

# CAIETELE CULTURADATA

## #1/2025



INSTITUTUL NAȚIONAL  
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ

# CAIETELE CULTURADATA

Volumul 1 / 2025

Coordonatori: Carmen Croitoru,  
Anda Becuț Marinescu

INSTITUTUL NAȚIONAL  
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ

[culturadata.ro](http://culturadata.ro)

Coordonatori: Carmen Croitoru, Anda Becuț Marinescu

Autori:

*Analiza Dinamicii Sectoarelor Culturale și Creative:* Cătălin Dărășteanu

*Evaluarea impactului economic al patrimoniului cultural din România:* Cătălin Dărășteanu

*Aspectele culturale ale agresivității și violenței în spațiul public:* Marius Mihai Patoi, Alexandru Bratu, Adriana Maria Ivan

Redactor: Bogdan Pălici

Tehnoredactare computerizată: Aurora Pădureanu

Corectură: Cristina Andrei

Design grafic: Cătălin Toma

ISSN 2537 - 5121

ISSN-L 2537 - 5121

<https://doi.org/10.61789/CCD.25>

## **INSTITUTUL NAȚIONAL PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ (INCFC)**

Bulevardul Unirii nr. 22, etaj 2, Sector 3, cod poștal 030833, București

Tel.: 021 891 91 03 | Fax: 021 893 31 75 | [www.culturadata.ro](http://www.culturadata.ro)

## **EDITURA UNIVERSUL ACADEMIC**

București | Tel.: 0722 777 996

e-mail: [editura@universulacademic.ro](mailto:editura@universulacademic.ro) | [www.universulacademic.ro](http://www.universulacademic.ro)

# Cuprins

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Analiza Dinamicii Sectoarelor Culturale și Creative . . . . .                  | 5  |
| 2. Evaluarea impactului economic al patrimoniului cultural din România . . . . .  | 19 |
| 3, Aspectele culturale ale agresivității și violenței în spațiul public . . . . . | 45 |



# **Analiza dinamicii sectoarelor culturale și creative**

Autor: Cătălin Dărășteanu

<https://doi.org/10.61789/CCD.25.01>

INSTITUTUL NAȚIONAL  
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ

**culturadata.ro**



# Cuprins

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 1. <u>Introducere</u> . . . . .             | 9  |
| 2. <u>Metodologie</u> . . . . .             | 10 |
| 3. <u>Date și Rezultate</u> . . . . .       | 12 |
| 3.1 Cifra de afaceri . . . . .              | 12 |
| 3.2 Număr de societăți comerciale . . . . . | 13 |
| 3.3 Numărul mediu de angajați . . . . .     | 14 |
| 3.4 Profitul brut . . . . .                 | 15 |
| 3.5 Rata profitului . . . . .               | 16 |
| 3.6 Indicatori sintetici . . . . .          | 17 |
| 4. <u>Concluzii</u> . . . . .               | 18 |
| 5. <u>Bibliografie</u> . . . . .            | 18 |



# 1. Introducere

Sectoarele culturale și creative (SCC) sunt o sursă importantă de creștere și de creare de locuri de muncă în economia europeană, inclusiv în România. În plus, SCC joacă un rol cheie în modelarea culturii, valorilor și percepțiilor în Uniunea Europeană și nu numai. În același timp, SCC se caracterizează printr-un număr mare și divers de întreprinderi – în principal întreprinderi mici și microîntreprinderi –, precum și prin diferențe semnificative între diviziunile geografice și sectoriale.

Lucrarea are o importanță deosebită din mai multe motive. Astfel, până în prezent, atenția diverșilor factori decizionali a fost îndreptată către politici menite să sprijine sectoare tradiționale de activitate economică, cu contribuție mare la PIB-ul național. Totuși, în ultima vreme, țările dezvoltate acordă o atenție tot mai mare creativității, care are o valoare adăugată și profitabilitate în creștere. Aceste sectoare creează noi nișe și segmente de piață, adresându-se unor tipuri de consumatori cu exigențe mai mari. De asemenea, ele generează noi locuri de muncă sustenabile, cu un nivel de pregătire superioară, generând locuri de muncă și creștere economică.

O altă importanță economică se referă la faptul că, fiind sectoare economice de nișă, ele se pretează foarte bine întreprinderilor mici și mijlocii (IMM), care au dobândit un rol din ce în ce mai mare în cadrul economiei naționale. Trebuie menționat în acest sens că cercetările precedente nu au fost focalizate pe identificarea încadrării întreprinderilor cu obiect de activitate activități culturale și creative în sectorul IMM-urilor. Cu toate acestea, studiul de față va analiza, dincolo de celelalte aspecte care vor fi menționate în metodologie, inclusiv această latură.

Scopul acestei cercetări este de a extinde analiza indicatorilor economico-financiari în cadrul perioadei

2020-2021. Având în vedere faptul că una din precedentele cercetări a avut anul 2015 ca ultim an de referință, va fi făcută și o comparație cu rezultatele acestui an. Anul 2015 a fost ales pentru a putea avea o imagine a impactului produs pe termen lung.

## 2. Metodologie

Metodologia este similară cu cea utilizată în raportul *ESSnet Culture 2012*<sup>1</sup> în care se definesc sectoarele culturale și creative. Metodologia utilizată în studiile precedente ale INCFC includea o clasificare a activităților pe unsprezece sectoare, după cum urmează:

1. Arhive și biblioteci
2. Patrimoniu cultural
3. Meșteșuguri și artizanat
4. Artele spectacolului / artele interpretative
5. Arhitectură
6. Carte și presă
7. Arte vizuale
8. Audio-vizual și media
9. Publicitate
10. Tehnologii digitale
11. Cercetare-Dezvoltare

În cadrul analizelor anterioare, au fost identificate o serie de obstacole și limitări:

- Sectorul *meșteșuguri și artizanat* s-a dovedit a fi foarte dificil de cuantificat în lipsa unui cod CAEN dedicat. Au fost folosite o serie de activități din cadrul sectorului de prelucrare (ex. prelucrarea lemnului, a sticlei, a metalului etc.) și s-a folosit un factor de ajustare a acestor activități. Pentru a nu altera rezultatele în serii de timp, acest factor a fost utilizat în mod constant la aceeași valoare, respectiv 9%. Cu toate că s-a încercat permanent o estimare cât mai corectă a acestuia, s-a constatat un grad de subiectivism în proiectarea sa, motiv pentru care în cadrul acestei cercetări a fost exclus acest sector.

- Sectorul *tehnologii digitale*. Acest sector este unul transversal și include în proporție foarte mare sectorul IT, care obține valori foarte mari ale indicatorilor financiari. În plus, acest sector are propria sa strategie, motiv pentru care în cadrul acestei cercetări acest sector nu a mai fost inclus. Excepție face codul CAEN 5821 Activități de editare a jocurilor de calculator, care este considerat un sector creativ și este inclus și în metodologiile Eurostat.
- Sectorul *cercetare-dezvoltare*. Deși în mod natural acest sector este creativ, el este unul transversal, având propria sa strategie. Ca atare și acesta a fost exclus din prezenta cercetare.

Sectoarele culturale și creative pot fi încadrate în patru mari categorii<sup>2</sup>:

- I. Primele patru subdomenii sunt caracterizate de activități culturale și artistice non-industriale și sunt grupate sub sintagma generală "cultură și arte".
- II. Următoarele trei subdomenii au ca rezultat expresia culturală și sunt considerate sectoare culturale.
- III. Următoarele două subdomenii sunt orientate pe principiul funcționalității, dar au o dimensiune culturală și sunt considerate sectoare creative.
- IV. Ultimele două subdomenii, denumite *sectoare transversale*, se bazează pe creativitate și inovație, sunt orientate spre funcționalitate, dar sunt folosite în special ca suport pentru celelalte subsectoare.

Au fost analizați următorii indicatori:

- Cifra de afaceri
- Număr de societăți comerciale

<sup>1</sup> Sursa: *ESSnet-CULTURE, European Statistical System Network on Culture* (2012), Eurostat.

<sup>2</sup> Sursa: *Cartea Albă pentru Activarea Potențialului Economic al sectoarelor culturale și creative din România* [2016], dr. Carmen Croitoru, dr. Valentin Cojanu, dr. Delia Mucică, dr. Anda Becuș.

- Numărul mediu de angajați
- Profitul brut
- Rata profitului

Sursa datelor pentru indicatorii de mai sus o reprezintă Institutul Național de Statistică, respectiv tempo online. Datele sunt corespodente anilor 2015, 2020 și respectiv 2021.

Lista codurilor CAEN utilizate este prezentată în tabelul de mai jos.

**Tabelul 1. Lista codurilor CAEN**

| Sector de activitate | CAEN corespunzătoare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Arhive și bibliotec  | 9101 Activități ale bibliotecilor și arhivelor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Carte și presă       | 1811 Tipărirea ziarelor<br>1812 Alte activități de tipărire n.c.a.<br>1813 Servicii pregătitoare pentru pretipărire<br>1814 Legatorie și servicii conexe<br>1820 Reproducerea înregistrărilor<br>5811 Activități de editare a cărților<br>5812 Activități de editare de ghiduri, compendii, liste de adrese și similare<br>5813 Activități de editare a ziarelor<br>5814 Activități de editare a revistelor și periodicelor<br>5819 Alte activități de editare<br>4761 Comerț cu amănuntul al cărților, în magazine specializate<br>4762 Comerț cu amănuntul al ziarelor și articolelor de papetărie, în magazine specializate |
| Arte vizuale         | 7410 Activități de design specializat<br>7420 Activități fotografice<br>4778 Comerț cu amănuntul al altor bunuri noi, în magazine specializate                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Artele spectacolului | 7430 Activități de traducere scrisă și orală (interpreți)<br>9001 Activități de interpretare artistică (spectacole)<br>9002 Activități suport pentru interpretarea artistică (spectacole)<br>9003 Activități de creație artistică<br>9004 Activități de gestionare a sălilor de spectacole<br>9321 Bâlcieri și parcuri de distracții                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

| Sector de activitate  | CAEN corespunzătoare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Artele spectacolului  | 9412 Activități ale organizațiilor profesionale<br>9329 Alte activități recreative și distractive n.c.a.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Audio-vizual și media | 5911 Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune<br>5912 Activități de post-producție cinematografică, video și de programe de televiziune<br>5913 Activități de distribuție a filmelor cinematografice, video și a programelor de televiziune<br>5914 Proiecția de filme cinematografice<br>5920 Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală<br>6010 Activități de difuzare a programelor de radio<br>6020 Activități de difuzare a programelor de televiziune<br>6391 Activități ale agențiilor de știri<br>6203 Activități de management (gestiune și exploatare) a mijloacelor de calcul<br>2680 Fabricarea suporturilor magnetici și optici destinați înregistrărilor<br>7722 Închirierea de casete video și discuri (CD-uri, DVD-uri)<br>6209 Alte activități de servicii privind tehnologia informației<br>4763 Comerț cu amănuntul al discurilor și benzilor magnetice cu sau fără înregistrări audio / video, în magazine specializate |
| Jocuri pe calculator  | 5821 Activități de editare a jocurilor de calculator                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Arhitectură           | 7111 Activități de arhitectură                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Publicitate           | 7311 Activități ale agențiilor de publicitate<br>7312 Servicii de reprezentare media                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Patrimoniu cultural   | 9102 Activități ale muzeelor<br>9103 Gestionarea monumentelor, clădirilor istorice și a altor obiective de interes turistic<br>9104 Activități ale grădinilor zoologice, botanice și ale rezervațiilor naturale                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## 3. Date și rezultate

### 3.1 Cifra de afaceri

Cifra de afaceri a cunoscut o creștere remarcabilă în perioada 2020-2021, comparativ cu anul 2015. În această perioadă a avut loc, practic, o dublare a cifrei de afaceri, cea

mai accelerată creștere înregistrându-se pentru *Audio-vizual și media* și *Publicitate*. Cele două sectoare reprezintă împreună 60% din total în anul 2021, comparativ cu 48% în anul 2015.

Tabelul 2. Cifra de afaceri SCC

| Cifra de afaceri scc - fără meșteșuguri, IT și CD (lei) |    |                |                |                |
|---------------------------------------------------------|----|----------------|----------------|----------------|
| SECTOR                                                  |    | 2015           | 2020           | 2021           |
| Arhive și biblioteci                                    | 1  | 107.563.766    | 210.867.180    | 258.979.302    |
| Patrimoniu cultural                                     | 2  | 69.051.262     | 63.540.199     | 77.797.377     |
| Artele spectacolului                                    | 4  | 661.694.564    | 667.951.140    | 1.037.117.910  |
| Arhitectură                                             | 5  | 1.105.764.883  | 1.975.670.366  | 2.204.168.469  |
| Carte și presă                                          | 6  | 6.000.194.764  | 7.003.058.014  | 7.957.611.520  |
| Arte vizuale                                            | 7  | 3.600.203.523  | 5.434.957.022  | 6.298.064.314  |
| Audio-vizual și media                                   | 8  | 4.993.639.400  | 15.013.783.976 | 17.089.718.927 |
| Publicitate                                             | 9  | 6.205.332.843  | 10.034.218.249 | 11.167.415.543 |
| Jocuri pe calculator                                    | 10 | 189.150.653    | 330.082.824    | 459.964.961    |
| TOTAL                                                   |    | 22.932.595.658 | 40.734.128.970 | 46.550.838.323 |

Sursa: prelucrări ale datelor INS

În ceea ce privește topul celor 10 activități CAEN cu cea mai mare cifră de afaceri în anul 2021, pe primul loc se situează 7311 *Activități ale agențiilor de publicitate*, cu peste 9 miliarde lei cifră de afaceri, ceea ce reprezintă 19% din total. Acest cod CAEN a cumulat o cifră de afaceri mai mare decât următoarele

trei poziții împreună (8,4 miliarde lei sau 18% din total). Este, totuși, de apreciat faptul că nu există o concentrare a unui singur SCC, ci primele patru poziții aparțin unor SCC-uri diferite.

