

SITUAȚIA FORȚEI DE MUNCĂ DIN INDUSTRIILE CULTURALE.
ANALIZĂ COMPARATIVĂ ÎNTRE ROMÂNIA ȘI ȚĂRILE
UNIUNII EUROPENE

CRISTINA LEOVARIDIS*, ANDREEA NICOLAESCU

ABSTRACT

THE SITUATION OF EMPLOYEES IN CULTURAL INSTITUTIONS.
A COMPARATIVE ANALYSIS BETWEEN ROMANIA
AND THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION

This article starts with a presentation of the role played in society by culture in general and by the cultural industries, in particular, complemented by a detailed definition of the concept of cultural industry. The more extensive part of the work is dedicated to the analysis of data referring to the workforce in the cultural industries. The article takes into account indicators which reflect, on the one hand, the situation of the personnel in the cultural sector as a whole, and, on the other hand, according to fields of activity. The approach based on fields of activity aims at outlining a comparative image between the countries of the EU countries, but also a more in-depth analysis of the data available for Romania.

Keywords: culture, cultural industries, workforce, alternative forms of employment, audiovisual.

INTRODUCERE

Cultura asigură unitatea de viață (materială, spirituală) a unei societăți, semnifică însuși modul de viață al unei comunități umane, constituindu-se, în același timp, ca element specific, prin care acea comunitate se definește pe sine și

* Address correspondence to Cristina Leovaridis: Institutul de Sociologie al Academiei Române, Calea 13 Septembrie nr. 13, sector 5, 050711 București, România, e-mail: leovaridis@yahoo.com.

¹ Oscar Hoffman (coordonator), Dinu Țenovici, Simona Rașeev, Doina Dragomirescu, *Creșterea ponderii și rolului creației științifice și tehnice în activitatea economico-socială*, Editura Academiei, București, 1987, p. 60.

² *Ibidem*, p. 195.

³ UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), Bureau of Public Information, *Cultural Industries*, 2005.

care o deosebește de alte comunități umane. Cultura nu înseamnă numai creație culturală, acumulare de cunoștințe, de valori culturale, ce sunt permanent modelate și remodelate, ci și o ierarhie a valorilor ce stau la baza ei¹.

Cultura este unitară și globală și nu trebuie confundată cu creația culturală, cu multitudinea cunoștințelor, deprinderilor și valorilor culturale (cele care dau unicitate culturii), care își au dinamica lor proprie și care pot fi specifice unor grupuri restrânse².

Rolul central al culturii în societate se referă la abordarea acesteia ca un factor de dezvoltare socială, și nu doar ca un sector consumator de resurse financiare publice. În acest sens, cultura devine un mijloc pentru realizarea altor obiective sociale și economice (de exemplu, ocupare, beneficii economice și educaționale, coeziune socială, reducerea fenomenelor de devianță socială).

Pe de altă parte, „produsele culturale sunt purtătoare de identitate, de valori și de sensuri”³, de unde derivă necesitatea conservării și promovării diversității culturale. Printre provocările generate de globalizare se numără și aceea de a identifica mijloacele prin care comunitățile își pot dezvolta o cultură proprie, rămânând, totodată, deschise și la elemente provenind din alte culturi. De aceea, este nevoie să se identifice căile prin care globalizarea poate fi benefică tuturor, poate să crească calitatea vieții și să contribuie la dezvoltarea umană.

Uniunea Europeană, semnată de convenția UNESCO privind protecția și promovarea diversității expresiilor culturale, urmărește să promoveze diversitatea și dialogul intercultural, atât în interiorul granițelor sale, cât și în relațiile sale cu alte țări.

În cadrul sectorului cultural, o atenție aparte este acordată de către instituțiile europene din domeniul industriilor culturale, care constituie o importantă sursă de venituri și de locuri de muncă, angajând aproximativ 5 milioane de persoane. Responsabilitatea economică a UE față de acest sector se regăsește prioritar în oferirea de condiții optime pentru ca acest tip de industrii să fie competitiv la nivel internațional.

În viziunea Uniunii Europene, industriile culturale cuprind: cinema, audiovizual, editare, muzică și meșteșuguri⁴. Spre deosebire de această definiție, cea propusă de UNESCO are în vedere un sens mai larg, prin industrii culturale înțelegându-se acele industrii care „combină crearea, producerea și comercializarea conținuturilor intangibile și culturale prin natura lor”⁵, cuprinzând tipărirea, publicarea, multimedia, audiovizualul, producțiile fonografice și cinematografice, precum și meșteșugurile și design-ul; în unele țări, acest concept se referă și la arhitectură, arte vizuale și teatrale, sporturi, producerea de instrumente muzicale, publicitate și turism cultural.

⁴ European Commission, *Cultural Industries – an Important Sector*.

http://europa.eu/pol/cult/overview_en.htm

⁵ UNESCO, *Cultural Industries. A Focal Point for culture in the Future*.
<http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php>

Aceste conținuturi sunt protejate prin *copyright* și pot lua forma bunurilor și serviciilor.

