

UNIVERSITATEA Babeș - Bolyai Cluj-Napoca
FACULTATEA de Teatru și Film
DEPARTAMENTUL de Cinematografie-Media

Teza de abilitare
2019

Filmul și industriile creative

CANDIDAT: lect.univ.dr. Sălcudean Ileana Nicoleta

Cuprins

Rezumat	3
---------------	---

Summary.....	9
--------------	---

I. Evoluției carierei academice, științifice și profesionaleError! Bookmark not defined.

1. Formația și traseul academic.....	Error! Bookmark not defined.
2. Domeniile de interes	Error! Bookmark not defined.
Preambul	Error! Bookmark not defined.
2.1. Studiile culturale	Error! Bookmark not defined.
2.2. Antropologie culturală și sociologia culturii	Error! Bookmark not defined.
2.3. Industriile creative	Error! Bookmark not defined.
2.3.1. Industria cinematografiei	Error! Bookmark not defined.
2.3.2. Filmul și politicile economice	Error! Bookmark not defined.
2.4. Contextul românesc	Error! Bookmark not defined.
2.4.1. Industria cinematografică în România.....	Error! Bookmark not defined.
2.5. Câteva concluzii	Error! Bookmark not defined.
3. Direcții de cercetare. Rezultate.....	Error! Bookmark not defined.
3.1. Politici culturale	Error! Bookmark not defined.
3.2. Industрии creative	Error! Bookmark not defined.
3.3. Management cultural. Estetică organizațională. Situații sociale estetice și tehnici ale sineluiError! Bookmark not defined.	Error! Bookmark not defined.
3.4. Festivalul de film european	Error! Bookmark not defined.
4. Activitatea didactică și artistică. Munca în echipă	Error! Bookmark not defined.
5. Management academic	Error! Bookmark not defined.
6. Aplicație. Studiu.....	Error! Bookmark not defined.

II. Perspective de evoluție..... Error! Bookmark not defined.

1. Cercetare	Error! Bookmark not defined.
2. Publicații	Error! Bookmark not defined.
3. Colaborări	Error! Bookmark not defined.

III. Bibliografie

Articole	Error! Bookmark not defined.
Cărți.....	Error! Bookmark not defined.
Alte surse	Error! Bookmark not defined.

Rezumat

Lucrarea de abilitare este constituită din două părți.

În **prima parte, Evoluția carierei academice, științifice și profesionale** fac o incursiune în formația și traseul meu academic interdisciplinar, care a devenit indispensabil în contextul noilor modele de cercetare a filmului și industriilor creative. De asemenea, experiența cumulată în management creativ și management academic, proiectele de cercetare și diferitele colective de lucru, expunerea transculturală, dar și introducerea unor noi modalități de predare și învățare constituie beneficii importante atât ale parcursului, cât și ale aportului meu academic în cadrul Departamentului de Cinematografie și Media.

Abordarea filmului din perspectiva industriilor creative este esențială în contextul noilor dezvoltări științifice și culturale. Există diferite clasificări¹ ale industriilor creative, însă toate situează filmul în poziții importante.

Termenul-umbrelă de industrii culturale/ creative² este în expansiune, i se acordă tot mai multă importanță din punct de vedere al cercetării, al finanțării, al recurenței la nivelul discursului public. Cu toate acestea, studiile legate de acest domeniu sunt în fază incipientă, există multe provocări, dar în egală măsură și oportunități. Preocuparea mea din ultimii zece ani a fost aceea de a investiga acest domeniu expansiv, de a găsi metodologie de cercetare adecvată și de a cartografia situația existentă în România, precum și de a propune modele noi și instrumente de cercetare, adaptate contextului și dezvoltărilor din Europa Centrală și de Est. Studiul industriilor creative cuprinde câteva direcții de bază: **politicile culturale, noile teorii și dezbateri cu privire la arta actuală, impactul noilor tehnologii, identitatea culturală, orașul creativ, economia creativă, managementul creativ, antreprenoriatul, inovarea socială, drepturi de proprietate**. În ultimii ani, în cadrul cercetărilor mele am propus un model de cercetare a filmului din perspectiva industriilor creative, pornind de la câteva din

¹ DCMS Model, Symbolic Text Model, Concentric Circles Model, UNESCO Institute for Statistic Model, Americans for the Arts Model, WIPO Copyright Model, în Creative Economy Report, United Nations/UNDP/UNESCO, 2013, p. 22 - <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>, accesat în decembrie 2018.