Tabelul 3. Top Cifra de Afaceri SCC

| Nr. | Top 10 Cifra de afaceri (Lei)                                                              | 2021          |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1   | 7311 Activități ale agențiilor de publicitate                                              | 9.061.789.276 |
| 2   | 1812 Alte activități de tipărire n.c.a.                                                    | 3.698.616.262 |
| 3   | 6020 Activități de difuzare a programelor de televiziune                                   | 2.490.546.271 |
| 4   | 7111 Activități de arhitectură                                                             | 2.204.168.469 |
| 5   | 7312 Servicii de reprezentare media                                                        | 2.105.626.267 |
| 6   | 5911 Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune          | 1.383.785.037 |
| 7   | 4762 Comerț cu amănuntul al ziarelor și articolelor de papetărie, în magazine specializate | 1.298.716.452 |
| 8   | 6312 Activități ale portalurilor web                                                       | 899.050.782   |
| 9   | 5811 Activități de editare a cărților                                                      | 855.249.595   |
| 10  | 7410 Activități de design specializat                                                      | 844.160.814   |

Sursa: prelucrări ale datelor INS

## 3.2 Număr de societăți comerciale

Numărul de societăți comerciale care activează în cadrul SCC a cunoscut, de asemenea, o dinamică pozitivă, apropiindu-se de 50.000 firme, comparativ cu aproape 30.000 în anul 2015. Cele mai multe companii se află în sectoarele *Audio-vizual și media* (aproape 14.000 firme) și *Arte vizuale* (aproape 11.000 firme), care reprezintă aproape 50% din numărul total de societăți comerciale. La polul opus se află sectoarele *Arhive și biblioteci* și *Patrimoniu cultural*. Rezultatul nu este unul surprinzător, având în vedere faptul că activitatea celor două sectoare se desfășoară aproape în totalitate în sectorul public. În cadrul sectorului *Arhive și biblioteci*, cea mai mare parte a societăților comerciale au activitate în domeniul arhivării.

Tabelul 4. Număr Societăți Comerciale SCC

| Număr firme scc - fără meșteșuguri, IT și CD |    |        |        |        |
|----------------------------------------------|----|--------|--------|--------|
| SUBSECTOR                                    |    | 2015   | 2020   | 2021   |
| Arhive și biblioteci                         | 1  | 169    | 236    | 237    |
| Patrimoniu cultural                          | 2  | 63     | 52     | 49     |
| Artele spectacolului                         | 4  | 2.551  | 4.477  | 4.529  |
| Arhitectură                                  | 5  | 3.922  | 5.155  | 5.418  |
| Carte și presă                               | 6  | 5.426  | 5.545  | 5.432  |
| Arte vizuale                                 | 7  | 6.542  | 10.414 | 10.778 |
| Audio-vizual și media                        | 8  | 3.873  | 12.903 | 13.791 |
| Publicitate                                  | 9  | 6.970  | 8.335  | 8.993  |
| Jocuri pe calculator                         | 10 | 71     | 163    | 193    |
| TOTAL                                        |    | 29.587 | 47.280 | 49.420 |

Sursa: prelucrări ale datelor INS

### 3.3 Numărul mediu de angajați

Sectoarele culturale și creative contribuie în mod activ la ocuparea forței de muncă a României. Observăm o creștere cu aproximativ 25% a numărului mediu de angajați în anii 2020-2021, comparativ cu anul 2015. Trebuie menționat faptul că acești ultimi doi ani de analiză au fost afectați de criza pandemiei COVID-19, motiv pentru care în 2021 a avut loc practic o stagnare a acestui indicator. Având în vedere faptul că desfășurarea activităților în aceste sectoare a fost blocată o bună perioadă de timp, rezultatul este unul pozitiv.

Cele mai afectate subsectoare din punctul de vedere al limitării accesului publicului sau al suspendării activității sunt

Artele spectacolului și Artele vizuale. Se observă o scădere a numărului mediu de angajați, și anume: 8,8% pentru primul subsector, respectiv 2,4% pentru al doilea subsector menționat (comparațiile au fost făcute între anul 2021 și anul 2020).

Cel mai mare număr de angajați se înregistrează în sectorul Audio-vizual și media, cu peste 42.000 persoane – sau peste 33% din total. Pe locul doi se situează sectorul Carte și presă, cu peste 25.000 angajați, iar pe locul trei se situează sectorul Publicitate, cu peste 21.000 angajați. Acest sector a cunoscut o expansiune deosebită a activității comerciale în ultimii ani, fiind extrem de activ la nivelul SCC, dar și în general, la nivel național.

**Tabelul 5. Număr mediu angajați SCC**

| Număr mediu angajați scc - fără meșteșuguri, IT și CD |    |         |         |         |
|-------------------------------------------------------|----|---------|---------|---------|
| SUBSECTOR                                             |    | 2015    | 2020    | 2021    |
| Arhive și biblioteci                                  | 1  | 1.097   | 1.504   | 1.562   |
| Patrimoniu cultural                                   | 2  | 564     | 434     | 421     |
| Artele spectacolului                                  | 4  | 3.942   | 4.643   | 4.234   |
| Arhitectură                                           | 5  | 8.640   | 10.816  | 11.174  |
| Carte și presă                                        | 6  | 30.684  | 25.586  | 25.374  |
| Arte vizuale                                          | 7  | 17.619  | 19.024  | 18.555  |
| Audio-vizual și media                                 | 8  | 20.018  | 42.137  | 42.096  |
| Publicitate                                           | 9  | 23.613  | 20.532  | 21.437  |
| Jocuri pe calculator                                  | 10 | 685     | 790     | 843     |
| TOTAL                                                 |    | 106.862 | 125.466 | 125.696 |

Sursa: prelucrări ale datelor INS

Așa cum a fost menționat, sectorul SCC Publicitate a avut o creștere foarte mare a activității în ultimii ani, fapt confirmat și de top 10 număr mediu de angajați din tabelul de mai jos, unde pe primul loc se situează codul CAEN 7311 Activități ale agențiilor de publicitate, cu peste 19.000 angajați.

Pe locurile doi și trei se află codul CAEN 1812 Alte activități de tipărire n.c.a. și CAEN 7111 Activități de arhitectură, fiecare cu peste 11.000 angajați. Sectorul Arhitectură este și el unul aflat în plină dezvoltare în ultimii 5 ani.

Tabelul 6. Top 10 număr mediu angajați SCC

| Nr. | Top 10 Număr mediu de angajați                                                    | 2021   |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1   | 7311 Activități ale agențiilor de publicitate                                     | 19.634 |
| 2   | 1812 Alte activități de tipărire n.c.a.                                           | 11.688 |
| 3   | 7111 Activități de arhitectură                                                    | 11.174 |
| 4   | 6020 Activități de difuzare a programelor de televiziune                          | 6.625  |
| 5   | 5911 Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune | 3.433  |
| 6   | 7410 Activități de design specializat                                             | 3.165  |
| 7   | 7420 Activități fotografice                                                       | 2.768  |
| 8   | 5811 Activități de editare a cărților                                             | 2.495  |
| 9   | 6010 Activități de difuzare a programelor de radio                                | 2.434  |
| 10  | 4761 Comerț cu amănuntul al cărților, în magazine specializate                    | 2.217  |

Sursa: prelucrări ale datelor INS

### 3.4 Profitul brut

Calculul profitului brut pe baza datelor de la Institutul Național de Statistică are o limitare, respectiv lipsa datelor disponibile pentru *Jocuri pe calculator*. Profitul brut calculat la nivel total SCC, conform metodologiei actualului studiu, este de 5,8 miliarde lei în anul 2021 (peste 1 miliard de euro), în creștere cu 376% față de anul 2015.

Sectorul *Publicitate* generează cel mai mare profit brut, respectiv 1,5 miliarde lei în anul 2021, urmat la o diferență mică de *Audio-vizual și media* – cu 1,4 miliarde lei pentru același an. Împreună, cele două subsectoare cumulează peste jumătate din profitul brut al sectoarelor culturale și creative.

Cele mai mici profituri se obțin în cadrul subsectoarelor *Patrimoniu cultural și Arhive și biblioteci*. Așa cum a fost menționat, marea parte a activității specifice se desfășoară în sectorul public, nu în cel privat. Din analiza numărului de societăți comerciale a reieșit că 49 firme activează în patrimoniul cultural, ceea ce este un număr extrem de mic. De asemenea, în subsectorul Arhive și biblioteci activează 237 firme (din nou, un număr extrem de mic, de sub 0,5% din total), iar conform unei cercetări exhaustive, mare parte din acestea sunt în domeniul arhivării.

Tabelul 7. Profitul brut SCC

| Profitul brut scc - fără meșteșuguri, IT și CD (lei) |    |               |               |               |
|------------------------------------------------------|----|---------------|---------------|---------------|
| SECTOR                                               |    | 2015          | 2020          | 2021          |
| Arhive și biblioteci                                 | 1  | 13.704.808    | 44.921.247    | 57.916.967    |
| Patrimoniu cultural                                  | 2  | 20.038.082    | 18.600.158    | 29.772.188    |
| Artele spectacolului                                 | 4  | 119.149.086   | 168.148.223   | 152.841.011   |
| Arhitectură                                          | 5  | 398.644.595   | 610.553.575   | 491.182.591   |
| Carte și presă                                       | 6  | 357.760.586   | 1.078.629.473 | 1.108.476.769 |
| Arte vizuale                                         | 7  | 233.918.694   | 924.277.032   | 939.773.572   |
| Audio-vizual și media                                | 8  | 239.192.396   | 1.189.884.039 | 1.490.658.381 |
| Publicitate                                          | 9  | 793.173.242   | 1.153.664.867 | 1.560.467.222 |
| Jocuri pe calculator                                 | 10 | n/a           | n/a           | n/a           |
| TOTAL                                                |    | 2.175.581.489 | 5.188.678.614 | 5.831.088.701 |

Sursa: prelucrări ale datelor INS

În topul profitului brut din SCC domină de la distanță codul CAEN 7311 *Activități ale agențiilor de publicitate*, cu aproape 1,4 miliarde lei. Pe locurile doi și trei se situează CAEN 1812 *Alte activități de tipărire n.c.a.*, cu 678 milioane lei și CAEN 6020 *Activități de difuzare a programelor de televiziune*, cu 578 milioane lei. Topul include activități din SCC-uri diverse, neexistând o concentrare a profitului într-un singur sector cultural și creativ.

Tabelul 8. Top 10 Profit brut SCC

| Nr. | Top 10 Profit Brut (Lei)                                                          | 2021          |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1   | 7311 Activități ale agențiilor de publicitate                                     | 1.389.987.002 |
| 2   | 1812 Alte activități de tipărire n.c.a.                                           | 678.945.067   |
| 3   | 6020 Activități de difuzare a programelor de televiziune                          | 578.628.034   |
| 4   | 7111 Activități de arhitectură                                                    | 491.182.591   |
| 5   | 5911 Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune | 425.626.635   |
| 6   | 7420 Activități fotografice                                                       | 203.458.413   |
| 7   | 7312 Servicii de reprezentare media                                               | 170.480.220   |
| 8   | 7410 Activități de design specializat                                             | 163.667.922   |
| 9   | 5811 Activități de editare a cărților                                             | 139.903.160   |
| 10  | 5821 Activități de editare a jocurilor de calculator                              | 99.612.441    |

Sursa: prelucrări ale datelor INS

Tabelul 9. Profitabilitatea SCC

| Profit brut / Cifra de afaceri | 2015  | 2020  | 2021  |
|--------------------------------|-------|-------|-------|
| Patrimoniu cultural            | 29,0% | 29,3% | 38,3% |
| Artele spectacolului           | 18,0% | 25,2% | 14,7% |
| Arhitectură                    | 36,1% | 30,9% | 22,3% |
| Carte și presă                 | 6,0%  | 15,4% | 13,9% |
| Arte vizuale                   | 6,5%  | 17,0% | 14,9% |
| Audio-vizual și media          | 4,8%  | 7,9%  | 8,7%  |
| Publicitate                    | 12,8% | 11,5% | 14,0% |
| TOTAL                          | 9,5%  | 12,7% | 12,5% |

Sursa: prelucrări ale datelor INS

### 3.5 Rata profitului

Profitabilitatea a fost calculată procentual ca raport între profitul brut și cifra de afaceri, calculul fiind realizat atât la nivel de total SCC, cât și la nivel de sector. Remarcăm o rată a profitului de 12,5% în anul 2021, comparativ cu 9,5% în 2015. Diferențele între anul 2020 și 2021 sunt nesemnificative din punct de vedere financiar.

În cadrul SCC-urilor are loc o variație amplă a profitabilității, de la 8,7% în sectorul *Audio-vizual și media*, la 22,3% în sectorul *Arhitectură*. Rata profitului din sectorul *Patrimoniul cultural* nu este relevantă, având în vedere numărul de societăți comerciale, cifra de afaceri și profitul brut generat de sectorul privat în acest domeniu.

Se observă faptul că sectoarele cu cele mai mari cifre de afaceri și profituri brute în termeni nominali au cele mai reduse rate ale profitului brut. Acest lucru se explică prin faptul că o dată cu creșterea cifrei de afaceri, are loc o reducere a marjei de profit, iar creșterea acestuia din urmă are loc prin creșterea volumului de activitate.

### 3.6 Indicatori sintetici

Tabelul de mai jos preia datele calculate pentru indicatorii de performanță economico-financiară, comparația fiind făcută pe termen mediu și lung, respectiv 2021, față de 2015. Analiza reliefează o creștere mai mult decât substanțială a performanțelor financiare ale SCC, în special în ceea ce privește cifra de afaceri și profitul brut în termeni nominali. Având în vedere că rata de creștere a profitului brut a fost

superioară ratei de creștere a cifrei de afaceri, a avut loc o dinamică pozitivă a ratei profitului, care a crescut cu 31,6% în cadrul acestei perioade de timp.

Un lucru îmbucurător este și creșterea foarte mare a numărului de societăți comerciale, generându-se astfel premise de creare de noi locuri de muncă și de manifestare a antreprenoriatului cultural.