Conceptele de „bunuri culturale” și „servicii culturale”, care sunt distincte, uneori sunt dificil de disociat, legat de definirea și de sensurile lor existând discuții la nivel internațional. Combinând ambii termeni, putem vorbi de „produse culturale”. „Bunurile culturale” se referă în general la acele bunuri de consum care exprimă idei, simboluri și moduri de viață. Ele contribuie la construirea identității colective și influențează practicile culturale. Rezultate ale creativității individuale sau colective – și, de aceea, bazate pe *copyright* –, bunurile culturale sunt reproduse prin procese industriale și distribuite pe scară largă. Cărțile, revistele, produsele multimedia, de *software*, filmele, programele audiovizuale etc. constituie bunuri culturale diversificate, pentru toți cetățenii. În mod tradițional, prin „servicii culturale” se înțeleg acele activități menite să satisfacă interese sau nevoi culturale. Asemenea activități nu reprezintă bunuri materiale în sine, ele constau din întregul set de măsuri și facilități de susținere a practicilor culturale, pus la dispoziție pentru întreaga comunitate de către guvern, instituții sau companii private. Exemple de asemenea servicii includ promovarea evenimentelor culturale, precum și informarea și conservarea culturală (biblioteci, centre de documentare și muzee). Serviciile culturale pot fi oferite gratis sau pe baze comerciale.

Industria culturale adaugă valoare indivizilor și societăților. Ele încorporează cunoaștere, creează locuri de muncă, dezvoltă creativitatea – „materialul” care stă la baza lor – și cresc gradul de inovare în procesele de producție și comercializare. În același timp, industriile culturale ocupă locul central în promovarea, păstrarea și afirmarea diversității culturale și în asigurarea accesului democratic la cultură.

Din păcate, potențialul sectorului cultural, în general, și al industriilor culturale, în particular, este „insuficient recunoscut și exploatat de autoritățile publice”⁶, dacă avem în vedere faptul că acestea reprezintă, pe lângă mijloace de afirmare a identității, și importante surse de creare de noi locuri de muncă.

SITUAȚIA POPULAȚIEI OCUPATE ÎN SECTORUL CULTURII, ÎN GENERAL⁷

Ne propunem să analizăm situația populației ocupate în domeniul culturii, atât în general, cât și pe sectoare de activitate, în țara noastră și, în funcție de datele disponibile, comparativ cu statele membre ale Uniunii Europene.

⁶ European Parliament, *Cultural Industries and Employment in the Countries of the European Union. Summary*, în *Education and Culture Series*, 1999.

http://www.europarl.europa.eu/workingpapers/educ/104aensum_en.htm

⁷ Paragrafele privind situația populației ocupate în sectorul culturii în general și cea a populației ocupate pe tipuri de activități culturale fac parte din Raportul Institutului de Sociologie din cadrul Proiectului ICCRO, etapa 2008, „Analiza multidimensională a contribuției industriilor cultural-creative la dezvoltarea economico-socială. Comparații internaționale”.

În anul 2005, forța de muncă din sectorul cultură din UE-27 a fost estimată la 4,9 milioane persoane, ceea ce înseamnă aproximativ 2,4% din totalul forței de muncă. În același an, în România, populația ocupată în domeniul culturii era de 97 800 persoane, reprezentând doar 1,1% din totalul forței de muncă pe economie.

Tabelul nr. 1

Forța de muncă din sectorul cultură, în total angajați în 2005 (%)⁸

Țara	%
Islanda	3,8
Olanda	3,8
Suedia	3,5
Finlanda	3,3
Estonia	3,2
Bulgaria	1,8
Luxembourg	1,8
Slovacia	1,8
Polonia	1,7
Portugalia	1,4
România	1,1
UE-27	2,4

Sursa: Eurostat, *Cultural Statistics*, 2007, p. 54.

Se constată din tabelul nr.1 că în țara noastră populația ocupată în sectorul cultură din totalul populației angajate are ponderea cea mai redusă dintre toate țările membre UE. O posibilă cauză a acestei situații ar putea consta în lipsa preocupărilor și a politicilor strategice guvernamentale privind acest domeniu, a cărui importanță și rol social nu sunt suficient luate în considerare. Dacă analizăm situația altor țări, situate geografic în apropierea României, și care au devenit membre UE aproximativ în aceeași perioadă cu țara noastră, constatăm că nici acestea nu au cele mai ridicate valori, în ceea ce privește populația ocupată în sectorul cultură, din totalul populației angajate (Bulgaria – 1,8%, Ungaria – 2,1%, Cehia – 2%, Polonia – 1,7%). Totuși, dacă Bulgaria și Polonia se situează între ultimele cinci țări (exceptând România), în această ierarhie, Republica Cehă egalează Franța (tot cu 2%), iar Ungaria chiar o depășește, prin valoarea indicatorului analizat, egalând Belgia (2,1%) și Italia (2,1%), de exemplu.

La polul opus regăsim mai ales țări nordice cu un procent de peste 3% în ceea ce privește populația ocupată în sectorul cultură. Dacă analizăm acest indicator, luat ca medie pentru toate țările UE-27, valoarea sa procentuală se situează la 2,4%, valoare rămasă neschimbată din anul 2002, conform documentelor UE.