² „Cultural industries refer to all forms of activity associated with what is traditionally understood as art and popular culture, including the live performance and singular artistic production, together with the recorded and reproduced productions in the audio and visual media” – D. Wynne, *The Culture Industry; the Arts in Urban Regeneration*, Aldershot, Avebury, 1992.

direcțiile de bază, la intersecția dintre studiile culturale, sociologia culturii și antropologia culturală.

În **capitolul al doilea**, prezint aceste domenii de cercetare și cadrul metodologic propus.

Din perspectiva **studiilor culturale** am încercat să analizez contextul social și politic în care se manifestă cultura.³

Distincția se face între metaforele convenționale, care structurează sistemul conceptual cultural esențial și metaforele noi, care introduc și formează/ formatează realități noi.⁴ Identitatea culturală europeană (vestică) a fost proiectată etnocentric și anti-etnocentrist.⁵ De asemenea, în cadrul industriilor creative, nu poate fi evitată o discuție legată de implicațiile pe care le au noile media. Pe filiera lui Kelly Fuery, propun o abordare a noilor media pornind de la conceptul de discurs al lui Foucault, de la analiza discontinuităților pe care le implică decalajele dintre diferite tipuri de discursuri, precum și a implicațiilor ce țin de *noutatea* discursului, resemantizarea *noului* ca practică discursivă, ca *statement*.⁶

Din perspectiva **antropologiei culturale**, am abordat conceptul de industrii creative luând în calcul distincția local/ global. În cercetările recente din studiile culturale și **sociologia culturii** există un interes legat de diferitele roluri ale culturii și formele diferite pe care ea le îmbracă în societățile contemporane. Acestea aduc o contribuție critică importantă asupra politicilor

³ „Munca a fost profund influențată de confluența momentană a unor idei care ulterior au putut fi descrise ca unire a poststructuralismului și stângismului, dar care, la momentul respectiv, au fost experimentate pur și simplu drept convingerea că dezvoltarea unor categorii cruciale ale omenirii poate fi înțeleasă ca o sarcină politică fundamentală. Această credință își are rădăcinile în înflorirea avangardei sovietice din anii '20, când arta părea indispensabilă proiectului revoluționar. De asemenea, la o scară mai mică, dar în mod similar, arta și politica erau întretesute în mișcările studențești de la sfârșitul anilor '60. Multe sectoare ale comunității științifice internaționale cărora mă adreșam în anii '70 redobândiseră o perspectivă optimistă asupra relațiilor dintre artă, academie și schimbarea politică”/ „The work was profoundly influenced by the momentary confluence of ideas which could later be described as the union of post-structuralism and leftism but which at the time was experienced more simply as a belief that the development of crucial categories in the humanities could be understood as a fundamental political task. The belief had its roots in the flowering of the 20s Soviet avant-garde, when art seemed indispensable to the revolutionary project. And in a smaller but similar way art and politics were interwoven in the student movements of the late 60s. Many sectors of the international research community which I addressed in the 70s had regained an optimistic view of the relations between art, the academy and political change” (Colin McCabe, *The Eloquence of the Vulgar. Language, Cinema and the Politics of Culture*, British Film Institute, UK 1999, p. v).

⁴ Deborah L. Smith-Shank, (ed.) *Semiotics and Visual Culture: Sights, Signs, and Significance*, National Art Education Association, Reston, VA, 2004, p. 65.

⁵ Maria Todorova, *Balkanii și balcanismul*, Humanitas, București, 2000, p. 294.

⁶ „Văzută astfel, cea mai nouă media este investită cu toate temele puterii și ale subiectivității ce operează în practicile culturale discursive, iar noua media însăși devine parte a unui set mult mai larg de funcții enunțative în sânul respectivelor ordine culturale”/ „Seen in this way the new of new media is invested with all the themes of power and subjectivity that operate within the discursive practices of culture, and new media itself becomes part of a much larger set of enunciative functions within those cultural orders” (Kelly Fuery, *New Media, Culture and Image*, Palgrave Macmillan, USA, 2009, p. 24).

media, a schimbărilor survenite în producția culturală și a consumului său în metropola actuală.⁷

Pe lângă aspectele dezbătute până acum, există un context favorabil pentru discuții legate de culturi diferite, produse culturale și identitate culturală. Discuțiile reactivate despre identitatea europeană au loc și datorită provocărilor determinate de extinderea Uniunii Europene, a noilor state din Europa Centrală și de Est care glisează ordinea existentă printr-un revers al imperialismului. Abordarea mea va veni mai degrabă în întâmpinarea conceptului de „hibriditate culturală”, așa cum este el înțeles de Homi Bhabha în *Location of Culture*⁸, în sensul în care influențele care duc la acel *ne-acasă* cultural devin o graniță ce deschide perspectivele pentru o nouă etapă culturală.