**Tabelul 10. Indicatori sintetici SCC**

| Sectoare creative și culturale                 | 2015    | 2021    | % modificare |
|------------------------------------------------|---------|---------|--------------|
| Cifra de afaceri (mil. lei)                    | 22.933  | 46.551  | 103,0%       |
| Profitul brut (mil. lei)                       | 2.176   | 5.831   | 168,0%       |
| Număr companii                                 | 29.587  | 49.420  | 67,0%        |
| Număr mediu angajați                           | 106.862 | 125.696 | 17,6%        |
| Rata profitului (Profit brut/Cifra de afaceri) | 9,5%    | 12,5%   | 31,6%        |

Sursa: prelucrări ale datelor INS

## 4. Concluzii

Scopul acestui studiu a fost de a analiza și compara ultimele date economico-financiare disponibile ale societăților comerciale care activează în cadrul sectoarelor culturale și creative cu un punct de reper din trecut, respectiv anul 2015. Motivul a fost acela de a avea o imagine a amplitudinii evoluției situațiilor financiare.

Datele au arătat o creștere foarte mare a activității firmelor SCC, cu o dublare a cifrei de afaceri și a profitului brut. Aceasta se datorează dinamicii și spiritului antreprenorial manifestat în cadrul SCC, precum și contextului general macroeconomic pozitiv (cu excepția anilor *pandemici*). Apariția unui număr din

ce în ce mai mare de firme a dus la crearea de noi locuri de muncă.

Cele mai dinamice au fost sectoarele *Audio-vizual și media*, *Publicitate și Carte și presă*. Împreună, cele trei sectoare au generat peste 50% din activitatea generală a SCC. O activitate redusă a avut loc în cadrul sectoarelor *Patrimoniu cultural și Arhive și biblioteci*, explicabilă prin faptul că cea mai mare pondere a activității se desfășoară în sectorul public, numărul companiilor private din aceste sectoare fiind extrem de redus, sub 0,5% din totalul firmelor SCC.

## 5. Bibliografie

1. Dr. Carmen Croitoru, dr. Valentin Cojanu, dr. Delia Mucică, dr. Anda Becuț, Cartea albă pentru activarea potențialului economic al sectoarelor culturale și creative din România (București: Pro Universitaria, 2015), p. 17-18
2. Guy Frank & co., ESSnet-CULTURE, European Statistical System Network on Culture, Final Report (Luxembourg: 2012), p. 71-78.
3. Cătălin Dărășteanu, Analiza economică a sectoarelor culturale și creative din România în perioada 2015-2018, Caietele Culturadata volumul 1/2020 (București: Editura Universul Academic: 2020), p. 9-12

# **Evaluarea impactului economic al patrimoniului cultural din România**

Autor: Cătălin Dărășteanu

<https://doi.org/10.61789/CCD.25.02>

INSTITUTUL NAȚIONAL  
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ

**culturadata.ro**



# Cuprins

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. <u>Introducere</u> . . . . .                                                                 | 23 |
| 2. <u>Obiectivul cercetării</u> . . . . .                                                       | 24 |
| 3. <u>Metodologie</u> . . . . .                                                                 | 25 |
| 4. <u>Rezultatele analizei contribuției economice a patrimoniului cultural material</u> . . . . | 29 |
| 4.1 Valoarea adăugată brută (VAB) . . . . .                                                     | 29 |
| 4.2 Forța de muncă. . . . .                                                                     | 32 |
| 4.3 Cifra de afaceri . . . . .                                                                  | 35 |
| 4.4 Profitul brut, profitabilitatea și productivitatea muncii . . . . .                         | 38 |
| 4.5 Numărul de firme și investițiile nete . . . . .                                             | 40 |
| 5. <u>Concluzii</u> . . . . .                                                                   | 42 |
| 6. <u>Bibliografie</u> . . . . .                                                                | 43 |



# 1. Introducere

Patrimoniul cultural include atât bunurile materiale, cum ar fi clădirile istorice și operele de artă, cât și bunurile imateriale, cum ar fi tradițiile, obiceiurile și cunoștințele. Aceste resurse sunt esențiale pentru identitatea culturală și au un impact semnificativ asupra economiei locale și naționale.

Patrimoniul cultural este unul dintre cele mai mari puncte forte ale Europei și reprezintă parte integrantă a vieții cetățenilor săi. Conform *Special Eurobarometer on Cultural Heritage*<sup>1</sup>, 7 din 10 respondenți (73%) trăiesc în apropierea unei forme de patrimoniu cultural. Patrimoniul cultural este recunoscut nu numai ca o sursă de cunoștințe sau bunăstare socială ori ca declanșator de sentimente de participare la coeziunea comunității, dar și ca o parte esențială a capitalului socio-economic al Europei.

Cercetarea patrimoniului cultural la nivel internațional a căpătat o importanță deosebită din mai multe motive, fiecare demers de cercetare având un impact semnificativ asupra înțelegerii și gestionării acestuia. Unul dintre cele mai importante motive îl reprezintă valoarea globală a patrimoniului cultural. Astfel, patrimoniul cultural este un fenomen complex, ce include tradiții, obiceiuri, arte și monumente de o mare diversitate. Un alt motiv de o importanță din ce în ce mai mare în ultima perioadă constă în promovarea turismului cultural. Cercetările despre patrimoniul cultural contribuie semnificativ la creșterea atracției turistice a diferitelor regiuni, generându-se astfel venituri economice importante pentru comunități și economii locale. Creșterea conștientizării importanței patrimoniului cultural este o premisă principală pentru creșterea importanței acordate conservării și protecției acestuia. Astfel,

cercetările în acest domeniu pot ajuta la dezvoltarea unor strategii eficiente, coordonate și coerente de conservare, restaurare și protecție a patrimoniului cultural.

Cercetarea patrimoniului cultural contribuie la crearea și menținerea identităților la nivel național, regional și local, dar și la identificarea nevoilor specifice și soluțiilor la fiecare nivel studiat. Pe baza rezultatelor analizelor, decidenții pot realiza strategii de sprijin și iniția fonduri de finanțare pentru acest domeniu. Nu în ultimul rând, studiile aferente contribuie la educarea publicului și la sensibilizarea acestuia asupra importanței patrimoniului cultural. Proiectele educaționale conduc astfel la creșterea gradului de conștientizare și responsabilizare asupra acestuia.

1 *Special Eurobarometer on Cultural Heritage, TNS Opinion & social* (2017), p. 4. <https://op.europa.eu/s/n2F2>.

## 2. Obiectivul cercetării

Înțelegerea contribuției economice a patrimoniului cultural ajută la formularea politicilor publice, atragerea de fonduri și investiții și promovarea dezvoltării durabile. Cercetarea în acest domeniu evidențiază valoarea economică a conservării și promovării patrimoniului.

În timp ce cercetarea patrimoniului cultural poate fi extrem de diversă și complexă, obiectivul acestui studiu este:

1. Identificarea potențialului, impactului și a contribuției economice a patrimoniului material din România prin utilizarea de date cantitative specifice.
2. Determinarea dimensiunii economice a sectoarelor incluse în metodologia de cercetare.

Cercetările internaționale legate de măsurarea impactului economic al patrimoniului cultural au crescut în ultima perioadă, odată cu intensificarea analizei contribuției sectoarelor culturale și creative. Aceste demersuri au relevat rolul tot mai activ al patrimoniului cultural în societate, prin integrarea lui cu alte sectoare creative, în special turismul cultural.

Cercetarea are în centru sectoare specifice (denumite în continuare nucleu), respectiv muzee, biblioteci și arhive, situri și clădiri istorice și atracții similare. Activitățile din acest nucleu atrag, la rândul lor, dezvoltarea altor sectoare. De exemplu, reabilitarea obiectelor de patrimoniu material, respectiv a clădirilor istorice, conduce la implicarea activităților de arhitectură, proiectare și construcții speciale. În același timp, cel puțin la nivel teoretic, reabilitarea patrimoniului material conduce la un volum mai mare de asigurări și, de asemenea, la tranzacții imobiliare (în special pentru clădirile aflate în proprietate privată) sau activități de închiriere. De asemenea, are loc creșterea gradului de digitalizare și impulsionearea sectorului tehnologiilor informatice și de comunicații.

Un efect de tip *spillover* poate fi luat în vedere la nivelul turismului, deoarece un patrimoniu cultural material și imaterial bine pus în valoare devine atractiv pentru un număr mai mare de vizitatori din țară și din afara țării. Creșterea turismului înseamnă, practic, creșterea industriei ospitalității (hoteluri și unități de alimentație publică).

Punerea în valoare și exploatarea patrimoniului înseamnă menținerea locurilor de muncă sau crearea altora noi, creșterea cifrei de afaceri (a vânzărilor) sau creșterea valorii adăugate brute. De asemenea, are loc și o creștere a profitabilității și imobilizărilor financiare în respectivele domenii de activitate.

### 3. Metodologie

Înțelegerea contribuției economice a patrimoniului cultural ajută la formularea politicilor publice, atragerea de fonduri și investiții și promovarea dezvoltării durabile. Cercetarea în acest domeniu evidențiază valoarea economică a conservării și promovării patrimoniului.

Cercetarea contribuției economice a patrimoniului cultural a căpătat o importanță aparte, în creștere în țările Uniunii Europene. Creșterea importanței acordate acestui sector (prin alocarea de fonduri publice pentru investiții, punerea în valoare prin mediatizare turistică etc.) a generat și un număr mai mare de studii asupra impactului patrimoniului. În acest context, Uniunea Europeană a finanțat, prin Fondul European de Dezvoltare Regională, proiectul ESPON în domeniul cercetării patrimoniului material. Ca atare, în vederea realizării metodologiei de calcul, documentarea prezentului studiu a avut în vedere publicația *“Measuring economic impact of cultural heritage – approaches and challenges”*<sup>2</sup>. De asemenea, o altă lucrare importantă utilizată în activitatea de documentare a fost *“The heritage sector in England and its impact on the economy”*<sup>3</sup>, aceasta fiind foarte utilă în înțelegerea abordării acestui sector în țări cu o experiență mai mare.

Metodologia de cercetare a impactului economic al patrimoniului cultural este relativ nouă și neuniformizată. Aceasta se datorează pe de o parte dificultății definirii tuturor sectoarelor de activitate implicate, iar pe de altă parte dificultății culegerii tuturor datelor. Din această cauză, rezultatele cercetării economice prezintă o imagine subestimată

a potențialului economic. O altă dificultate majoră constă în împărțirea activităților între sectorul public și cel privat.

Cercetările precedente au ilustrat, de exemplu, faptul că analiza pe baza codurilor CAEN evidențiază valori foarte mici ale veniturilor și ale numărului de angajați din cadrul muzeelor, arhivelor și bibliotecilor, deoarece aceste activități se desfășoară în cvasitotalitate în sectorul public. Multe muzee și biblioteci sunt în subordinea autorităților publice locale (consilii județene și consilii locale/primării) și, ca atare, nu întocmesc situații anuale financiare de sinteză (bilanțuri contabile și conturi de profit și pierderi) care să fie raportate la Agenția Națională pentru Administrare Fiscală (A.N.A.F.).

Dificultățile în stabilirea unei metodologii unitare de cercetare economică a patrimoniului cultural sunt prezente și la nivel european. Metodologiile sunt diverse, după cum urmează<sup>4</sup>:

1. Eurostat are o activitate de culegere a datelor în concordanță cu cadrul ESSnet-Culture.
2. The European Heritage Heads Forum's Task Force on Economy and Statistics realizează în mod continuu studii care arată contribuția socio-economică a patrimoniului cultural imobil.
3. DG Joint Research Center deține informații despre 190 orașe europene, acoperind 29 indicatori structurați pe 9 dimensiuni, reflectând vitalitatea culturală, socială și economică a orașelor.
4. Directoratul General pentru Educație, Tineret, Sport și Cultură culege date conform Nomenclatorului Unităților Teritoriale pentru Statistică (NUTS 2), împreună cu OECD, pentru a analiza participarea

<sup>2</sup> *Measuring economic impact of cultural heritage - approaches and challenges*, studiu în cadrul proiectului ESPON co-finanțat de UE, 2020.  
Link: <https://www.espon.eu/working-paper-cultural-heritage>

<sup>3</sup> *The heritage sector in England and its impact on the economy - an updated report for Historic England*, Centre for Economics and Business Research, 2024.  
Link: <https://historicengland.org.uk/content/heritage-counts/pub/2020/heritage-sector-in-england-and-its-impact-on-the-economy-2020/>

<sup>4</sup> *Measuring economic impact of cultural heritage - approaches and challenges*, studiu în cadrul proiectului ESPON co-finanțat de UE, 2020.  
Link: <https://www.espon.eu/working-paper-cultural-heritage>

culturală, angajarea în domeniul culturii și cheltuielile publice pentru cultură.

5. Primul studiu paneuropean privind casele de patrimoniu ale gospodăriilor și contribuția lor socio-economică a fost realizat în 2019<sup>5</sup> și a fost finanțat de Comisia Europeană, cu sprijinul Organizației Proprietarilor Europeni de Terenuri (*European Landowners' Organisation*) și al Asociației Casele Istorice Europene (*European Historic Houses Association*).
6. În 2019 a fost lansat un nou Parteneriat în Cultură și Patrimoniu Cultural în cadrul Agendei Urbane a UE. Unul dintre obiective este acela de a stabili o legătură între politicile teritoriale și impactul patrimoniului cultural.

Din punct de vedere metodologic, prezentul studiu de cercetare are în vedere următoarele aspecte:

- Cum poate fi definit impactul economic al patrimoniului cultural;
- Care sunt sectoarele economice influențate de către patrimoniul cultural;
- Cât de semnificativ este impactul economic al acestuia.

