

Serviciul public de televiziune și lupta pentru existență în era digitală

Dr. Bianca Mitu

Rezumat

Utilizarea preponderentă a Internetului a adus o serie de noi provocări pentru sistemul serviciului public de televiziune din întreaga lume. În ciuda accesului liber la informație și la folosirea tehnologiei digitale, serviciul public de televiziune din Europa de Est se află sub un con de umbră, în mare parte datorită faptului că piața lor de difuzare este încă la o scală mică. Acest articol oferă o perspectivă asupra schimbărilor și provocărilor majore cu care se confruntă TVR (în ceea ce privește scopul, valorile și obiectivele) de la prăbușirea regimului comunist din 1989 și urmărește să ofere un răspuns următoarelor întrebări: Mai este serviciul public de televiziune relevant în epoca digitală? Care sunt provocările curente și care este viitorul TVR în epoca digitală?

Introducere

Apariția noilor tehnologii digitale a adus schimbări majore în peisajul televiziunii, fiind încă văzută ca o provocare și o amenințare constantă pentru serviciul public de difuzare. Jurnaliștii și-au îndreptat atenția, din ce în ce mai mult, către practici multiplatformă pentru a-și mări audiența și pentru a-și proteja poziția în fluctuantul peisaj media (Klein-Shagir și Keinonen 2014). În acest nou context, după spusele unor autori, legitimitatea instituțiilor serviciului public de difuzare a început să fie pusă sub semnul întrebării (vezi Tracey 1998, Papathanassopoulos 2002) mai ales de când atenția tuturor s-a îndreptat spre abundența digitală, datorită noilor tehnologii digitale (precum televiziunea digitală, dar și alte servicii online, platformă de video streaming etc.). Analizând viitorul serviciului public de televiziune în epoca digitală, Steemers (1998: 196) pune o întrebare pertinentă: „Este serviciul public de televiziune încă necesar?” și continuă prin a spune „Fiind confruntat cu o întreagă serie de servicii de difuzare și nondifuzare, se poate spune că serviciul public de televiziune nu mai este necesar, că este doar o simplă relicvă demodată din timpuri apuse”. Foarte multe lucruri s-au

schimbat însă în peisajul media de când Steemers a realizat acest studiu. Cu toate că majoritatea serviciilor publice de televiziune din jurul lumii au descoperit noi căi de livrare a conținutului serviciului public și de interacționare cu audiența, viitorul serviciului public de televiziune în epoca digitală este încă nesigur.

Ținând cont de dezbaterile care se derulează cu privire la viitorul serviciului public de televiziune în epoca digitală, acest articol prezintă istoria serviciului public de televiziune din România (TVR) și mai ales drumul pe care acesta îl urmează către un viitor nesigur în epoca digitală. Pornind de la premiza lui Gulyas (2013: ix) cum că serviciul public media trece printr-o serie de transformări dramatice ca rezultat al dezvoltărilor tehnologice, al schimbărilor politice, al presiunilor pieței și al modificărilor în consumul de media, acest articol tinde să adreseze următoarele întrebări dificile: Este modelul serviciului public de televiziune încă relevant în epoca digitală? Având în vedere interesul scăzut al publicului și guvernului, mai este nevoie de serviciul public de televiziune în România și ce trebuie să facă acesta pentru a-și asigura viitorul în mediul digital? Ținând cont de aceste întrebări, prezentul articol începe cu discuția care este în continuă derulare legată de misiunea, obiectivele și strategiile serviciului public de difuzare în epoca digitală, apoi va analiza provocările aduse de introducerea tehnologiilor digitale în România și măsura în care acestea afectează serviciul public de televiziune român (TVR). A doua parte a articolului va studia schimbările majore ale TVR-ului după căderea regimului comunist, în timp ce ultima parte va dezbate faptul că problema majoră a TVR-ului este lipsa de viziune, atunci când vine vorba de o strategie multiplatformă.

