

Nume: Ileana Nicoleta Sălcudean

Domeniul: Sociologia culturii

A DOUA SESIUNE ȘTIINȚIFICĂ „PERSPECTIVE ALE CERCETĂRII ÎN ȘTIINȚELE SOCIOECONOMICE ȘI UMANISTE – METODICĂ, STRATEGII, COOPERARE ȘI COMPETITIVITATE EUROPEANĂ” - 10 iulie 2015 –

Atelier de lucru – prezentare raport de cercetare: *Industria creative în România. Film, video, fotografie.*

Indicatori:

1. Conferință internațională: - îndeplinit.
 - Participare conferința Lumen, Târgoviște - noiembrie 2014
 - Participare online conferință Turcia – mai 2015

2. Articole publicate – 2 articole BDI – indicator îndeplinit
 - *Creative Industries in Romania. Film, Video, Photography* – Medimond RY21C0114 ID622, iunie 2015.
 - *Creative Industries – Art and Commerce; Entrepreneurship and Creativity* – Ekphrasis 13.1/2015, iulie 2015

3. Stagiul de mobilitate – indicator îndeplinit - Universitat de Valencia, Spania – 24 martie-23 mai 2015

Raportul de cercetare:

Obiectiv

Proiectul va încerca să identifice noua paradigmă a industriilor creative din România post-comunistă, cu accent pe dezvoltările legate de film, video, fotografie în intervalul 2000-2014.

Un obiectiv secundar al acestui proiect ar fi acela de a identifica locul pe care filmul și cinema-ul îl ocupă în cultura românească, felul în care reflectă identitatea națională, politicile elaborate pentru acest domeniu, precum și aspectele legate de finanțare.

Noutatea cercetării

Noutatea cercetării este legată de dezvoltarea unei abordări teoretice la intersecția dintre studiile culturale, sociologia culturii și economie creativă urmărind accepțiunile și resemantizarea industriilor creative în noul context socio-politic al europenizării.

Rezultate

Rezultatele vor aduce o contribuție teoretică importantă legată de dezvoltările industriilor creative în România, vor fi diseminate la nivel național pentru a folosi și operatorilor culturali interesați și vor fi publicate într-un articol din reviste de prestigiu internațional.

Paradigma de cercetare

Contextul industriilor creative este complex și interdisciplinar. Astfel, e necesar să folosim metode și abordări diferite.

Lucrarea e structurată în **cinci capitole**.

I. **Introducerea** prezintă tema de cercetare, paradigma de cercetare și metodologia folosită.

II. Capitolul **Cadre teoretice** este structurat în două părți.

1. Prima parte cuprinde descrierea domeniilor de cercetare la intersecția cărora se situează cercetarea de față: sociologia culturii, antropologia culturală, studiile culturale.
2. A doua parte descrie conceptele folosite pe parcursul lucrării: cultură, industrii culturale/creative, globalizare, europenizare, politici, identitate. De asemenea, prezintă accepțiunile cu care sunt folosite, fixând vocabularul uzitat pe parcursul lucrării.

Pentru cercetarea teoretică am folosit analiza secundară (cărți, articole, documente oficiale).

III. Partea consacrată **Industriilor creative** cuprinde 2 secțiuni.

1. În prima secțiune analizez conceptul de industrii creative, contextul apariției și dezvoltările de-a lungul timpului, dar și emergența directivelor europene legate de industrii creative și influența lor asupra industriilor creative în România. Voi folosi analiza secundară a unor documente oficiale, statistici, dar și cărți și articole.
2. Prima secțiune încearcă să redea contextul socio-politic în care are loc procesul dezvoltării industriilor creative în România.

IV. Partea legată de **Cultură și industrii creative în România** are 2 secțiuni.

1. Prima secțiune urmărește comparativ dezvoltarea industriilor creative în România și în altă țară din UE (Spania), programele și fondurile alocate pentru implementarea lor și implicarea statelor membre. Voi folosi analiza surselor secundare, documente oficiale, interviuri.
2. A doua parte conține un **Studiu de caz: Fabrica de Pensule din Cluj-Napoca**. Fabrica de Pensule este un exemplu elocvent de transformare a unui spațiu industrial, un model creativ de management cultural, un brand cultural și un mod de organizare inedit: ca federație. Propunerea este aceea de a aplica categorii instrumentale și estetice, conform categoriile cercetării esteticii organizaționale propuse de Taylor și Hansen în 2005¹. Prin metoda studiului de caz și a analizei de presă (analiză de conținut) voi încerca să descopăr cum se construiește identitatea națională la intersecția dintre politică, artă și influența mass-media. Este vorba de un studiu de caz cu tentă pozitivist-cantitativistă, în care există un set de ipoteze și categorii (semi)structurate.² De asemenea, voi analiza interviuri cu trei categorii de persoane implicate la Fabrica de Pensule: în management/administrație; artiști, galeriști și persoane care participă la evenimentele oferite de FdP. În analiza de conținut a interviurilor voi urma pașii descriși de Adriana Băban în *Metodologia cercetării calitative*: culegerea informațiilor (interviurilor), alegerea unității de analiză (tema), analiza conținutului, notarea codurilor dominante, descrierea *pattern*-ului detectat, interpretarea relațiilor dintre teme în termenii ipotezelor generale și verificarea fidelității interpretării.³

V. **Concluziile** prezintă rezultatele cercetării.

Am urmat etapele principale ale oricărei cercetări sociologice: integrarea în domeniul de studiu, operaționalizarea conceptelor, examinarea cadrelor teoretice anterioare, colectarea de date, analiza empirică a materialelor și redarea rezultatelor. Toți acești pași vor contribui la elaborarea

¹ Steven S. Taylor și Hans Hansen, „Finding Form: Looking at the Field of Organizational Aesthetics”, *Journal of Management Studies*, 6.09.2005, no. 42, pp. 1211-1231.

² Petru Iluț, *Abordarea calitativă a socioumanului*, Iași, Polirom, 1997, p. 105.

³ Adriana Băban, *Metodologia cercetării calitative*, Cluj-Napoca, Editura Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2002, p. 146.

unei *grounded theory* (după definiția dată de Strauss and Corbin⁴) care va genera noi informații privind industriile creative românești în contextul europenizării.

Astfel, prin îmbinarea metodei primare de cercetare deductivă (cercetarea literaturii) cu metoda interviului, a studiului de caz și a analizei de conținut (analiza de presă), voi asigura abordarea temei din puncte de vedere variate, care să realizeze o analiză temeinică care generează informații noi cu privire la "identificarea acelor determinanți culturali"⁵ în cadrul industriilor creative și construiesc noul vocabular al discursului vizual.

Limite

Cercetarea mea nu va fi exhaustivă, selecția direcțiilor de cercetare și a metodelor folosite a fost realizată în funcție de considerente legate de resurse: accesul la materiale, timp și formația profesională.

Voi prezenta și câteva direcții de cercetare viitoare care s-au decantat pe parcursul acestei cercetări.

⁴ A. Strauss, J. Corbin, *Basics of Qualitative Research*, Thousand Oaks Publications, , CA US:Sage Publications, 1998.

⁵ L. Hantrais, *Social Policy in the European Union*, 2nd edition.,MacMillan Press Ltd.,UK, 2000, p. viii.