⁸ Tabelele includ primele cinci și ultimele cinci valori ale indicatorului avut în vedere, precum și valorile care reflectă situația României și media pe UE-27.

În funcție de vârsta populației ocupate în sectorul cultură, nu apar diferențe majore între țările UE-27. Facem precizarea că, pentru ierarhizarea țărilor pe acest criteriu de analiză, folosim grupa de vârstă 25–49 de ani, deoarece cea mai mare pondere din populația ocupată în sectorul cultură se regăsește în această grupă de vârstă pentru toate țările europene.

Valoarea indicatorului pondere a populației ocupate în domeniul culturii în grupa de vârstă 25–49 de ani, ca medie pentru țările UE, este 67,1%, România situându-se pe locul al doilea în această ierarhie (cu 76,9%) după Spania, cu o forță de muncă predominant tânără în sectorul analizat, înaintea Bulgariei (cu 68,8%), a Poloniei (cu 68,3%) sau a Ungariei (cu 67,7%) și ele cu valori peste media europeană – tabelul nr. 2. Este posibil ca această repartitie a forței de muncă, predominant spre primele grupe de vârstă (15–24 de ani și 25–49 de ani), cu cât avansăm către estul și sud-estul Europei, să fie influențată de situația demografică a fiecărei țări, știut fiind că în multe din țările occidentale îmbătrânirea populației este o problemă considerată foarte importantă, fenomen cu efecte în toate sferele vieții economico-sociale.

Tabelul nr. 2

Forța de muncă din sectorul cultură, pe grupa de vârstă 25–49 ani în 2005 (%)

Tara	%
Spania	77,2
Grecia	75,1
Luxembourg	74,2
Franța	73,6
Belgia	73,2
Danemarca	55,0
Letonia	54,2
Islanda	54,1
Malta	53,6
Estonia	47,4
România	76,9
UE-27	67,1

Sursa: Eurostat, *Cultural Statistics*, 2007, p. 56.

Luând drept criteriu de analiză nivelul de instruire al forței de muncă din domeniul culturii, se pot identifica, de această dată, trăsături specifice, care diferențiază semnificativ statele membre UE. Persoanele care lucrează în domeniul culturii au, în general, un nivel de instruire superior, comparativ cu forța de muncă din întreaga economie (ca medie pe UE, aproape 48% din forța de muncă din sectorul culturii a absolvit studii superioare față de 26% din forța de muncă totală). În unele țări (Italia, Cehia, Ungaria și România), ponderea persoanelor cu studii superioare din sectorul cultură este de aproximativ 2,5 ori mai mare decât aceeași pondere în totalul populației ocupate.

Tabelul nr. 3

Forța de muncă din sectorul cultură, cu studii superioare în 2005 (%)

Tara	%
Estonia	64,0
Belgia	62,5
Lituania	61,1
Spania	59,9
Bulgaria	56,3
Cehia	36,9
Austria	36,2
Slovacia	35,7
Portugalia	27,9
Malta	26,0
România	45,5
UE-27	47,7

Sursa: Eurostat, *Cultural Statistics*, 2007, p. 58.

În multe state membre, majoritatea persoanelor care își desfășoară activitatea în sectorul cultură au studii universitare, ponderea acestora fiind mai mare de 60% în Estonia, Belgia și Lituania – vezi *Tabelul nr. 3*. România se află, din punct de vedere al valorii acestui indicator (45,5%), în urma Bulgariei (56,3%), a Ungariei (50,7%) sau a Poloniei (50,5%), dar înaintea Cehiei, de exemplu (cu 36,9%), sau, dacă ne raportăm la țări din alte arii geografice europene, înaintea Olandei (45,2%), a Greciei (40,5%) sau a Italiei (37,4%). Mai important este însă să facem precizarea că ponderea forței de muncă din sectorul cultură cu studii superioare în România este foarte apropiată de media UE-27 (47,7%), ceea ce indică o forță de muncă bine pregătită în acest sector. Această constatare ar putea fi o explicație a procentului extrem de scăzut al angajaților din cultură din România, prin aceea că, așa cum am mai spus, este vorba de un domeniu a cărui importanță este minimalizată de autorități, gradul ridicat de instruire a personalului angajat făcând posibilă desfășurarea activității cu oameni puțini.

Din punct de vedere al securității locului de muncă, în UE-27, dintre persoanele care lucrează în domeniul cultural, 29% sunt nesalariați (*self-employed* sau lucrători familiari), comparativ cu doar 14% în totalul economiei. Cea mai mare rată de nesalariați o regăsim în Italia (53,4% din forța de muncă din cultură), Olanda (35,1%) și Grecia (35%) și cea mai mică (sub 10%) în Lituania (3,5%), Estonia (7%), Slovenia (7,4%) și România (7,8%)⁹.