Serviciul public de difuzare în epoca digitală: misiune, obiective, valori și strategii

Când analizăm viitorul televiziunii în epoca digitală, suntem confrunțați cu două perspective contradictorii. Pe de o parte, câțiva cercetători prevăd sfârșitul serviciului public de televiziune (Tracey 1998) sau discută despre felul în care introducerea televiziunii digitale va diminua puterea serviciului public de televiziune în cadrul pieței de televiziune, aducând însă încă o amenințare în justificarea existenței sale (Papathanassopoulos 2002). În antiteză, un al doilea grup de cercetători este de părere că platformele digitale sunt doar o extensie a televiziunii (Klein-Shagrir, Keinonen, 2014) și dezbate faptul că noile media au adus nu doar provocări și obstacole pentru serviciul public de televiziune, ci și noi oportunități de a captiva audiențele din mediul online, protejându-și astfel poziția în noul peisaj media.

Cele două perspective ilustrate mai sus legate de viitorul instituțiilor serviciului public de televiziune în epoca digitală sunt contradictorii. Cu toate acestea, din ce în ce mai mult, problema nu este legată de ce cale ar putea fi luată în epocă digitală, ci mai degrabă, despre indentificarea unui nou rol și a unui loc pentru serviciul public de televiziune în noul peisaj al mediei digitale. Analizând serviciul public media, Jakubowicz (2008: 44) consideră că: „Principalele căi care ar trebui explorate sunt cele legate de felul în care s-ar putea prezenta un conținut generat de utilizatori în programele serviciului public media, oferit în mod natural, fără a le compromite calitatea și modul în care audiențele s-ar putea transforma în „comunități de utilizatori” și o „rețea socială de parteneri”, aflați într-un dialog constant cu organizația serviciului public media. Scopurile sunt responsabilitatea și participarea publică, pentru determinarea direcției în care organizația s-ar putea îndrepta”. Astfel, serviciul public de televiziune ar continua să înregistreze un suport considerabil din partea publicului (Debrett, 2009: 807, 2010: 15), iar viitorul se află în dezvoltarea unei strategii digitale multiplatformă, care să permită participarea publică și un conținut generat de utilizatori.

TVR – Continuitate și schimbare

Doar prin înțelegerea trecutului serviciului public de televiziune din România, putem aprecia prezentul și identific viitorul rol al TVR în epoca digitală. Prezenta secțiune studiază schimbările istorice din cadrul serviciului public de televiziune din România și se concentrează, în special, pe schimbările și provocările care au fost introduse odată cu sfârșitul regimului comunist.

Timp de 27 de ani după 1947, când partidul comunist a venit la putere, România nu a avut legi care să poată reglementa activitatea serviciului public media. În 1947 a fost emisă prima lege românească a presei, formulată de partidul comunist român și de președintele Nicolae Ceaușescu. Cu toate acestea, libertatea presei a continuat să fie inexistentă în România, deoarece, precum atestă Peter Gross, în acea perioadă, jurnalismul românesc a fost „controlat din toate punctele de vedere, dirijat și manipulat în funcție de nevoile partidului conducător, de mofturile șefilor lui și de nevoile cauzate de cultul personalității, care a fost constituit în jurul lui Ceaușescu și a soției acestuia” (Gross 1999: 30). Presa comunistă a fost caracterizată de cenzură, manipulare, dezinformare, pseudojurnalism și de promovarea unei metarealități false, inventate. Analizând media românească în epoca comunistă, Peter Gross (1996: 3) subliniază trei perioade distincte:

- 1. 1821-1918, când au apărut primele publicații,
- 2. Anii `20, când presa și jurnalismul au atins cele mai mari stadii de dezvoltare, libertate și profesionalism, în comparație cu ceea ce au devenit acestea în ultimele decenii ale secolului XX,
- 3. Anii comunismului, 1947-1989, când presa nu a mai îndeplinit parametrii și standardele profesionale recunoscute și respectate în lumea liberă.

