lunar s-a realizat o emisiune de 50 de minute, difuzată duminică, înregistrările fiind plasate pe site-ul editurii virtuale *LiterNet*.

Profilul audienței

- Audiența este dispersată și diversă, ca vârste, sex, educație, statut, mediu de rezidență, specifică unui post de radio internațional
- Este țintit atât publicul tradițional al unor posturi internaționale, cât și formatorii de opinie, cei care pot să devină, mai rapid și mai eficient decât ascultătorii uzuali, adevărați multiplicatori de informație despre România.

Chestionar 2004

În august 2004 a fost lansat un chestionar comun RRI 1–RRI 2 în rândul ascultătorilor, la care s-au primit 539 de răspunsuri. Chestionarul a fost trimis prin poștă, pe fax și pe mail și a fost accesibil pe Internet, foarte multe dintre răspunsuri sosind on-line.

Întrebările au vizat opiniile ascultătorilor legate de structura, conținutul și calitatea jurnalistică a programelor RRI 1 și RRI 2, de mijloacele prin care ne ascultă și de calitatea recepției. Am fost interesați și de o apreciere globală asupra emisiunilor.

Prelucrate cu ajutorul unui sociolog, răspunsurile au fost sintetizate, într-o primă etapă, preponderent cantitativă.

Chestionarele în dialectul aromân:

- ✓ jumătate sunt ascultători cu 5-10 ani vechime, avem și ascultători cu 10-20 de ani vechime, ca și cu peste 20 de ani vechime, dar și ascultători mai noi (3-5 ani);
- ✓ câte o treime din respondenți ne ascultă zilnic sau aproape zilnic, de câteva ori pe săptămână, respectiv la intervale mai mari de o săptămână;
- ✓ o treime ne ascultă mai des de luni până vineri, jumătate ne ascultă pe tot parcursul săptămânii, iar o șesime ne ascultă mai des în week-end;

- ✓ emisiunile plasate mai târziu (18.00 și 20.00 GMT) sunt cele mai convenabile pentru ascultători;
- ✓ cei mai mulți ascultători afirmă că ar dori să ne asculte și prin alte modalități tehnice: via satelit, retransmisie pe unde scurte dintr-o locație apropiată geografic sau pe unde ultrascurte;
- ✓ relația RRI cu ascultătorii este percepută astfel: jumătate spun că este bună sau foarte bună, o treime că este destul de bună sau neutră, dar există și opinia contrară (puțin reprezentată) că relația este slabă;
- ✓ profilul respondenților: două treimi au vârste de 44-56 de ani, o treime între 27 și 35 de ani, toți sunt bărbați, toți au educație superioară (inclusiv o persoană cu doctorat), ca profesii sunt preponderent economiști, dar și arhitecți, ingineri, profesori sau regizori de film.

Chestionarele în limba română:

- ✓ doar 2 respondenți au peste 60 de ani, restul având vârste cuprinse între 23 și 55 de ani (cei mai mulți în intervalul 30-40 de ani);
- ✓ cei mai mulți sunt ascultători mai noi (vechime de ascultare 1-10 ani);
- ✓ cu mici excepții, toți respondenții sunt cu pregătire superioară;
- ✓ răspunsurile au sosit din următoarele țări: SUA, Canada, Marea Britanie, Belgia, Franța, Spania, Germania, Grecia, Polonia, Brazilia, Mexic, Costa Rica, Vietnam;
- ✓ toți respondenții ne recepționează și pe Internet, dar ne-au comunicat și frecvențele bune pentru Europa și care ajung și în SUA și Canada;
- ✓ se cere retransmiterea unor emisiuni pe unde ultrascurte sau scurte dintr-o locație apropiată zonei de recepție;
- ✓ sunt ascultate în diverse grade toate emisiunile produse de Serviciul Român, dar cea mai ascultată este a patra emisiune a zilei (cea de la orele 20.00-21.00, ora României);
- ✓ ascultătorii urmăresc în special emisiunile din timpul zilelor lucrătoare, dar câțiva ascultă și sâmbăta și duminica;
- ✓ în ceea ce privește tipurile de emisiuni, rubrici, teme, părerile sunt împărțite, dar ni se cer mai multe emisiuni interactive, o prezență mai activă în mijlocul comunităților românești din lume și ni se sugerează ca după miezul nopții să difuzăm rubrici de artă și teatru radiofonic;
- ✓ emisiunile RRI în limba română sunt în general caracterizate drept informative, obiective și calde;
- ✓ relația cu ascultătorii este considerată destul de bună;
- ✓ ni se cer o mai mare mediatizare a programelor și o calitate mai bună a transmisiei;
- ✓ despre site, părerile sunt de bună apreciere, dar se solicită și prezentarea unor informații despre România (hartă etc.).

Relația cu ascultătorii români

- Cea mai importantă formă de comunicare este reprezentată de emisiunile în direct, pe diverse teme de interes (de la politică la muzică), în timpul cărora ascultătorii

telefonează și intră, astfel, în dialog cu invitații din studio și cu moderatorul. Tot ei ne trimit SMS-uri, chiar în emisie.

- De altfel multe dintre emisiunile în limba română sunt un răspuns la solicitările sugestiile și ideile ascultătorilor, care ne comunică tranșant ce i-ar interesa să asculte și să afle. Pe de altă parte, ne trimit scrisori, rapoarte de recepție a emisiunilor și e-mail-uri, ne dau telefon și ne trimit faxuri, iar noi le răspundem în scris la fiecare mesaj.
- Pe lângă răspunsurile scrise, ținem legătura cu ascultătorii prin intermediul *Poștei Radio*, rubrică bine apreciată.

Relația cu ascultătorii aromâni

- Cea mai importantă formă de comunicare este prin scrisori și mail-uri, la care se răspunde în scris, respectiv în emisiuni, în cadrul *Poștei ascultătorilor*.
- Multe dintre rubrici sunt un răspuns direct la solicitările sugestiile și ideile ascultătorilor.

Măsurile pentru fidelizarea ascultătorilor și lărgirea audienței RRI 1

- păstrarea standardului profesional al emisiunilor;
- trimiterea ritmică de materiale de informare și promoționale atractive;
- dinamizarea mai accentuată a paginii Internet; vor fi introduse rubrici dedicate relațiilor cu ascultătorii: *Forum*, *Opinii despre programele RRI*, a debutat pe site, în limba română *Poșta Radio*;
- a fost lansat sondajul scris printre ascultători, pentru a contura mai precis profilul și preferințele lor;
- mai multe emisiuni interactive, pe teme cerute de ascultători, la care sunt participanți direcți;
- stimularea curiozității și a dorinței de a reveni în România prin concursuri de cultură generală dotate cu premii de la sponsori;
- vocea ascultătorilor va fi mult mai prezentă în emisiunile în dialectul aromân;
- personalități și lideri de opinie din comunitățile românești și aromânești vor fi invitați să devină corespondenți ai Postului;
- vor continua deplasările redactorilor în comunitățile românești și aromânești;
- vor fi organizate deplasări periodice printre românii plecați la muncă legal în diferite zone ale Europei (Italia, Spania, Portugalia, Germania etc.) și în Israel;
- emisiunile trebuie să intre prin mai multe mijloace în casele ascultătorilor, inclusiv prin *rebroadcasting* la radiouri comunitare. Spre exemplu, două dintre emisiunile produse de Serviciul Român se pot auzi în condiții destul de bune în Italia și Spania, pe unde scurte și, bine înțeles, pe Internet. Din păcate, RRI nu are suficiente mijloace pentru a face bine cunoscute aceste emisiuni comunităților tot mai mari de români plecați la muncă în străinătate.

Vectorii de difuzare sau redifuzare și dezvoltarea infrastructurii de emisie

- ◆ Pentru a face față evoluțiilor de pe piața radiourilor internaționale, Postul RRI 1 își va moderniza și își va diversifica vectorii de emisie.
- ◆ Radio România este prezent pe Coasta de Est a Americii cu două programe transmise via satelit în limba română – RRA și RRI 1 (*În direct, România*).
- ◆ Site-ul RRI (www.rr.ro) a fost modificat de două ori în anul 2004, o dată la sfârșitul lunii martie, când a încetat și emisia în 5 limbi străine, și la începutul lunii decembrie, când s-a trecut la o nouă grafică și la un conținut mult mai bogat, site-ul devenind cu adevărat dinamic, inclusiv prin folosirea de fotografii (de la agenția ROMPRES sau proprii, realizate de ziariștii de la RRI). În viitorul previzibil vor putea fi oferite ascultătorilor și fișiere audio.
- ◆ De la 12 aprilie 2004, Radio România se aude pe mai mulți vectori la Londra și în partea de sud-est a Marii Britanii. Radiojurnalul de la orele 07:00, difuzat în cadrul programului nonstop în limba română *În direct, România*, un promo de 5 minute consacrat emisiunilor proprii ale Serviciului Român RRI 1 sunt redifuzate succesiv între orele 06:00-07:00, ora Londrei, pe unde medii, la Spectrum Radio, post de radio comercial partener al World Radio Network-WRN.

Evenimente conexe

- ❖ În 2004 RRI 1 s-a implicat în proiecte radiofonice complexe, reflectând jurnalistic, prin emisiuni de dezbateri muzicale, prin știri și materiale radiofonice de sinteză, cu inserții sonore, dar și prin transmiterea în direct, concertele Orchestrei Naționale Radio la Bruxelles, Haga, Paris, Bratislava și Viena.
- ❖ Au fost reflectate pe larg manifestările omagiale de la Suceava și Putna consacrate memoriei lui Ștefan cel Mare, dar și *Week-end-urile* la Casa Radio.
- ❖ Departamentul RRI a semnat un acord de parteneriat media, pe 6 luni, cu Centrul de Asistență Rurală, organizație nonguvernamentală din Timișoara, având drept obiect colaborarea părților în promovarea reciprocă a imaginii, prin mijloacele specifice obiectului lor de activitate.
- ❖ Pe de altă parte, se intenționează realizarea unui parteneriat cu Institutul Național pentru Memoria Exilului Românesc.
- ❖ În prima parte a anului 2004 s-a încheiat concursul de cultură generală *Comorile Bucovinei* organizat de Departamentul RRI pentru ascultătorii săi. Radio România Internațional organizează periodic astfel de concursuri, dotate cu premii tentante oferite de partenerii noștri. 335 de ascultători au trimis răspunsuri corecte la cele 3

întrebări de concurs, iar marele premiu a fost constituit din două sejururi complete în România, de 10 zile, în perioada 3-12 iunie 2004, oferite de Asociația pentru Turism Bucovina. Câștigători au fost ascultătorii francezi Michel Belhomme și Jean-Michel Aubier.

RADIO ROMÂNIA INTERNAȚIONAL ÎN LIMBI STRĂINE

Manager: Mariana Stoican, director

Postul emite în 10 limbi: engleză, franceză, germană, spaniolă, arabă, rusă, sârbă, ucraineană, italiană, chineză.

Considerente generale

- ✓ O dată cu trecerea la ora și frecvențele de vară (30 martie 2004) următoarele cinci redacții în limbi străine: bulgara, greaca, maghiara, portugheza și turca și-au încetat activitatea, conform hotărârii Consiliului de administrație al SRR din decembrie 2003 privind Relansarea și re poziționarea programelor RRI.
- ✓ S-a decis ca, în noul context european, caracterizat prin evoluțiile legate de încetarea războiului rece și integrarea României și a altor țări din spațiul central și est-european în structurile euro-atlantice, România să înceteze, la data de 31 martie 2004, emiterea programelor în cele cinci limbi menționate. Comunitatea europeană de media presupune renunțarea la unele dintre vechile structuri și programe, impunând promovarea unor forme noi de cooperare în domeniu.
- ✓ Majoritatea covârșitoare a jurnaliștilor din cele cinci redacții ale RRI care și-au încetat producția s-a transferat, începând cu 1 aprilie 2004, la Agenția de presă RADOR.
- ✓ Reforma Radio România Internațional și separarea pe posturi și-au propus să contribuie la:
 - re poziționarea SRR pe piața internațională de radio, ținând seama de evoluțiile generate de încetarea războiului rece și de integrarea României în structurile euroatlantice;
 - orientarea mai clară către așteptările specifice ale auditoriului din diferitele zone – țintă;
 - definirea mai pregnantă a personalității radiofonice prin format, structura și specificul informațiilor, a temelor abordate și manierei de prezentare, prin vocile de pe post și măiestria echipelor de creație și producție.

Misiunea Postului Radio România Internațional în limbi străine – RRI/2

- ❖ Să creeze o punte informațională între România, spațiul nostru geografic și auditoriul străin din spațiile țintă. RRI/2 oferă informații și analize corecte, imparțiale, rapide, relevante, comprehensibile despre actualitatea social-politică, diversitatea opiniilor din societatea românească, procesul de democratizare și

reformă, potențialul economic, patrimoniul cultural și atracțiile turistice ale României.

- ❖ Publicul țintă este variat, format, în cazul emisiunilor în cele zece limbi străine difuzate zilnic de RRI/2 (arabă, chineză, engleză, franceză, germană, italiană, rusă, sârbă, spaniolă și ucraineană), din ascultători străini, cu educație, vârste și experiențe foarte diferite, dar care au, din diferite motive, ca element comun, dorința de a obține direct de la sursă informații prompte și corecte despre România.

Obiective pe termen scurt și mediu

- Accentuarea profilului specific al fiecăruia dintre cele 10 programe în limbi străine conform intereselor specifice și particularităților culturale ale auditoriului – țintă.
- Prin emisiunile sale în limbi străine, RRI trebuie să însemne pentru ascultătorii interesați de această regiune geografică un **post – pivot** al informației de calitate.
- Sporirea numărului de contribuții editoriale ale jurnaliștilor de la RRI/2 la producțiile internaționale în limbi de largă circulație internațională și la realizarea de coproducții pe teme de interes general pentru cetățenii Europei.
- Ameliorarea condițiilor de recepție a programelor RRI prin recurgerea la formule de rebroadcasting via satelit, Internet, FM, AM, telefonie mobilă etc. inclusiv prin parteneriate noi cu rebroadcasteri de renume mondial.

Prin emisiunile sale Postul RRI/2 *Open Radio* își propune să satisfacă așteptările auditoriului internațional de a cunoaște mai bine România pornind de la următoarele considerente:

- percepția și imaginea României în străinătate nu corespund întotdeauna realității;
- România dispune de puține alte mijloace de comunicare în limbi străine;
- mijloacele de informare străine tratează evenimentele românești doar sporadic, adesea superficial, insuficient de documentat.

Politica editorială pentru ascultătorii străini

- Radio România Internațional și-a construit politica editorială astfel încât să poată prezenta auditoriului internațional interesat de evoluțiile din România, printr-un demers publicistic prompt, onest și atractiv, pluralitatea pozițiilor avizate românești privind marile teme și evoluții internaționale, pentru a mediatiza apartenența României la cultura și civilizația europeană, interesele cercurilor de afaceri românești, succesele românești în știință, artă și sport, atracțiile turistice

ale României etc. și să stabilească prin intermediul unui număr tot mai mare de emisiuni interactive contacte directe cu ascultătorii din zonele țintă (Europa, Magreb, Canada, SUA, America Centrală și America de Sud, Australia, Asia).