Metodologia a avut ca prim pas definirea sectoarelor de activitate axate pe patrimoniul material și a celor care sunt influențate în mod pozitiv de existența acestuia, în sensul multiplicării activităților economice. În cadrul acestui studiu, a fost aleasă abordarea de tip lanț valoric (*value chain*) conform studiului ESPON Heritage, care a pus în evidență 8 sectoare economice în care poate fi identificat impactul patrimoniului cultural material:

1. Arheologie;
2. Arhitectură;
3. Muzee, biblioteci și arhive;
4. Turism;

5. Construcții;
6. Dezvoltare imobiliară;
7. Tehnologia informației și comunicațiilor;
8. Asigurări.

Analiza a fost realizată pe baza codurilor CAEN, iar din cele 8 sectoare de activitate au fost excluse două: Arheologie, deoarece nu are cod CAEN dedicat, și Asigurările, deoarece volumul acestora este foarte mare și ar avea un impact major asupra rezultatelor finale, în absența unei baze reale de stabilire a ponderii care poate fi alocată patrimoniului cultural material. Activitățile și codurile CAEN sunt prezentate în tabelul de mai jos.

**Tabelul 1. Sectoare de activitate și coduri CAEN alocate analizei impactului patrimoniului cultural material**

| Sector de activitate                          | Ramura economică                                                                                                                                   | Cod CAEN relevant                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Arhitectură                                   | M71.1.1 - Activități arhitecturale                                                                                                                 | 7111 Activități de arhitectură<br>7112 Activități de inginerie și consultanță tehnică legate de acestea                                                                       |
| Muzee, biblioteci și activități ale arhivelor | R91.0.1 - Biblioteci și arhive<br>R91.0.2 - Activități ale muzeelor<br>R91.0.3 - Gestionarea siturilor și clădirilor istorice și atracții similare | 9101 Activități ale bibliotecilor și arhivelor<br>9102 Activități ale muzeelor<br>9103 Gestionarea monumentelor, clădirilor istorice și a altor obiective de interes turistic |
| Turism                                        | I55 - Cazare<br>I56 - Activități de alimentație publică                                                                                            | 55 Hoteluri și alte facilități de cazare<br>56 Restaurante și alte activități de servicii de alimentație                                                                      |
| Construcții                                   | F43 - Activități de construcții speciale                                                                                                           | 43 Lucrări speciale de construcții                                                                                                                                            |
| TIC                                           | J63 - Activități de servicii informatice                                                                                                           | 631 Activități ale portalurilor web, prelucrarea datelor, administrarea paginilor web și activități conexe                                                                    |
| Tranzacții imobiliare                         | L68.1 - Activități de vânzare și cumpărare bunuri imobiliare                                                                                       | 681 Cumpărarea și vânzarea de bunuri imobiliare proprii                                                                                                                       |

<sup>5</sup> Comisia Europeană, *Study of Heritage Houses for Europe*, 2019 (<https://doi.org/10.2766/636172>).

Alegerea acestor coduri CAEN are la bază următoarele motive:

- Muzeu, bibliotecă și arhivă: acestea reprezintă de fapt nucleul patrimoniului material;
- Arhitectură: în lucrările de reabilitare, conservare și punere în evidență a patrimoniului cultural, aceste activități sunt prezente în mod automat;
- Turism: unul dintre motivele creșterii turismului la nivel național și european este punerea în valoare a patrimoniului cultural;
- Construcții speciale: acestea sunt lucrări de reabilitare și conservare a patrimoniului material;
- TIC: punerea în valoare a patrimoniului cultural a generat creșterea gradului de digitalizare a acestui sector și ca atare creșterea prezenței sectorului TIC în acest domeniu;

- Tranzacții imobiliare: deși impactul acestui sector este marginal, el poate fi luat în calcul pe fondul sporirii tranzacțiilor imobiliare cu clădiri istorice, de patrimoniu.

Având în vedere faptul că, exceptând muzeele, bibliotecile și arhivele, activitatea celorlalte sectoare este determinată de mai mulți factori, următorul pas a fost alegerea ponderii activităților economice de mai sus la contribuția economică a patrimoniului cultural. Următorul tabel prezintă procentele de alocare a activităților economice din cadrul studiului ESPON și procentele alese pentru prezentul studiu. Se observă că procentele din studiul actual sunt mai mici decât din cele ale studiului ESPON, deoarece s-a ales o **abordare prudentială**, bazată pe lipsa de date care să fundamenteze în mod coerent respectivele procente.

Tabelul 2. Lista detaliată a codurilor CAEN și factori de alocare

| Cod CAEN relevant |                                                                                                        | % Alocare studiu EPSON | % Alocare studiu prezent |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|
| 7111              | Activități de arhitectură                                                                              | 10%                    | 5%                       |
| 7112              | Activități de inginerie și consultanță tehnică legate de acestea                                       | 10%                    | 5%                       |
| 9101              | Activități ale bibliotecilor și arhivelor                                                              | 100%                   | 100%                     |
| 9102              | Activități ale muzeelor                                                                                | 100%                   | 100%                     |
| 9103              | Gestionarea monumentelor, clădirilor istorice și a altor obiective de interes turistic                 | 100%                   | 100%                     |
| 55                | Hoteluri și alte facilități de cazare                                                                  | 30%                    | 15%                      |
| 56                | Restaurante și alte activități de servicii de alimentație                                              | 30%                    | 15%                      |
| 43                | Lucrări speciale de construcții                                                                        | 10%                    | 5%                       |
| 631               | Activități ale portalurilor web, prelucrarea datelor, administrarea paginilor web și activități conexe | 0,5%                   | 0,5%                     |
| 681               | Cumpărarea și vânzarea de bunuri imobiliare proprii                                                    | 10%                    | 1%                       |

**Indicatorii** utilizați în analiza economică sunt următorii:

- Valoarea adăugată brută;
- Numărul mediu de angajați;
- Cifra de afaceri;
- Profitul net și profitabilitatea;
- Imobilizări financiare.

**Sursa datelor** o reprezintă Institutul Național de Statistică din România (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/> ), prin utilizarea componentei B.12 Întreprinderi, mai exact B.12.1 Statistica Întreprinderilor - INT109C - Principalii indicatori economici și financiari ai întreprinderilor cu activitate principală de industrie, construcții, comerț și servicii de piață CAEN Rev.2 și clase de mărime. S-a ales un interval de timp pe termen lung, respectiv cinci ani, considerat a fi suficient și semnificativ pentru această analiză. Mai exact a fost ales intervalul de timp 2018-2022 (ultimul an pentru care datele au fost disponibile).

Intervalul de timp este important deoarece surprinde și situația ante și post COVID-19, respectiv cum au fost afectate sectoarele economice alese pentru analiză de către pandemie, care a condus la o contractare generală a economiei mondiale.

Trebuie menționată o **importantă notă metodologică pentru acest studiu**: când este menționat un anumit sector de activitate economică împreună cu valorile indicatorilor financiari aferenți (ex. cifra de afaceri a turismului sau numărul mediu de angajați din arhitectură), este vorba, de fapt, despre valoarea respectivului sector generată de către patrimoniul cultural material, valoare care este obținută prin aplicarea factorilor de ajustare menționați. Ca atare, nu este calculată valoarea întregului sector de activitate, ci doar cea parte atribuibilă ca urmare a conservării, consolidării și punerii în valoare a patrimoniului.

## 4. Rezultatele analizei contribuției economice a patrimoniului cultural material

### 4.1 Valoarea adăugată brută (VAB)

Valoarea adăugată brută (VAB) este unul dintre cei mai importanți indicatori economico-financiari, deoarece arată care este aportul unui sector sau domeniu de activitate după utilizarea resurselor interne (sau costul bunurilor interne folosite în procesul de producție a bunurilor și serviciilor). VAB este sursa de generare a produsului intern brut (PIB) la nivel național. VAB este esențială pentru analiza economică, oferind o imagine clară a contribuției economice a unei activități.

Rezultatele privind valoarea adăugată brută din cadrul prezentei cercetări sunt prezentate în tabelul următor. Datele indică o creștere substanțială a VAB total pentru sectoarele analizate: de la 2,0 miliarde lei în anul 2018 la 3,7 miliarde lei în anul 2022. Din punct de vedere structural, sectoarele economice cu cea mai mare contribuție sunt turismul (cazări plus alimentație publică), care a înregistrat 2,1 miliarde lei în anul 2022, urmat de construcții speciale împreună cu arhitectura și proiectarea, care au contribuit cu 1,3 miliarde lei în același an.

Dacă luăm în considerare perioada de impact a crizei sanitare COVID-19, se observă un declin semnificativ în anul 2021, respectiv o scădere cu aproximativ 24% comparativ cu cei doi ani anteriori. În anul 2020 a avut loc o stagnare, dar acest lucru este relativ, deoarece turismul a avut de suferit aproximativ 7-8 luni din cadrul acestui an (pandemia a izbucnit în februarie 2020 în Europa, iar închiderea graduală a unităților de turism a avut loc în luna aprilie). Ca atare, se poate spune că în realitate și anul 2020 a fost influențat în mod negativ de acest fenomen global.

Totuși, un alt rezultat interesant este o oarecare reziliență a acestor industrii în perioada COVID-19. Scăderea puternică a turismului în anul 2021 față de anul 2019 a fost contrabalansată de creșterea activității în arhitectură și proiectare, în timp ce construcțiile speciale au înregistrat un declin de numai 14% în anul cu cel mai mare impact negativ (anul 2021).

În ceea ce privește anul 2022, se observă un reviriment extraordinar, valoarea indicatorului VAB fiind de 3,7 miliarde lei, depășind anul 2019 (anul dinainte de pandemie) cu 37%.

Tabelul 3. Evoluția valorii adăugate brute în perioada 2018-2022

| Sector                                                                                      | 2018        | 2019        | 2020        | 2021        | 2022        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 7111 Activități de arhitectură                                                              | 39.948.822  | 45.186.166  | 58.422.433  | 56.232.210  | 74.846.591  |
| 7112 Activități de inginerie și consultanță tehnică legate de acestea                       | 194.846.621 | 277.750.191 | 297.923.869 | 302.179.664 | 415.914.803 |
| 9101 Activități ale bibliotecilor și arhivelor                                              | 94.455.832  | 126.669.479 | 152.170.117 | 132.593.469 | 193.059.999 |
| 9102 Activități ale muzeelor                                                                | n.s.        | n.s.        | n.s.        | n.s.        | 2.392.997   |
| 9103 Gestionarea monumentelor, clădirilor istorice și a altor obiective de interes turistic | 50.153.385  | 67.111.951  | 51.950.898  | 39.169.060  | 60.616.162  |

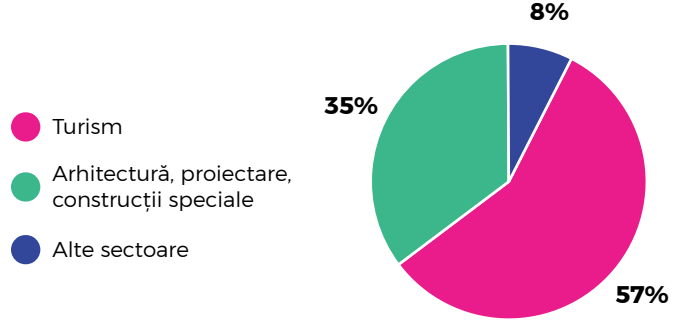
### 30 Rezultatele analizei contribuției economice a patrimoniului cultural material

| Sector                                                                                                     | 2018          | 2019          | 2020          | 2021          | 2022          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 55 Hoteluri și alte facilități de cazare                                                                   | 515.388.773   | 656.919.234   | 525.405.762   | 334.910.886   | 718.110.621   |
| 56 Restaurante și alte activități de servicii de alimentație                                               | 804.412.338   | 1.045.499.668 | 994.948.386   | 663.066.795   | 1.405.749.321 |
| 43 Lucrări speciale de construcții                                                                         | 379.355.799   | 517.754.784   | 658.109.100   | 569.101.184   | 814.958.230   |
| 631 Activități ale portalurilor web, prelucrarea datelor, administrarea paginilor web și activități conexe | 5.859.329     | 6.713.137     | 10.031.089    | 8.580.838     | 12.176.710    |
| 681 Cumpărarea și vânzarea de bunuri imobiliare proprii                                                    | 10.222.081    | 15.429.575    | 12.002.451    | 15.191.929    | 13.306.906    |
| Total                                                                                                      | 2.094.642.980 | 2.759.034.183 | 2.760.964.105 | 2.121.026.035 | 3.711.132.340 |

A fost realizată și o analiză a sensibilității datelor, respectiv care sunt valorile indicatorului VAB dacă se utilizează factorii de conversie din cadrul studiului ESPON. După cum am menționat în capitolul anterior, prezentul studiu folosește o abordare prudentială – în sensul utilizării unor factori de conversie mai mici decât cei din studiul amintit. Utilizarea aceluiași factori ar conduce la rezultate superioare, respectiv 3,0 miliarde lei în anul 2018 și 7,3 miliarde lei în anul 2022. La o valoare VAB în prețuri la nivel de 2022 de 1.302,8 miliarde lei<sup>6</sup>, contribuția economică a patrimoniului cultural material este de 0,5%.

Având în vedere evoluția diferită a sectoarelor de activitate luate în calcul, a fost realizată o grupare a celor cu cea mai importantă contribuție economică, respectiv turismul (format din cazare și alimentație publică) și arhitectura împreună cu proiectarea și lucrările de construcții speciale. Restul activităților au fost încadrate ca “alte sectoare”. În graficul de mai jos se observă ponderile acestor sectoare în anul 2022. Ponderea VAB în turism este de 57,2% în anul 2022, scăzând cu cca. 4,5% față de 2018. Arhitectura, proiectarea și construcțiile speciale au deținut 35,2% din total, ponderea lor în 2018 fiind de 29,3%.