Faptul că în țara noastră marea majoritate a lucrătorilor din domeniul culturii sunt salariați (92,2%), spre deosebire de alte țări europene, în care procente de lucrători salariați și nesalariați sunt mai apropiate, indică o viziune tradiționalistă asupra muncii, comparativ cu situația din UE, în cadrul căreia regăsim mai des forme alternative de angajare.

⁹ Eurostat, *Cultural Statistics*, 2007, p. 60.

Ponderi foarte ridicate ale salariaților în domeniul culturii (dar mai mici totuși decât în țara noastră), în detrimentul celor autoangajați sau lucrători familiari, regăsim și în alte țări foste comuniste (Bulgaria – 87,8%, Polonia – 80,9%), asemănări datorate probabil și unei moșteniri istorice comune, ce presupunea un sistem centralizat, în care toți lucrătorii erau angajați la stat, întreprinderile și inițiativele private fiind inexistente, ceea ce a condus, în prezent, la o lipsă a spiritului antreprenorial în unele dintre aceste țări, care se reflectă și în domeniul culturii, unde inițiativele private constituie cazuri izolate.

Ca tipuri netradiționale de ocupare în domeniul culturii, documentele UE enumeră angajarea temporară, *part-time*, la al doilea serviciu și munca la domiciliu, munca în domeniul culturii fiind adesea mai puțin sigură: 16% din lucrătorii din sectorul cultură din UE-27 sunt angajați temporar, comparativ cu 13% pe total economie, iar 25% au slujbe *part-time* față de 17% pe total.

Tabelul nr. 4

Forța de muncă angajată temporar, în sectorul cultură, în 2005 (%)

Tara	%
Spania	29,8
Slovenia	27,4
Franța	24,9
Suedia	24,3
Portugalia	22,4
Irlanda	2,9
Bulgaria	3,4
Slovacia	4,1
Luxembourg	6,0
Malta	6,0
România	3,1
UE-27	16,4

Sursa: Eurostat, *Cultural Statistics*, 2007, p. 62.

Țările în care în sectorul cultură locurile de muncă temporare au o pondere mare sunt Spania, Slovenia, Franța, Suedia și Portugalia – Tabelul nr. 4. La polul opus se situează țări precum Irlanda, Bulgaria, Slovacia, Luxembourg și Malta. România este pe penultimul loc în această ierarhie, cu doar 3,1% angajați temporar în sectorul cultură, de peste cinci ori mai puțin față de media din UE (16,4%). În unele țări, cum ar fi Franța și Estonia, proporția locurilor de muncă temporare este de peste două ori mai mare în sectorul cultură, față de întreaga economie.

Țara cu cea mai mare pondere a forței de muncă angajată *part-time* în sectorul cultură (cu 58,6%), dar și pe total economie (45,5%) este Olanda¹⁰, lider detașat față de următoarele state: Danemarca, Austria, Germania și Suedia.

¹⁰ *Ibidem*, p. 62.

Ponderea serviciilor în regim *part-time* în domeniul culturii este mai mare decât cea calculată pe total economie în toate statele membre UE, cu excepția Belgiei și cu diferențe mici, dacă ne referim la Marea Britanie, Suedia și Luxembourg.

Ponderile cele mai mici ale angajaților *part-time* din sectorul cultură sunt în Lituania, Grecia, Ungaria, Bulgaria și Slovacia, România situându-se pe antepenultimul loc, cu o pondere – la fel ca și în cazul angajării temporare – de peste cinci ori mai mică față de media UE (5% față de 25,3%). Faptul că în grupul ultimelor șase țări, în ce privește angajarea *part-time* în sectorul culturii, se află (cu excepția Greciei) numai state nou intrate în UE, poate fi o posibilă confirmare a ipotezei conform căreia preferința pentru comportamentul tradițional de angajare, ce oferă o oarecare siguranță, este și o reminiscență a modului de lucru din regimul trecut (în care salarii aveau un loc de muncă sigur, cu un program fix de 8 ore), ce determină în prezent respingerea alternativelor ce presupun un anumit risc (precum angajarea *part-time*, temporară etc.).

Ca medie pentru UE-27, proporția angajaților cu al doilea job este de aproape două ori mai mare în sectorul cultură, față de întreaga economie, valoare rezultată din faptul că, în aproape toate țările luate în calcul, această pondere este mai mare în domeniul culturii decât pe total economie. Excepții sunt Malta, România și Portugalia, țări în care valoarea indicatorului analizat este mai mare pentru economia luată în ansamblu.

Islanda, Danemarca, Olanda, Letonia și Lituania sunt țările cu cea mai mare proporție a angajaților cu al doilea serviciu în domeniul culturii, pe ultimele locuri aflându-se Grecia, Irlanda, Malta și Bulgaria, cu România antepenultima (1,9%). Spre deosebire de cei din România și Bulgaria, lucrătorii din Ungaria (4,4%), Cehia (6,8%) sau Polonia (8,4%) își aleg mai des un al doilea serviciu în domeniul culturii¹¹.