- Conținutul emisiunilor a fost diversificat în cursul anului 2004, pentru programele în cele 10 limbi de emisie, prin elaborarea unor grile noi, adaptate la interesele specifice ale auditoriului din zona țintă, în funcție de gradul prezumtiv de înțelegere a specificului românesc. Structura editorială a programelor a păstrat nucleul format din elemente publicistice standardizate, bazate pe formula radioului generalist (adresat unor categorii de ascultători cu vârste, ocupații, interese și atitudini diferite) și s-a îmbogățit semnificativ prin abordări diferențiate, prin tratarea unor teme de interes specific, redactate de către jurnaliștii din serviciile și secțiile RRI în limbi străine, prin lărgirea, în baza acestei autonomii editoriale sporite, a numărului de corespondenți interni și externi ai fiecărei redacții în limbi străine.
- Prima jumătate a anului 2004 s-a caracterizat, în contextul reformelor structurale aflate în desfășurare în întreaga Societate Română de Radiodifuziune, printr-o dinamică aparte. A continuat procesul de întinerire, de dinamizare și perfecționare profesională a echipelor de jurnaliști, dar și de atragere la microfonul RRI a unor colaboratori și analiști de prestigiu, a căror prezență în programe conferă emisiunilor un plus de calitate și prestanță.
- În cea de-a doua jumătate a anului 2004 s-a extins rețeaua de corespondenți interni, în special la serviciile în limbile engleză, franceză, germană. Grupaje cu corespondențele primite din țară, în limba de emisie, se difuzează, în prezent, în grila acestor servicii cel puțin o dată pe săptămână, corespondenții noștri oferind, la cerere, și relatări punctuale legate de diferite evenimente interesante desfășurate în provincie.
- Majoritatea redacțiilor în limbi străine beneficiază, în prezent, și de colaborarea constantă a unor vorbitori nativi ai limbilor de emisie. Bursieri voluntari din R.F. Germania și Franța, tineri care se pregătesc pentru o carieră jurnalistică, au fost deja oaspeții redacțiilor în limbile germană și franceză ale RRI/2 pentru mai multe săptămâni. Serviciile englez și spaniol beneficiază, de asemenea, de colaborarea unor jurnaliști străini care lucrează, în prezent, în România. Trei crainici ai secției arabe sunt vorbitori nativi, secția chineză beneficiază de doi vorbitori nativi, noile angajate ale Serviciului rus au, de asemenea, competențe ridicate în stăpânirea limbii ruse și, în plus, o specializare economică deosebit de utilă în realizarea adecvată a rubricilor economice asupra cărora noua grilă pune un accent deosebit.
- Grila de programe a tuturor emisiunilor RRI în limbi străine a fost adaptată așteptărilor, ideilor și sugestiilor ascultătorilor, precum și evoluțiilor din societatea românească și din contextele internaționale. Astfel, postul RRI/2 a urmărit să prezinte auditoriului extern, în formule jurnalistice moderne, complexitatea

problemelor actualității, procesul actual de democratizare și reformă, potențialul economic al României, patrimoniul cultural și atracțiile turistice, într-o etapă esențială pentru integrarea unui popor cu vocație europeană în clubul democrațiilor occidentale, al instituțiilor europene și euro-atlantice.

- Printr-un program de tip generalist, în format *Adult Contemporary*, RRI/2 țintește spre publicul tradițional al radiourilor internaționale, dar și spre toți amatorii de programe de radio externe captate pe Internet, spre auditoriul marilor aglomerări urbane care ne poate capta în unde medii sau FM datorită contractelor de *rebroadcasting* încheiate cu WRN, spre toți formatorii de opinie interesați de România, care pot deveni rapid, în exterior, multiplicatori ai informațiilor dobândite despre țara noastră.

Parteneriatul cu World Radio Network - WRN

- Parteneriatul a demarat la finele anului 2003, prin încheierea unui contract de retransmitere, începând cu 1 ianuarie 2004, de câte două ori pe zi, a unor emisiuni de câte 30 de minute fiecare, în limbile franceză (auditoriul țintă: Franța), germană (Germania, Austria, Elveția) și rusă (Rusia Europeană, în special zonele Moscova și Sankt Petersburg) și de retransmitere, de două ori pe zi, a trei emisiuni de câte 30 de minute fiecare în limba engleză, pentru următoarele trei destinații: a) Europa, b) America de Nord, c) America de Sud, Africa, Asia și Zona Pacificului.
- Programele au fost incluse în Canalele în limbi străine ale WRN distribuite prin satelit și Internet (în formula real audio, respectiv cu arhivare timp de o săptămână pentru accesarea sub forma *audio on demand*). Conținutul emisiunilor este popularizat de către WRN prin spoturi-promo și prin publicarea în paginile proprii pe Internet, respectiv în revista editată de WRN semestrial.
- WRN difuzează un program special în limba engleză pe World Space Asia STAR. Cu ajutorul unui aparat de radio portabil *World Space* acest canal WRN în limba engleză poate fi captat oricând și oriunde.
- Pe lângă toate aceste ferestre de program oferite de WRN pe canalele sale în limbi străine, WRN are contracte de difuzare cu un mare număr de posturi private din toate zonele – țintă deja menționate (De Ex. SIRIUS Satellite Radio din SUA, cu furnizorii de programe prin cablu din America și Europa, cu operatori de telefonie mobilă (Mobile Broadcast Network ș.a.). Astfel, canalul WRN în limba engleză pentru Asia/Pacific este preluat prin cablu în Japonia și Noua Zeelandă și poate fi ascultat, prin cablu în marile hoteluri din Hong Kong.
- Canalul WRN în limba engleză pentru Europa este preluat de operatorii de cablu din Austria (Graz, Viena); Belgia (Anwers, Bruxelles), Republica Cehă (Praga), Germania (Berlin), Olanda (Amsterdam, Bussum, Huizen, Laren, Hilversum)

Elveția (Geneva, SwissFun-ofertă națională), Marea Britanie (Bath, Bristol, Cheltenham, Gloucester, Trobridge, Edinburgh, Dundee, Londra etc.)

- WRN în limba engleză are contracte de difuzare prin cablu în hoteluri din rețeaua Hilton, Forte Crest Apollo, Ibis Centraal, SAS Royal, Renaissance, Golden Tulip Barbizon Centre, Golden Tulip Barbizon Palace, Okura Amsterdam, Pulitzer și Victoria Hotel, Carlton Hotel (Anwers), în hoteluri din Belgia, în hotelul Intercontinental din Berlin.

Oferte și contracte suplimentare încheiate cu WRN

- Începând cu luna martie 2004, WRN deține licența pentru difuzarea unui pachet de programe internaționale în limba germană, în intervalul orar: 23.00-06.00 pentru Berlin, pe frecvența 97,2 FM, auditoriul potențial fiind estimat la aproximativ un milion de ascultători. Postul RRI în limbi străine a fost prezent în cadrul acestui canal internațional în fereastra cuprinsă între 24.00 – 24.30, ora Europei Centrale, de luni până joi, cu o producție de 30 de minute în limba germană.
- Începând cu luna aprilie 2004, partenerul WRN din Londra, SPECTRUM Radio a introdus în programul său pe unde medii zilnic 30 de minute din programul RRI în limbi străine.
- În aprilie 2004 a început și preluarea selectivă, la un interval de două săptămâni, în cursul nopții de sâmbătă spre duminică, a unor segmente de 15-20 de minute din programele RRI în limba germană difuzate via WRN de către un post de radio local din Hamburg sub genericul *Noaptea radiourilor internaționale*.
- La finele anului 2004 RRI/2 urma să fie prezent cu o producție de 30 de minute în limba rusă în cadrul unui program internațional furnizat de WRN pentru Moscova și împrejurimi pe unde medii de 738 m în intervalul orar: 22.00-22.30 ora Moscovei; difuzarea prin intermediul unui emițător terestru a fost însă întârziată de către WRN.

Acțiuni speciale, sponsorizate, de promovare a României peste hotare:

- În aprilie 2004 s-a finalizat concursul *Sfintele Sărbători în România*, beneficiarii unui sejur în țara noastră cu ocazia Sfintelor Paști au fost doi ascultători din R.F. Germania, Michael Schmitz și Harald Kuhl, jurnaliști, membri ai Asociației Dxiștilor germani.
- Doi ascultători din Franța, Jean-Michel Aubier și Michel Belhomme, câștigători ai concursului *Comorile Bucovinei* au beneficiat în cursul lunii iunie 2004 de un sejur de 10 zile în Bucovina.
- În luna august ascultătorul Jonathan Murphy din Irlanda, câștigător al concursului: *Delta Dunării – un templu al naturii* va beneficia de un sejur de zece zile pentru două persoane în Delta Dunării, la Curtea de Argeș și București.
- În primele șase luni ale anului 2004 s-a derulat concursul *Ștefan cel Mare și Sfânt-500*, organizat în colaborare cu Radio Iași, concurs care s-a bucurat de un interes

deosebit din partea ascultătorilor. Câștigătorii celor 70 de premii în obiecte: premii de excelență, premii speciale, diplome și mențiuni speciale – premii oferite de Patriarhia BOR, Ministerul Culturii și Cultelor, Consiliul Județean Suceava și Radio Iași - au fost desemnați prin tragere la sorți în ultima decadă a lunii august. Concursul a fost dotat cu 100 de premii și mențiuni. Marele premiu, un sejur în Bucovina în perioada 15-22 septembrie 2004, pentru două persoane, a revenit ascultătorului Frank Lenz din RFG, care a venit în România împreună cu soția sa și cu fiica, în vârstă de șase luni.

- Câștigătoare a Concursului organizat de Secția ucraineană, cu ocazia împlinirii a zece ani de la înființare, a fost familia Volodymyr, Natalia și Anastasia (4 ani) din Ucraina, căreia sponsorii RRI i-au oferit un sejur de o săptămână în nordul României.
- Pe 15 noiembrie 2004 a fost lansat un nou concurs cu premii: *Jules Verne în România*. (În 2005 se împlinesc 100 de ani de la moartea celebrului scriitor, comemorare inclusă în calendarul UNESCO). Principalul sponsor este Consiliul Județean Hunedoara, care oferă două sejururi complete, în perioada 7-22 aprilie 2005 pentru câștigători.

Contacte internaționale și acțiuni speciale desfășurate în SRR la inițiativa Programului RRI/2

- Prezentarea cărții *Război salvat. Comunicarea în timpul războaielor* de către prof. Michael Kunczik (Universitatea din Mainz, RFG) în cadrul unei întâlniri cu jurnaliștii din SRR desfășurate în sala *Catinca Ralea*. Acțiunea a fost organizată în colaborare cu Fundația *Friedrich Ebert* din RFG.
- Vizita în SRR a unui grup de 24 de cadre didactice din Austria în cadrul unei vizite de documentare în noile state membre și statele candidate la aderarea în UE. Vizita a fost organizată de către Academia Europeană din Viena în colaborare cu Ministerul Federal de Externe din Austria și cu MAE din România.
- În cadrul *Zilelor audiovizualului francez în România*, coordonatoarea Serviciului Francez din cadrul RRI/2 a prezentat, la cererea organizatorilor, activitatea Serviciului Francez și participarea noastră la emisiunile *Accent d'Europe* realizate în colaborare cu RFI.

Mediatizarea unor evenimente la care SRR a fost organizator sau coorganizator

Toate programele în limbi străine ale postului RRI/2 au mediatizat pe larg:

- deschiderea birourilor de corespondenți ale SRR la Berlin și Washington;

- Conferința organizată de către SRR împreună cu Institutul pentru Studii Strategice Internaționale din Washington D.C.;
- concertele Orchestrei Naționale Radio la Roma, Bruxelles, Haga, Paris, Bratislava și Viena;
- activitatea grupului de *euromporeteri* și materialele înregistrate în Polonia, Ungaria și Slovacia;
- Caravana *Gaudeamus*;
- Târgul de carte *Gaudeamus* și activitatea de la *Salonul Presei*;
- *Festivalul Artelor*;
- Expoziția de desene ale copiilor din Afganistan și Irak.

Sondajul de opinie lansat de RRI în 2004

A fost un chestionar expediat prin poștă unui număr de aproximativ 1000 de ascultători și afișat în română, aromână și în 10 limbi străine pe pagina de Internet a RRI. S-a urmărit să se afle care este structura ocupațională și de vârstă a auditoriului fiecăruia din serviciile și secțiile RRI, care sunt obiceiurile de ascultare, (zile de lucru/weekend) rubricile cele mai ascultate, preferințele tematice, gradul de satisfacție sau nemulțumirile legate de programele audiate, inclusiv în ce privește orele de emisie, frecvențele alese și condițiile de recepție.

Au răspuns la solicitare peste 600 de ascultători din aproximativ 50 de țări, **539 din chestionarele completate** au făcut obiectul unui studiu sociologic amplu.

Principalele concluzii

- Durata contactului cu RRI (De când suntem ascultați?):
 - ✓ 17% dintre ascultători ne ascultă de peste 20 de ani;
 - ✓ 15% dintre ascultători ne ascultă de 10-20 de ani;
 - ✓ 17% dintre ascultători de 3-5 ani;
 - ✓ 17% dintre ascultători au indicat 1-3 ani;
 - ✓ 17% dintre ascultători au descoperit și au îndrăgit programele noastre în ultimul an!
- Frecvența ascultării emisiunilor RRI/2:
 - ✓ ***zilnic/aproape zilnic: 20% dintre respondenți;***
 - ✓ de câteva ori pe săptămână: 37% dintre respondenți;
 - ✓ săptămânal: 24% dintre respondenți;
 - ✓ la intervale mai mari de o săptămână: 18% dintre respondenți.

Se observă că majoritatea ascultătorilor programelor RRI (57%) urmărește programele noastre zilnic sau de mai multe ori pe săptămână.
- Emisiunile RRI în limbi străine sunt urmărite:
 - ✓ de luni până vineri de 43% dintre ascultători;
 - ✓ sâmbăta și duminica de 48% dintre ascultători;
 - ✓ pe tot parcursul săptămânii de 4% dintre ascultători.

- Condițiile tehnice de recepție a programelor au fost definite ca fiind:
 - ✓ foarte bune – de un procent de 12% dintre ascultători;
 - ✓ bune – 36%;
 - ✓ variabile – 35%;
 - ✓ slabe – 9%;
 - ✓ foarte slabe – 5% dintre ascultători.
- Maniera de ascultare:
 - ✓ 16% dintre ascultători urmăresc țintit anumite rubrici;
 - ✓ 26% dintre ascultători urmăresc întotdeauna programul în totalitate;
 - ✓ 54% dintre ascultători urmăresc programul integral atunci când dispun de suficient timp

Majoritatea ascultătorilor urmărește programul în întregime când dispune de suficient timp.

- Calificative acordate de ascultători programelor RRI în limbi străine:
Majoritatea ascultătorilor a caracterizat programele ca fiind *informative* (73%) și *obiective* (52%). Alte calificative acordate: *moderne, calde, instructiv-distractive, personalizate* etc. De remarcat, de asemenea, că majoritatea caracteristicilor atribuite de ascultători emisiunilor RRI a avut conotații pozitive.
- Analiza a urmărit și gradul în care sunt satisfăcute preferințele ascultătorilor în emisiunile RRI 1 și RRI 2 în următoarele domenii: Știri; Note/comentarii/revista presei; Analize politice; Istorie; Economie; Social; Cultură și artă; Turism; Ecologie/mediu; Dezbateri pe teme controversate; Portrete ale unor personalități românești; Rubrici de relații cu ascultătorii; Tradiții, obiceiuri, folclor; Muzică; Sport; Informații utilitare; IT.

Variantele propuse respondenților au fost: *tratare prea amplă, suficientă* sau *insuficientă*.

Majoritatea (80%) temelor a fost considerată ca fiind *suficient de amplu tratate*.

- La întrebarea dacă au constatat o îmbunătățire a calității jurnalistice a emisiunilor majoritatea ascultătorilor (68%) a afirmat că s-a îmbunătățit calitatea jurnalistică, 31% dintre ascultători au afirmat că a rămas constantă, 1% dintre ascultători nu a răspuns la întrebare. Căsuța cu specificarea *s-a înrăutățit* nu a fost marcată de nici unul dintre respondenți!
- Sondajul de opinie a urmărit măsura în care ascultătorii sunt mulțumiți de relația RRI cu ascultătorii.
Majoritatea respondenților (66%) se declară mulțumită de modul în care acest contact este întreținut.