Apariția televiziunii în România, în 1955, a avut loc în timpul regimul comunist, a cărui perspectivă generală despre presă și mass-media a fost, în esență, totalitaristă (Bucheru 1997: 147). Astfel, până în 1989, televiziunea română nu a fost niciodată independentă, întrucât s-a aflat încă de la înființare sub controlul partidului comunist. Desigur că Revoluția nu a putut schimba mentalitățile peste noapte, precum și observă Jean Francois Revel: „Nu este de ajuns ca o națiune postcomunistă să se elibereze de comunism pentru a putea scăpa de acesta, trebuie, de asemenea, să se elibereze de consecințele comunismului” (1993: 137). Umberto Eco atrage atenția asupra aceleiași probleme atunci când a făcut următoarea afirmație: „Chiar dacă regimurile politice pot fi detronate sau ideologiile criticate și abandonate, în spatele regimului și ideologiei acestuia se află mereu un mod de a gândi și a simți, o serie de obiceiuri culturale, de instincte obscure și porniri incompreensibile” (1995: 12). Prin urmare, chiar dacă s-au produs schimbări majore de necontestat după Revoluția din 1989, totuși nu totul a putut fi schimbat, mentalitățile au rămas aceleași, iar jurnaliștii care până atunci fuseseră învățați să fie conduși s-au aflat pentru prima dată în situația de a se exprima liber, fără teamă.

Înainte de 1989, partidul comunist dicta felul și conținutul programelor TV - lucru care reprezenta, alături de alte instituții ale presei, moduri excelente de îndoctrinare a poporului (Rad 2002: 5). Pentru TVR toate acestea au dus, desigur, la pierderea oricărui fel de legitimitate. Poate că tot din această cauză, poporul român avea mai multă încredere în posturi de televiziune străine (bulgar, ungar, rus), pe care le vizionau în mod ilegal la vremea respectivă, decât în Televiziunea Română.

Serviciul public de difuzare a fost văzut dintotdeauna de alte națiuni ca un fenomen britanic, precum afirmă și Buscombe (2000): „ceea ce deosebește televiziunea britanică de restul lumii este modelul structural pe care l-a adoptat într-un stadiu foarte timpuriu al dezvoltării sale” (2000: 2). Ca o consecință de-a lungul anilor, Televiziunea Română (TVR) a încercat de câteva ori să colaboreze cu BBC. Poate cea mai prosperă perioadă a colaborării româno-britanice a fost în anii `60 când Silviu Brucan, atunci vice-președintele TVR-ului,

a decis să modeleze evoluția serviciului public de televiziune adoptând modelul televiziunii publice britanice. Conform spuselor lui Mustață (2012: 134), Brucan a vizitat BBC-ul de câteva ori pentru a învăța modul în care programele TV erau realizate în Marea Britanie și a înțeles felul în care un serviciu public de televiziune de succes funcționează.

Până la sfârșitul anilor `70, televiziunea română a fost relativ deschisă la importurile străine. După 1970, lucrurile aveau să devină și mai sumbre, iar între anii 1985-1989 orarul Televiziunii Române a fost drastic redus la două ore pe zi în timpul săptămânii și la cinci ore pe zi în weekend. Ca o consecință a restricțiilor impuse jurnaliștilor, jurnalismul românesc, ca profesie, a dispărut complet la sfârșitul anilor `70 (Gross, 1996: 20). Ceva trebuia să se schimbe și tocmai acest lucru a avut loc prin Revoluția din 1989.

Drumul TVR către epoca digitală

În ultimele două decenii, peisajul televiziunii în România s-a confruntat cu numeroase schimbări. Au existat două dezvoltări importante care au adus schimbări majore în televiziune: apariția televiziunilor particulare și apariția Internetului. Ioan Drăgan și J.P. Lafrance (1994) au împărțit evoluția presei postcomuniste în trei stadii: stadiul în care revoluția a fost difuzată „live” (1989-1990), stadiul dezamăgirilor (1991-1992) și stadiul reconstruirii sferei publice (după 1992). Pe de altă parte, Peter Gross (1994) a considerat că 1990-1995 a fost primul și cel mai important stadiu al presei postcomuniste, atunci când media românească și-a triplat rapid numărul prin apariția unor publicații noi, iar presa s-a eliberat de sub jugul cenzurii. Cu toate acestea, studiind media românească postcomunistă în intervalul următor, 2005-2006, Gross (2008) a identificat atât progres, cât și regres. TVR a fost martorul prăbușirii comunismului și tocmai de aceea, pentru un timp îndelungat, a fost cunoscută ca „televiziunea revoluției”. Misiunea Televiziunii Române după 1989 nu a fost una simplă, întrucât „trebuia să joace un rol eficient, proactiv în procesul democratizării, prin aducerea propriei contribuții în procesul de socializare, prin educarea publicului în, și pentru, noi roluri și valori sociale într-o societate deschisă” (Gross, 2004: 170). Diferența în opinii este poate unul dintre motivele principale pentru care evoluția TVR-ului după 1989 a fost una înceată. Nu a existat și nu există o viziune clară pentru această instituție publică, iar cei care aveau o viziune clară, au fost în mod constant alungați datorită intereselor politice.