Pe totalul Uniunii Europene, 29,3% din forța de muncă din sectorul culturii lucrează la domiciliu („de obicei” sau „uneori”). Această valoare este de peste două ori mai mare decât ponderea în totalul economiei (de 12,7%). Ponderea indicatorului variază de la 45,7% în Irlanda (urmată de Austria, Marea Britanie, Danemarca și Franța) până la 3%, în cazul Ciprului. România se află pe penultimul loc, cu o valoare de 3,9% a indicatorului (de șapte ori mai mică decât media europeană), mult în urma Cehiei (27,6%), a Poloniei (25%) sau a Ungariei (22,4%)¹².

Gradul de urbanizare al zonei care oferă locuri de muncă angajaților din sectorul culturii este structurat în documentele Eurostat pe o scală ce cuprinde zone „dens populate”, zone „intermediare” și zone „slab populate”. Vom echivala prima categorie amintită cu mediul urban.

Datele evidențiază faptul că, în UE-27, majoritatea lucrătorilor din domeniul cultural își desfășoară activitatea în mediul urban (58,1%), față de 44% pentru angajații din întreaga economie. În toate țările europene, proporția lucrătorilor din

¹¹ *Ibidem*, p. 64.

¹² *Ibidem*, p. 66.

mediul urban este mai ridicată în sectorul cultură, față de cea pe întreaga economie – în unele țări diferența este foarte mare, de aproape două ori în Cehia, Slovenia, Ungaria, Suedia.

Tabelul nr. 5

Forța de muncă care lucrează în mediul urban, în sectorul cultură, în 2005 (%)

Țara	%
Malta	95,9
Grecia	89,2
Olanda	74,7
Estonia	74,3
Cipru	73,7
Finlanda	51,2
Cehia	48,7
Luxembourg	43,3
Suedia	41,6
Slovenia	36,3
România	–
UE-27	58,1

Sursa: Eurostat, *Cultural Statistics*, 2007, p. 68.

Din perspectiva acestui indicator, diferențele între țări sunt semnificative, valorile care reprezintă forța de muncă ce lucrează în mediul urban din sectorul cultură încadrându-se între 95,9% pentru Malta și 36,3% pentru Slovenia, astfel încât media pe UE-27 nu este departe de 50% (58,1%) – *Tabelul nr. 5*. Ca o precizare, să spunem că valoarea indicatorului pentru fiecare țară este influențată de specificul natural și economic al acesteia, care poate determina gradul de urbanizare în general.

Trebuie amintit faptul că situația României nu poate fi analizată din această perspectivă, pentru că la nivelul Uniunii Europene nu există datele necesare. Până în anul 2003 exista o evidență statistică în ceea ce privește domeniul culturii, inclusiv date despre salariați, ulterior, în anuarele statistice acestea nemaiputând fi regăsite. Această subapreciere din statistică este determinată de subaprecierea sectorului în general, cultura fiind inclusă la „alte servicii”. Situația este justificată prin schimbările care au avut loc la sate: căminele culturale au trecut în custodia administrațiilor locale, ceea ce a condus la lichidarea acestora din lipsă de fonduri, iar activitatea culturală la sate a încetat să fie o activitate instituționalizată permanent, lucru care explică lipsa datelor cu privire la angajații, infrastructura și producția culturală din mediul rural.

Pentru a concluziona cele afirmate în cadrul acestui paragraf, mai ales în ceea ce privește țara noastră, putem identifica o serie de trăsături specifice forței de muncă din sectorul culturii din România:

- populația ocupată din cultură este cea mai redusă ca pondere dintre toate țările UE;
- o populație preponderent tânără în acest sector față de celelalte țări europene;
- una dintre cele mai bine pregătite forțe de muncă (ponderea angajaților cu studii superioare din cultură este de două ori mai mare față de cea pe întreaga economie, raport dintre cele mai ridicate la nivelul UE);
- o populație angajată preponderent în variante tradiționale (pondere mică a nesalariaților, a angajărilor temporare, *part-time*, ca al doilea serviciu sau ca lucru la domiciliu);
- concentrare preponderentă în mediul urban, ca urmare a atenției mici acordate culturii în mediul rural, a scăderii populației la sate etc.

SITUAȚIA POPULAȚIEI OCUPATE PE TIPURI DE ACTIVITĂȚI CULTURALE

4. DATE COMPARATIVE PE ȚĂRILE UE

În anul 2004, în întreaga Uniune Europeană, aproape 750 000 de persoane lucrau în 55 000 de firme din subsectorul de editare de ziare, cărți și reviste¹³.

În relație cu industria prelucrătoare ca întreg, sectorul editorial¹⁴ pe întreaga Uniune Europeană reprezintă 2,6% din numărul de întreprinderi, 2,1% din locurile de muncă, 1,9% din cifra de afaceri și mai mult de 2,7% din valoarea adăugată. Marea Britanie și Germania sunt principalii contributori la cifra de afaceri și la valoarea adăugată din EU-27, urmate de Franța și Italia.