- În privința mijloacelor tehnice, altele decât ascultarea hertziană clasică, sondajul a evidențiat faptul că majoritatea respondenților continuă să urmărească programele pe unde scurte, 34% dintre ascultători urmăresc emisiunile RRI pe Internet, (dintre care 16% prin intermediul WRN în direct, 4% au afirmat că folosesc și formula WRN on demand), 16% urmăresc emisiunile RRI via satelit.
- Întrebați în ce alt mod ar dori ascultătorii RRI să capteze programele noastre în afara ofertei actuale, s-a constatat că 27% dintre ascultători ar dori să urmărească emisiunile RRI prin retransmisie în unde scurte; 22% prin retransmisie în FM; 18% prin retransmisie în AM; 14% prin transmisie via satelit; 10% în formula DRM (Digital Radio Mondiale).

Profilul ascultătorilor RRI

Vârsta:

- 17% dintre cei care ascultă emisiunile RRI au până în 25 de ani; 29% au vârste cuprinse între 26 și 35 de ani; 36% dintre cei care ascultă emisiunile RRI au vârste cuprinse între 36 și 55 de ani; 12% dintre cei care ascultă emisiunile RRI au vârste de peste 55 de ani.
- Se observă că majoritatea celor care ascultă emisiunile RRI sunt tineri sau adulți tineri. (82% dintre ascultători au până în 55 ani, se află la o *vârstă activă*).

Educația:

- **55% dintre cei care ascultă emisiunile RRI au studii universitare și postuniversitare;**
- 26% au studii liceale și postliceale;
- 14% dintre cei care ascultă emisiunile RRI nu au răspuns la această întrebare.
- Ca în cazul fiecăreia dintre concluziile anterioare, diferențele de la un serviciu în limbi străine la altul sunt destul de mari. Exemplificăm, pentru cazul de față, prin prezentarea rezultatelor legate de ascultătorii care au declarat că au studii universitare: 59% în cazul Serviciului Francez; 59% Serviciului Rus; 60% Serviciul Englez; 69% Serviciul Spaniol; 42% Serviciul German; 51% Serviciul Arab; 33% Secția ucraineană; 38% Secția italiană; 62% Secția chineză; 59% Serviciul Român; 33% Secția aromână; 33% Secția sârbă.

Sexul:

- 85% dintre cei care ascultă programele RRI sunt bărbați

Concluzii cantitative ale analizei

- Se poate afirma că majoritatea celor care ascultă programele RRI sunt persoane de sex masculin, cu studii superioare, active în viața socială, cu ocupații intelectuale, cu vârste cuprinse între 26 și 55 de ani. Reiese, de asemenea, că 83% dintre respondenți au devenit ascultători fideli, care ne urmăresc de peste 3 ani. Programele RRI se bucură de un mare interes, majoritatea ascultătorilor

urmărindu-le, în întregime, zilnic sau de mai multe ori pe săptămână, în funcție de timpul disponibil.

- Ca atare:
 - ✓ Calitatea și caracteristicile programelor RRI satisfac în mare măsură exigențele actuale ale auditoriului;
 - ✓ Se recomandă o atenție mai mare acordată îmbunătățirii condițiilor de recepție.
- Alte semnale legate de popularitatea emisiunilor RRI în limbi străine:
 - ✓ Partenerul nostru WRN Ltd ne-a semnalat popularitatea de care s-au bucurat în rândul ascultătorilor canalelor WRN în limbile engleză, franceză și germană concursurile – sondaj legate de oferta emisiunilor preluate de la RRI/2.
 - ✓ Cele mai cunoscute reviste ale ascultătorilor pe unde scurte (dx-iști) din Germania, Spania, Franța sau Marea Britanie au dedicat articole ample atracțiilor tematice în oferta programelor RRI/2.
 - ✓ Un post de radio comercial din Hanovra a selectat – în baza unui parteneriat cu WRN – cu regularitate, de două ori pe lună, pentru programele din noaptea de sâmbătă spre duminică, rubrici difuzate de Serviciul German/RRI/2 pe Canalul în limba germană al WRN Ltd.
 - ✓ În sondajele de popularitate ale programelor internaționale în limba franceză organizate de un grup de dx-iști de limbă franceză, emisiunile Serviciului Francez RRI/2 au urcat de pe locul IV pe locul II!

VI. ACTIVITĂȚI COMPLEMENTARE

1. EDITURA *CASA RADIO*

Manager: Sebastian Sârcă, director

Editura *Casa Radio* – structură cu rang de direcție – a avut, și în anul 2004, drept activitate principală elaborarea unor volume de publicistică radiofonică, reviste, cataloage, cărți sonore, CD-uri, casete, emisiuni, documentare și medalioane radiofonice prilejuite de aniversări sau comemorări ale unor mari personalități din istoria culturii românești și universale.

Producția editurii a fost destinată atât publicului larg, cât și specialiștilor.

Obiective generale

- ◆ Valorificarea patrimoniului cultural și informațional al Societății Române de Radiodifuziune (conform planului editorial)
- ◆ Informatizarea
- ◆ Asigurarea resurselor financiare
- ◆ Diversificarea produselor și îmbunătățirea calității serviciilor prestate

- ◆ Pregătirea profesională permanentă

Structura organizatorică

- ❖ Redacția Editurii *Casa Radio* și a revistei *Universul Radio*
- ❖ Arhiva scrisă și Biroul de documentare
- ❖ Colectivul de Istorie orală
- ❖ Colectivul de marketing și distribuție a produselor

Valorificarea patrimoniului informațional și cultural al Societății Române de Radiodifuziune este și va rămâne în viitor obiectivul principal al Redacției Editurii *Casa Radio* și al colaboratorilor săi.

- **Politica editorială** a fost centrată pe **circulația imaginii de marcă a instituției**, din care decurg și principalele coordonate ale dezvoltării editoriale: **informație, educație, divertisment**, indicând un *public țintă* corespunzător celui conturat de audiența unui post public cu *profil generalist*.
- Au fost căutate în permanență formule editoriale originale: produsul *audiobook* rămâne un unicat pe piața audio românească.
- Brandul Editura Casa Radio se impune pe piață printr-un program editorial care cultivă valorile perene ale culturii naționale.
- În anul 2004 au fost editate 51 de produse, înscriind astfel *Casa Radio* în rândul editurilor medii din punctul de vedere al numărului de produse editoriale, obiectivul strategic fiind acela de a edita peste 100 de produse pentru a intra în rândul editurilor mari.
- Au fost aduse în actualitate mărturiile documentare conservate în arhivele specializate ale Societății Române de Radiodifuziune, prin emisiunea *Chipuri și măști*, o antologie a teatrului radiofonic românesc, și emisiunea *Tezaur* care găzduiește interviurile realizate cu membrii Academiei Române, îmbogățind astfel Fonoteca de Aur a SRR.
- Au fost organizate acțiuni specifice de susținere a imaginii Societății Române de Radiodifuziune - participarea la târgurile de carte Bookarest, Gaudeamus, precum și la cele regionale lansările de carte, casete, CD-uri, în prezența unor personalități culturale și a presei de specialitate.

Titluri apărute în anul 2004

- **Carte:** Colecția *Intermedia* (Titus Vîjeu – *Scripta manent – Ghid biobibliografic al scriitorilor din Radio*); Colecția *Intermedia*, Seria *Autografe* (Alexandru Mironov-*Dialoguri pe lobul frontal al civilizației omului*); Colecția *Repere XXI*, Seria *Radio România Actualități* (Gheorghe Verman-*Tărâmul îngerilor*); Colecția *Orbital* (George Astaloș-*Exil 2. Memoriile unei memorii*); Report IPI-*The International Conference – How to guarantee independent public service broadcasting*;

- **Audiobook:** Colecția *Biblioteca de poezie românească* (Mihai Eminescu-Melancolie); Colecția *Biblioteca de poezie românească*, seria *Colecționarul de voci* (Ana Blandiana-Un arhanghel murdar de funingine); Colecția *Teatru la microfon* (Mircea Cărtărescu-Levantul); Colecția *Biblioteca Radio*, seria *Ediții Sonore* (Mircea Vulcănescu-Cuvinte pentru fratele rămas departe; Nicolae Cartoian – *Din tainele literaturii noastre*); Colecția *Radio-Prichindel* (Ana Blandiana – *Poezii cu și fără Arpagici pentru părinți și bunici*; Victor Eftimiu – *Înșir-te, mărgărite*; Titela Haqué – *Legenda ouălor roșii și alte povești*);
- **CD teatru:** Colecția *Fonoteca de Aur* seria *Integrala Delavrancea* (Barbu Delavrancea – *Apus de soare, Hagi Tudose*); Colecția *Fonoteca de Aur*, seria *Integrala Caragiale* (I.L. Caragiale-*O scrisoare pierdută, D’ale carnavalului, O noapte furtunoasă*); Colecția *Comedii românești* (George Ciprian – *Omul cu mârtoaga*; Mihail Sebastian – *Ultima oră, Steaua fără nume*; Mircea Ștefănescu – *Micul infern*); Colecția *Capodopere ale teatrului universal* (Carlo Goldoni – *Hangița*);
- **CD muzică:** Colecția *Profil interpretativ* (Ilarion Ionescu-Galați; Viorela Ciucur, Prunaru/Protopopescu); Colecția *Stagiunea europeană* (Orchestra Națională Radio – Bruxelles; Haga); Colecția *Maestro* (Iosif Conta, Silvia Șerbescu, Horia Andreescu + Orchestra de Cameră Radio, Horia Andreescu + Orchestra Națională Radio); Colecția *Radio-Prichindel Muzical* (Silvia Chicoș – *Clubul voioșiei*; Cristina Dumitriu – *Un canar tropical; The Golden Star 2004*).

Revista *Radio România* a trecut, de-a lungul anilor, prin mai multe formule publicistice, în căutarea unui profil editorial propriu, care să reflecte cât mai bine rolul acesteia de promotor al imaginii posturilor naționale și teritoriale de radio.

- ***Pentru întărirea acestui rol, în anul 2004 s-a propus o restructurare a profilului editorial, având în vedere sporirea interactivității dintre cititori și revistă, pe de o parte, și dintre revistă și posturile naționale și teritoriale de radio, pe de altă parte.***
- Din trimestrul al III-lea, revista de programe a Societății Române de Radiodifuziune a trecut la noul format editorial și grafic, format aprobat de Consiliul de Administrație, sub titlul ***Universul Radio. Radio România***. Acest fapt a însemnat, sub aspect grafic, dublarea numărului de pagini (48); diferențierea calității hârtiei în funcție de structura editorială; opțiunea pentru full-color; creșterea tirajului la aprox. 5000 de exemplare.
- În ceea ce privește problematica editorială, noul format este specific ghidurilor de profil, cu acoperirea tematicii tuturor posturilor de radio din componența Societății Române de Radiodifuziune. Trecerea de la vechiul format la noul proiect a fost realizată cu același colectiv redacțional, prin remodelarea sarcinilor editoriale individuale, iar rezultatul dovedește că, în ciuda unor disfuncționalități, procesul editorial nu a avut de suferit. Sub aspect financiar, cheltuielile suplimentare se regăsesc doar la capitolul manoperă tipografică (din pricina dublării numărului de pagini, creșterii tirajului și a creșterii calității tipografice).

- În 2004 au fost editate 51 de numere de revistă. În întreaga perioadă, colectivul redacțional a reflectat în paginile revistei nu numai subiecte privind programele și emisiunile posturilor, ci și acțiunile de amploare națională și internațională organizate de/și la sediul Societății Române de Radiodifuziune, fapt ce acoperă ceea ce numim publicitate internă. Colectivul revistei a fost și este preocupat de problema distribuției și a achiziționării de inserții de publicitate, concomitent cu organizarea de sampling-uri pentru diverse activități și acțiuni din Societatea Română de Radiodifuziune—activități care trebuie să continue și să se dezvolte în 2005.

Activitatea de *Istorie orală*

- ◆ Atașat recent Editurii *Casa Radio*, colectivul a elaborat un plan editorial care vizează proiecte legate de înregistrările existente, dar și de realizarea unor înregistrări destinate conceperii unor documentare radiofonice (*Istoria mineritului în România, Istoria rezistenței anticomuniste*), a unor volume publicistice și a unei serii de casete didactice complementare procesului de învățământ.
- ◆ Au fost arhivate interviurile pe proiecte: *Rezistența anticomunistă din România (1945-1956)*, *România în epoca Gheorghiu Dej*, *Biserica în perioada comunistă* (în total 58,3 ore); s-au făcut transcrieri, corectură și note (total 2740 pg, 148 ore); a fost digitalizată arhiva cu prelucrare sumară (420 ore, 360 CD-uri) și au fost valorificate documente prin emisiunea *Mediateca de istorie*, seria *Noi suntem istoria!* (52 emisiuni). De asemenea, a fost pregătit pentru editare volumul *Posturi de radio care au emis în limba română 1939-1989* și au fost publicate articole în revista *Universul Radio* și în alte reviste de specialitate.

Arhiva scrisă și Documentarea

- ◆ A contribuit la cercetarea dosarelor și la selectarea manuscriselor care au alcătuit volumele propuse spre editare; a răspuns solicitărilor de cercetare și documentare, a conceput noul *Nomenclator de acte* create în Societatea Română de Radiodifuziune, a prelucrat documentația pentru finalizarea volumului III al *Bibliografiei Radiofonice Românești (1941-1945)* și demararea documentației pentru elaborarea volumului IV (*1945-1950*); este în curs de elaborare proiectul unui CD-ROM intitulat *Enciclopedie Radiofonică Românească (1928-1945)*.
- ◆ Biroul Documentare a realizat cercetarea, evidența, ascultarea și fișarea complexă a benzilor din Arhiva sonoră a Societății Române de Radiodifuziune – fondul emisiunilor literare din anii 1964-1966, paralel cu introducerea datelor (1958-1964) în baza de date pentru a permite selectarea subiectelor necesare alcătuirii Planului editorial, a realizat *Repertoriul emisiunilor literare (1958-1964)*, ascultarea și fișarea emisiunilor teatrale în vederea editării catalogului *Teatru Radiofonic (1967-1972)*, a introdus date pentru acces pe Intranet; a realizat ascultarea și fișarea complexă a emisiunilor *Noapte bună copii (1958-1961)* în vederea selectării textelor pentru volumele și CD-urile cu același titlu, a elaborat un *Catalog complex* cu trimiteri la revista *Universul Radio*, documentații la

cererea realizatorilor de emisiuni și calendarul săptămânal al evenimentelor interne și externe pentru Postul România Actualități.

Informatizarea

- ◆ Prima etapă a fost dedicată realizării unor module de încărcare date, care să permită valorificarea muncii depuse anterior pentru fișarea unui număr important de înregistrări din categoria *Fonoteca de Aur* și din compartimentul *Discotecă*. O parte din datele respective a fost utilizată ulterior pentru a edita Catalogul *Teatru Radiofonic (Fonoteca de Aur)* destinat consultării de către redactorii Editurii *Casa Radio* și de către realizatorii de emisiuni din alte compartimente interesate.
- ◆ A doua etapă a constat în proiectarea și realizarea unor aplicații specifice compartimentelor de tip fonotecă, cu ajutorul cărora înregistrările aflate pe suporturi magnetice diferite să poată fi încărcate, apoi regăsite după diverse criterii și editate sub formă de cataloage dedicate unor emisiuni: *Teatru radiofonic (1951-1984)*, *Teatru pentru copii și tineret – 3 volume (1952-1965, 1966-1970, 1971-1975)*, *Mituri, basme, povești (1953-2004)*, *Lecturi dramatizate (1959-1970)*, *100 de legende românești (1970)*, *Noapte bună, copii! (1956-1961) – 2 volume*; s-au realizat cataloage complexe pentru Arhiva Scrisă, Revista *Universul Radio*, *Fonoteca Vorbită*. La Arhiva Scrisă au fost și vor fi create aplicații pentru regăsirea autorilor și a textelor ce vor fi incluse în volumele Editurii *Casa Radio*. Aplicațiile sunt alcătuite din mai multe module cu funcțiuni asemănătoare astfel încât să fie ușor de asimilat de către utilizatori.