Dezvoltările care au avut loc în ultimii ani în Uniunea Europeană au încercat o taxonomie a bunelor practici, dar și aducerea în prim plan a industriilor creative. Andreas Joh. Wiesand⁹ vorbește despre schimbările din ultimii 30 de ani în ceea ce privește metodologia de cercetare a politicilor culturale, trecerea de la abordarea instituțională, diplomatică, la schimburile de rețea, spre conceptul „european” mai bazat pe acțiune, care depășește granițele cercetării comparative a politicilor culturale naționale. Cu privire la termenul de *coeziune socială*, dezideratul european pentru cultură, deși văzut ca un concept progresiv, este criticat datorită diferitelor conotații căpătate în funcție de context și pentru că este folosit politic. Propunerile sunt nu atât pentru „ingineria socială”, cât pentru modalități de a gestiona diferențele și de a intermedia conflictul, în sensul de a oferi minorităților posibilitatea de a-și menține identitatea individuală sau colectivă într-o altă cultură dominantă și cultivarea unui mediu propice dezvoltării creației și inovației.

„Ideologia eurocentricității vestului” (tot în accepțiunea lui Bhabha) este verificată în dimensiunile etice și axiologice în contextul europenizării și a politicilor culturale.¹⁰

Urmează o incursiune în **industria cinematografiei**. De-a lungul anilor, accentul s-a mutat de la film ca text, la audiențe și la receptarea filmului. Psihanaliza și semiotica, ca metode de

⁷ Justin O'Connor și Derek Wynne (eds.), *From the Margins to the Centre: Cultural Production and Consumption in the Post-Industrial City*, Ashgate, Aldershot, 1996.

⁸ Homi K. Bhabha, *The Location of Culture*, Routledge, London, 2002.

⁹ Andreas Joh. Wiesand, „Comparative Cultural Policy Research in Europe: A Change of Paradigm”, ERICarts/ Zentrum für Kulturforschung, Germania, în *Canadian Journal of Communication*, 27/ 2, 2002 -<http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/viewArticle/1308/1347>, accesat în martie 2010.

¹⁰ Alfred Kroeber reintroduce aspecte axiologice ca mărci distinctive pentru cultura umană în întregul ei; valorile reprezintă ceea ce este semnificativ culturii umane ca întreg (în *The Scientific Studies of Values Exploring the Ways of Mankind*, Holt, Rinehart and Winston, New-York, 1960, pp. 377-378).

cercetare pentru analiza de film, deși folosite cu succes pentru cinema clasic, devin mai puțin folositoare pentru analiza noului tip de cinema și televiziune.¹¹

Filmul și politicile economice fixează câteva repere importante legate de industria filmului în Europa și în Statele Unite ale Americii. Cinema poate fi divertisment, industrie, propagandă (în nazism era privit ca „dispozitiv cultural central”/ „central cultural device”), dar comunică estetica națională, are forța de a construi identitate națională. La toate acestea se adaugă și presiunea continuă din partea televiziunii, tratată ca „public service”, o formă de educație publică, ca o agenție de control a informației. Guvernele europene au inclus audiovizualul¹² după două modele: industria cinematografiei urma un model de marketing, în timp ce televiziunea rămânea în monopolul statului.¹³

În ceea ce privește incursiunea în **contextul românesc**, am pus accentul pe strategiile de dezvoltare a industriilor creative, pe inițiative, documente oficiale, rapoarte și obiective propuse. Evoluțiile industriilor culturale/ creative românești au început să fie relevante în ultimele decenii. Există puțină cercetare realizată în acest domeniu, iar accentul cade în principal pe spiritul antreprenorial și dezvoltarea economică.¹⁴

Industria cinematografică în România încearcă să configureze estetica socială și culturală a cinemaului românesc prin lentila demarcațiilor conceptuale prefigurate. Industria europeană dezvoltă programe de film și audiovizuale cu intenția de a ajunge la noi piețe internaționale și de a găsi noi parteneri în afara Europei, creând noi oportunități de finanțare. În România, industria cinematografică este definită ca fiind o industrie culturală în 2005, când se și reconsideră finanțarea producțiilor cinematografice prin Fondul Cinematografic (OG nr.