Tabelul nr. 6

Populația ocupată în sectorul editorial
în totalul populației ocupate în industria prelucrătoare, în 2004 (%)

Țara	%
Danemarca	5,7
Marea Britanie	4,3
Olanda	4,2
Letonia	3,9
Finlanda	3,9
Ungaria	1,3
Portugalia	1,3
Slovacia	1,2
Cehia	1,0
Italia	0,9
România	0,8
UE-27	2,1

Sursa: Eurostat, *Cultural Statistics*, 2007, p. 78.

¹³ Tipărirea – reproducerea tehnică – nu e considerată parte a sectorului cultural.

¹⁴ Aceste date se referă doar la editarea de cărți, ziare și reviste, excluzând înregistrările audio-video.

Țările cu un sector editorial puternic, din punct de vedere al numărului de angajați în totalul industriei prelucrătoare, sunt Danemarca, Marea Britanie, Olanda, Finlanda și Letonia. Ungaria, Portugalia, Slovacia, Cehia și Italia sunt țările cu ponderea cea mai redusă, în ceea ce privește forța de muncă în sectorul editorial, raportat la industria prelucrătoare, pe ultimul loc în această ierarhie aflându-se România (0,8%), cu o pondere de aproape trei ori mai mică decât media UE-27 – *Tabelul nr. 6*.

Activitatea din cadrul industriilor culturale de masă este o activitate de tip intensiv-cognitiv, care încorporează valoare adăugată mare. Constatăm că exact aceleași țări care au cele mai mari ponderi ale populației ocupate în sectorul editorial au și cele mai mari ponderi ale valorii adăugate în același sector, în totalul valorii adăugate din industria prelucrătoare. Cu mici diferențe, pe ultimele poziții se situează aceleași țări, România ocupând tot ultimul loc (vezi *Tabelul nr. 7*).

Subsectorul de înregistrări audio (care cuprinde înregistrarea de CD-uri, DVD-uri, casete etc., fără multiplicarea acestora) reprezenta în UE-27, în anul 2004, „ca pondere a populației ocupate, 2,1% din sectorul editorial, 3,6% ca cifră de afaceri, dar un procent mai mare de întreprinderi (14,5%)”¹⁵.

În sectorul editorial luat ca întreg (editarea de cărți, ziare, reviste, dar și înregistrări audio-video), „proporția microîntreprinderilor este mai mare decât în industria prelucrătoare”¹⁶, în aproape toate țările membre UE, între 75% și 95% din firmele aparținând sectorului editorial având între 1 și 9 angajați (vezi *Tabelul nr. 8*).

Tabelul nr. 7

Valoarea adăugată în sectorul editorial
în totalul valorii adăugate în industria prelucrătoare, în 2004 (%)

Țara	%
Marea Britanie	5,5
Olanda	4,5
Letonia	4,1
Danemarca	3,9
Finlanda	3,5
Ungaria	1,5
Cehia	1,2
Austria	1,6
Irlanda	1,2
Slovacia	1,2
România	1,1
UE-27	2,7

Sursa: Eurostat, *Cultural Statistics*, 2007, p. 80.

¹⁵ Eurostat, *Cultural Statistics*, 2007, p. 76.

¹⁶ *Ibidem*.

În general, aceste mici afaceri generează între 5% și 10% din cifra de afaceri a sectorului. Deși preponderente sunt microîntreprinderile, ca și în alte sectoare ale economiei, și în sectorul editorial întreprinderile mijlocii (cu 50–249 angajați) și mari (cu peste 250 de angajați) contribuie cu cel mai mare procent la cifra de afaceri a sectorului.

Tabelul nr. 8

Ponderea microîntreprinderilor în sectorul editorial în 2004 (%)

Țara	%
Suedia	94,8
Ungaria	94,6
Polonia	94,4
Italia	92,8
Cehia	92,7
Franța	92,6
Slovacia	76,5
Letonia	74,8
Lituania	74,8
Estonia	72,5
Germania	65,9
România	86,4
UE-27	–

Sursa: Eurostat, *Cultural Statistics*, 2007, p. 88.

Și în România sectorul editorial este dominat tot de microîntreprinderi, care reprezintă 86,4% din totalul întreprinderilor din acest domeniu, valoare mai mică decât cea care se poate observa pentru Ungaria – 94,6%, Polonia – 94,4% sau Cehia – 92,7%. Trebuie făcută însă precizarea că aceste valori sunt influențate și de tipul de economie al fiecărei țări, în cadrul căreia se acordă importanță fie mai mult întreprinderilor mari, fie mai mult celor mici și mijlocii.

B. POPULAȚIA OCUPATĂ PE ACTIVITĂȚI CULTURALE ÎN ROMÂNIA

Personalul bibliotecilor cuprinde trei categorii distincte, și anume: personal de specialitate (bibliotecari, bibliografi, restauratori, conservatori, custozi, informaticieni, alt personal de profil), personal administrativ și personal de întreținere. Repartizarea personalului pe tipuri de biblioteci, în anul 2007, este prezentată în *Tabelul nr. 9*.

Așa cum era de așteptat, personalul de specialitate este cel mai numeros, indiferent de tipul bibliotecilor (naționale, universitare, județene, municipale, orașenești sau comunale); acesta este, în medie, de trei până la șapte ori mai mare

decât personalul administrativ și de întreținere considerate împreună (chiar de peste 20 de ori, în cazul bibliotecilor comunale), raport care se regăsește și în perioada anterioară (anii 2003–2006)¹⁷.