Concluzii

- Obiectivele generale, precum și cele derivate au fost atinse, produsele Editurii *Casa Radio* fiind realizate ritmic, după o planificare trimestrială, lunară și evenimentială strictă. Deși s-au primit comenzi extra-plan, s-a realizat integral planul editorial.
- Recunoașterea performanțelor profesionale în domeniul editării s-a materializat din 1998, când au fost puse bazele Editurii *Casa Radio*, în diplomele primite la Târgurile *Gaudeamus*, din partea Postului de Radio România Cultural, la târgurile de carte din străinătate (Paris – 2001, Novi Sad – 2001).

Proiecții

- Principala direcție de activitate a Editurii *Casa Radio* în anul 2005 este asigurarea **continuității acțiunilor** de valorificare a patrimoniului, prezervând **caracterul sistematic al inițiativelor demarate**, precum și o **diversificare a ofertei editoriale**.
- Proiectele Editurii *Casa Radio* pentru anul 2005 sunt expresia unei duble valențe: valorificarea patrimoniului documentar al instituției și reflectarea tendințelor culturale actuale.

- Varianta actuală a planului editorial pentru anul 2005 reprezintă o selecție riguroasă a propunerilor Redacției Editurii *Casa Radio* precum și a celor provenite din redacțiile Societății Române de Radiodifuziune, fiind reținute acele proiecte susceptibile de a oferi un echilibru optim **imagine/rentabilitate**.

2. SPECTACOLE, TÂRGURI, EXPOZIȚII, MANIFESTĂRI COMPLEXE

Manager: Paul Enigărescu, director

- Direcția de profil din SRR a organizat în regie proprie sau a contribuit la organizarea unui număr de 20 de spectacole, festivaluri, concerte, dedicate unor evenimente din viața culturală și socială a țării. Exemple: Spectacolul comemorativ *Eminescu - 154 de ani* - 15 ianuarie; Spectacolul *Om bun* ediția a VII-a - 14 februarie, în asociere cu Fundația culturală *Om bun*; Festivalul internațional de muzică electronică și de computer *ACOUSMANIA*; Spectacole în aer liber pe scena TIBCO- ROMEXPO 1-6 iunie; Spectacol comemorativ *Ștefan cel Mare – 500 de ani*- Putna, iulie; Festivalul de muzică religioasă și corală de la Sâmbăta de Sus.
- Au fost organizate manifestările desfășurate sub genericul ***Week-end la Casa Radio*** - 6 ediții, în perioada ianuarie-iunie: 31 ianuarie-1 februarie, 28-29 februarie, 27-28 martie, 24-25 aprilie, 29-30 mai, 19-20 iunie, la care au participat peste 25.000 de persoane, în majoritate tineri.

Scopul organizării acestor manifestări a fost acela al întineririi audienței posturilor de radio ale corporației.

- Activitățile de spectacole, târguri și expoziții au asigurat 27 de ore de emisie la Radio România Actualități, 4 ore la Radio București, 3 ore la Radio Snagov și 6 ore de înregistrare pentru Antena Satelor.
- A fost asigurată promovarea evenimentelor prin realizarea și difuzarea de afișe, bannere și invitații, decorarea scenei, s-au desfășurat activități specifice acestui tip de evenimente prin încheierea a 177 contracte de drepturi de autor/conexe/prestări servicii.
- În foaierele SRR s-au organizat și derulat 8 expoziții de pictură și artă decorativă.
- La Centrul de Presă al SRR s-au desfășurat 11 lansări de carte, CD-uri, 5 conferințe de presă, 3 simpozioane, 12 preselecții, 2 concursuri, cursuri de pregătire, emisiuni etc.
- S-au negociat, încheiat și derulat 20 de contracte de închiriere a unor spații din Casa Radio (studiouri, Centrul de presă) și de parteneriat media. Exemple: Parteneriatul media pentru Gala premiilor UNITER, din 5 aprilie, cu UNITER; Parteneriatul media pentru Ziua mondială a sănătății, 7.04.2004, cu Uniunea Națională a Transportatorilor Rutieri din România; Protocolul încheiat cu Camera

de Comerț și Industrie a României pentru organizarea Conferinței Internaționale Zilele Afacerilor Europene, desfășurată în aprilie.

- Au fost încheiate 15 contracte pentru promovarea imaginii SRR cu: SC EUROGEN DELTA, PM PRODUCTION, INTERSERV CONECT SRL , SC GOPREF 94 SRL, SC NEOSTUDIO, SC CIVIO REVISTE SPECIALIZATE, SC COMUNICATOR, SC DBF PRODUCTIONS SRL, SC PROMOTION COMPANY SRL, IPIX INTERNATIONAL BUCHAREST.
- Au fost încheiate următoarele contracte barter cu presa scrisă și posturile tv: Cotidianul, Național, Curentul, Jurnalul Național, Libertatea, Pro Sport, Independent, Ziua, Ziarul popular, Gardianul, Ziarul, Gazeta Sporturilor, Confort Magazin, Banii Noștri, Nine O’Clock, TVR, Prima TV, Realitatea TV, Editura Democrația, Adevărul, România liberă, Evenimentul Zilei, Civitas Civium.

Târgurile GAUDEAMUS – programul *Lectura*

PALMARES

GAUDEAMUS Craiova, 2 - 6 martie, Teatrul Național, ediția a treia:

- 32 de participanți care au ocupat o suprafață de 224 mp;
- 28 de evenimente editoriale;
- 14.500 de vizitatori;
- 32 de articole și mențiuni în presa scrisă (locală și centrală);
- Un nivel estimat al vânzărilor de circa 500 milioane lei.

GAUDEAMUS Târgu Mureș, 30 martie – 3 aprilie, ediția a doua, Teatrul Național:

- 32 de participanți care au ocupat o suprafață de 153 mp ;
- 15 evenimente editoriale ;
- 8.000 de vizitatori;
- 20 de articole și mențiuni în presa scrisă (locală și centrală);
- Un nivel estimat al vânzărilor de circa 300 milioane lei.

GAUDEAMUS Cluj-Napoca, 12 – 15 mai, ediția a cincea, Expo Transilvania:

- 40 de participanți care au ocupat o suprafață de 297 mp;
- 24 de evenimente editoriale;
- 6.000 de vizitatori;
- 20 de articole și mențiuni în presa scrisă (locală și centrală);
- Un nivel estimat al vânzărilor de circa 250 milioane lei.

GAUDEAMUS Carte Școlară, ediția a doua, 15 – 26 septembrie, Foaierul Sălii de concerte Mihail Jora:

- 36 de participanți – 30 de edituri din România și 6 edituri străine reprezentate – care au ocupat o suprafață de 100 mp;
- 40 de evenimente profesionale;
- 18.000 de vizitatori, dintre care circa 2.000 de cadre didactice;
- Un nivel estimat al vânzărilor de circa 700 milioane lei.

Târgul Internațional GAUDEAMUS – Carte de învățătură, ediția a XI-a, 17 – 21 noiembrie, Pavilionul Central Romexpo:

- ❖ 270 de expozanți (136 de edituri românești, 40 de edituri străine reprezentate de agenții de difuzare din țară, 10 edituri străine participante în standuri naționale, 21 de instituții de învățământ, 14 agenții de difuzare de carte românească și străină, 4 firme multimedia, 4 asociații profesionale, 5 ONG-uri, 3 centre culturale, 12 publicații culturale și științifice, 5 firme de materiale didactice, 5 anticariate ș.a.) care au ocupat o suprafață de circa 4.200 mp;
- ❖ 415 evenimente – lansări și prezentări de carte și colecții, dezbateri, seminarii, mese rotunde, colocvii, la care se adaugă cele 70 de evenimente din cadrul Salonului de Carte pentru Copii și Tineret;
- ❖ 79.000 de vizitatori;
- ❖ 263 de articole, mențiuni și știri difuzate de 35 de instituții de presă;
- ❖ 38h 20' transmisiuni radio;
- ❖ 8h 30' emisiuni TV;
- ❖ Un nivel estimat al vânzărilor de circa 1.000.000 Euro.

BUGET:

Și în anul 2004, Târgurile GAUDEAMUS au fost organizate pe baza unor bugete proprii, fără a se apela, prin cheltuieli directe, la bugetul instituției.

✓ Total venituri*: 88573,99 €

✓ Total cheltuieli*: 50840,42 €

Profit brut*: 37733,57 €

*) Sumele conțin TVA.

3. PUBLICITATE

- Valoarea campaniilor derulate la Radio România Actualități este de 1.914.402 EUR, din care 646.224 EUR publicitate comercială, 968.373 EUR promovarea produselor și serviciilor partenerilor cu care s-au încheiat contracte barter, 149.805 EUR campanii sociale și 150.000 EUR campanii de promovare a produselor, serviciilor și manifestărilor organizate de SRR.
- Comparativ cu valoarea campaniilor derulate în anul 2003, în anul 2004, valoarea acestora s-a majorat cu peste 40%.
- S-au realizat 569 de spoturi, peste 6500 de emisiuni de publicitate, însumând peste 11.000 de minute de publicitate.
- Pentru anul 2005 se propune depășirea valorilor înregistrate în anul 2004 cu 30 %, în condițiile în care emisiunile posturilor SRR vor înregistra o creștere

semnificativă a audienței, vânzarea unui spațiu de publicitate fiind condiționată de target-ul și audiența emisiunii difuzate în acel segment orar.

VII. MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

Manager: Mihai Ovidiu Enea, director

1. STRUCTURA ORGANIZATORICĂ A SRR

- ❖ În cursul anului 2004, structura organizatorică a Societății Române de Radiodifuziune a suferit anumite modificări, având în vedere trecerea la aplicarea celei de a doua etape de regândire a organizării instituției, începând cu luna septembrie 2004.
Organigrama în vigoare la 1 ianuarie 2004 este prezentată în Anexe.
- ❖ În ședința Consiliului de administrație din data de 12 august 2004 a fost aprobată aplicarea, începând cu data de 6 septembrie 2004, a structurilor noii organigrame a SRR, prezentată în Anexe.

- ❖ Principiul care a stat la baza restructurării structurii organizatorice și funcționale a SRR – crearea unor posturi omogene de radio – s-a materializat în repartizarea la posturile naționale a personalului redacțional și a personalului tehnic cu atribuții în realizarea producției editoriale.

2. EVOLUȚIA STRUCTURII DE PERSONAL ÎN ANUL 2004

- ❖ Regândirea activității editoriale a determinat și o restructurare a structurii de personal, ceea ce a condus la necesitatea completării cu personal de specialitate a anumitor sectoare de activitate, astfel încât, la finele anului 2004, numărul de salariați a crescut cu 28, față de ianuarie 2004, respectiv 1,05%.

Structura pe grupe de funcții a celor 108 salariați angajați în 2004 se prezintă astfel:

- ◆ personal redacțional – 58,5%
- ◆ personal artistic – 7,5%
- ◆ personal tehnic – 8,5%
- ◆ alt personal – 25,5%

- ❖ În anul 2004 au încetat activitatea un număr de 80 de salariați:

- după forma de încetare a activității:

✓ acordul părților	- 31
✓ pensie	- 40
✓ desfacere disciplinară	- 1
✓ deces	- 8
TOTAL	80

- ❖ Pe grupe de funcții, situația personalului care și-a încetat activitatea se prezintă astfel:

- ✓ personal redacțional – 46,3%
- ✓ personal artistic – 7,5%
- ✓ personal tehnic – 16,2%
- ✓ alt personal – 30%

- ❖ În general, politica Societății Române de Radiodifuziune în ceea ce privește pensionările constă în pensionarea salariaților pentru limită de vârstă; numai în cazuri deosebite sau la solicitarea personală se fac pensionări anticipate sau pe caz de boală.

3. FORMAREA PROFESIONALĂ

- ❖ În cadrul procesului de restructurare a structurii SRR, activitatea de formare continuă a personalului – organizată de Centrul de Pregătire Profesională – a avut un rol bine definit: să contribuie la dezvoltarea resurselor umane în sensul unei integrări și evoluții armonioase a angajaților în instituție, precum și la creșterea calității și eficienței muncii.
- ❖ În Planul de Pregătire Profesională pentru anul 2004 au prevalat formele de instruire pentru manageri și ziariști, plecându-se de la premisa că, în virtutea muncii în echipă, rezultatele instruirii se diseminează. Astfel, au fost cuprinși la diverse forme de instruire (cursuri, ateliere de lucru, stagii de formare, seminarii și schimburi de experiență) 790 de salariați, respectiv circa 30% din totalul angajaților.
- ❖ Ca și în anii precedenți, activitatea de pregătire profesională a personalului din SRR s-a desfășurat în conformitate cu obiectivele strategice ale instituției, cu prevederile CCM, cerințele standardelor europene în domeniu și, nu în ultimul rând, pe baza identificării necesităților de formare.
- ❖ S-au stabilit trei obiective majore pentru anul 2004. Prezentăm în continuare modul în care acestea au fost transpuse în practică:

a. Dezvoltarea personalității angajaților în vederea integrării și evoluției lor în instituție.

- ◆ Au fost organizate formate de pregătire variate și cu un evantai tematic larg. Acestea au vizat instruirea în domeniul managementului a 35% din cei 790 de salariați, respectiv 276 participanți.

b. Creșterea calității muncii în activitatea de bază a angajaților.

- ◆ S-au organizat forme de instruire pe profile de specialitate pentru 48% din totalul participanților. Ținta prioritară a fost personalul redacțional, 214 participanți (56,5%), urmat de personalul economic cu 130 participanți (34,5%), de personalul cu atribuții în domeniul resurselor umane și legislației, 21 participanți (5,5%), de personalul tehnic, 8 participanți (2%) și de angajați din alte domenii de activitate, 6 participanți (1,5%).
- ◆ Ponderea mare a cursurilor pentru ziariști se explică nu numai prin importanța rolului pe care aceștia îl au în realizarea produsului specific instituției, ci și prin necesitatea de perfecționare și specializare a lor în domenii de actualitate (ex: aderarea și integrarea în Uniunea Europeană).
- ◆ Personalul economic, cel din domeniul resurselor umane și legislație a beneficiat de instruire și informare actualizate, astfel încât să-și poată desfășura activitatea la nivel optim și în deplină concordanță cu exigențele la zi.