Timp de câțiva ani după Revoluție, TVR a avut o influență uriașă asupra audienței și o mare responsabilitate pentru educarea oamenilor, pentru expansiune și pentru evoluția

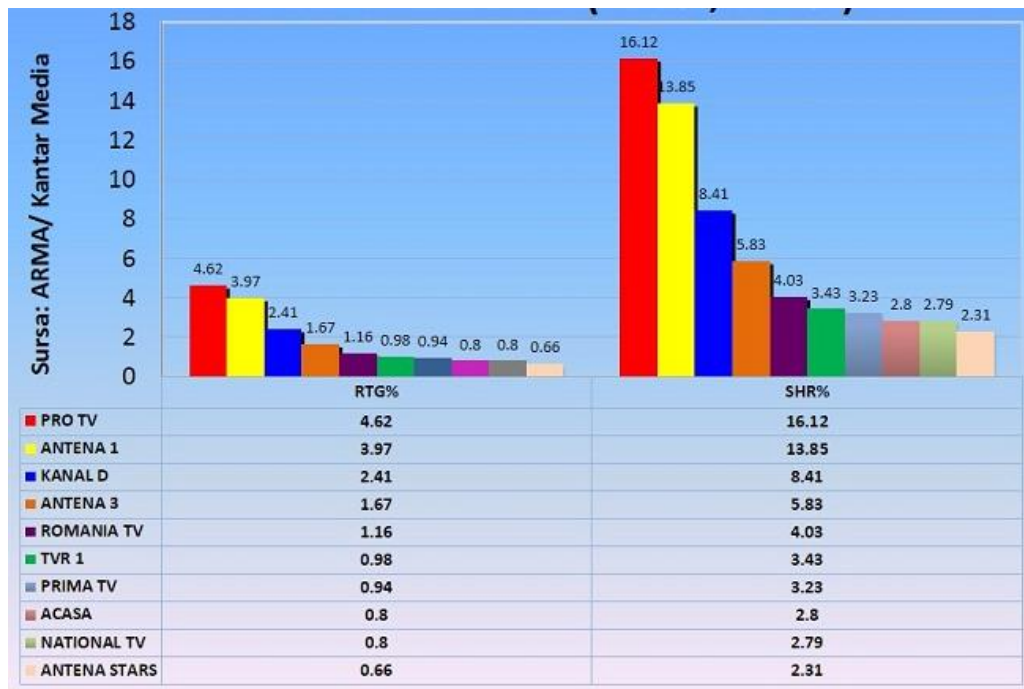
democrației în România postcomunistă și pentru vindecarea unui popor trecut prin grele încercări (R. Theodorescu, 2015). De altfel, timp de câteva luni după decembrie 1989, TVR a fost numită *Televiziunea Română Liberă* – astfel marcând intenția de transformare a fostei televiziuni „de stat” într-o televiziune publică, conform modelului european al serviciului public de televiziune, urmând câteva obiective universale:

1. Un punct comun de referință pentru toți membrii publicului,
2. Un forum pentru discuții publice.
3. Știri imparțiale.
4. Programe pluraliste, inovatoare și variate,
5. Programe care sunt atât de larg interes public, cât și atente la nevoile minorităților,
6. Ilustrări ale diferitelor idei și religii, plurietnicitate și multiculturalitate,
7. Producții originale ale producătorilor independenți,
8. Extinderea ofertei prin programe care nu fac parte din sfera sectorului comercial (Raboy 1996: 15).