Tabelul nr. 9

Personalul pe tipuri de biblioteci, la 31 decembrie 2007

Categorii de personal	Naționale	Univer-sitare	Județene	Municipale și orășenești	Comunale
TOTAL din care:	586	1944	2475	853	2440
– personal de specialitate	437	1719	1959	718	2331
– personal administrativ	72	85	264	28	98
– personal de întreținere	77	140	252	107	11
Personal de specialitate ce revine la o bibliotecă – total	55	15	20	3	1
Personal administrativ ce revine la o bibliotecă – total	9	1	3	*)	*)
Personal de întreținere ce revine la o bibliotecă – total	10	1	3	*)	*)

*) = sub 0,5.

Sursa: INS, *Activitatea unităților cultural artistice în 2007*, 2008, p. XIII.

Numărul total de angajați în biblioteci a crescut (vezi *Tabelul nr. 10*), deși numărul total de biblioteci din țara noastră a scăzut în perioada 2001–2006, la fel ca și numărul de cititori înscriși și numărul de volume eliberate¹⁸. O posibilă explicație este creșterea numărului de volume existente în biblioteci, dar și de ziare și de reviste apărute (exemplare din acestea sunt trimise și către biblioteci) în perioada luată în considerare.

¹⁷ INS, *Activitatea unităților cultural-artistice în 2003, 2004*, p. 6; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2004, 2005*, p. VI; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2005, 2006*, p. VIII; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2006, 2007*, p. XII.

¹⁸ INS, *Anuarul Statistic al României 2007, 2008*, p. 398.

Tabelul nr. 10

Numărul total de angajați în biblioteci în perioada 2003–2007

Anul	2003	2004	2005	2006	2007
Nr. total angajați	7059	8199	8072	8209	8298

Sursa: INS, *Activitatea unităților cultural artistice în 2003*, 2004, p. 6; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2004*, 2005, p. VI; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2005*, 2006, p. VIII; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2006*, 2007, p. XII; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2007*, 2008, p. XIII.

Așa cum se constată din *Tabelul nr. 11*, personalul din cadrul **muzeelor** este în creștere, cu mici variații, în perioada 2003–2007, urmând practic aceeași tendință – de creștere – cu numărul de muzee (în perioada analizată numărul de vizitatori a fost aproximativ constant¹⁹).

Tabelul nr. 11

Personalul de specialitate din cadrul muzeelor și colecțiilor publice în perioada 2003–2007 (la data de 31 decembrie a fiecărui an)

Anul	2003	2004	2005	2006	2007
Nr. total angajați	4443	4519	4515	4413	4653

Sursa: INS, *Activitatea unităților cultural-artistice în 2003*, 2004, p. 7; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2004*, 2005, p. VIII; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2005*, 2006, p. X; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2006*, 2007, p. XIV; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2007*, 2008, p. XVI.

Forța de muncă din cadrul **instituțiilor de spectacole și concerte** crește în perioada 2003–2007 – *Tabelul nr. 12*. În aceeași perioadă, numărul de instituții de spectacole și numărul de spectatori rămâne aproximativ constant²⁰, creșterea numărului de personal putând fi justificată prin creșterea numărului de spectacole și concerte.

Tabelul nr. 12

Personalul de specialitate din cadrul instituțiilor de spectacole și concerte în perioada 2003–2007 (la data de 31 decembrie a fiecărui an)

Anul	2003	2004	2005	2006	2007
Nr. total angajați	7872	8031	8098	9237	9952

Sursa: INS, *Activitatea unităților cultural-artistice în 2003*, 2004, p. 8; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2004*, 2005, p. IX; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2005*, 2006, p. XI; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2006*, 2007, p. XVI; *Activitatea unităților cultural-artistice în 2007*, 2008, p. XVIII.

¹⁹ *Ibidem*, p. 399.

²⁰ *Ibidem*, p. 401.

Activitățile de **audiovizual** cuprind activitățile de radio și de televiziune²¹. În acest domeniu se constată, în perioada 2001–2006, creșterea numărului de posturi de radio și de televiziune, creșterea numărului de stații de radiodifuziune (de două ori) și de televiziune (de patru ori), a numărului de emisiuni de radio și de televiziune (de aproape 2,5 ori, în cazul TV), precum și a numărului de abonamente la radio și TV²². Creșterea valorii acestor indicatori este un argument suficient pentru a explica creșterea numărului de personal în domeniul audiovizualului (vezi *Tabelul nr. 13*).

Tabelul nr. 13

Numărul mediu de salariați²³ în activitatea de audiovizual, în perioada 2002–2006

	2002	2003	2004	2005	2006
Numărul mediu de salariați	12785	14769	15879	16743	17444

Sursa: INS, *Activitatea de audiovizual 2003*, 2004, p. 2; *Activitatea de audiovizual 2004*, 2005, p. 2; *Activitatea de audiovizual 2005*, 2006, p. 2; *Activitatea de audiovizual 2006*, 2007, p. 2.