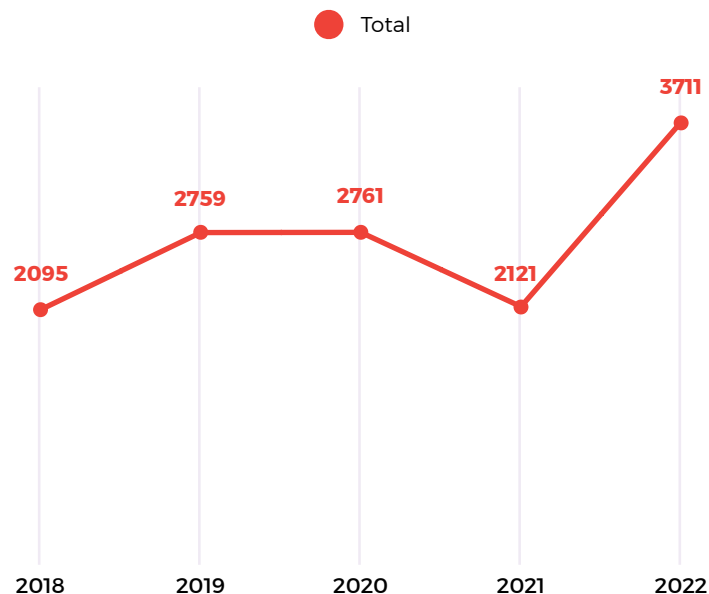
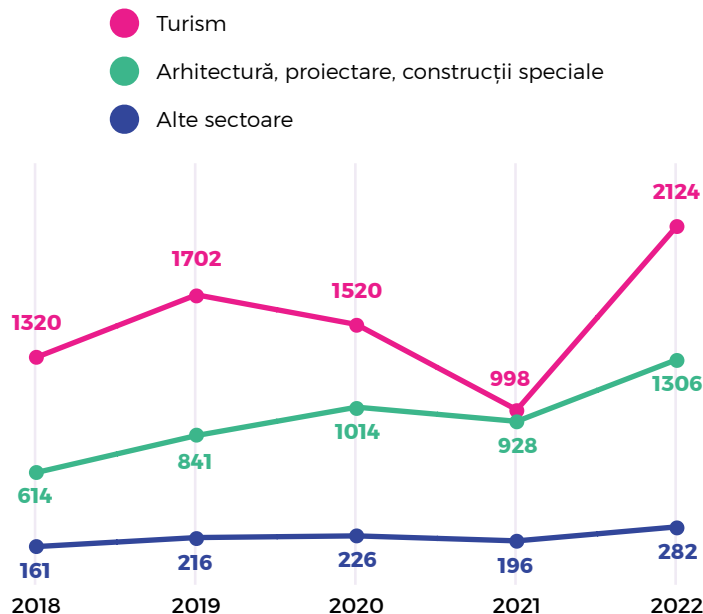
Graficul 1. Ponderea deținută de VAB a principalelor sectoare de activitate în VAB total patrimoniu în anul 2022



A fost realizat un grafic de evoluție pe perioada de analiză. Se observă faptul că total VAB patrimoniu cultural a fost influențat substanțial în anul 2021 de către turism (curbele au aceeași evoluție în grafic). Arhitectura, proiectarea și construcțiile speciale au avut o curbă ascendentă (o foarte mică reducere în 2021), iar celelalte sectoare au avut o evoluție lineară. Acest lucru a atenuat căderea mai abruptă a VAB patrimoniu cultural. Turismul a scăzut cu aprox. 35% în 2021 față de 2020, iar total sectoare analizate cu aprox. 24%, indicând impactul pozitiv al celorlalte sectoare.

6 Proiecția principalilor indicatori macroeconomici în perioada 2024-2028, Ediția de toamnă, <https://cnp.ro/wp-content/uploads/2024/12/Proгноza-de-TOAMNA-2024-2028.pdf>.

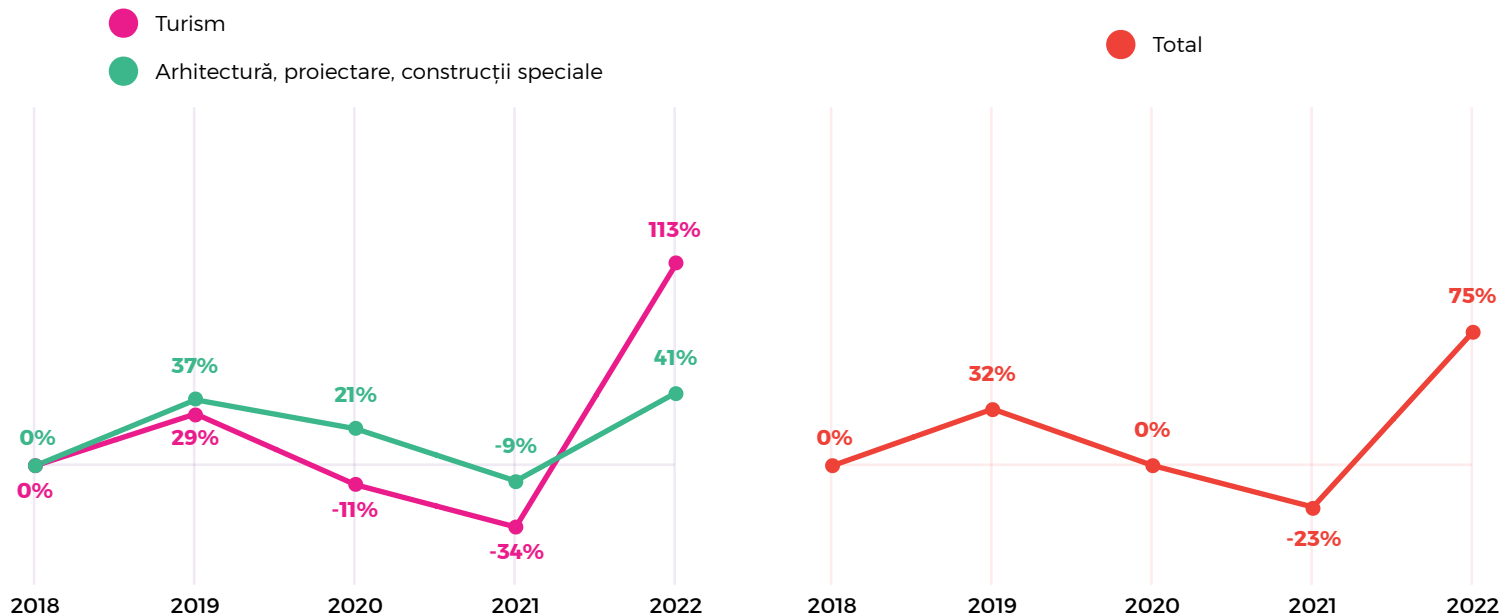
Graficul 2. Evoluția VAB a principalelor sectoare în perioada 2018-2022 (milioane lei)



Graficul de mai jos arată dinamica principalelor sectoare economice grupate așa cum am precizat. Dinamica se referă la evoluția anuală (calculule fiind realizate de la an la an). Se observă impactul pandemiei COVID-19, în sensul că rata de creștere anuală a fost negativă pentru turism în 2020 și 2021. Un rezultat interesant este dat de faptul că arhitectura, proiectarea și construcțiile speciale au înregistrat o încetinire

a ratei de creștere în anul 2020, dar pozitivă comparativ cu anul 2019. Aceasta face ca rata de creștere anuală a VAB total patrimoniu să fie 0,1% în acest an. După sfârșitul pandemiei și reluarea activităților în condiții normale, turismul cunoaște un revirement remarcabil, care împreună cu celelalte sectoare de activitate duce la o creștere cu 75% a VAB total patrimoniu în acest an, comparativ cu 2021.

Graficul 3. Dinamica VAB pentru principalele sectoare în perioada 2018-2022



### 4.2 Forța de muncă

Forța de muncă este reprezentată de numărul mediu de angajați din cadrul entităților ce formează sectoarele de activitate analizate. Este bine cunoscut faptul că o creștere a activității are ca efect benefic crearea de noi oportunități, printre care și crearea de locuri de muncă sustenabile, care are ca efect reducerea ratei șomajului sau menținerea acesteia la o valoare redusă la nivelul economiei naționale.

Forța de muncă în sectoarele de analiză a crescut cu aproximativ 1.400 angajați în perioada 2018-2022, ceea ce înseamnă o creștere de 4%. Rezultatul trebuie însă interpretat cu prudență, deoarece, așa cum am menționat la capitolul de metodologie, aproape toată activitatea muzeelor și bibliotecilor se derulează în sectorul public, care nu întocmește

situații financiare de sinteză. Ca atare, numărul de angajați din sectorul public nu este reflectat în tabelul de mai jos.

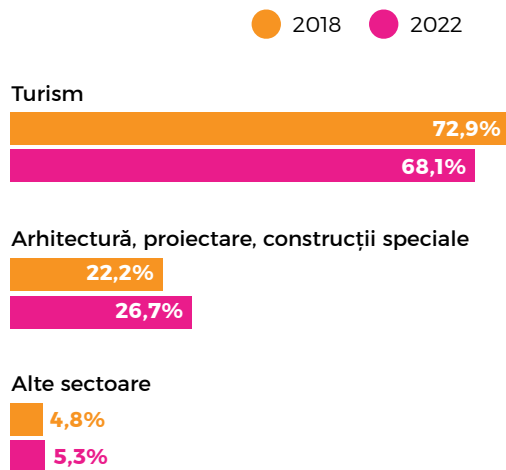
Un rezultat care merită menționat este faptul că numărul mediu de angajați din turism nu a avut un reviriment în 2022, așa cum a fost cazul valorii adăugate brute. Numărul mediu de angajați în acest sector a fost de 27.798 persoane în 2019 și respectiv 26.897 în 2022, ceea ce înseamnă că turismul a înregistrat o creștere mare a VAB cu un număr mai redus de angajați.

Criza globală generată de pandemia COVID-19 a avut un impact negativ asupra forței de muncă, aceasta scăzând cu cca. 1.400 angajați în doi ani consecutivi (2019 și 2020). Numărul de angajați în 2022 nu a ajuns la nivelul din 2019, din cauza diminuării locurilor de muncă în turism, în special în unitățile de cazare.

Tabelul 4. Evoluția numărului mediu de angajați în perioada 2018-2022

| Sector                                                                                                     | 2018          | 2019          | 2020          | 2021          | 2022          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 7111 Activități de arhitectură                                                                             | 469           | 520           | 559           | 541           | 594           |
| 7112 Activități de inginerie și consultanță tehnică legate de acestea                                      | 2.129         | 2.218         | 2.419         | 2.290         | 2.600         |
| 9101 Activități ale bibliotecilor și arhivelor                                                             | 1.290         | 1.566         | 1.562         | 1.504         | 1.572         |
| 9102 Activități ale muzeelor                                                                               | 30            | 34            | 17            | 17            | 27            |
| 9103 Gestionarea monumentelor, clădirilor istorice și a altor obiective de interes turistic                | 433           | 478           | 404           | 417           | 380           |
| 55 Hoteluri și alte facilități de cazare                                                                   | 7.526         | 7.674         | 6.197         | 6.293         | 6.692         |
| 56 Restaurante și alte activități de servicii de alimentație                                               | 20.273        | 20.936        | 18.904        | 18.818        | 20.205        |
| 43 Lucrări speciale de construcții                                                                         | 5.867         | 6.363         | 7.253         | 6.849         | 7.345         |
| 631 Activități ale portalurilor web, prelucrarea datelor, administrarea paginilor web și activități conexe | 60            | 58            | 62            | 59            | 68            |
| 681 Cumpărarea și vânzarea de bunuri imobiliare proprii                                                    | 34            | 30            | 25            | 25            | 25            |
| <b>Total</b>                                                                                               | <b>38.110</b> | <b>39.877</b> | <b>37.402</b> | <b>36.812</b> | <b>39.509</b> |

Graficul 4. Ponderea deținută de forța de muncă a principalelor sectoare de activitate din domeniul patrimoniului în anii 2018 și 2022



Sectoarele de activitate au fost grupate ca în cazul VAB: turism; arhitectură, proiectare și construcții speciale; alte sectoare. Graficul de mai jos indică ponderile deținute în anii 2018 și 2022. Ponderea cea mai mare este deținută de către turism cu 68% în 2022. Totuși, această pondere scade cu aproape 5% comparativ cu 2018, iar arhitectura, proiectarea și construcțiile speciale cresc până aproape la 27% din total. Din punct de vedere valoric, aceste sectoare au depășit 10.500 angajați în 2022 față de cca. 8.400 angajați în 2018 (o creștere de aproape 25%)

De remarcat faptul că, dacă ar fi aplicați factorii de conversie din studiul ESPON<sup>7</sup>, numărul total de angajați din sectoarele analizate ar ajunge la peste 77.000 angajați în anul 2022.

<sup>7</sup> Measuring economic impact of cultural heritage - approaches and challenges, studiu în cadrul proiectului ESPON co-finanțat de UE, 2020, p. 14 . Link: <https://www.espon.eu/working-paper-cultural-heritage>

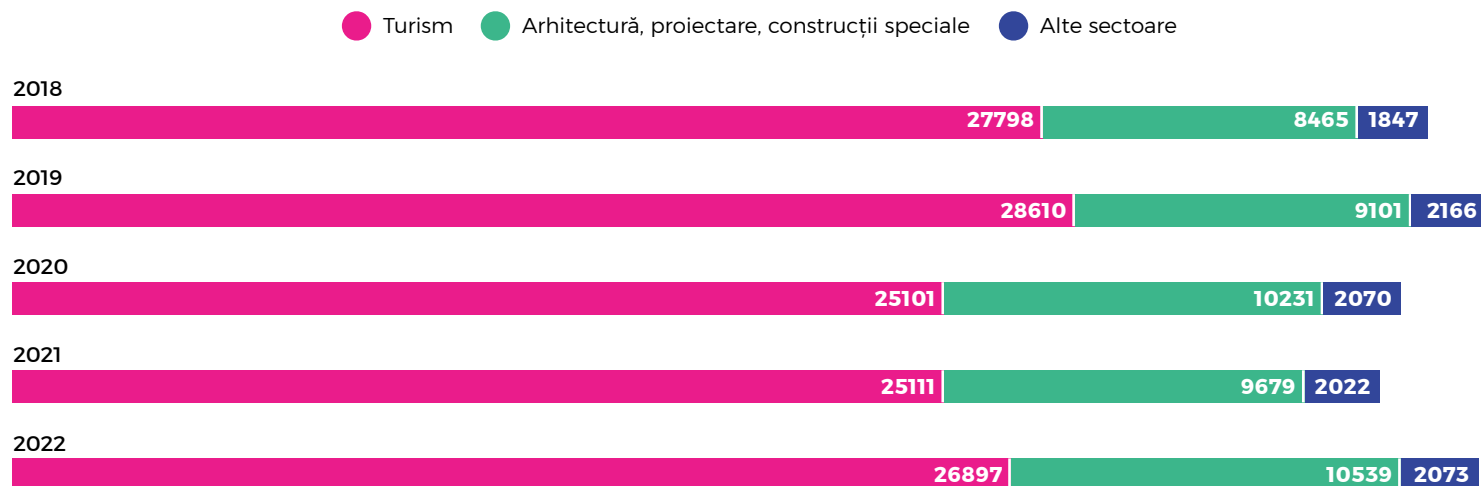
## 34 Rezultatele analizei contribuției economice a patrimoniului cultural material

Creșterea ușoară a numărului mediu de angajați este datorată creșterii angajării în sectoarele arhitectură, proiectare și construcții speciale, lucru reliefat și în graficul de mai jos, în timp ce personalul din cadrul turismului rămâne la un nivel anterior anului 2019, similar anului 2018.