¹¹ „Formele de analiză care s-au dovedit atât de puternice au fost derivate din estetica brechtiană, mai ales din acele elemente ale lui Brecht care subliniază arta drept o practică ce ar putea produce cunoaștere. Ce a fost specific artei a fost felul în care cunoașterea ideologică și politică era dependentă de articulările recunoașterii simbolice a castrării. Lui Brecht i s-a adăugat astfel psihanaliza pentru a produce o estetică a diferenței”/ „The forms of analysis which proved so powerful were drawn from Brechtian aesthetic, and particularly those elements of Brecht which stressed art as a practice which could produce knowledge. What was specific to art was the way in which ideological and political knowledge was dependent on the articulations of symbolic acknowledgement of castration. Psychoanalysis was thus added to Brecht to produce an aesthetic of difference” (Colin MacCabe, *The Eloquence of the Vulgar. Language, Cinema and the Politics of Culture*, British Film Institute, UK, 1999, p. 73).

¹² „The linkages provided by a European-based audio-visual industry would appear as central, with communication, culture and information reinforcing identity across the common territory” (Geoffrey Nowell-Smith and Steven Ricci (eds), *Hollywood and Europe. Economics, Culture, National Identity: 1945-1995*, UCLA Film and Television Archive Studies in History, Criticism and Theory, British Film Institute Publishing, London, 1998, p. 29).

¹³ Geoffrey Nowell-Smith and Steven Ricci (eds), *Hollywood and Europe. Economics, Culture, National Identity: 1945-1995*, UCLA Film and Television Archive Studies in History, Criticism and Theory, British Film Institute Publishing, London, 1998, p. 27.

¹⁴ Site Oricum - <http://oricum.ro/industrii-creative/17/?lang=en>, accesat în decembrie 2019.

39/2005).¹⁵ Deși a cunoscut diferite norme legislative abia din 1997, Ministerul Culturii a reluat OG nr. 39/2005 pentru a o îmbunătăți cu un nou set de reglementări în 2016.

O nouă generație de regizori a devenit importantă în extragerea elementelor-cheie ale identității românești și ilustrarea acestora în filmele lor (reprezentări culturale ale identității naționale), dar încurajând, de asemenea, o platformă locală pentru competiție și evenimente cinematografice, ceea ce duce la un dialog internațional. Deschiderea frontierelor spre exterior, parteneriatele și rețelele pot canaliza naționalismul în crearea unui *branding* de țară cultural.

Premiile câștigate la festivaluri internaționale de cineaștii români (Cristi Puiu, Radu Muntean, Corneliu Porumboiu, Cristian Mungiu etc.) legitimează noul film românesc și integrarea lui în peisajul cinematografic internațional. „Cinematografia contemporană este cel mai important produs cultural de export al țării, Noul Cinema Românesc, sau Noul Val al filmelor românești, devenind încetul cu încetul un fel de marcă locală.”¹⁶

După aceste considerente legate de contextualizarea metodologică și teoretică, **capitolul al treilea** prezintă rezultatele cercetărilor mele pe direcțiile de cercetare menționate mai sus, proiectele de cercetare câștigate și contextele în care am prezentat aceste rezultate. Cărțile publicate, dar și proiectele și stagiile de cercetare câștigate au facilitat impactul și diseminarea rezultatelor cercetării la nivel internațional, câștigarea unor premii și distincții internaționale.

Am aprofundat și dezvoltat direcțiile de cercetare menționate deja, cu aplicații ale teoriilor despre estetică în politică culturală și management cultural, estetica organizațională și situații sociale estetice și tehnici ale sinelui. O altă direcție de cercetare a fost cea legată de festivalul de film, care mi-a prilejuit continuarea cercetării în industriile creative, de data aceasta investigând festivalul de film, căutând modele adecvate și actuale de cercetare pentru această temă de mare actualitate.

Obiectivul acestei cercetări a fost legat de continuarea investigării construcției curentelor culturii vizuale în România, precum și de felul în care se construiește identitatea națională vs. cea europeană, dar și de felul în care festivalul devine un punct de referință pentru *branding*-ul de țară cultural.