Rolul televiziunii publice în Revoluția românească este incontestabil, deoarece „după ce a fost instituția personală a foștilor dictatori, televiziunea a devenit brusc atât un spațiu inaugural, cât și simbolul eliberării de sub tiranie, având un rol catalizator și acționând ca un centru de comandă al revoluției” (Drăgan 1993: 3). Televiziunea a devenit astfel „purtătorul de cuvânt” al României după 1989. Cu toate acestea, după o perioadă lungă de 30 de ani, în timpul căreia a activat sub controlul regimului totalitarist comunist, nu a fost ușor să realizeze tranziția înspre o televiziune care funcționează independent, din punctul de vedere al conținutului redacțional. Schimbarea dintr-o televiziune de stat – care era supusă și controlată politic – într-o televiziune publică, care să funcționeze respectând standarde europene, a însemnat, printre alte lucruri, un proces, fără sfârșit, de reforme și reorganizări, din punct de vedere managerial și editorial.

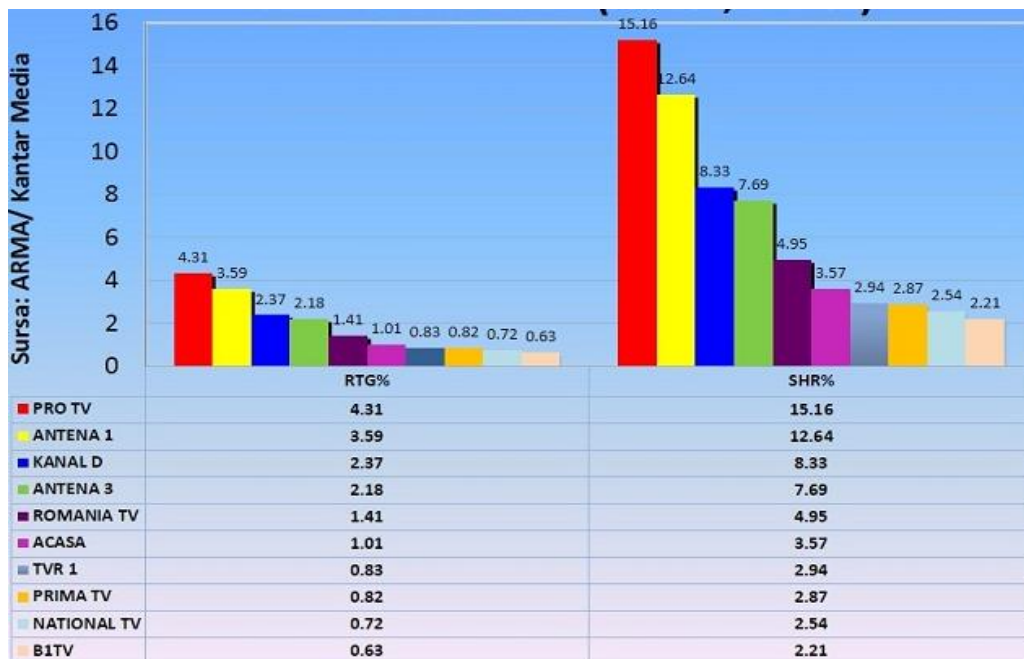
Din 1989, TVR își pierde în mod constant credibilitatea și popularitatea. Audiența TVR din ziua de azi este foarte scăzută și în continuu declin, putându-se observa diferențe majore chiar de la o lună la alta (vezi Figura 1 și 2).

Figura 1 – Cifrele audiențelor TV – National Public – Ianuarie 2015 (RTG%, SHR%)



Sursa: ARMA/ Kantar Media

Figura 2 – Cifrele audiențelor TV – National Public – Februarie 2015 (RTG%, SHR%)



Sursa: ARMA/ Kantar Media

Datorită cifrelor scăzute de audiență, existența TVR-ului este contestată astăzi de politicieni, jurnaliști și de audiența generală. Libertatea, adevărul și acuratețea, imparțialitatea și corectitudinea TVR-ului sunt mereu puse sub semnul întrebării. TVR a

fost acuzată de câteva ori că nu a putut să-ți controleze bugetul, că nu a putut să se adapteze la noile timpuri, că are aceeași angajați incapabili să se reinventeze și că nu poate îndeplini obiectivele serviciului public de televiziune.

Odată cu apariția Internetului și cu rapida schimbare în peisajul media, atunci când vine vorba de competiție, reorganizarea instituțiilor serviciului public de televiziune a devenit o problemă importantă. Conform spuselor lui Steemers (1998) serviciile publice de televiziune și-au perfecționat strategiile, ca răspuns la apariția și dezvoltarea televiziunilor comerciale. Chiar dacă în majoritatea țărilor europene oprirea difuzării analogice este aproape completă, în România, după multe promisiuni, trecerea de la sistemul analog la cel digital se va realiza începând cu data de 17 iunie 2015. Odată cu trecerea la sistemul digital în iulie 2015, concurența între televiziuni se va accentua în România, și astfel trebuie să ne întrebăm: va fi serviciul public de televiziune necesar în această piață competitivă?

