

STRATEGIA EDITORIALA REALITATEA TV 2010-2012

Aceasta propunere de strategie editoriala pe termen mediu si lung presupune o schimbare majora in filozofia abordarii informatiilor de catre Realitatea TV si in prelucrarea lor, prin transformarea statiei dintr-un canal de stiri intr-un produs media de utilitate publica, intr-unul din cele mai puternice instrumente de dezvoltare a Romaniei. Este o strategie cu doua componente, doua actiuni simultane: crearea "lumii RTV" si efortul de a-i atrage in aceasta lume pe telespectatorii care vor accepta si vor adera la transformarea lor din telespectatori anonimi in contributori permanenti, consumatori/ constructori ai "lumii RTV".

De ce aceasta propunere?

Realitatea TV pare ca se ocupa de un singur public, cel preocupat de politica, cel care e interesat de ce se intimpla in Parlament, cu guvernul, cu liderii politici. Acest public e limitat de cca 3% audienta (pe acest public se bat si alte canale). Un post care isi doreste sa creasca audienta este obligat sa atinga si alte zone de public unde interesul pentru "telenovela politica" este zero sau redus. Asta impune o diversificare a zonelor de interes, a tipurilor de emisiune, fara ca postul sa isi piarda caracteristica lui de statie de nisa, de stiri si talk-shows. Trebuie cautat un public cu alte preocupari. Romania profunda nu se intereseaza numai de politic.

LUMEA Realitatea TV este o lume a informatiilor valorice din cele mai diverse domenii, o enciclopedie (de la literatura, film si stiinta pana la mediu, IT, media, geografie) de fapte, personaje si performante pe care Realitatea TV ti le reaminteste sau ti le dezvaluie. LUMEA RTV este de asemenea o lume a informatiilor despre oameni obisnuiti si experientele lor neobisnuite. LUMEA RTV este lumea ta pentru ca poti oricand sa o imbogatesti chiar si tu prin informatiile, experientele si opiniile tale, o lume a gandurilor si a opiniilor tale fata de Romania si de lumea in care traiesti. LUMEA RTV este Romania moderna, guvernata nu de clasa politica, ci de respectul pentru valorile culturii si civilizatiei nationale si universale al celor care participa la constructia ei. LUMEA RTV este o lume in care si tu vrei sa traiesti, iar din ea fac parte toti aceia care o pot imbogati

prin experientele lor, prin exemplele lor personale, prin dorinta lor de a trai mai bine, prin calitatea fireasca de a se respecta pe sine si pe ceilalți. LUMEA RTV este o lume a mesajelor pozitive, lumea schimbului de informații si a cunoasterii.

Politica editoriala a statiei inseamna o viziune echilibrata, argumentata si coerenta asupra realitatii romanesti, al carei produs este o Romania contemporana, care si-a castigat dreptul istoric si moral de a se respecta pe sine si, consecutiv, si-a depasit handicapul visceral de a nu-i putea respecta pe ceilalți.

RESPECTUL FATA DE VALORI

Inseamna ca sunt gata sa aflu lucruri noi, sa mi le amintesc pe cele pe care deja le stiam, ca vreau sa impart cu tine pe cele pe care le stiu deja.Orice informatie utila, relevanta, care ma ajuta sa traiesc mai bine/mai usor in lumea moderna, pe care vreau sa ti-o spun si care defineste atitudinea mea fata de ea, de informatie. Prin urmare, Realitatea TV nu trebuie decat sa decupeze domeniile (film, literatura, IT, media etc) si sa creeze la inceput ciclul de informatii si apoi sa permita telespectatorilor ei sa-l imbogateasca continuu, prin prelucrarea celor mai relevante mesaje si, evident, prin difuzarea lor. Rezultatul imediat al transpunerii "lumii RTV" in matricea ei de continut si in formate fac din Realitatea Tv un PRODUS SOCIAL, nu doar un canal de stiri si talk show. Pentru atingerea acestui obiectiv, principala afacere pentru Realitatea Tv vor fi cultura si civilizatia.

Astazi, in toata lumea este o criza profunda a modelelor politice, economice si sociale si ceea ce parea ieri de neimaginat se petrece astazi cu o viteza uluitoare, fara a ne lasa timp prea mult sa intelegem exact cauza.Pentru Romania, acest lucru nu este nou, ea nu a mai exportat modele de aproape 60 de ani si criza parca este perpetua. Din punct de vedere institutional, romanii isi impart increderea, de zeci de ani, intre biserica si armata, dar fac asta doar din obisnuita. In ultimii 5 ani, presa este privita de majoritatea populatiei ca fiind corupta, aservita patronilor, iar jurnalistii ca slugi ale patronilor. Nivelul discursului jurnalistic este foarte scazut, programele sunt din ce in ce mai violente si mai vulgare, iar publicul plange ca oferta tv este in totalitate tabloida.