¹⁵ Cartea Albă a Sectoarelor Culturale și Creative din România – https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/Working_Group_1/Working_Group_MCI/White_paper_for_CCS_in_Romania.pdf, pp. 50-51, accesat în martie 2019.

¹⁶ Andrei Gorzo și Andrei State (eds.), *Politicile filmului*, Tact, Cluj-Napoca, 2014, Argument.

Capitolul al patrulea, intitulat *Activitatea didactică și artistică. Munca în echipă* prezintă diferite proiecte de echipă, centrele de cercetare din care fac parte, colectivele de redacție sau alte asociații profesionale, workshop-urile organizate, dar și implicarea în societate prin proiectele realizate la Centrul de Formare Continuă și Lifelong Learning al Universității Babeș-Bolyai, ca director și coordonator de programe și proiecte.

Capitolul al cincilea introduce o exemplificare a metodelor de cercetare aplicate în cadrul unui studiu realizat pe ultima direcție de cercetare, legată de festivalurile de film.

Partea a doua consemnează perspectivele de evoluție profesională pe trei direcții: **cercetare, publicații și colaborări**, dar și contribuția mea la Școala doctorală prin direcțiile de cercetare inovative menționate.

Summary

This habilitation paper consists of two parts.

In **part I, The Evolution of Academic, Scientific and Professional Career**, I launched an inventory of my interdisciplinary academic formation and journey, one that has become indispensable in the context of new research in film and creative industries. My cumulative experience in creative management and academic management, research projects and various team activity, transcultural exposure, and the introduction of new ways of teaching and learning are important benefits of both my pathway and my academic input to the Department of Cinematography and Media.

Approaching film from the perspective of creative industries is essential in the context of new scientific and cultural developments. There are different classifications of the creative industries¹⁷, but they all place film in important positions.

The umbrella term of cultural/ creative industries¹⁸ is expanding; it is becoming increasingly important from the point of view of research, funding, and recurrence at the level of public discourse. However, studies related to this domain are at an early stage, there are many challenges but equally many opportunities. My focus over the last ten years has been to investigate this expansive field, to find appropriate research methodology, and to map the existing situation in Romania, as well as to propose new models and research tools adapted to the context and developments in Central and Eastern Europe.

The study of creative industries includes several basic directions: **cultural policies, new theories and debates on modern art, the impact of new technologies, cultural identity, creative city, creative economy, creative management, entrepreneurship, social innovation, copy rights**. In recent years, I have proposed a research model for film studies from the perspective of creative industries, at the intersection of cultural studies, cultural sociology, and cultural anthropology.

¹⁷ DCMS Model, Symbolic Text Model, Concentric Circles Model, UNESCO Institute for Statistic Model, Americans for the Arts Model, WIPO Copyright Model, in Creative Economy Report, United Nations/UNDP/UNESCO, 2013, p. 22 - <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>, retrieved in December 2018.

¹⁸ "Cultural industries refer to all forms of activity associated with what is traditionally understood as art and popular culture, including the live performance and singular artistic production, together with the recorded and reproduced productions in the audio and visual media" – D. Wynne, *The Culture Industry; the Arts in Urban Regeneration*, Aldershot, Avebury, 1992.

In *the first chapter*, I present these fields of research and the proposed methodological framework.

From the perspective of **cultural studies**, I have tried to analyze the social and political context in which culture manifests itself.¹⁹

The distinction is made between conventional metaphors that structure the essential conceptual cultural system and the new metaphors that introduce and form new realities.²⁰ The European (Western) cultural identity was designed ethnocentric and antiethnocentric.²¹ Also, in the creative industries, a discussion about the implications of new media can not be avoided. Starting from Kelly Fuery's work, I propose a new media approach based on Foucault's concept of discourse, from the analysis of the discontinuities involved in the gaps between different types of speeches, as well as the implications of the *novelty* of the discourse, the resemblance of the *new* as a discursive practice, as a *statement*.²²

From the perspective of **cultural anthropology**, I approach the concept of creative industries from the perspective of the local/ global distinction. In recent research in cultural studies and the **sociology of culture**, there is an interest in the different roles of culture and the different forms that they embrace in contemporary societies. They make an important critical contribution to media policies, changes in cultural production and its consumption in the current metropolis.²³