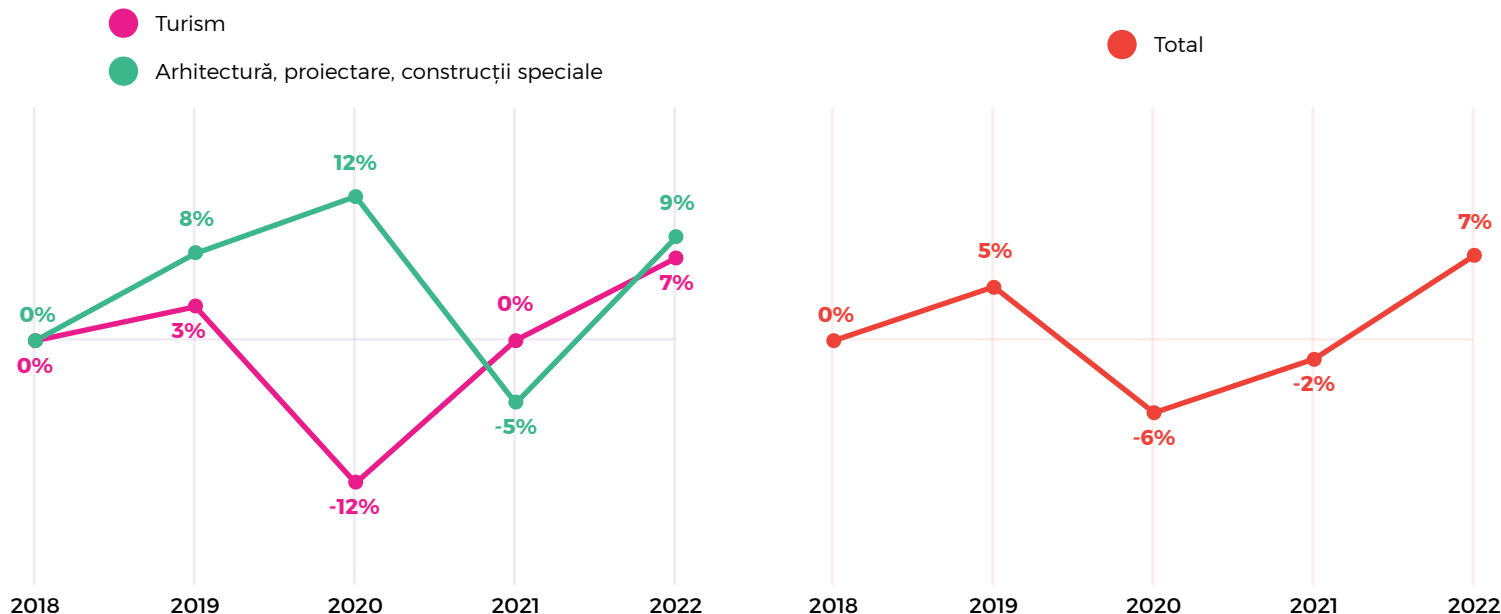
Dacă în anul 2019 s-a înregistrat o dinamică pozitivă pentru toate sectoarele de activitate, în anul 2020 s-a înregistrat un recul semnificativ în sectorul turismului atras de către patrimoniul cultural material. Aceasta a făcut ca forța de

muncă din întreg sectorul care face obiectul prezentei cercetări să înregistreze o scădere în anul 2020. În același timp, se constată o creștere a forței de muncă în sectoarele arhitectură, proiectare și construcții speciale în acest an, după care urmează o scădere în 2021. În anul 2022 are loc o dinamică pozitivă pentru toate sectoarele de activitate. Creșterea cu 8,9% a arhitecturii, proiectării și construcțiilor speciale, precum și cea a turismului cu 7,1% conduce la creșterea forței de muncă a eșantionului total cu 7,3%.

**Graficul 5. Evoluția forței de muncă a principalelor sectoare de activitate**



Graficul 6. Dinamica forței de muncă pentru principalele sectoare în perioada 2018-2022



### 4.3 Cifra de afaceri

Cifra de afaceri arată vânzările de bunuri și servicii generate de entitățile care activează în sectoarele de activitate economică ce sunt incluse în prezentul studiu de cercetare. Indicatorul indică potențialul de dezvoltare a acestora și este prima sursă de creare de flux de numerar și capital pentru societăți comerciale.

Cifra de afaceri a crescut în termeni nominali de la 5,5 miliarde lei în anul 2018 la 9,2 miliarde lei în anul 2022, ceea ce înseamnă o creștere cu 68,1% în cei 5 ani de analiză.

Din punct de vedere al impactului pandemiei de COVID-19, se remarcă o creștere a cifrei de afaceri în anul 2020 comparativ cu anul 2019. Scăderea cifrei de afaceri pentru activități ale muzeelor, de gestionare a monumentelor

istorice și pentru activitățile de cazare (spații închise aproape în totalitate în perioada de pandemie) a fost compensată de creșterea activităților în celelalte sectoare, în special în domeniul construcțiilor de specialitate (+63,1%).

În anul 2021 însă, toate sectoarele de activitate analizate au înregistrat o scădere a cifrei de afaceri cu aproape 1,6 miliarde lei în termeni nominali, comparativ cu anul 2020. Cele mai mari scăderi s-au înregistrat în activitățile de cazare (-29%) și de alimentație publică (-30%) și ale portalurilor web, prelucrarea datelor, administrarea paginilor web (-24%). În ceea ce privește ultima activitate, scăderea poate fi pusă într-o anumită măsură scăderii volumului de rezervări online pentru serviciile de cazare și servire a meselor. Cele mai mici scăderi au fost înregistrate în domeniul tranzacțiilor imobiliare (-4%), arhitecturii (-10%) și proiectării inginerești (-10%).

## 36 Rezultatele analizei contribuției economice a patrimoniului cultural material

În anul 2022 are loc un reviriment pentru toate sectoarele de activitate, cea mai mare creștere înregistrându-se în sectorul activităților muzeelor, rezultat corelat cu redeschiderea

spațiilor respective (+173%). Acest sector este urmat de către activitățile de cazare (+100%) și de alimentație publică (+96%).

Tabelul 5. Evoluția cifrei de afaceri în perioada 2018-2022

| Sector                                                                                                     | 2018          | 2019          | 2020          | 2021          | 2022          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 7111 Activități de arhitectură                                                                             | 83.610.803    | 94.686.437    | 110.208.423   | 98.783.518    | 137.136.323   |
| 7112 Activități de inginerie și consultanță tehnică legate de acestea                                      | 492.477.802   | 585.542.244   | 662.300.011   | 597.220.664   | 839.769.460   |
| 9101 Activități ale bibliotecilor și arhivelor                                                             | 159.634.490   | 195.792.280   | 258.979.302   | 210.867.180   | 313.728.628   |
| 9102 Activități ale muzeelor                                                                               | 2.754.577     | 2.929.421     | 2.499.415     | 2.158.232     | 5.907.909     |
| 9103 Gestionarea monumentelor, clădirilor istorice și a altor obiective de interes turistic                | 79.182.471    | 96.214.881    | 75.297.962    | 61.381.967    | 100.021.982   |
| 55 Hoteluri și alte facilități de cazare                                                                   | 1.030.485.839 | 1.243.213.713 | 1.055.299.529 | 747.963.982   | 1.493.707.139 |
| 56 Restaurante și alte activități de servicii de alimentație                                               | 2.470.650.183 | 2.947.961.076 | 3.015.804.232 | 2.103.117.578 | 4.131.000.028 |
| 43 Lucrări speciale de construcții                                                                         | 1.156.432.426 | 1.362.778.415 | 1.787.635.322 | 1.512.832.780 | 2.192.780.765 |
| 631 Activități ale portalurilor web, prelucrarea datelor, administrarea paginilor web și activități conexe | 11.242.746    | 13.283.663    | 21.669.128    | 16.443.780    | 26.817.603    |
| 681 Cumpărarea și vânzarea de bunuri imobiliare proprii                                                    | 32.133.760    | 38.782.230    | 34.256.868    | 32.809.250    | 36.393.620    |
| Total                                                                                                      | 5.518.605.098 | 6.581.184.360 | 7.023.950.192 | 5.383.578.933 | 9.277.263.456 |

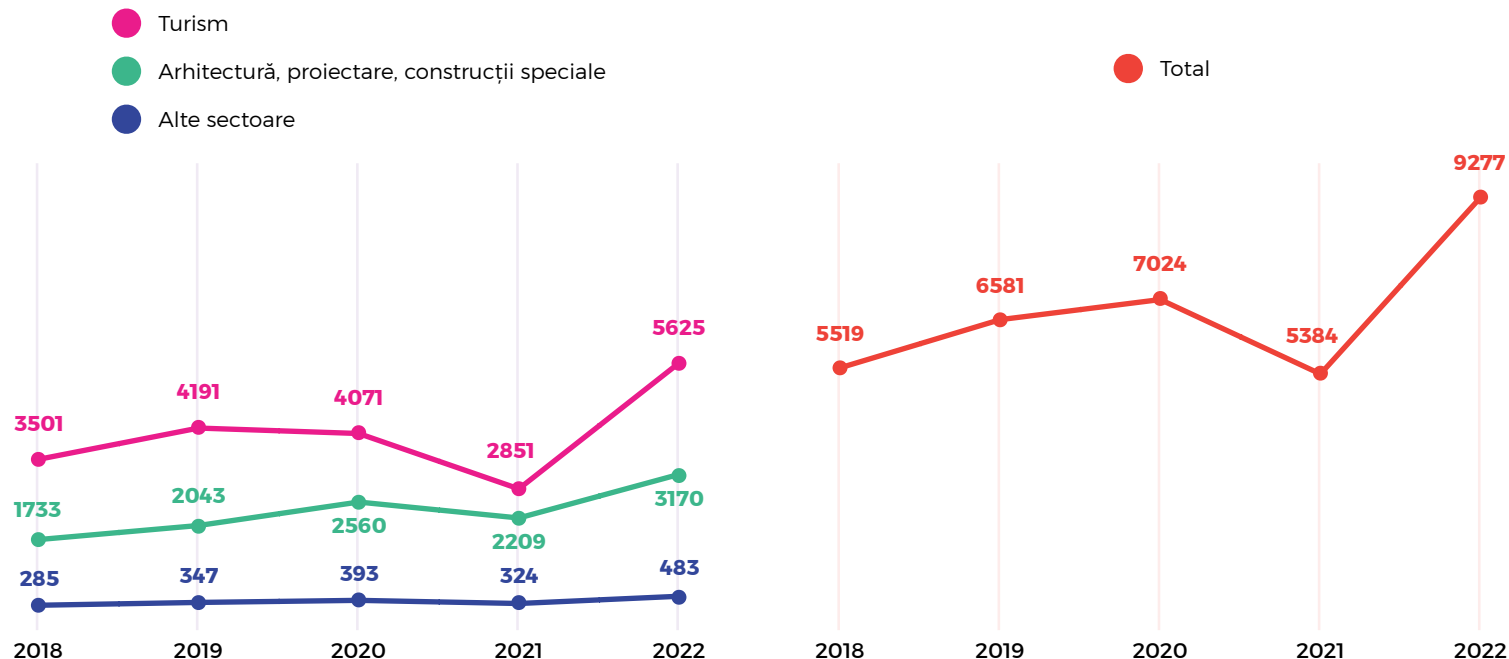
Ca și în cazul celorlalți doi indicatori analizați (VAB și forța de muncă), utilizarea factorilor de ajustare din studiul ESPON conduce la valori superioare ale cifrei de afaceri, respectiv 11 miliarde lei în anul 2018 și 18,4 miliarde lei în anul 2022.

Evoluția cifrei de afaceri pe principalele sectoare de activitate este similară celei a valorii adăugate brute. Scăderea abruptă a cifrei de afaceri din sectorul turismului atras de patrimoniul cultural material are o influență deosebită asupra cifrei de afaceri totale. Activitățile de arhitectură, proiectare și construcții speciale au înregistrat,

de asemenea, o scădere în acest an. Celelalte sectoare au o pondere relativ mică în total (între 5-6%) și ca atare au un impact redus asupra sumei totale.

În anul 2022, toate sectoarele de activitate au înregistrat o revenire substanțială, ceea ce a făcut ca totalul cifrei de afaceri să crească la peste 9,2 miliarde, lei comparativ cu 5,3 miliarde lei în anul precedent.