- ◆ **Școala de Jurnalism de la Bonn** – prima de acest fel organizată de SRR în afara țării, în colaborare cu Deutsche Welle, 11 – 19 septembrie 2004.
 - ❖ În cadrul proiectului de țară *Germania 2004*, Școala de Jurnalism de la Bonn s-a înscris pe primul loc din punctul de vedere al duratei, instituțiilor și numărului de persoane implicate și pe locul al treilea în ordine calendaristică.
 - ❖ În ansamblul ei, școala a răspuns și obiectivelor generale ale Proiectului *Germania 2004* de a contribui la lansarea brand-ului SRR de **exponent al societății civile și declanșator de dezbateri europene** și de a promova relațiile româno-germane.
 - ❖ Obiectivul major: *Perfecționarea tinerilor jurnaliști din SRR în problematica europeană.*
 - ❖ Tema aleasă: *Integrarea europeană și buna guvernare locală.*
 - ❖ Modalitățile de lucru folosite: *prelegeri, dezbateri, ateliere de lucru cu aplicații practice, simulări, schimburi de experiență, conferințe.*
 - ❖ Numărul, calitatea și varietatea invitațiilor: *formatori, de la doctori în materie (5 pers.) politicieni locali (2 pers.) și europeni (1 pers.), ziariști germani (10 pers.) și funcționari europeni (6 pers.).*
 - ❖ Selecția participanților: *23 de jurnaliști SRR tineri și cu experiență în același timp. Condițiile de lucru și cazare: Consulatul General Român de la Bonn a oferit spațiul adecvat, atât pentru desfășurarea cursurilor, cât și pentru conferințe, transmisii și lucrări de secretariat.*
 - ❖ Conform evaluărilor lectorilor, participanții au fost *bine pregătiți*, au dovedit *sete de cunoaștere*, confirmând pe deplin că *aportul major* al noilor membrii al țărilor din est constă în resurse umane *de calitate.*
 - ❖ Din sinteza formularelor de evaluare completate de cursanți reiese că informațiile au fost considerate ca fiind foarte necesare - 52% dintre participanți, utile în proporție de 75% și aplicabile imediat în proporție de 80%.
 - ❖ O activitate complementară a fost programul editorial care a presupus în medie 4 materiale pe zi (un total de cca 250 minute transmisii și 50 minute transmisii directe) transmise atât pentru posturile naționale, cât și pentru cele regionale.
 - ❖ În cadrul acțiunilor de pregătire profesională ale SRR, Școala de Jurnalism de la Bonn este prima de acest fel, organizată în străinătate. Această opțiune a fost

pe deplin justificată prin faptul că tematica aleasă nu-și putea găsi susținere completă decât prin amplasarea școlii în spațiul european. De aceea, proiectul s-a realizat prin cooperarea internă și internațională cu parteneri de prestigiu: Ministerul de Externe al României, Consulatul General al României de la Bonn, Deutsche Welle, Centrul Internațional de Comunicare din Bonn, Institutul Central de Studii Europene și Reprezentanța Comisiei Europene în Republica Federală Germania. La acestea s-au adăugat patronajul Primăriei din Bonn și auspiciile doamnei Susanne Kastner, vicepreședinta Bundestagului și președinta Forumului Româno-German.

- ❖ Se poate afirma că acțiunea s-a încheiat cu succes, îndeplinindu-și toate obiectivele și deschizând noi căi pentru dezvoltarea și îmbogățirea sa.

c. Creșterea eficienței muncii și lărgirea orizontului profesional al participanților.

- ◆ Au fost organizate cursuri de inițiere și/sau perfecționare în alte domenii profesionale decât cel de bază pentru 135 de salariați, respectiv 17% din totalul participanților. Menționăm aici prima etapă de instruire a angajaților în utilizarea noului sistem informatic al SRR. Cu această ocazie, a fost introdusă o nouă metodă de instruire, practică frecvent la nivel internațional, prin care actualii cursanți devin formatori pentru colegii lor.
- ◆ Pentru toate activitățile de instruire – organizate fie în instituție și în țară, fie în străinătate – au fost selectați parteneri de renume. Calitatea activităților de instruire reiese din evaluările făcute de participanți, care în proporție de peste 90% au apreciat pozitiv („excelent”, „foarte bine”, „bine”) valoarea și aplicabilitatea cunoștințelor, aptitudinilor și abilităților dobândite, precum și prestația formatorilor. Toate acestea au contribuit – așa după cum reiese tot din evaluări – la creșterea motivației generale a personalului, fapt ce confirmă că obiectivele propuse au fost îndeplinite cu succes.

4. STAREA DE SĂNĂTATE A ANGAJAȚILOR SRR

- ◆ Conform legislației muncii în vigoare, a Normelor Generale de Protecție a Muncii și a Codului Muncii, *angajatorul are obligația de a propune, cu acordul personalului medical, controlul medical periodic al angajaților și de a urmări efectuarea integrală a acestuia.*
- ◆ Nu s-a reușit însă, așa cum prevede Contractul Colectiv de Muncă, efectuarea controlului medical anual al întregului personal al SRR. De asemenea, se impune evaluarea periodică a condițiilor de muncă.
- ◆ În urma investigațiilor medicale asupra angajaților (79 dintr-un total de 118), concluziile au fost următoarele:

- Au fost depistate afecțiuni respiratorii la angajații care lucrează în mediu cu iritanți și alergeni respiratori – li s-a recomandat muncă în condiții adecvate de protecție individuală și colectivă împotriva acestor noxe.
- Hipoacuzie – în cazul unora dintre angajații care lucrează în mediu cu zgomot – li s-a recomandat purtarea echipamentului de protecție din dotare, pentru analizatorul auditiv.
- Afecțiuni ale coloanei vertebrale, care impun angajaților respectivi evitarea suprasolicitărilor musculo-scheletice și a manipulării de greutate.
- Hipertensiune arterială (boală legată de profesione în aceste cazuri) – sunt contraindicate eforturile fizice mari și moderate.
- A fost depistat un caz de afecțiune neurologică, ce a impus schimbarea locului de muncă pentru angajatul respectiv, cu contraindicarea muncii la înălțime și a muncii de noapte.
- ◆ În afara controlului medical periodic, cu ocazia consultațiilor spontane la care s-au prezentat salariații ai SRR, au fost constatate:
 - Afecțiuni musculo-articulare (la artiștii instrumentiști)
 - Sindroame de suprasolicitare cu componentă psiho-somatică, hipertensiune arterială, tulburări de ritm cardiac, tulburări digestive (la persoane cu suprasolicitare neuropsihică).
- ◆ În prezent DRU a inițiat, în urma hotărârii Comitetului director, programarea și urmărirea efectuării controlului medical periodic pentru întregul personal angajat. Termenul de realizare a acestuia pe anul în curs este 1 septembrie 2005.
- ◆ De asemenea, determinările de noxe pentru fiecare loc de muncă din SRR vor fi finalizate până la data de 31 octombrie 2005, conform contractului în vigoare cu Institutul de Sănătatea Publică București.
- ◆ Activitatea de medicină de întreprindere la nivelul SRR se desfășoară în spațiul special amenajat din corpul vechi al Casei Radio. Salariații SRR beneficiază, de asemenea, de serviciile unui medic de familie, aflat în relație contractuală cu SRR (contract de comodat), astfel încât activitatea de bază să nu fie periclitată în nici un fel din acest punct de vedere.
- ◆ Programul medicului de întreprindere și al medicului de medicină de familie se desfășoară în ture, astfel încât asistența medicală de urgență să poată fi asigurată pe parcursul întregii zile.

5. GRĂDINIȚA RADIO

- ❖ Grădinița Radio este un proiect comun al administrației și sindicatelor din SRR. Având în vedere numărul semnificativ de copii de vârstă preșcolară (peste 300) ai salariaților SRR și pentru a răspunde nevoilor acestora privind educația copiilor lor, a fost stabilită înființarea unei Grădinițe. Acest lucru a fost avut în vedere pentru creșterea eficienței profesionale și eliminarea stresului provocat de grija

pentru instruirea și educarea copilului, fapt ce a fost evidențiat și în urma sondării opiniei salariaților privind înființarea Grădiniței.

- ❖ Din acest sondaj a reieșit că la Grădinița Radio s-ar înscrie în anul școlar 2004-2005 un număr de 140 de copii preșcolari, cu vârste cuprinse între 3 ani – 5 ani împliniți. Un aspect important relevat de acest sondaj a fost faptul că 19,7% din cei chestionați (137 salariați) își exprimă intenția de a înscrie copiii la Grădinița Radio ulterior împlinirii de către copii a vârstei de 3 ani, respectiv în anii școlari următori.
- ❖ În urma desfășurării procedurii de selecție pentru proiectul Grădinița Radio, a fost ales pentru concretizare proiectul educațional prezentat de doamna Diana Claudia Tudor.
- ❖ În vederea elaborării proiectului complet de înființare a Grădiniței Radio, a fost instituită, prin decizia 22/22 iunie 2004 a Comitetului director al SRR, o echipă interdepartamentală alcătuită din: Roman Corijescu – director Direcția de Construcții, Cristian Chiriță – economist DSCEPI, Diana Claudia Tudor – câștigătoarea concursului de proiecte educaționale, Tatiana Niculescu – reprezentantă Sindicatul Liber, Dragoș Mircescu – reprezentant Federația Sindicatelor din SRR, Radu Șofran – reprezentant Sindicatul Radio România, Mihai Ovidiu Enea – director DRU.
- ❖ Conform cu obiectivele și atribuțiile sale, comisia a studiat o parte din experiențele din București privitoare la această activitate și a identificat și evaluat opt spații posibile pentru funcționarea Grădiniței.
- ❖ În urma acestei activități comisia a agreat un spațiu care corespundea cerințelor și standardelor la care Grădinița Radio urma să-și desfășoare activitatea.
- ❖ De asemenea, pentru evitarea riscului unor cheltuieli ineficiente, în urma consultării cu specialiști în domeniul educațional preșcolar, proiectul a fost dimensionat la până la 50 de copii ai salariaților SRR.
- ❖ A fost elaborat totodată și planul financiar aferent, care reflectă cheltuielile pe care atât SRR, cât și salariații SRR ai căror copii frecventează Grădinița Radio urmau să le facă.
- ❖ Întrucât Legea nr.41/1994 republicată, nu permite funcționarea unei Grădinițe în cadrul SRR, s-a găsit viabilă soluția funcționării acesteia sub patronajul Fundației Radio, conform precizărilor Oficiului Juridic al SRR.
- ❖ După definitivarea proiectului, acesta a fost supus aprobării Consiliului de Administrație al SRR care l-a aprobat prin hotărârea nr. 10/12 august 2004.
- ❖ Comisia alcătuită în vederea elaborării proiectului complet de înființare a Grădiniței Radio, și-a încetat activitatea de drept la momentul în care juridic activitatea Grădiniței Radio a început efectiv sub tutela Fundației Radio România.

- ❖ În prezent Grădinița Radio își desfășoară activitatea în sediul situat în str. Hristo Botev nr. 25, are program prelungit și de serviciile educaționale ale acesteia beneficiază 25 de copii ai salariaților SRR.

VIII. PROGRAMELE DE DEZVOLTARE TEHNICĂ, DE MODERNIZARE TEHNOLOGICĂ ȘI DE INVESTIȚII

Manager: Mihai Ilie, director general adjunct, Departamentul Tehnic

1. CONSIDERAȚII GENERALE

- Anul 2004 a fost pentru Departamentul Tehnic un an al continuității în procesul de modernizare și dezvoltare a bazei tehnice și în pregătirea tehnică a resursei umane care utilizează noile echipamente și tehnologii.
- Procesul de reproiectare a Societății Române de Radiodifuziune nu poate fi conceput și desfășurat fără o modernizare a echipamentului tehnic de producție și

de transmisie, precum și fără realizarea unor proiecte structurale de informatizare și comunicații.

- Au fost date în folosință noi emițătoare, printre cele mai moderne din Europa, într-o investiție totală de 80 de milioane de dolari SUA, realizată de Societatea Națională de Radiocomunicații cu sprijinul companiei Harris, printr-un împrumut garantat de Guvernul României.

2. PROIECTE MAJORE DE DEZVOLTARE ȘI MODERNIZARE TEHNICĂ

SISTEMUL INFORMATIC INTEGRAT

Manager: Marius Nisipeanu, director

În 2004 a fost inițiată implementarea *Sistemului informatic integrat* pentru managementul activităților Societății Române de Radiodifuziune.

Sistemul Informatic Integrat (SII) pentru Managementul Activităților Societății Române de Radiodifuziune (SRR) este proiectat ca un sistem informatic *la cheie*, adaptat specificului activităților corporației. Întinderea și complexitatea acestui sistem sunt determinate de întrepătrunderea dintre specificul activităților SRR și standardele tehnice utilizate la elaborarea soluției, contribuind la realizarea obiectivelor propuse.

Obiectivele generale

Subsistemele prin care Sistemul Informatic Integrat pentru Managementul Activităților de Radiodifuziune se definește și oferă răspunsul adecvat cerințelor formulate de către Societatea Romana de Radiodifuziune sunt:

Productie radio (APR) – sistem specializat, RadioMan R5, produs de firma finlandeză JUTEL Oy, cu 20 ani de experiență în dezvoltarea și implementarea de sisteme pentru activitatea societăților de radiodifuziune;

Gestiunea resurselor financiare, materiale si umane (AGR), cu o soluție de tip ERP (Enterprise Resource Planning) realizată pe o platformă SAP, una dintre cele mai utilizate și moderne platforme ERP din lume;

Mesagerie, management de documente (AMD), cu o soluție de gestiune a documentelor și fluxurilor de lucru pentru categorii specifice de procese, dezvoltată, având la bază tehnologia IBM Lotus Notes Domino;

Portal colaborativ (APC) cu o soluție pentru portal realizată pe platforma SAP, modulul mySAP, cu conectare la structuri de baze de date complexe realizate pe IBM DB2;

Hardware și infrastructură – servere, stații de lucru, soluție storage centralizată, componenta antivirus, soluție de cablare structurată, soluție infrastructură LAN/WAN.

A. Prezentare calitativă a sistemului - avantaje

Disponibilitatea maximă a aplicațiilor – 20 de ani de radiofonie modernă - a condus la concluzia ca a sta/ a fi *On Air* în orice situație este cea mai importantă dintre cerințe. In momentul de față produsele software implementate pe o platforma stabila vor oferi o disponibilitate de 99.998% (10 minute pe an), in condiții de operare 24 de ore pe zi 365 de zile pe an.