TVR urmărește să fie o televiziune diferită de emițătorii comerciali, însă în același timp, să ofere o combinație de programe TV pentru toate audiențele. În timp ce televiziunile comerciale sunt organizații care urmăresc profitul, TVR are scopuri sociale, culturale și educaționale și, din această cauză, nu poate să ofere programe sofisticate sau să cumpere formate de televiziune foarte scumpe din alte țări. Întrucât nu generează venituri uriașe, TVR ar trebui să se concentreze pe realizarea unor programe de calitate care nu se regăsesc în grila televiziunilor particulare, de exemplu: programe de televiziune care promovează arta, cultura sau educația, dar realizate în așa fel încât să fie atractive pentru public. Cu toate acestea, în loc să se concentreze pe aceste tipuri de programe și să găsească noi modalități de prezentare și realizare a acestora, în ultimul deceniu, TVR a început să ofere programe comerciale de televiziune pentru a putea concura cu televiziunile particulare.

Cu toate acestea, deși audiențele TVR sunt în scădere, TVR, ca instituție, este încă necesară în societatea românească, întrucât este încă singura televiziune care oferă acoperire universală în România. Acest lucru se va schimba, desigur, odată cu trecerea la sistemul digital, iar atunci TVR va trebui să se reinventeze sau să dispară. Soluția pentru TVR este de a deveni un furnizor de conținut multiplatformă. TVR nu trebuie să se axeze doar pe conținut și pe funcții de difuzare tradiționale, precum serviciile radio și de televiziune, ci și pe noile multiplatforme de comunicare online prin care să ofere publicului un forum de discuții. TVR trebuie să devină televiziunea publicului, să asculte problemele oamenilor obișnuiți și să fie mai puțin rigidă în realizarea programelor. Cu toate acestea, chiar dacă TVR a lansat portalul TVR+ (tvrplus.ro este o platformă care permite oamenilor să vizualizeze emisiuni TV online și să urmărească emisiuni TVR în direct) în acest

moment, redefinirea ideii de serviciu public de televiziune încă nu reprezintă o grijă prioritară, iar jurnaliștii, cercetătorii și politicienii români nu au reușit încă să identifice o nouă strategie digitală pentru TVR.

Concluzie

În ultimii ani, televiziunea publică a pierdut mult teren în competiția cu posturile de televiziune particulare. Este o modă care se manifestă nu doar în fostele țări socialiste, ci în întreaga Europă. Televiziunea publică nu reușește să țină pasul cu digitalizarea. Acest lucru nu ar trebui să fie văzut de televiziunile publice drept o „strategie de invalidare” (Doyle, 2010), ci drept o strategie care le poate asigura un loc stabil în viitorul peisaj media.

Cu toate acestea, se dovedește că Iosifidis (2007: 184) a avut dreptate când a afirmat că „relația serviciilor publice de televiziune cu audiența rămâne puternică și asigură propria vizibilitate și relevanță în epoca digitală”. Într-adevăr, TVR se află încă printre preferințele românilor, chiar dacă nu foarte mulți urmăresc constant programele TVR, însă „din păcate, precum istoria României postcomuniste a demonstrat în repetate rânduri, de câte ori progresul devine observabil, atunci apare și regresul” (Gross 2008: 143).