Televiziunea de utilitate publica inseamna televiziunea continuturilor oferite de telespectatori, prelucrate special pentru ei si nicidecum televiziunea care te

invata sau care iti arata cum sa traiesti. Ea este doar cea care: iti "creeaza cadrul formal" si care are instrumentele de prelucrare.

Structura de programe a RTV cuprinde:

- programe specifice (stiri, sport, meteo)
- programe de intretinere
- programe de stare (campanii, fillere etc)

LIDERI IN INFORMATII

Indiferent de programele/supraprogramele de stare, identitatea Realitatea Tv va fi data tot de stiri. Desi capacitatea Realitatea TV de a prelucra informatii s-a marit, a devenit mai performanta, capacitatea statiei de a selecta informatia relevanta s-a diminuat. De multe ori, stirile nu mai sunt la carma realitatii pentru ca in loc sa aiba initiativa in a selecta si prelucra informatie, Realitatea TV se lasa ea selectata si prelucrata de realitate. Realitatea TV a devenit reactiva. Transformarea conceptului de stiri, prin:

- a) transformarea stirilor dintr-o sursa de informatie, intr-una de cunoastere
- b) schimbarea ponderii domeniilor din care imi aleg stirile, de la "life" catre "lifestyle", adica mai putina politica, dar mai relevanta si mai mult people story despre stiinta, mediu, sanatate, travel si media/entertainment
- c) personalizarea informatiei
- d) transmiterea de mesaje pozitive, adica stirea de la Realitatea TV este singura care te face sa fii optimist, chiar daca iti arata cat de greu/difícil "este"
- e) la Realitatea TV stirile nu se termina niciodata, pentru ca orice sfarsit inseamna un nou inceput. Non stop nu inseamna ca nu ne oprim niciodata, inseamna ca producem si suntem acolo tot timpul.

Cele trei enunturi/principii descrise mai sus:

- stirea ca sursa de cunoastere;
- realitatea imediata ca happening continuu;
- preponderenta mesajului pozitiv

CONSTRUCTIA GRILEI DE PROGRAME

- STIRI (sport, meteo, current affairs), in timpul zilei

JURNAL MARE, 25 de minute, plus sport si meteo

JURNAL MIC, 15 minute, debate scurt, 15 minute (live report, statistica-infografie si expert), plus "lumea RTV"/ DEBATE/CURRENT AFFAIRS-sunt programe foarte scurte marcand o schimbare majora in filozofia grilei

Realitatea TV, dar si in modul " de a face politica " la aceasta statie de stiri-debate de 15 minute pe un subiect, fie mai multe subiecte in acelasi interval. Acestea restrictie de timp presupune un efort urias de selectie si de schematizare a informatiei.

- PROGRAME DE STARE (Lumea RTV, Afacerea... etc) in timpul zilei, si
- INFOTAINMENT in prime-time, care include: un singur talk-show in timpul zilei

-SPORT

- METEO -rezumate si continut specializat ECO-METEO, BIO-METEO

-LUMEA RTV/AFACEREA CULTURALA

- WEEK-END-pachet aparte. Emisiuni: Cine stie cistiga /gradinarit/gatit/sport/case-design interior/highlife/monden/masini/calatorii/ora de istorie/cazuri de acum zece ani - ce au ajuns reporterul si personajele sale/Autori necunoscuti, dosare de crima nerezolvate/ seriale documentare /psihologul de serviciu / midnight caller /sanatate /emisiuni de tineret (IT, cariere)

Printre obiectivele majore din urmatoarea perioada nu vom uita promovarea insistenta a generatiei tinere, pentru ca Realitatea TV sugereaza ruptura de trecut si subliniaza importanta misiunii pe care aceasta generatie o are. In plus, toate aceste mesaje sugereaza ca Romania are nevoie de o noua generatie, o generatie civilizata si moderna care sa inteleaga locul nostru in actulul context istoric. In Romania, exista si oameni pentru care cuvinte precum „respect” sau „incredere” inseamna ceva, oameni pentru care „a fi” este mai important decat „a avea”. Ei vrem sa fie telespectatorii Realitatea TV.