SII - SRR reunește toate avantajele unui sistem informatic bazat pe următoarele caracteristici:

- **adaptat cerințelor** și caracteristicilor SRR, având la bază specificații rezultate din analiza proceselor organizaționale definite și optimizate;
- **soluții** de prelucrare la nivelul actual al tehnologiei informației, cu un înalt nivel de performanță și grad redus de risc;
- **echipamente moderne și performante**, care ofera garantia unor producatori de marcă - IBM, HP, CISCO;
- **baze de date puternice**, reprezentând un segment important pe piața IT, având capacitate crescută de depozitare și organizare a datelor, interogare și regăsire, agregare și sinteză;
- **produse software recunoscute**, performante, care beneficiază de prestața unei recunoașteri internaționale, precum și de valoare adăugată (prin calitatea metodologiilor și procedurilor asociate);
- **mijloace de comunicare adecvate/ îmbunătățirea comunicării.**

Un astfel de sistem integrat atrage după sine avantaje deosebite, decurgând din exploatarea extensivă a capacităților tehnice și funcționale:

Creșterea eficienței operaționale prin dezvoltarea mecanismelor IT&C de utilizare a informației operative și de sinteză din toate domeniile de activitate ale SRR

- Utilizarea standardelor IT&C, garanția fiabilității, scalabilității și interconectivității
- Optimizarea circuitului informațional
- Creșterea fluidității fluxurilor de date
- Creșterea calității informației manipulate prin utilizarea elementelor informatice de validare și control
- Reacții rapide la cerințele economice în continuă schimbare
- Administrarea în condiții de eficacitate a volumelor foarte mari de date/ documente
- Reducerea riscului pierderii de date/ documente
- Avantajul folosirii aceleiași tehnologii care a reprezentat prima alegere a unor posturi de radio cu tradiție

- Scalabilitate – soluția poate acoperi de la cerințele celor mai mari posturi de radio (BBC) până la cele mai mici studiouri regionale

Îmbunătățirea/optimizarea proceselor din cadrul SRR prin parcurgerea etapelor de analiză procedurală și implementarea de soluții IT adecvate

- Creșterea eficacității proceselor prin accesul facil la suportul informațional necesar procesului de decizie
- Standardizarea și creșterea eficacității proceselor organizaționale
- Creează o întreprindere bazată pe cunoștințe, fundamentată pe cele mai bune practici economice

Alinierea la standardele profesionale care s-au dezvoltat și se impun în cadrul societăților de radiodifuziune la nivel internațional

Reducerea costurilor operațiilor și îmbunătățirea profitabilității companiei

- un excelent raport cost/performanță
- concentrarea resurselor umane în cadrul activitatilor bazate pe inițiativă și creativitate
- întreținerea unui singur sistem
- îmbunătățirea eficienței în producție prin
 - Utilizarea unor circuite informaționale optimizate
 - Ușurinta în utilizare
 - Reducerea la minim a numărului de operațiuni necesare
 - Mobilitatea forței de muncă
- utilizarea aceluiași sistem în SRR și Rador
- generarea de noi surse de venit, prin:
 - Interacțiunea cu ascultatorii prin SMS/Internet
 - Realizarea unor studii de piață și sondaje
 - Creșterea numărului de ascultatori și implicit a tarifelor de publicitate
 - Noi canale de transmitere a publicității ce nu intra sub incidența limitărilor impuse de lege – Internet, CATV, SMS
 - Construirea unor pachete de servicii de promovare/publicitate complexe și tarifarea lor corespunzătoare

Îmbunătățirea imaginii organizației atât în raport cu utilizatorul, cât și în raport cu alte entități (organizații, structuri economice, sociale, culturale, etc) din țară și din străinătate

- Specializarea și dedicarea unor echipe mari de persoane ce lucrează în cercetare și dezvoltare vor putea asigura unui post de radio poziția de lider și îl vor poziționa cu un pas înaintea competitorilor

Creșterea motivării/ satisfacției angajaților

- Personal cu o înaltă calificare

Un nivel înalt de profesionalism în activitățile de service și de suport (partea de hardware)

- Strategii performante de realizare a activităților de suport
- Suport de prim nivel local
- HelpDesk 24h/365 asigurat de specialiști cu o vastă experiență

Un parteneriat puternic pe care ne putem baza

- *Know-how-ul* rezultat dintr-o vastă experiență în lumea modernă a posturilor de radio, de cea mai avansată tehnologie și cele mai eficiente metodologii de *project management*
- Securitatea de a discuta cu un partener solid ce nu depinde de evoluția piețelor locale
- Ușurinta de a discuta cu un singur furnizor – Forte Company
- Suportul unei echipe multinaționale de specialiști în domeniu
- Consultanță în definirea strategiilor

B. Descrierea cantitativă a sistemului

Elementele care compun soluția Sistemului Informatic Integrat pentru Managementul Activităților Societății Române de Radiodifuziune pot fi prezentate într-o listă impresionantă de produse Hardware, Software și servicii complexe.

HARDWARE

Aproximativ 50 servere:

- Servere pentru Gestiunea Resurselor Financiare, Materiale și Umane – **6 servere RISC** (servere de date, servere de aplicație, servere de test și dezvoltare)
- Servere pentru Mesagerie, Management de Documente și Portal Colaborativ – **26 buc.** (servere Email, portal extern, mesagerie în timp real, managementul documentelor, baza de date, backup și arhivare)
- Servere pentru Producție Radio – **20 buc.** (servere aplicație, SQL, ComManager, Web server & File server, producție radio)

Aproximativ 500 stații de lucru:

- Stații de lucru pentru Gestiunea Resurselor Financiare, Materiale și Umane; Mesagerie, Management de Documente și Portal Colaborativ.
- Stații de lucru pentru Producție Radio.

Echipamente speciale hardware pentru Producție Radio - aproximativ 250

Echipamente de stocare de mare capacitate:

- Rețea de stocare date SAN
- Unitate de stocare LTO

Echipamente de comunicații CISCO aproximativ – 170 buc

SOFTWARE

Sisteme de operare, medii de dezvoltare

- UNIX HP UX 11.i
- AIX V5.2, HACMP V5.1
- SQL svr 2000
- Linux RedHat 9.0
- WINDOWS 2000/ XP
- Baza de date DB2 UDB Workgroup
- IBM Tivoli Storage Manager
- IBM Lotus Notes Domino
- Sistem SAP NetWeaver

Sisteme software aplicativ

- Sistem ERP SAP
- Sistem Management Documente
- Sistem Portal Intern
- Sistem Productie Radio - RadioMan

MODERNIZAREA CONTROLULUI GENERAL TEHNIC - CGT

Obiectiv: Introducerea tehnicii digitale, în vederea difuzării automate a programelor de radio realizate de Societatea Română de Radiodifuziune.

- ◆ Necesitatea înlocuirii în totalitate a vechilor echipamente din actualul CGT este determinată de uzura fizică și morală avansată a unei tehnologii din anii 1950 – 1954.
- ◆ Proiectul a fost conceput în anii 2003-2004 într-o structură scalabilă, pentru a putea integra activități noi ce pot apărea în următorii ani. Se are în vedere evoluția tehnologică a elaborării și a schimbului de programe radio (EBU/UER), a dezvoltării sistemului de comunicații atât la nivel de țară, cât și la nivel european.
- ◆ Înlocuirea „din mers” a Controlului General Tehnic reprezintă dificultatea majoră a acestui proiect. Pe tot parcursul implementării trebuie să se asigure continuitatea difuzării programelor, în condiții de risc redus al întreruperilor accidentale.

- ◆ Având în vedere și amenajările constructive care trebuie realizate concomitent (climatizare, iluminat, podea tehnică, sistem securizat de ferestre termopan, etc.) apreciem că implementarea acestui proiect, în condițiile menționate mai sus, reprezintă cea mai importantă și dificilă realizare a Departamentului Tehnic din ultimii 20 de ani.
- ◆ În cadrul derulării proiectului se are în vedere:
 - integrarea sistemului de comunicare cu studiourile regionale de radio prin sistemele proprii Serviciul Transmisii Speciale;
 - integrarea sistemului Radioman al sistemului informatic, aflat în curs de implementare în Societatea Română de Radiodifuziune;
 - interfața sistemul de distribuție a programelor de radio realizate de Societatea Română de Radiodifuziune cu infrastructura rețelelor de emițători Harris, dezvoltată de Societatea Națională de Radiocomunicații.
- ◆ Actualmente sunt în etapa de testare echipamentele ce realizează funcția de monitorizare, comandă și control pentru programele de radio. De asemenea, sunt în derulare activitățile de realizare a noii infrastructuri și a sistemului de comutare.

3. ACTIVITATEA DE TRANSMISII ȘI ÎNREGISTRĂRI COMPLEXE

În urma reorganizării Departamentului Tehnic, în luna septembrie 2004, **Serviciul Programe Radio** a desfășurat activitățile specifice compartimentelor din componența sa, după cum urmează:

Serviciul Emisiuni Complexe

- În anul 2004 Grupul Studiouri și Care Muzicale a realizat **305 concerte și spectacole cu public** pentru următoarele compartimente: Redacția Jocuri și Concursuri, Actualități, Antena Bucureștilor, Tineret, Cultural, Teatru, Secretariat General și bineînțeles pentru Redacția Muzicală.

O bună parte din concertele și spectacolele cu public, precum și emisiuni realizate separat au fost transmise în direct, rezultând astfel un număr de **245 de transmisii directe**. O activitate de bază a serviciului rămâne însă aceea de tezurizare a muzicii românești și străine, precum și a diferitelor emisiuni vorbite. În acest sens, în intervalul amintit s-au realizat **1250 de ore de înregistrări, 345 de ore de suprapuneri și mixaje, 1656 ore de editări, 728 ore prelucrări, 468 ore de ascultări** (pentru alegerea materialului) și **200 ore de copieri** pentru Redacția Muzicală și cea de schimburi cu străinătatea.

- Producțiile muzicale ce nu au loc în Casa Radio sunt preluate cu ajutorul carelor de reportaj care acoperă atât zona Bucureștiului, cât și provincia. Activitățile desfășurate astfel s-au materializat în cele 12 luni în **130 de zile de deplasare**.
- Studiourile *Mihail Jora* și *Alfred Alessandrescu* au fost închiriate unor terți, pentru diferite activități, Serviciul Emisiuni Complexe asigurând captarea, înregistrarea, sonorizarea și transmisia a 8 dintre ele.
- Cele două noi care digitale au realizat înregistrări speciale și transmisii la Brăila, Ploiești, Reșița, Sinaia, Rm. Vâlcea, Sighișoara, Bacău, Oradea, Brașov, Vlăhița, Târgoviște, București. Numai în cadrul Festivalului Artelor au fost înregistrate 10 concerte, din care 8 au fost transmise și în direct, sunetul realizat fiind preluat și de Televiziunea națională.
- **Grupul Teatru-Divertisment** asigură înregistrările producțiilor teatrale, ale celor de divertisment, muzicale, de publicitate și patrimoniu. Concretizate în cifre pentru anul trecut ele sunt următoarele: **260 producții teatrale, 150 producții pentru Redacția Divertisment, 40 la cererea UNITER, 500 producții** (înregistrări, telefoane hibride, fonotecări clasice și computerizate, copieri pe și de pe formate digitale) **pentru Redacția Muzicală, 100 spoturi publicitare, 900 producții** (copieri, recondiționări primare, multiplicări) **pentru Patrimoniu**.

Activitatea de transmisii exterioare și sonorizări

- Pe parcursul anului 2004 s-au efectuat înregistrări, transmisii cu înregistrări din țară și de peste hotare și transmisii cu înregistrări și sonorizări. Aceste producții au fost interviuri, conferințe de presă, emisiuni tip masă rotundă, spectacole, producții muzicale stereo, simpozioane, transmisii de la evenimente sportive, politice, religioase. De la punctele fixe s-au executat un număr de 9000 de înregistrări, 700 transmisii în direct, 7000 de transmisii de materiale pentru diverse emisiuni atât din țară, cât și de peste hotare.
- S-au executat 90 de transmisii din provincie, 310 transmisii din București, 29 de sonorizări din provincie, 388 de sonorizări din București, 112 înregistrări din provincie, 896 de înregistrări din București.
- S-au efectuat transmisii de la turneele Orchestrei Naționale Radio la Haga, Paris (de două ori), Bruxelles, Viena, de la deschiderea birourilor de corespondenți din Berlin, Washington, de la Școala de vară de la Bonn.

4. ACTIVITATEA DE DEZVOLTARE TEHNICĂ

- Obiective modernizate prin re tehnologizare (Serviciul Dezvoltare Tehnologică):
 - ✓ Cabinele 10, 12, 13, 16, 42, 48, 49 A, 200, T2bis din Casa Radio
 - ✓ Radio Reșița, Radio Cluj, Radio Sighetu Marmăției, Radio Costinești, Radio Vacanța Năvodari, Autobaza SRR, Conferința NATO – Poiana Brașov.

- S-au efectuat studii și sinteze documentare, traduceri de documentații.

5. ACTIVITATEA DE GESTIONARE A MIJLOACELOR DE TRANSPORT

- În anul 2004, mijloacele de transport ale SRR au realizat un parcurs total de circa 2.900 de mii km.
- Având în vedere vechimea parcului auto, din care aproximativ 80% din mijloacele de transport au norma de utilizare îndeplinită, un domeniu important de activitate a fost întreținerea și repararea autovehiculelor din dotare, cu respectarea proceselor tehnologice specifice, în condiții de calitate și eficiență economică.
- Au fost monitorizate cheltuielile și s-a urmărit încadrarea acestora în nivelul bugetului alocat. Acest fapt este reflectat și de menținerea unui nivel constant al consumului și a altor cheltuieli.
- Aprovizionarea cu piese de schimb, materiale cu specific auto, obiecte de inventar s-a făcut direct de personalul specializat al direcției, în funcție de necesități, evitându-se în acest mod creșterea stocurilor din gestiuni.
- Datorită stării avansate de uzură și a vechimii parcului auto, pentru a răspunde cu promptitudine la toate solicitările de transport ale instituției, în anul 2004 a fost lansat un program de achiziție de mijloace de transport:
 - ✓ 10 autoturisme;
 - ✓ 1 microbuz;
 - ✓ 1 autovehicul de teren.

6. ACTIVITATEA DE CONSTRUCȚII

În cursul anului 2004, Direcția Construcțiilor a avut de realizat lucrări de investiții, reparații și amenajări conform bugetului aprobat de Consiliul de Administrație în data de 30 decembrie 2003.

Derularea lucrărilor pe parcursul anului 2004 s-a realizat astfel:

A. INVESTIȚII

1. Bloc producție Radio Iași - lucrare în continuare

TOTAL valoare realizată = 8.942.744.307 lei, din care:

Buget - 4.500.000.000 lei

Fonduri proprii - 4.442.744.307 lei

Pentru această lucrare a fost refăcută documentația de execuție în conformitate cu modificările rezultate în urma deciziei Comitetului Director al S.R.R. de a concentra întreaga activitate a Studioului Regional Radio Iași în locația din strada Lascăr Catargi nr. 44 prin comandarea și finalizarea a două proiecte:

- Lucrări de arhitectură și construcții – reactualizare funcțional – proiectant PROCONEX IAȘI.
- Lucrări de instalații – reactualizare funcțional – proiectant EXPERT GRUP – Iași. Pentru această lucrare au fost asigurate activitățile de urmărire, control și asistență tehnică pe șantier.

Programul *Reducerea Riscului Seismic*

- Conform calendarului stabilit de către Unitatea de Management a Proiectului (UMP) din cadrul Ministerului Transporturilor, Construcțiilor și Turismului (MTCT) în cursul anului 2004 au avut loc activități de colaborare, consultare, participare la ședințele de analiză și informări împreună cu U.M.T.
- În același timp, Direcția Construcții a asigurat asistență tehnică și condițiile necesare specialiștilor din cadrul Proiect București în vederea reactualizării Expertizei tehnice de structuri și realizării de încercări nedistructive.
- S-au asigurat prin expertiză și proiect lucrările de execuție pentru consolidare planșeu DATA CENTER.

B. REPARAȚII, AMENAJĂRI, MODERNIZĂRI

1. Grupuri sanitare CORP C et.1, et.2, et.3;
Corp D1 - grup sanitar DRU
2. HOL TEMIȘANA - inclusiv spații comerciale și spații deservire și bufet;
3. HOL CENTRAL CORP B - cu anexele de acces din curtea interioară;
4. Zugrăveli reparații, spații tip birou și redacționale;
5. Amenajare birou centru calcul la AUTOBAZA S.R.R.;
6. Lucrări de compartimentări, finisaje, tâmplărie metalică specială la Control General Tehnic.
7. Grup de producție și difuzare știri etaj IX CORP B

C. SITUAȚIA FINANCIARĂ A LUCRĂRILOR MENȚIONATE LA CAP.B

- Lucrări finalizate în anul 2004:
 1. Lucrarea *Amenajări grupuri sanitare etajele 1, 2, 3 corp C, T 8 și corp D* s-a desfășurat în perioada 29.03.2004-1.07.2004.
Valoarea inițială a contractului a fost de 1.903.215.790 lei (TVA inclus), la care s-a adăugat suma de 242.844.000 lei (TVA inclus) aprobată prin act adițional, rezultând un total de 2.146.059.790 lei (TVA inclus).
La finalizarea lucrării s-a realizat și decontat suma de 2.031.071.735 lei (TVA inclus).
 2. Lucrarea *Amenajare intrare hol, acces și bufet Temișana* s-a desfășurat în perioada 24.06.2004-26.10.2004.
Valoarea inițială a contractului a fost de 3.223.326.000 lei (TVA inclus), la care s-a adăugat suma de 1.404.000.000 lei (TVA inclus) aprobată prin act adițional, rezultând un total de 4.627.326.000 lei (TVA inclus).
La finalizarea lucrării s-a realizat și decontat suma de 4.552.432.188 lei (TVA inclus).