Acest articol face parte din lucrare *Televiziune și mișcări sociale în Europa postcomunistă: cazul României și Bulgariei* și a oferit o privire de ansamblu asupra schimbărilor majore și a provocărilor cu care se confruntă TVR de la căderea regimului comunist în 1989 și a subliniat provocările curente ale TVR care vor fi analizate pe larg în proiectul final. Studiul a observat că problema majoră cu care se confruntă TVR în prezent este lipsa perspectivei digitale, care să ducă spre o strategie multiplatformă. Astfel, una din strategiile legitimoare, adoptată de serviciul public de televiziune, ar trebui să fie utilizarea noilor media pentru încurajarea participării publice și pentru a da voce oamenilor obișnuiți, întrucât TVR ar trebui să fie o televiziune pentru toți. TVR ar trebui să folosească tehnologia drept o unealtă prin care să-și justifice existența, remodelându-și obiceiurile pentru a captiva audiența. În schimb, discrepanța dintre TVR și public este în prezent din ce în ce mai mare, deoarece oamenii și-au pierdut încrederea în instituția publică, iar TVR are nevoie de o strategie de politică publică orientată spre utilizatori, cu noi oameni și noi emisiuni TV, noi platforme de difuzare. Din moment ce este televiziunea oamenilor, acum mai mult că oricând, prin intermediul Internetului, TVR ar putea atrage oamenii prin crearea unui website foarte ușor de folosit. O astfel de politică orientată spre utilizatori ar putea mări valoarea publică a TVR-ului, proiectând rolul lui

tradițional, ca instituție publică, ce promovează învățământul de stat în viitorul digital. De asemenea, prin atragerea unui număr mai mare de oameni, TVR ar putea câștiga audiență și ar putea ajuta la alfabetizarea digitală a oamenilor și la revalorizarea experienței vizualizării individuale la televizor, subliniind ceea ce a afirmat și Beckett (2008) atunci când vorbea despre BBC. Mai mult, utilizarea creativă a tehnologiilor digitale, ar putea ajuta TVR prin conectarea cu cetățenii.

Întotdeauna este greu de prezis viitorul, astfel încât ceea ce am făcut în acest articol nu este tocmai prezicerea viitorului, ci sublinierea câtorva tendințe actuale de cercetare a serviciului public de televiziune în era digitală. Elementele descoperite sunt doar fragmente ale unui viitor probabil al serviciului public de televiziune român în era digitală. Chiar dacă cercetătorii au acordat atenție acestor probleme, devine evident că este nevoie ca cercetătorii media să deruleze mai multe studii și analize pentru a putea oferi o înțelegere aprofundată a rolului serviciului public de televiziune în era digitală și pentru a putea descoperi noi modalități de finanțare și de câștigare a audienței.

Această lucrare a fost realizată în cadrul proiectului “Cultura română și modele culturale europene: cercetare, sincronizare, durabilitate”, cofinanțat de Uniunea Europeană și Guvernul României din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013, contractul de finanțare nr.

POSDRU/159/1.5/S/136077

Bibliografie

Bardoel, J., d'Haenens, L. (2008), 'Public Service Broadcasting in Converging Media Modalities: Practices and reflections from the Netherlands', *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14:3, pp. 351-360.

Beckett, C. (2008), *SuperMedia: Saving Journalism So That It Can Save the World*, Oxford: Wiley-Blackwell.

Bennett, J.; Strange, N. (eds.) (2011), *Television as Digital Media*, Durham & London: Duke University Press.

Bucheru, I (1997), *Fenomenul televiziune [The Television Phenomenon]*, Bucharest: Fundatia Romania de Maine.

Buscombe, E. (2000), *British Television: A Reader*, London: Orion Publishing.

Clerwall, C. (2014), 'Enter the Robot Journalist: Users' Participations of Automated Content', *Journalism Practice*, 8 (5), pp. 519-531.

Drăgan, I, (ed.) (1993), *Comunicarea de masă și spațiul public în perioada de tranziție*, [Mass Communication and the Public Sphere in transition], Bucharest: Institutul de Sociologie.

Doyle, G. (2010), 'From Television to Multi-Platform: Less from More or More from Less?', *Convergence*, 16: 4, pp. 1-19.

Drăgan, I, Lafrance, J. P. (1994), 'Les transformations rapides et contradictoires des medias roumaines', *Communication (Quebec)*. No. 2.

Debrett, M. (2009), 'Riding the wave: public service television in the multi-platform era', *Media, Culture & Society*, 31:5, pp. 807-827.

Debrett, M. (2010), *Reinventing Public Service Television for the Digital Future*, Chicago: Intellect.

Eco, U. (1995), 'Ur-Fascism', *The New York Review of Books*. June 22.

Evens, T., Verdegem, P., De Marez, L. (2010), 'Balancing Public and Private Value for the Digital Television Era', *Javnost- The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 17:1, pp. 37-54.