In addition to the issues discussed so far, a favorable context currently exists for discussions on different cultures, cultural products, and cultural identity. The challenges posed by the enlargement of the European Union, the new Central and Eastern European states that glide over the existing order through a reversal of imperialism, are reactivating discussions about

¹⁹”The work was profoundly influenced by the momentary confluence of ideas which could later be described as the union of post-structuralism and leftism but which at the time was experienced more simply as a belief that the development of crucial categories in the humanities could be understood as a fundamental political task. The belief had its roots in the flowering of the 20s Soviet avant-garde, when art seemed indispensable to the revolutionary project. And in a smaller but similar way art and politics were interwoven in the student movements of the late 60s. Many sectors of the international research community which I addressed in the 70s had regained an optimistic view of the relations between art, the academy and political change” (Colin MacCabe, *The Eloquence of the Vulgar. Language, Cinema and the Politics of Culture*, British Film Institute, UK 1999, p. v).

²⁰ Deborah L. Smith-Shank, (ed.) *Semiotics and Visual Culture: Sights, Signs, and Significance*, National Art Education Association, Reston, VA, 2004, p. 65.

²¹ Maria Todorova, *Balcanii și balcanismul*, Humanitas, București, 2000, p. 294.

²²”Seen in this way the new of new media is invested with all the themes of power and subjectivity that operate within the discursive practices of culture, and new media itself becomes part of a much larger set of enunciative functions within those cultural orders” (Kelly Fuery, *New Media, Culture and Image*, Palgrave Macmillan, USA, 2009, p. 24).

²³ Justin O'Connor și Derek Wynne (eds.), *From the Margins to the Centre: Cultural Production and Consumption in the Post-Industrial City*, Ashgate, Aldershot, 1996.

European identity. My approach will rather use the concept of "cultural hybridity," as put forth by Homi Bhabha in *Location of Culture*²⁴, in the sense that the influences that lead to that non-cultural home become a border that opens perspectives for a new cultural stage.

The developments that have taken place in recent years in the European Union have attempted a taxonomy of good practices, but also the advancement of creative industries. Andreas Joh. Wiesand²⁵ talks about changes over the past 30 years to cultural policy research methodology: the move from institutional, diplomatic exchanges towards network, to a more "European" concept that goes beyond the boundaries of comparative research on national cultural policies. Regarding *social cohesion*, the European desideratum for culture, although seen as a progressive concept, it has been criticized for having widely different connotations in different contexts and for being used politically. Proposals are made not so much for "social engineering" but for managing differences and mediating conflicts within minority groups: giving them the opportunity to maintain their individual or collective identity in another dominant culture, and promoting an enabling environment for creative development and innovation.

The "Western Eurocentric Ideology" (also in terms of Bhabha) is verified at the ethical and axiological dimension in the context of Europeanization and cultural policies.²⁶

An introduction to the **cinema industry** follows. Over the years, the focus has shifted from film to text, audiences, and film reception. Psychoanalysis and semiotics, as research methods for film analysis, though successfully used for classic cinema, are less useful for analyzing new developments in cinema and television.²⁷

Film and economic policies (as a subchapter) sets out important milestones related to the film industry in Europe and the United States of America. Cinema can be entertainment, industry, propaganda (in Nazism it was regarded as a "central cultural device"), but it also communicates national aesthetics and is capable of building national identity. Television has

²⁴ Homi K Bhabha, *The Location of Culture*, Routledge, London, 2002.

²⁵ Andreas Joh. Wiesand, "Comparative Cultural Policy Research in Europe: A Change of Paradigm", ERICarts/ Zentrum für Kulturforschung, Germania, in *Canadian Journal of Communication*, 27/ 2, 2002 - <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/viewArticle/1308/1347>, accesat în martie 2010.

²⁶ Alfred Kroeber reintroduces axiological aspects as distinctive marks for human culture as a whole; values are what is significant to human culture as a whole (in *The Scientific Studies of Values Exploring the Ways of Mankind*, Holt, Rinehart and Winston, New-York, 1960, pp. 377-378).