3. Lucrarea *Amenajare hol central corp B* s-a desfășurat în perioada 2.08.2004-14.10.2004.
Valoarea inițială a contractului a fost de 1.643.119.000 (TVA inclus).
La finalizarea lucrării s-a realizat și decontat suma de 1.562.490.118 lei (TVA inclus).
4. Lucrarea *Reparații, tencuieli, zugrăveli în spații de birouri* s-a desfășurat în perioada 20.09.2004 - 20.12.2004
Valoarea inițială a contractului a fost de 4.173.027.047 lei (TVA inclus).
La finalizarea lucrării s-a realizat și decontată suma de 1.462.709.506 lei (TVA inclus).
5. *Amenajare birou Centru Calcul la Autobaza S.R.R.*
Executată în luna decembrie 2004, cu o valoare nedecontată de 91.890.000 lei (TVA inclus).

• Lucrări în curs de execuție:

1. *Lucrarea Amenajare constructivă la controlul general tehnic, etaj III Corp B* are ordinul de începere din data de 20.07.2004.
Valoarea contractului este de 4.776.895.606 lei (TVA inclus).
Suma realizată și decontată în perioada 1.10.2004-23.12.2004 este de 2.020.542.771 lei (TVA inclus).
2. *Lucrarea Grup de producție și difuzare știri etaj IX-corp B* are ordinul de începere din data de 12.01.2005. Achiziția și contractarea s-au făcut în anul 2004; în prezent lucrarea este în curs de execuție.
Valoarea contractului este de 9.310.589.000 lei (TVA inclus).

ALTE ACTIVITĂȚI

1. Achiziția de terenuri

Au fost căutate terenuri pentru construcția unui Centru de documentare și pregătire profesională, precum și pentru amenajarea unui spațiu de parcare în apropierea sediului S.R.R.

- Pentru proiectul *Centru de documentare și pregătire profesională* a fost identificat și cumpărat terenul din str. Temișana nr.44.

2. Închirierea și amenajarea de spații pentru mutarea unor servicii din cadrul S.R.R.:

- mutarea Direcției Construcții în str. Popa Tatu nr. 6;
- mutarea Revistei Radio în str. Popa Tatu nr. 4;
- mutarea Serviciului Comercial în str. Știrbei Vodă nr. 63;
- depozit în B.dul Iuliu Maniu nr. 7.

IX. MANAGEMENTUL ECONOMIC-FINANCIAR AL SRR ÎN 2004

Manager: Constantin Pușcaș, director general adjunct, Departamentul Economic

- ◆ În cursul anului 2004 Departamentul Economic a reușit, prin activitatea desfășurată conform atribuțiilor sale, să continue politica economică privind menținerea unei diferențe pozitive între venituri și cheltuieli, asigurându-se

stabilitatea economică a instituției și siguranța realizării programelor pe care și le-a propus.

- ◆ S-a urmărit în mod special consolidarea stabilității economice pe direcția imprimată încă din anul 2002. Astfel, diferența dintre venituri și cheltuieli este în continuare pozitivă, veniturile depășind cheltuielile cu 1,4%.
- ◆ Prin activitatea economică desfășurată s-a reușit realizarea programelor SRR și menținerea unui echilibru între venituri și cheltuieli, asigurându-se:
 - achitarea la timp a tuturor impozitelor și taxelor datorate;
 - achitarea tuturor celorlalte obligații către bugetul statului și către terți, cu respectarea prevederilor contractuale;
 - valuta necesară deplasărilor și plăților externe;
 - calculul și plata drepturilor bănești ale personalului angajat cu carte de muncă și ale colaboratorilor care realizează venituri din drepturi de autor și drepturi conexe;
 - repartizarea sumelor din alocația bugetară pe categorii de cheltuieli și pe utilizatori și cheltuirea lor conform legii bugetare anuale și a prevederilor legislației privind achizițiile publice;
 - evidențierea cheltuielilor directe pe proiecte (emisiuni, lucrări, servicii etc.) pentru fiecare compartiment titular de buget;
 - creșterea veniturilor proprii, atât din încasarea la timp a taxei radio, cât și din publicitate sau alte surse (sponsorizări, editare discuri și casete, organizare de spectacole, vânzare de publicații proprii etc.);
 - plata la timp a obligațiilor contractuale către organismele de gestiune colectivă a drepturilor de autor și conexe.
- ◆ În perioada 10.05.2004 – 08.07.2004 activitatea economică a Societății Române de Radiodifuziune aferentă anului 2003 a fost controlată de Curtea de Conturi. În urma examinării procesului verbal de constatare întocmit de Curtea de Conturi, procurorul financiar inspector a dispus „clasarea procesului verbal de constatare nr.15.084/14.07.2004 încheiat de secția de control financiar ulterior la Societatea Română de Radiodifuziune”, întrucât nu au fost constatate nereguli.
- ◆ Atribuțiile principale care revin Departamentului Economic au fost: gestionarea patrimoniului, asigurarea managementului financiar al Societății Române de Radiodifuziune, planificarea și urmărirea cheltuielilor și asigurarea serviciilor economice de specialitate în vederea obținerii surselor financiare necesare bunului mers al tuturor activităților, conform planurilor anuale și de perspectivă.
- ◆ Obiectivele pe care ni le-am propus pentru această perioadă au fost realizate, respectiv:
 - asigurarea bunului mers al activităților economice;

Raport de activitate al Societății Române de Radiodifuziune – 2004

- adaptarea continuă a programelor la cerințele și prevederile legislației economice;
 - transmiterea la timp a raportărilor financiare și plata obligațiilor către instituțiile statului;
 - perfecționarea personalului;
 - adaptarea continuă la cerințele economiei de piață;
 - actualizarea sistemelor informatic și informațional.
- ◆ Pentru perioada următoare, ne propunem menținerea cheltuielilor planificate la nivelul prevăzut în buget, iar veniturile să se situeze cel puțin la nivelul prognozat. De asemenea, ne propunem modernizarea tehnică, creșterea calității activităților pe care le desfășurăm, perfecționarea personalului prin participarea la cursuri și seminarii de pregătire profesională, în așa fel încât până în anul 2007 activitatea economico-financiară să fie aliniată în totalitate normelor Uniunii Europene în domeniu.

Situația financiară

Activitatea economică a Societății Române de Radiodifuziune a fost subordonată atât realizării politicii editoriale a instituției, bazată pe prevederile Legii nr.41/1994 republicată, cât și respectării prevederilor legale privind gestionarea cu maximă eficiență a fondurilor bănești.

La data de 31.12.2004 *Contul de profit si pierdere* evidențiază un profit net de 43.058.608 mii lei realizat astfel:

- mii lei

	Din exploatare	Financiare	Extraordinare	Total
Venituri	2.868.255.504	21.026.570	0	2.889.282.074
Cheltuieli	2.832.505.101	12.179.447	21.214	2.844.705.762
Profit brut	35.750.403	8.847.123	-21.214	44.576.312
Impozit profit	*	*	*	1.517.704
Profit net	*	*	*	43.058.608

◆ **Veniturile din exploatare** în sumă de 2.868.255.504 mii lei, se compun din:

- a. venituri proprii 1.917.311.149 mii lei
- b. venituri pentru exploatare de la bugetul statului 950.944.355 mii lei

a. *Veniturile proprii* au ca principale surse:

- taxa radio 1.835.335.578 mii lei

Raport de activitate al Societății Române de Radiodifuziune – 2004

- publicitate	32.167.000	mii lei
- sponsorizări și donații	11.961.382	mii lei
- valorificare produse RADOR	4.193.081	mii lei
- chirii	4.808.590	mii lei
- revista Radio	299.932	mii lei
- vânzare mărfuri	5.052.816	mii lei
- concerte	846.904	mii lei
- mesaje muzicale	2.613.551	mii lei
- alte venituri din exploatare	20.032.315	mii lei

b. Veniturile pentru exploatare de la bugetul statului în anul 2004 au fost în sumă de 950.944.355 mii lei și se compun din:

- sume primite pentru plata serviciilor SNR	934.966.292	mii lei
- sume primite pentru funcționarea RRI	5.190.333	mii lei
- sume primite pentru plata pazei militare	5.905.562	mii lei
- sume primite pentru plata cotizațiilor UER	1.345.000	mii lei
- sume primite pentru piese de schimb	3.537.168	mii lei

♦ **Cheltuielile de exploatare** în valoare de 2.832.505.101 mii lei sunt formate din:

a. cheltuieli privind mărfurile	2.676.667	mii lei
b. cheltuieli materiale	66.713.040	mii lei
c. cheltuieli cu personalul	1.080.000.536	mii lei
d. cheltuieli cu impozite și taxe	138.858.543	mii lei
e. cheltuieli cu lucrări și servicii prestate de terți	1.407.502.088	mii lei
f. cheltuieli cu amortizările	54.200.602	mii lei
g. alte cheltuieli de exploatare	82.553.626	mii lei

a. cheltuieli privind mărfurile în sumă de 2.676.667 mii lei reprezintă:

- cheltuieli mărfuri pentru bufetul de incintă	2.607.787	mii lei
- cheltuieli cu valorificarea producției de casete și CD-uri	68.880	mii lei

b. cheltuieli materiale în sumă de 66.713.040 mii lei, cuprind:

- materiale, piese de schimb, combustibil rechizite consumate în procesul de producție	45.703.962	mii lei
- obiecte de inventar	17.901.861	mii lei
- materiale nestocate	3.107.217	mii lei

c. cheltuielile cu personalul în sumă de 1.080.000.536 mii lei, includ:

- salarii	778.351.735	mii lei
- protecție socială (ajutoare)	15.206.180	mii lei
- contribuții (CAS, CASS, șomaj etc)	252.937.890	mii lei
- tichete de masă	33.504.731	mii lei

d. cheltuielile cu impozite și taxe în valoare de 138.858.543 mii lei reprezintă cheltuielile efectuate în anul 2004 cu:

- impozite clădiri, terenuri	3.504.593	mii lei
- taxe auto	743.326	mii lei
- impozite spectacol	24.093	mii lei
- TVA	127.852.064	mii lei
- alte taxe	6.734.467	mii lei

e. cheltuielile cu lucrări și servicii prestate de terți în valoare de 1.407.502.088 mii lei, evidențiază cheltuielile realizate în anul 2004 cu:

- cheltuieli cu energia și apa	15.112.076	mii lei
- reparații clădiri	7.320.527	mii lei
- reparații auto	819.882	mii lei
- chirii	19.053.263	mii lei
- comision Electrica	120.656.192	mii lei
- publicitate și promovare imag.	26.508.700	mii lei
- drepturi de autor pers. fizice	92.008.250	mii lei
- primiri de oaspeți	2.160.820	mii lei
- deplasări în țară și străinătate	69.508.066	mii lei
- stații și circuite SNR	934.711.486	mii lei
- telefoane și circuite Romtelecom	69.605.593	mii lei
- transmisii satelit	9.816.083	mii lei
- editare revista Radio	2.890.624	mii lei
- pază militară	6.759.745	mii lei
- abonamente agenții de presă	7.181.010	mii lei
- abonamente presa internă și ext	2.707.000	mii lei
- servicii bancare	6.484.525	mii lei
- alte lucrări și servicii prestate de terți	76.597.556	mii lei
- provizioane	5.638.108	mii lei
- reluări din provizioane	- 68.037.418	mii lei

f. cheltuieli cu amortizările în valoare de 54.200.602 mii lei reprezintă cota parte din valoarea imobilizărilor trecute pe costuri, în conformitate cu prevederile Legii 15/1994 privind amortizarea.

g. alte cheltuieli de exploatare în sumă de 82.553.626 mii lei, se compun din:

- despăgubiri, amenzi, penalități	308.432	mii lei
- premii concursuri radiofonice	5.324.668	mii lei
- pregătire profesională	4.229.537	mii lei
- drepturi de autor și conexe datorate uniunilor de gestiune colectivă	45.003.429	mii lei
- cotizații internaționale	2.895.475	mii lei
- alte cheltuieli de exploatare	24.792.085	mii lei

Rezultatul din exploatare prezintă un profit de 35.643.191 mii lei.

◆ **Veniturile financiare** în sumă totală de 21.026.570 mii lei provin din:

- dobânzi bancare	20.038.602 mii lei
- alte venituri financiare	987.968 mii lei

◆ **Cheltuieli financiare** de 12.179.447 mii lei sunt formate din:

- cheltuieli din diferențe de curs valutar	993.633 mii lei
- cheltuieli cu dobânzile	11.185.814 mii lei

Rezultat financiar (profit) 8.847.123 mii lei

Cheltuieli extraordinare: 21.214 mii lei.

Rezultat extraordinar (pierdere): 21.214 mii lei

◆ Contabilitatea Societății Române de Radiodifuziune este organizată conform Legii nr. 81/1991 republicată.

Societatea Română de Radiodifuziune întocmește situațiile financiare în conformitate cu reglementările contabile armonizate cu Directiva a IV a a Comunității Economice Europene și cu Standardele Internaționale de Contabilitate, aprobate prin Ordinul Ministerului Finanțelor Publice nr. 94/2001.

◆ Situația activelor, datoriilor și capitalurilor SRR, la 31.12.2004 se prezintă astfel:

A. Active imobilizate	771.596.526 mii lei
I. Imobilizări necorporale	94.472.833 mii lei
II. Imobilizări corporale	676.820.630 mii lei
III. Imobilizări financiare	303.063 mii lei
B. Active circulante	390.568.296 mii lei
I. Stocuri	32.655.370 mii lei
II. Creanțe	232.230.102 mii lei
III. Investiții financiare pe termen scurt	-
IV. Casa și conturi la bănci	125.682.824 mii lei
C. Cheltuieli în avans	3.400.841 mii lei
D. Datorii ce trebuie plătite într-o perioadă de până la un an	277.472.396 mii lei
E. Active circulante, respectiv datorii curente nete	116.052.560 mii lei
F. Total active minus datorii curente	871.753.175 mii lei

G. Datorii ce trebuie plătite	
într-o perioadă mai mare de un an	175.931.568 mii lei
H. Provizioane pentru riscuri și cheltuieli	5.633.076 mii lei
I. Venituri în avans	16.340.092 mii lei
- subvenții pentru investiții	15.895.911 mii lei
- venituri înregistrate în avans	444.181 mii lei
J. Capital și rezerve	690.081.319 mii lei
I. Capital	68.280.639 mii lei
- capital subscris vărsat	68.280.639 mii lei
II. Prime de capital	-
III. Rezerve din reevaluare	426.504.614 mii lei
IV. Rezerve	152.451.882 mii lei
V. Rezultatul reportat	42.951.396 mii lei

◆ Numărul mediu de personal în anul 2004 – 2.600

EXECUTIA ALOCAȚIILOR BUGETARE PE ANUL 2004

-mii lei -

DENUMIREA INDICATORILOR	PLAN 2004	REALIZĂRI LA 31.12.2004
CHELTUIELI – TOTAL	911.349.175	909.151.238
Partea a III -a CHELTUIELI SOCIAL - CULTURALE, CULTURA, RELIGIE SI ACTIUNI PRIVIND ACTIVITATEA SPORTIVA SI DE TINERET din care:	911.349.175	909.151.238
CHELTUIELI CURENTE	906.349.175	904.651.238
CHELTUIELI DE PERSONAL din care pentru:	1.089.000	544.500
Finantarea cheltuielilor de deplasare ale Directiei Radio Romania International	1.089.000	544.500
CHELTUIELI MATERIALE SI SERVICII	903.915.175	902.761.738

Raport de activitate al Societății Române de Radiodifuziune – 2004

din care pentru:		
Plata pentru inchirierea statiilor si circuitelor datorate agentilor economici din sistemul comunicatiilor	888.673.175	888.673.175
Functionarea Direcției Radio România Internațional	5.600.000	4.645.833
Achizitionarea de echipamente de natura obiectelor de inventar si piese de schimb	3.542.000	3.537.168
Asigurarea pazei ca obiectiv de interes national	6.100.000	5.905.562
TRANSFERURI din care:	1.345.000	1.345.000
Cotizatii la organizatii guvernamentale internationale	1.345.000	1.345.000
CHELTUIELI DE CAPITAL	5.000.000	4.500.000
Investitii ale institutiilor publice din acestea:	5.000.000	4.500.000
Pentru Directia Radio Romania International	164.833	0

Alocație bugetară primită **911.349.175** mii lei
din care:

 pentru plata statiilor si circuitelor datorate agentilor ec. din sitemul comunicațiilor 888.673.175 mii lei

Plăți efectuate din alocația primită **909.151.238** mii lei

 din care:
 plăți efectuate pentru plata stațiilor și circuitelor 888.673.175 mii lei

Sume neutilizate retrase de trazarerie **2.197.937** mii lei

 Cheltuieli de personal RRI 544.500 mii lei

 Cheltuieli materiale RRI 954.167 mii lei

 Sume neutilizate RRI 1.498.667 mii lei

 Cheltuieli pentru plata pazei militare 194.438 mii lei

 Achizit de piese de schimb 4.832 mii lei

 Cheltuieli de capital 500.000 mii lei

- ◆ **Cheltuielile de personal** se referă la suportarea din alocația bugetară a contravalorii deplasărilor în țară și străinătate ale corespondenților Departamentului Radio România Internațional.