Ferenc Hammer, F., Gulyas, A. (2013), 'Introduction: Public Service Media at Crossroads?', Ferenc, H& Gulyas, A. (eds.), *Public Service Media in the Digital Age: International Perspectives*, Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, pp. viii.

Gross, P. (1996), *Mass-media in Revolution and National development. The Romanian Laboratory*, Iowa: Iowa University Press.

Gross, P. (1999), *Colosul cu picioare de lut: aspecte ale presei romanesti post-comuniste [Giants with Feet of Clay. The Post-Communist Romanian Press]*, Iași: Polirom.

Gross, P. (2004), *Mass media și democrația în țările Europei de Est [Media and Democracy in East European Countries]*, Iași: Polirom.

Gross, P. (2008), 'Forward to the Past: The Intractable Problems of Romania's Media System', *The International Journal of Press/Politics*, 13:2, pp. 141-152.

Iosifidis, P. (2007), *Public Television in the Digital Era: Technological Challenges and New Strategies for Europe*, Hampshire: Palgrave.

Jakubowicz, K. (2007), *Public Service Broadcasting: a new beginning, or the beginning of the end?*, London: Knowledge Politics.

Klein-Shagrir, O.; Keinonen, H. (2014), 'Public Service Television in a Multi-Platform Environment: A Comparative Study in Finland and Israel', *VIEW Journal of European Television History and Culture*, 03:06.2014, pp. 14- 23.

Mustata, D. (2012), 'Television in the Age of (Post) Communism'. *Journal of Popular Film and Television*, 40:3, pp. 131-140.

Nicolau, V. (2009), *TVR mărire și decădere: Televiziunea publică în România și modelele europene [TVR ups and downs: The Romanian Public Television and the European Models]*, Bucharest: Nemira.

Papathanassopoulos, S. (2002), *European Television in the Digital Age*, Cambridge: Polity Press.

Raboy, M. (ed.) (1996), *Public Broadcasting for the 21st Century*, Luton: University of Luton Press.

Rad, I. (2002), *The Intrusion of the Political Factor in the Programs of the Romanian Television*, Frankfurt (Oder): Europa Universitat Viadrina.

Revel, J.F. (1993), *Revirimentul democrației [Le regain démocratique]*, Bucharest: Humanitas.

Rumphorst, W. (2004), *The Position of Public Broadcasting in Europe: An Essential Territory for Cohesion*, Geneve: EBU.

Stemers, J. (1998), 'On the Threshold of the 'Digital Age': Prospects for Public Service Broadcasting', Stemers, J. (ed.). *Changing Channels: The Prospects for Television in a Digital World*, Luton: John Libbey Media, pp. 97-124.

Stemers, J. (1999), 'Between Culture and Commerce: The Problem of Redefining Public Service Broadcasting for the Digital Age', *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 5:3, pp. 44-66.

Stevenson, R. L. (2003), 'Freedom of the Press Around the World'. A. Debeer & J. Merrill. (eds.), *Global Journalism: Survey of International Communication*, New York: Longman.

Sparks, C. (2013), 'What is the "Digital Divide" and why is it important?', *Javnost-The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 20:2, pp. 27-46.

Terranova, T. (2008), 'Cyberculture and New Media', Tony Bennett, John Frow, *The Sage Handbook of Cultural Analysis*, London: Sage.

Thumim, N., Chouliaraki, L. (2010), 'Legitimising the BBC in the Digital Cultural Sphere', *Javnost- The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 17:2, pp. 83-100.

Tracey. M. (1998), *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*, New York: Oxford University Press.

Verdegem, P, Hauttekeete, L, De Marez, L. (2009), 'The Analogue Switch-Off in a Cable of the Flemish PSB Management Contract Renewal from an International Perspective', *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14:3, pp. 335-350.

Westlund, O. (2013), 'Mobile News: A Review and Model of Journalism in an Age of Mobile Media', *Digital Journalism*, 1:1, pp. 6-26.

Această lucrare a fost realizată în cadrul proiectului "Cultura română și modele culturale europene: cercetare, sincronizare, durabilitate", cofinanțat de Uniunea Europeană și Guvernul României din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013, contractul de finanțare nr.

POSDRU/159/1.5/S/136077