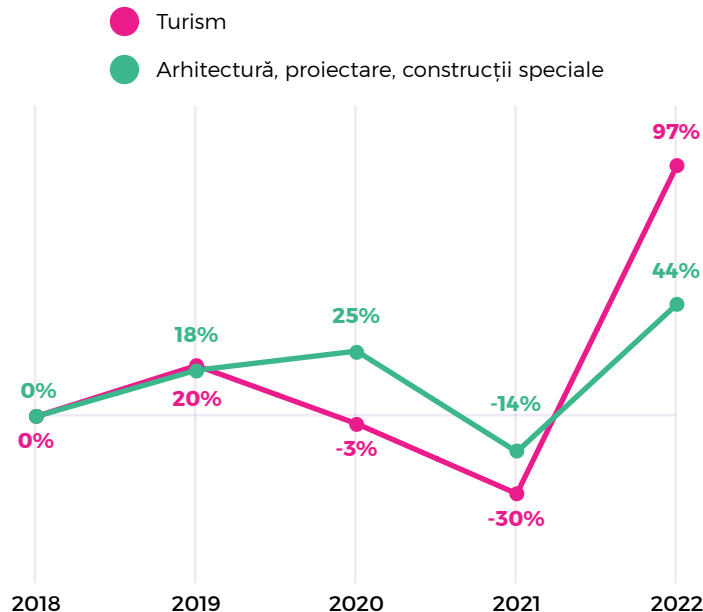
Graficul 7. Evoluția cifrei de afaceri a principalelor sectoare de activitate (milioane lei)



În anul 2019 toate sectoarele de activitate analizate au o dinamică anuală pozitivă, iar cifra de afaceri totală a crescut cu peste 19%, comparativ cu anul precedent. În 2020, a existat o reziliență la criza pandemică, rata de creștere fiind încă pozitivă. Scăderea din turism a fost compensată cu creșterea cu 25% a arhitecturii, proiectării și construcțiilor speciale. În 2021, toate sectoarele intră în declin, în special turismul (-30%) și, ca impact, cifra de afaceri totală pierde în acest an aproape toată creșterea înregistrată în cei 2 ani anteriori. Odată cu sfârșitul pandemiei, activitățile sunt în revenire cu o dublare a cifrei de afaceri în turism și o creștere a arhitecturii, proiectării și construcțiilor speciale cu cca. 43%.

Rata medie anuală de creștere a turismului în perioada 2018-2022 a fost de 21%, iar cea a arhitecturii, proiectării și construcțiilor speciale de peste 18%. Valorile sunt apropiate între cele două sectoare mari, diferența dintre ele fiind dată de dinamica diferită în perioada COVID-19 și post-COVID-19. În cazul turismului mai poate fi menționat că acest sector a realizat o creștere a cifrei de afaceri în 2022 cu un personal mai redus decât cel înregistrat în perioada ante-COVID-19.

Graficul 8. Dinamica cifrei de afaceri pentru principalele sectoare în perioada 2018-2022



#### 4.4 Profitul brut, profitabilitatea și productivitatea muncii

Profitul brut reprezintă diferența dintre veniturile totale obținute din vânzarea bunurilor sau serviciilor și costurile directe asociate acestor vânzări (cum ar fi costurile materiilor prime și ale manoperei). Se calculează ca diferență între veniturile totale și costurile totale ale companiei. Profitul brut este important deoarece:

- Măsoară rentabilitatea activităților principale, indicând cât de eficient își gestionează o companie producția și vânzările.
- Este Indicator pentru decizii financiare, ajutând managerii să înțeleagă dacă activitatea de bază a

companiei este profitabilă și dacă trebuie ajustate prețurile, costurile sau volumele de vânzări.

- Reprezintă un fundament pentru calcularea altor indicatori financiari, fiind astfel baza pentru calcularea profitului operațional, profitului net și a marjei de profit brut.

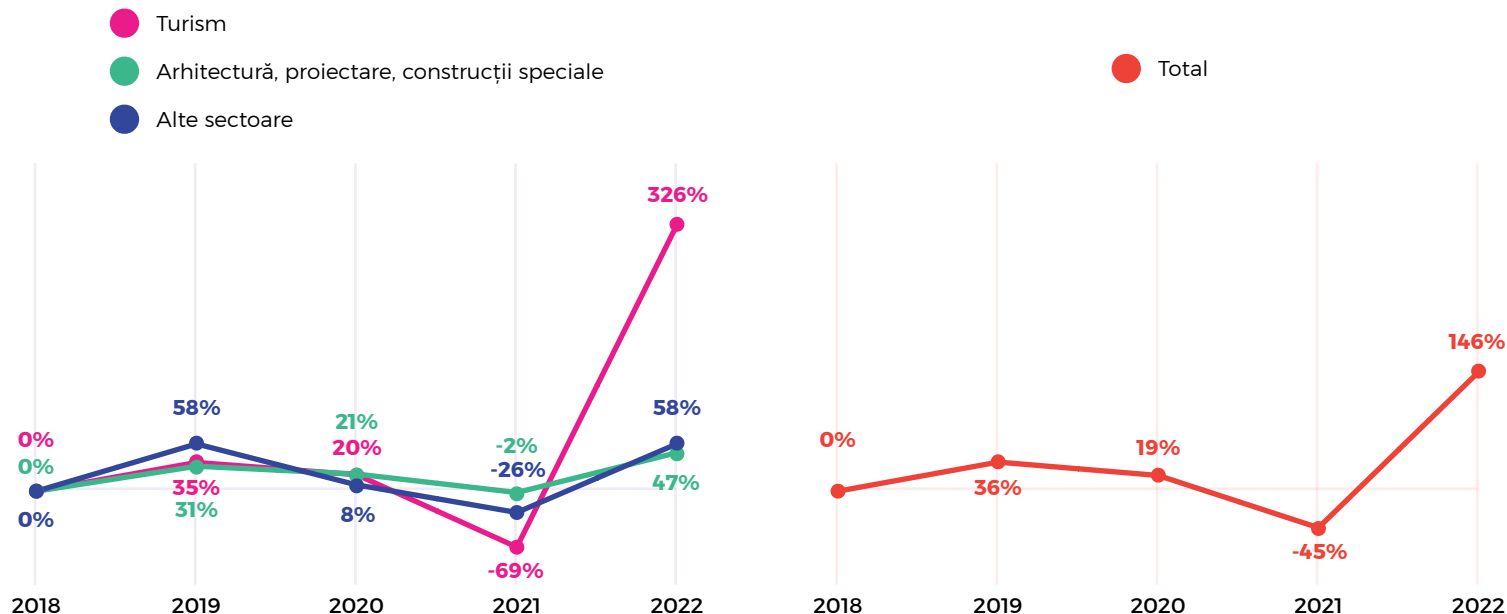
Profitul brut calculat pentru sectoarele de activitate ce fac obiectul acestui studiu este prezentat în tabelul de mai jos. Evoluția acestui indicator financiar a fost una deosebită, cu o creștere de la 751,5 milioane lei în anul 2018 la 1.650,9 milioane lei în anul 2022. Toate sectoarele analizate au avut o evoluție foarte bună a profitului brut, cea mai mare pondere fiind deținută de către sectorul turismului. Acesta a avut cel mai mult de suferit în perioada pandemiei, când a avut loc o scădere abruptă, dar și o revenire rapidă și spectaculoasă în anul 2022.

Tabelul 6. Evoluția profitului brut în perioada 2018-2022 (milioane lei)

| Sector                                        | 2018  | 2019    | 2020    | 2021  | 2022    |
|-----------------------------------------------|-------|---------|---------|-------|---------|
| Turism                                        | 459,1 | 620,5   | 745,6   | 234,8 | 1.000,8 |
| Arhitectură, proiectare, construcții speciale | 231,7 | 302,6   | 366,1   | 360,1 | 529,8   |
| Alte sectoare                                 | 60,6  | 95,7    | 103,1   | 76,2  | 120,3   |
| Total                                         | 751,5 | 1.018,8 | 1.214,8 | 671,0 | 1.650,9 |

Evoluția profitului brut a fost asemănătoare pentru intervalul de timp analizat, respectiv o creștere în anul 2019 față de anul 2018, o scădere în anul 2021 ca efect al pandemiei și o revenire în anul 2022. După o scădere cu 68,5% în anul 2021, turismul a avut o creștere de 326,3% în anul 2022.

Graficul 9. Dinamica profitului brut pentru principalele sectoare în perioada 2018-2022



În ceea ce privește profitabilitatea sau eficiența activităților economice, analiza s-a efectuat prin prisma a doi indicatori:

1. Raportul dintre profitul brut și cifra de afaceri (indicator de profitabilitate);
2. Raportul dintre valoarea adăugată brută și numărul de angajați (indicator de productivitate a muncii).

Profitabilitatea a înregistrat niveluri bune în această perioadă, cu un ușor declin în anul 2021. Față de anul 2018, în anul 2022 acest indicator a crescut cu peste 4%, toate sectoarele contribuind la acest rezultat. Impactul pandemiei s-a resimțit în sectorul turismului (rezultat așteptat de altfel), în timp ce arhitectura, proiectarea și construcțiile speciale au cunoscut o ușoară creștere. Pentru aceste sectoare, rezultatul este explicat prin faptul că activitatea economică nu a fost

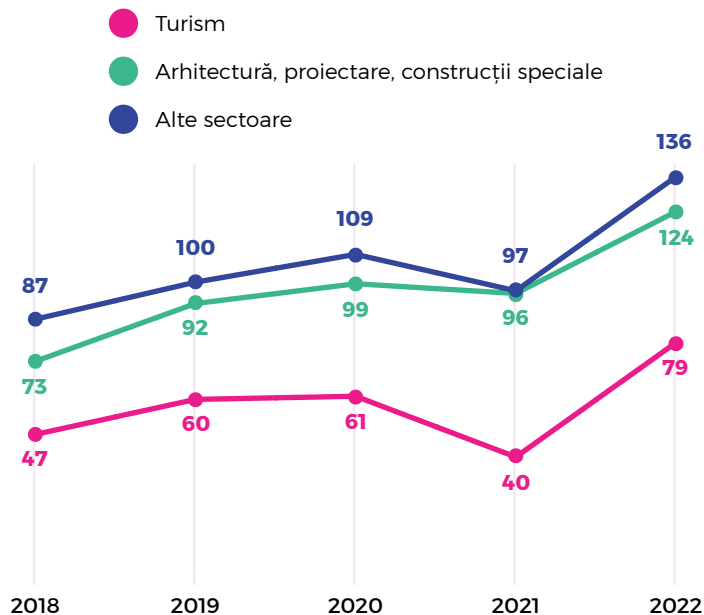
stopată. În timp ce activitățile de arhitectură și proiectare s-au derulat în mare parte de la birou sau de la domiciliu, lucrările de construcții au cunoscut o relativă continuitate, șantierele nefiind închise în această perioadă.

Tabelul 7. Raportul dintre profitul brut și cifra de afaceri (%)

| Sector                                        | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  |
|-----------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Turism                                        | 13,1% | 14,8% | 18,3% | 8,2%  | 17,8% |
| Arhitectură, proiectare, construcții speciale | 13,4% | 14,8% | 14,3% | 16,3% | 16,7% |
| Alte sectoare                                 | 21,3% | 27,6% | 26,2% | 23,5% | 24,9% |
| Total                                         | 13,6% | 15,5% | 17,3% | 12,5% | 17,8% |

Productivitatea muncii, ca raport între cifra de afaceri și numărul mediu de angajați (mii lei/angajat) a avut o creștere de 171% în 2022 față de 2018. Cea mai mare creștere s-a înregistrat în sectorul arhitecturii, proiectării și construcțiilor speciale (+171%), în timp ce cel mai ridicat nivel al productivității muncii s-a înregistrat în alte sectoare, respectiv 136 mii lei/angajat în anul 2022. Cel mai stabil sector în perioada pandemică a fost cel al arhitecturii, proiectării și construcțiilor speciale, productivitatea muncii scăzând cu doar 3,4% în 2021 față de 2020. Prin comparație, productivitatea muncii în sectorul turismului a scăzut cu 34,4% în perioada respectivă. Acest sector are cea mai scăzută productivitate a muncii, așa cum reiese și din graficul de mai jos.

Graficul 10. Dinamica productivității muncii pentru principalele sectoare în perioada 2018-2022 (mii lei/angajat)



## 4.5 Numărul de firme și investițiile nete

Numărul de firme a crescut cu aproximativ 120% în 2022 față de 2018, ajungând la peste 7.500 companii. Dinamica cea mai mare s-a înregistrat în sectorul arhitectură, proiectare și construcții speciale, respectiv +130%. Față de anul 2020, în 2021 a avut loc o ușoară diminuare în sectorul turismului (-3,4%) și arhitecturii, proiectării și construcțiilor speciale (-6,9%), ca efect al pandemiei de COVID-19. În 2022, și pentru acest indicator, s-a înregistrat un reviriment remarcabil, numărul total de firme crescând cu 9,5% comparativ cu anul precedent, ceea ce indică un potențial de supraviețuire pe piață în condiții nefavorabile.