²⁷ "The forms of analysis which proved so powerful were drawn from Brechtian aesthetic, and particularly those elements of Brecht which stressed art as a practice which could produce knowledge. What was specific to art was the way in which ideological and political knowledge was dependent on the articulations of symbolic acknowledgement of castration. Psychoanalysis was thus added to Brecht to produce an aesthetic of difference" (Colin McCabe, *The Eloquence of the Vulgar. Language, Cinema and the Politics of Culture*, British Film Institute, UK, 1999, p. 73).

the additional pressure of being treated as a "public service", a form of public education, an information control agency. European governments included the audiovisual²⁸ following two models: the cinema industry using a marketing pattern, while television remained in the state's monopoly.²⁹

For the **Romanian context**, I have emphasized the various strategies for the development of creative industries, the official documents, the initiatives, the reports and the objectives proposed. The evolution of Romanian cultural/ creative industries has begun to be relevant in the last decades. There is little research done in this area, and the focus is mainly on entrepreneurship and economic development.³⁰

The film industry in Romania tries to shape the social and cultural aesthetics of Romanian cinema through the lens of the prefigured conceptual demarcations. The European industry is developing film and audiovisual programs with the intention of reaching new international markets and finding new partners outside Europe, creating new funding opportunities. In Romania, the cinematographic industry is defined as a cultural industry in 2005 when the financing of cinematographic productions is reconsidered, through the creation of the Cinematographic Fund (GO 39/2005).³¹ Although it has only been in different legislative norms since 1997, the Ministry of Culture revisited GO no. 39/2005 to improve it with a new set of regulations in 2016.

A new generation of directors has become important in extracting the key elements of Romanian identity and illustrating them in their films (cultural representations of national identity), but also in creating a local platform for competitions and cinema events, leading to international dialogue. The opening of borders, partnerships and networks can all channel nationalism into creating a cultural country branding.

²⁸ "The linkages provided by a European-based audio-visual industry would appear as central, with communication, culture and information reinforcing identity across the common territory" (Geoffrey Nowell-Smith and Steven Ricci (eds), *Hollywood and Europe. Economics, Culture, National Identity: 1945-1995*, UCLA Film and Television Archive Studies in History, Criticism and Theory, British Film Institute Publishing, London, 1998, p. 29).

²⁹ Geoffrey Nowell-Smith and Steven Ricci (eds), *Hollywood and Europe. Economics, Culture, National Identity: 1945-1995*, UCLA Film and Television Archive Studies in History, Criticism and Theory, British Film Institute Publishing, London, 1998, p. 27.

³⁰ Site Oricum - <http://oricum.ro/industrii-creative/17/?lang=en>, accesat în decembrie 2019.

³¹ Cartea Albă a Sectoarelor Culturale și Creative din România/ The White Book of Cultural and Creative Sectors form Romania – https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/Working_Group_1/Working_Group_MCI/White_paper_for_CS_in_Romania.pdf, pp. 50-51, retrieved in March 2019.

The prizes won at international festivals by Romanian filmmakers (Cristi Puiu, Radu Muntean, Corneliu Porumboiu, Cristian Mungiu etc.) legitimate the new Romanian film and its integration into the international cinematographic landscape. "Contemporary cinema is the most important cultural product of the country's export, the New Romanian Cinema, or the New Wave of Romanian films, becoming slowly a sort of local brand."³²

Following these considerations regarding methodological and theoretical contextualization, **chapter three** presents the results of my research on the directions mentioned above, the research projects and the contexts in which I presented these results. The books published, as well as the research projects and mobilities, have facilitated the impact and dissemination of the research results internationally, obtaining international prizes and distinctions.

I have deepened and developed the research directions already mentioned, with applications of aesthetics theories in cultural policy and cultural management, organizational aesthetics and aesthetic social situations and techniques of the self. Another direction of research addresses the film festival. It has helped me further the research on the creative industries, this time investigating the film festival, looking for suitable and current research models for this topic. The objective of this research was to continue the investigation of the construction of visual culture trends in Romania, and the way in which the national identity vs. the European one is built, but also the way the festival becomes a reference point for cultural country branding.

Chapter four, entitled *Didactic and artistic activity. Teamwork* presents various team projects, the implication in research centers, editorial teams or other professional associations, organized workshops, as well as involvement in the society through workshops at the Centre of Continuing Formation and Lifelong Learning, Babeş- Bolyai, as director and project coordinator.

Chapter Five introduces an example of the research methods applied in a study conducted on the latest research trends related to film festivals.

Part two lists the possibilities for professional development in three areas: **research, publications and collaborations**, but also my contribution to the doctoral school through the afore mentioned innovative research directions.

³² Andrei Gorzo and Andrei State (eds.), *Politicile filmului*, Tact, Cluj-Napoca, 2014, Argument.