Activitatea de comunicații se referă la activitățile de transmisie a sunetului, a imaginilor, a datelor sau a altor informații, prin cablu, radio, relee sau satelit și include comunicațiile prin telefon și telex; întreținerea rețelilor de telecomunicații; transmiterea programelor de radio și televiziune; asigurarea accesului la Internet²⁴.

Numărul mediu de salariați din acest domeniu a cunoscut o scădere, mai ales dacă ne raportăm la anul 2006, comparativ cu anul 2002 (vezi *Tabelul nr. 14*). Această situație pare paradoxală, în condițiile în care, în ultima perioadă, numărul de întreprinderi din domeniu, cifra lor de afaceri, investițiile acestora au crescut; numărul conexiunilor de acces la Internet, al utilizatorilor de servicii de telefonie mobilă a crescut etc., prin urmare avem de-a face cu un domeniu în continuă extindere. Totuși, explicația situației numărului de salariați în scădere poate fi găsită, pe de o parte, în privatizarea și restructurarea unor întreprinderi cu număr mare de salariați (de exemplu Romtelecom), iar pe de altă parte în faptul că este vorba despre un domeniu *high-tech*, în care munca manuală a fost și este înlocuită treptat cu echipamente tehnice de înaltă tehnologie. În plus, este posibil ca în acest domeniu să se urmărească obținerea de profit cât mai mare, astfel încât se încearcă difuzarea de servicii specifice către un număr în creștere de clienți, fără a mări numărul de angajați, doar cu o creștere mică a cheltuielilor cu personalul.

²¹ INS, *Activitatea de audiovizual 2006*, 2007, p. 1.

²² INS, *Anuarul Statistic al României 2007*, 2008, p. 402, 403.

²³ Numărul mediu de salariați reprezintă media aritmetică simplă, calculată prin împărțirea sumei efectivelor zilnice de salariați din anul respectiv la numărul total al zilelor calendaristice (INS, *Activitatea de audiovizual 2006*, 2007, p. 4).

²⁴ INS, *Activitatea de comunicații 2006*, 2007, p. 1.

Tabelul nr. 14

Numărul mediu de salariați și cheltuielile cu personalul în activitatea de comunicații,
în perioada 2002–2006

	2002	2003	2004	2005	2006
Numărul mediu de salariați	55973	52200	46354	43717	48076
Cheltuieli cu personalul (mil. lei)	1434	1513	1668	1753	1803

Sursa: INS, *Activitatea de comunicații 2003*, 2004, p. 2; *Activitatea de comunicații 2004*, 2005, p. 2; *Activitatea de comunicații 2005*, 2006, p. 2; *Activitatea de comunicații 2006*, 2007, p. 2.

La fel ca în Uniunea Europeană, și în țara noastră audiovizualul reprezintă unul dintre sectoarele cele mai dinamice, cu o dezvoltare rapidă, ceea ce a condus la schimbări majore în ceea ce privește comportamentul cititorilor, ca nivel de consum, consum care se reduce, fie din cauza prețurilor cărților, fie datorită multiplicării ofertei de programe de radio și de televiziune, fie datorită utilizării pe scară largă a Internetului.

În afara unor caracteristici generale, specifice naturii muncii, activitățile culturale pe ramuri sunt influențate de specificul țării noastre. Ca factor favorabil, putem menționa faptul că, după 1989, România a pornit de la un nivel scăzut în multe domenii de activitate, ceea ce a determinat, ulterior, „explozia” ziarelor, editurilor, posturilor TV și radio, a instituțiilor de învățământ superior etc.

Printre factorii defavorabili, ce au generat diminuarea activităților culturale, pot fi enumerați: lipsa de fonduri destinate acestor activități, salarizarea redusă a personalului din domeniu (care a făcut ca acest sector de activitate să devină neatrăgător pentru absolvenți), dar mai ales problema satului. Au fost desființate căminele culturale, ca urmare a dispărut o bază permanentă de desfășurare a activităților culturale, activități care rămân la nivelul inițiativei private, temporare; a scăzut dramatic numărul bibliotecilor publice, mai ales la sate, pierderea „pieței” datorându-se și editurilor particulare, care practică prețuri mari.

Dubla natură a industriilor culturale – atât culturală, cât și economică – construiește un profil distinctiv pentru industriile culturale. Din anii '90 ele au crescut exponențial la nivel mondial, atât referitor la crearea de locuri de muncă, cât și la contribuția în PIB (reprezintă 7% din PIB-ul economiei mondiale, prognozându-se ca pe viitor acest procent să ajungă la 10%²⁵).

Datele analizate în articolul de față confirmă ideea că sectorul cultural nu constituie doar un consumator de resurse financiare, ci devine, în ansamblul economiei, un mijloc de oferire de noi locuri de muncă, dar și un mijloc de creștere a nivelului educațional al populației, de coeziune și incluziune socială etc.

²⁵ UNESCO, Bureau of Public Information, *Cultural industries*, 2005.