Sumele alocate nu au fost utilizate integral întrucât, prin reorganizarea structurii S.R.R., corespondenții externi au trecut de la R.R.I. în subordinea agenției RADOR.

- ◆ **Cheltuielile materiale și servicii** – reprezintă 99,30% din totalul plăților și s-au încadrat în valoarea creditelor aprobate și deschise, cu un procent de execuție bugetară de 99,87%.

- ◆ Pentru **plata stațiilor și circuitelor** datorată Societății Naționale de Radiocomunicații, suma alocată de la Bugetul de stat pe anul 2004 a fost de 888.673.175 mii lei, aceasta fiind insuficientă pentru acoperirea necesarului de fonduri, rămânând la sfârșitul anului o restanță la plată de 29.780.000 mii lei.
- ◆ Pentru **achiziționarea de echipamente de natura obiectelor de inventa și a pieselor de schimb**, suma alocată a fost utilizată în proporție 99,86% pentru achiziționarea de piese de schimb pentru pupitrele de înregistrări.
- ◆ Pentru asigurarea **pazei** ca obiectiv de interes național, suma alocată a fost utilizată în proporție de 96,81% conform facturilor emise de furnizor.
- ◆ Pentru **funcționarea Departamentului Radio România Internațional** suma alocată – 5.600.000 mii lei asigură doar 6,21% din necesarul de fonduri, deși, conform art. 42 din Legea 41/1994, republicată – *“Finanțarea necesară producerii și difuzării emisiunilor radiofonice și de televiziune adresate străinătății, precum și dezvoltării acestei activități se asigură din fondurile alocate de la bugetul de stat”*. Suma alocată a fost utilizată pentru: bandă de magnetofon, abonamente agenții de presă, drepturi de folosință opere muzicale și literare, transmisii prin satelit.
- ◆ Pentru **Cheltuieli de capital** s-au efectuat plăți în limita prevederilor bugetare, gradul de utilizare a creditelor fiind de 90%. Pentru obiectivul Bloc producție Radio Iași sumele au fost utilizate integral, iar pentru dotări independente suma alocată nu a fost utilizată, deoarece în lista de investiții au fost prevăzute a se achiziționa echipamente ale căror costuri au depășit cu mult nivelul alocației bugetare.
- ◆ Execuția bugetară a fost raportată și înregistrată la Ministerul Finanțelor Publice cu nr.170619/15.02.2005
- ◆ În cursul anului 2004 s-au făcut investiții în valoare de 296.507.120 mii lei care în detaliu se prezintă astfel:

- echipamente tehnologice	46.112.709 mii lei
- aparate și instalații	7.871.579 mii lei
- mijloace de transport	3.355.830 mii lei
- birotică	3.184.866 mii lei
- brevete și licențe	529.377 mii lei
- imobilizări corporale în curs (Bloc de producție Radio Iași)	8.130.690 mii lei
- din care alocație bugetară	4.500.000 mii lei
- imobilizări în curs (sistem informatic integrat)	227.322.069 mii lei
- ◆ De menționat că pentru sistemul informatic integrat s-a contractat un credit bancar în sumă de 259.606.715 mii lei rambursabil în cinci ani cu o perioadă de grație de un an.

- ◆ Termenul pentru depunerea situațiilor financiare conform prevederilor ordinului MFP nr. 1775/2004 este de 150 de zile de la încheierea exercițiului financiar, respective 31 mai 2005.

X. RADIO ROMÂNIA – PLATFORMĂ DE COMUNICARE ÎN EUROPA ȘI ÎN LUME

Activitatea de relații internaționale a Societății Române de Radiodifuziune în anul 2004 s-a înscris pe trei linii strategice fundamentale:

- I. Creșterea fluxurilor de informare spre și dinspre România în relația cu posturile de radio partenere, pentru susținerea informativă a emisiunilor în cadrul cooperării bilaterale.
- II. Integrarea în organismele de radio europene și internaționale (în primul rând Uniunea Europeană de Radio și Televiziune și Universitatea Internațională de Radio și Televiziune, dar și în forurile de cooperare regională).

III. Organizarea unor evenimente complexe cu scopul de a promova imaginea României și valorile perene ale culturii românești, afirmarea SRR ca organism matur, capabil de a realiza manifestări de anvergură europeană.

1. COOPERARE ÎN PLAN BILATERAL

STATELE UNITE

- Grație excelentului acord de cooperare semnat cu **CNN Radio**, Radio România și-a putut dezvolta activitatea jurnalistică pe continentul american atingând cote fără precedent.

Colaborarea cu CNN Radio în vederea acoperirii alegerilor americane din 2004:

- ❖ la alegerile primare din ianuarie 2004, Radio România a fost reprezentată de corespondentul nostru în SUA, Doina Saiciuc;
 - ❖ pentru convențiile celor două partide și pentru alegerile prezidențiale, SRR a deplasat o echipă formată în total din 5 jurnaliști și un inginer de sunet;
 - ❖ CNN Radio ne-a sprijinit în obținerea unui spațiu de lucru în interiorul sălilor unde au avut loc evenimentele și a accesului la toate facilitățile tehnice și resursele lor informaționale
 - ❖ CNN Radio a permis difuzarea fără restricții a materialelor pe care le-a realizat.
- Deschiderea Biroului de corespondenți al SRR la Washington în luna octombrie 2004
 - O delegație de jurnaliști americani corespondenți în Irak, specializați în jurnalism de investigație și conflict, a vizitat România la începutul anului 2004 la invitația SRR

FRANȚA

- Programul de cooperare stabilit în anul 2004 între conducerile Radio France și SRR a vizat domeniul pregătirii profesionale a jurnaliștilor din SRR.

GERMANIA

- Cooperarea în spațiul german a fost deosebit de amplă și fructuoasă în anul 2004 având ca rezultat o serie de evenimente complexe:
 1. Școala de vară/2004 pentru 20 tineri ziariști din SRR, organizată în colaborare Deutsche Welle Training Center la Bonn: august-septembrie.
 2. Deschiderea, începând cu luna mai 2004, a unui Birou de corespondenți ai SRR la Berlin.
 3. Organizarea unui post de radio pilot care a realizat, în co-producție DW/SRR, programe de vacanță în limba germană pentru turiștii germani de pe litoralul românesc.

4. Participarea SRR la manifestările culturale trimestriale ale Ambasadei României din Berlin.
5. Semnarea unei convenții de cooperare între Deutsche Welle- Redacția Emisiunilor în limba engleză și Radio București privind unui schimb de materiale informative.
6. Lansarea postului Metropolen Radio Deutsche Welle la București pe 13 octombrie 2004.
7. Lansarea unui program de cooperare europeană intitulat Radio Europa (Deutsche Welle, BBC, RFI) cu participarea secțiilor franceză și engleză de la Radio România Internațional.
8. SRR a fost acceptată ca membru al Forumului de prietenie româno-german prezidat de doamna Suzanne Kastner, vicepreședinte a Bundestag-ului.

OLANDA

- Semnarea în luna iunie a.c. a primului Acord de cooperare între SRR și NPS (Fundația Publică Olandeză pentru Radio și Televiziune).

AUSTRIA

- În virtutea tradiționalelor relații de cooperare între SRR și ORF (Radioteleviziunea Publică Austriacă), în studiourile Radio România s-a realizat un CD de muzică corală produs în colaborare cu firma Concordia și ORF.

ISRAEL

- SRR a primit vizita delegației conducerii Kol Israel și a unor reprezentanți ai presei scrise israeliene.
- Duplex SRR – Kol Israel pe probleme de actualitate politică

SLOVACIA

- Duplex cu Radiodifuziunea Slovacă pe probleme de turism, ecologie și protecția mediului.

ALGERIA

- Sprijin logistic acordat Ambasadei Algeriei la București în vederea organizării Săptămânii Culturale Algeriene.

MACEDONIA

- Emisiune duplex cu MKRTV avându-i în emisie pe miniștrii apărării din cele două țări.

LETONIA

- Schimb de jurnaliști între cele două posturi publice de radio având ca scop realizarea unor emisiuni complexe de promovare reciprocă a celor două țări

UNGARIA

- O parte din arhiva sonoră a SRR a intrat într-un program de recondiționare conceput cu Muzeul Literaturii din Budapesta.

- SRR și Magyar Radio au realizat o emisiune duplex pe probleme de actualitate în luna august 2004.

2. COOPERARE ÎN CADRUL ORGANISMELOR INTERNAȚIONALE

- SRR a continuat activitatea de participare și integrare în organismele de radio europene și internaționale – Uniunea Europeană de Radio și Televiziune (UER) și Universitatea Internațională de Radio și Televiziune (URTI). Trebuie menționat faptul că, în cadrul Adunării Generale a UER de la Napoli (4-7 iulie 2002), România (SRR și TVR) a fost pentru prima oară admisă, pe o durată de patru ani, în urma unui vot unanim, în Consiliul de Administrație al acestui organism. De asemenea, din decembrie 2002, SRR deține Președinția Comisiei Radio a URTI. Ca o recunoaștere a profesionalismului reprezentanților SRR și TVR în cadrul UER, conducerea Uniunii a fost de acord să organizeze următoarea reuniune a Consiliului de Administrație la București – mai 2005.
- În urma aderării noastre la Forumul radiourilor și televiziunilor publice ale Cooperării Economice a Mării Negre, Radio România a intrat în Comitetul de coordonare al acestei organizații.

3. EVENIMENTE COMPLEXE

- **Conferințe, dezbateri, reuniuni internaționale**

Radio România a generat o serie de dezbateri pe teme majore pentru societatea românească, zona Europei Centrale și de Est și spațiul euro-atlantic:

- ✓ În octombrie 2004, Radio România a organizat, împreună cu Centrul de Studii Strategice și Internaționale de la Washington, conferința cu titlul *SUA – România: Noi aliați, noi provocări*. La reuniune au participat politicieni, ziariști și analiști români și americani, reprezentanți ai comunității de informații și ai mediilor de afaceri. Conferința organizată la Washington se înscrie între acțiunile pe care societatea civilă este chemată să le inițieze, în condițiile în care România a devenit membră NATO și se pregătește să facă parte din Uniunea Europeană. Radio România și-a propus să joace în acest fel un rol de platformă de comunicare între oameni și între diverse culturi.
- ✓ Societatea Română de Radiodifuziune, în parteneriat cu Centrul pentru Studii Strategice și Internaționale din Washington, a lansat, la începutul anului 2005, un proiect de colaborare în domeniul relațiilor dintre Europa Centrală și de Est, Statele Unite ale Americii și Rusia. Proiectul a debutat cu o masă rotundă care a avut loc în luna februarie 2005 la București, cu tema: *Noi căi spre a înțelege relația dintre Europa Centrală și Rusia*. Dezbaterile au reunit analiști politici din Statele Unite, Rusia și România, reprezentanți ai scenei politice românești, ai ambasadelor acreditate la București și ai mass-media.

4. CONCURSURI INTERNAȚIONALE

- Jurnaliștii din SRR au participat și în 2004 la prestigioasele competiții internaționale radiofonice cum ar fi Premios Ondas, Prix Europa, Prix Bohemia, Prix Marulic, Prix Ex Aequo, Grand Prix de la Radio al URTI.

5. SPORT

- Radio România a reflectat evenimentele sportive importante de pe mapamond, cum ar fi: calificarea la preliminariile Campionatului Mondial 2006, Cupa UEFA, UEFA Champions League, Cupa UEFA Intertoto, Jocurile Olimpice de la Atena, Campionatul European de Fotbal din Portugalia, tenis: Roland Garros și Australian Open, Campionatul European de gimnastică feminină (Olanda) și masculină (Slovenia).

XI. PROIECȚII 2005 – 2007

- Consolidarea noului sistem de organizare a corporației pe posturi de radio.
- Încheierea procesului de implementare a Sistemului Informatic Integrat.
- Intrarea în funcțiune a noului Control General Tehnic, complet digitalizat.
- Digitalizarea completă a procesului de producție editorială.
- Definitivarea realizării proiectului de construire a Studioului regional Iași.

- Definitivarea sistemului de comunicații între Casa Radio și posturile regionale.
- Începerea modernizării Sălii de concerte Radio și a Studioului T 8 destinat înregistrărilor muzicale și repetițiilor Formațiilor Muzicale Radio.
- Derularea unor proiecte editoriale majore realizate în parteneriat cu posturile publice de radio din Europa în domeniul integrării europene.
- Înființarea funcției de ombdusman – avocatul ascultătorului.
- Reluarea proiectului *Caravana Radio România*.
- Efectuarea unui turneu al Orchestrei Naționale Radio în Statele Unite.
- Începerea lucrărilor de consolidare a clădirii Casei Radio București.
- Achiziționarea clădirii Casei Radio Craiova.
- Trecerea în parteneriat public/privat a unor activități ale corporației.

PERICOLE

- Tensiunile interne pot duce la deteriorarea managementului.
- Impunerea unei legi de organizare și funcționare care să nu reprezinte o soluție bipartizană, cu riscul de a se schimba din nou legea o dată cu schimbarea puterii politice.
- Privatizarea Societății Naționale de Radiocomunicații fără ca în caietul de sarcini să fie inclusă protecția postului național public de radio.
- Creșterea concurenței pe piața radio care să conducă la declanșarea unei serii de atacuri din sectorul privat referitoare la modul de finanțare a postului public.
- Confruntarea dintre partidele politice în care să fie atrasă și corporația noastră ca argumente *pro și contra*, așa cum s-a întâmplat și până acum.
- Corporația să nu-și adapteze structurile organizatorice și manageriale la schimbările din economie.
- Teama personalului de schimbare în procesul editorial.

- Blocarea reformei și întoarcerea la vechile structuri funcționale.
- Creșterea numărului de personal.