Tabelul 8. Dinamica numărului de firme în perioada 2018-2022

| Sector                                        | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  |
|-----------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Turism                                        | 4.077 | 4.197 | 4.523 | 4.368 | 4.698 |
| Arhitectură, proiectare, construcții speciale | 1.949 | 2.081 | 2.396 | 2.229 | 2.544 |
| Alte sectoare                                 | 311   | 323   | 331   | 332   | 344   |
| Total                                         | 6.338 | 6.601 | 7.250 | 6.928 | 7.586 |

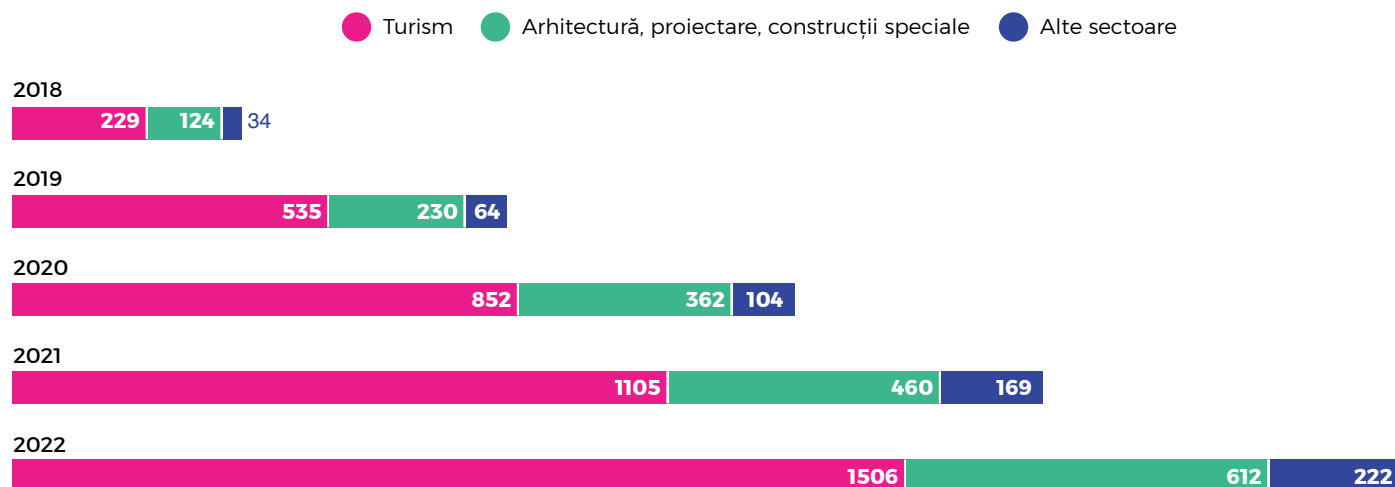
Investițiile în bunuri corporale reprezintă investițiile în toate bunurile corporale pe parcursul perioadei de referință. Sunt incluse doar mijloacele fixe corporale, care au o durată de utilizare mai mare de un an, inclusiv bunuri corporale care nu se produc, cum ar fi terenurile. Pragul duratei de utilizare a unui bun care poate fi capitalizat poate fi mărit conform practicilor contabile ale societății, acolo unde aceste practici impun o durată de utilizare mai mare decât pragul de un an indicat mai sus.

Nivelul investițiilor nete a crescut extrem de mult în perioada analizată, de la 387 milioane lei în 2018 la 2.340 milioane lei în anul 2022. De remarcat faptul că acesta este singurul indicator analizat pentru s-a înregistrat creștere și în perioada pandemiei, de la 1.318 milioane lei în anul 2020 la 1.734 milioane lei în anul 2021. Realizarea de investiții noi în 2021 poate indica faptul că asociații firmelor nu

și-au pierdut entuziasmul și au privit pandemia ca fiind un eveniment de scurtă durată. Realizarea de investiții noi a fost astfel un suport pentru dezvoltarea activității economice și revirimentul său remarcabil din anul 2022.

Creșterea investițiilor a avut loc în toate sectoarele de activitate analizate, iar dinamica lor este una asemănătoare.

**Graficul 11. Dinamica investițiilor nete în perioada 2018-2022 (milioane lei)**



## 5. Concluzii

Scopul acestui studiu a fost de a realiza o cercetare cantitativă asupra impactului economic produs de existența, dezvoltarea și punerea în valoare a patrimoniului cultural material. Metodologia de cercetare a avut la bază studiul ESPON, respectiv studiul *“Measuring economic impact of cultural heritage – approaches and challenges”*<sup>8</sup>. Metodologia a fost ajustată pentru a avea valori prudențiale, pentru a evita supraestimarea rezultatelor.

Rezultatele cercetării reliefează faptul că sectoarele de activitate analizate au avut o evoluție pozitivă în perioada 2018-2022, fiind o sursă de creare de noi locuri de muncă, de dezvoltare a activității economice generale, a antreprenoriatului și a investițiilor. Numărul mediu de angajați a ajuns la 39.500 persoane în 2022, cu aproximativ 4% mai multe comparativ cu anul 2018.

Cifra de afaceri și profitul brut au avut evoluții excelente, cu creșteri de 68,1% pentru primul indicator și respectiv 220% pentru al doilea. Numărul de firme a crescut cu peste 1.200 entități în intervalul de timp analizat, în timp ce investițiile cu crescut cu peste 600%, ajungând la 2.340 milioane lei în anul 2022.

Studiul a analizat și rezultatele înregistrate în perioada pandemiei de COVID-19 și reziliența acestor sectoare la manifestarea unui asemenea fenomen sever. Analiza arată că anul cel mai afectat a fost 2021, în 2020 efectele fiind resimțite în general doar în partea a doua a anului. Pandemia a afectat sectoarele economice, având loc o contractare semnificativă a activității în termeni de cifră de afaceri, angajare, profit și număr de firme. În același timp, în anul 2022, odată cu ridicarea restricțiilor, s-a înregistrat un reviriment deosebit,

indicatorii financiari atingând valori superioare celor din perioada ante-pandemică.

Se remarcă în același timp faptul că valoarea investițiilor nete a crescut în anul 2021 cu 31,5% față de anul 2020, fiind singurul indicator cu această evoluție. Acest lucru poate indica faptul că antreprenorii nu și-au pierdut optimismul privind viitorul afacerilor lor, pregătindu-se pentru perioada post-pandemie. Realizarea de investiții nete în perioada pandemică este un factor important pentru revirimentul deosebit al activității economice din anul 2022.

<sup>8</sup> *Measuring economic impact of cultural heritage - approaches and challenges*, studiu în cadrul proiectului ESPON co-finanțat de UE, 2020.  
Link: <https://www.espon.eu/working-paper-cultural-heritage>

## 6. Bibliografie

1. *Measuring economic impact of cultural heritage - approaches and challenges*, studiu în cadrul proiectului ESPON co-finanțat de UE (ESPON EGTC: 2020), p. 4, 12-14, *Measuring economic impact of cultural heritage - approaches and challenges*, studiu în cadrul proiectului ESPON co-finanțat de UE
2. *TNS Opinion & social, Special Eurobarometer on Cultural Heritage* (2017), p. 4, <https://op.europa.eu/s/n2F2>.
3. *Centre for Economics and Business Research, The heritage sector in England and its impact on the economy - an updated report for Historic England* (London: 2024). p. 13-14, <https://historicengland.org.uk/content/heritage->

# **Aspectele culturale ale agresivității și violenței în spațiul public**

Autori: Marius Mihai Patoi, Alexandru Bratu,  
Adriana Maria Ivan

<https://doi.org/10.61789/CCD.25.03>

INSTITUTUL NAȚIONAL  
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ

**culturadata.ro**



# Cuprins

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. <u>Introducere</u> .....                                                 | 47 |
| 2. <u>Metodologie</u> .....                                                 | 49 |
| 3. <u>Agresivitatea și violența în mass-media, teorii explicative</u> ..... | 50 |
| 4. <u>Agresivitatea și violența în mass-media românească</u> .....          | 58 |
| 5. <u>Violența asupra obiectivelor de patrimoniu</u> .....                  | 67 |
| 6. <u>Concluzii</u> .....                                                   | 74 |
| 7. <u>Bibliografie</u> .....                                                | 75 |



# 1. Introducere

Acest studiu a pornit din dorința de a vedea cum se manifestă în societate agresivitatea, prin prisma componentei culturale. În acest sens, ne-am concentrat eforturile către zona spațiului public. Având în vedere că agresivitatea are ca formă de manifestare concretă violența, ne-am orientat către zonele în care am putut colecta date și informații relevante pe această temă.

Cercetarea noastră a analizat principalele forme de manifestare ale vandalismului, în special fenomenul graffiti, datorită faptului că acesta reprezintă un semn de protest, dar

și pentru faptul că îmbracă o formă de manifestare apropiată artei. Studiul nostru se concentrează pe două arii de definire a agresivității, pe care le vom trata în cele două părți distincte și anume agresivitatea în mass-media și vandalismul asupra obiectivelor de patrimoniu. Concluziile la care ajungem nu pot fi generalizate, fiind vorba despre un studiu exploratoriu, însă ne dorim ca prin acest studiu inovator (tema noastră de cercetare fiind una puțin abordată de către cercetători) să prezentăm formele de manifestare ale agresivității și violenței în spațiul public din România în perioada 2017 - 2023.

# 2. Metodologie

Metodologia studiului a presupus documentare, analiza cadrului teoretic și colectarea de date statistice din surse publice. Studiul nostru a fost conceput în prima arie de cercetare pentru identificarea comportamentelor și a motivațiilor care preced atitudinile, limbajul agresiv sau violența simbolică, analizând produse culturale din sectoarele culturale și creative, în special din sectorul audio-vizual, artele spectacolului, arte vizuale și jocuri pe calculator. Ulterior, am continuat cercetarea acestor forme de manifestare ale violenței și agresivității față de minoritățile etnice sau față de membrii unor culturi diferite. A doua arie de cercetare s-a axat pe studiul atitudinilor agresive asupra obiectelor, clădirilor sau obiectivelor de patrimoniu și a constatat în colectarea de date referitoare la actele de vandalism față de acestea. În cazul vandalismului, am colectat date de la autoritățile administrativ-teritoriale competente – Instituția Prefectului, Direcțiile Generale de Cultură și Inspectoratele

Județene de Poliție, pentru a identifica atât cadrul legal, cât și formele de manifestare ale vandalismului. Pentru analiza comportamentelor și a atitudinilor agresive din mass-media și din sectorul audio-vizual am avut ca punct de pornire raportările oficiale ale Consiliului Național al Audiovizualului.

### 3. Agresivitatea și violența în mass-media, teorii explicative

Agresivitatea și violența în spațiul public reprezintă o problemă frecvent întâlnită în societatea contemporană. Aceste comportamente distructive pot avea consecințe negative asupra oamenilor și a comunităților, afectând în mod direct calitatea vieții și stabilitatea socială. În acest capitol explorăm aspectele culturale ale agresivității și violenței în spațiul public, evidențiind influențele sociale și culturale care contribuie la aceste comportamente și oferind, deopotrivă, exemple concrete pentru a ne susține argumentele. Această secțiune urmărește principalele forme de violență regăsite în diferite medii audio-vizuale și identificate în principalele concluzii ale cercetărilor privitoare la comportamentele agresive. Concluziile cercetărilor analizate arată un grad ridicat de influență negativă a agresivității din diverse forme de mass-media asupra copiilor, în special în cazul băieților. Prima parte a textului se concentrează pe identificarea cauzelor care declanșează instinctele agresive ale copiilor în urma consumului de filme, jocuri video, muzică, programe TV și reclame. Cea de-a doua parte a textului prezintă rezultatele analizei bazelor de date ale Consiliului Național al Audiovizualului din perioada 2019-2023, precum și ale analizei formelor de agresivitate și de violență manifestate în diverse forme de mass-media din România și în produsele culturale ale acestora.

Agresiunea umană a fost definită de unii cercetători ca orice comportament îndreptat către o altă persoană care este efectuat cu intenția imediată de a provoca un rău, însă, deși violența este în principiu o agresiune, multe incidente de agresiune nu sunt violente.<sup>1</sup>

1 Qian Zhang, Yi Cao și JingJin Tian, „Effects of violent video games on players' and observers' aggressive cognitions and aggressive behaviors” în *Journal of Experimental Child Psychology*, volumul 203, 2021, pp. 1-3. Articol disponibil la adresa web: <https://doi.org/10.1016/j.jecp.2020.105005>, accesat la data de 3 iulie 2023.

În literatura de specialitate au fost investigate două abordări ale conceptului de violență: (1) *violența ca forță excesivă* și (2) *violența ca încălcare*. Prima abordare duce la o înțelegere restrânsă a violenței, în timp ce a doua duce la o înțelegere mai complexă: definirea violenței în termeni de forță excesivă sau distructivă are avantajul esențial de a trasa linii clare în jurul a ceea ce constituie un act de violență, prevenind înclinația de a folosi termenul de violență ca sinonim pentru tot ceea ce este nepotrivit din punct de vedere moral.<sup>2</sup> Acest lucru ajută la explicarea deciziei lui Norman Geras de a defini violența drept folosirea forței fizice pentru a ucide sau a răni, sau pentru a provoca vătămări sau dureri directe ființelor umane.<sup>3</sup>

Modelele de dezvoltare ale comportamentului agresiv al lui Anderson și Bushman includ factorii predictivi ai agresivității, cu precizarea că „anumite trăsături predisun oamenii la niveluri ridicate de agresivitate”<sup>4</sup>. Cu toate acestea, niciuna dintre aceste idei nu oferă un cadru pentru a explica cum și de ce caracteristicile specifice ale personalității prezic comportamentul agresiv. În schimb, teoreticienii propun o colecție de caracteristici de bază ca procese prin care variabilele de personalitate pot influența comportamentul

2 Vittorio Bufacchi, „Two Concepts of Violence” în *Political Studies Review*, volumul 3, numărul 2, 2005, p. 195. Articol disponibil la adresa web: <https://doi.org/10.1111/j.1478-9299.2005.00023.x>, accesat la data de 9 septembrie 2023.

3 Norman Geras, „Our morals: the ethics of revolution” în *Socialist Register*, volumul 25, 1989, p. 187. Articol disponibil la adresa web: <https://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5565>, accesat la data de 9 septembrie 2023.

4 Craig A. Anderson și Brad J. Bushman, „Human aggression” în *Annual review of psychology*, volumul 53, numărul 1, 2002, p. 35. Articol disponibil la adresa web: <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.psych.53.100901.135231>, accesat la data de 9 septembrie 2023.

violent: procesarea cognitivă, afectul negativ, autocontrolul și procesarea informațiilor sociale sunt exemple de astfel de trăsături. Cognițiile legate de agresivitate sunt mai elaborate și ușor disponibile la oamenii care sunt mai înclinați să se angajeze într-o conduită agresivă.<sup>5</sup> Dodge, Greenberg și Malone au subliniat că cei care dezvoltă aceste cogniții agresive ca urmare a experiențelor timpurii și a socializării sunt copiii.<sup>6</sup> Anderson și Bushman au sugerat că dezvoltarea structurilor de cunoștințe legate de agresiune poate schimba personalitatea unui individ și, drept urmare, poate influența probabilitatea unei conduite agresive.<sup>7</sup> Se poate argumenta, așadar, că personalitatea unei persoane influențează modul în care aceasta primește informații, ceea ce poate duce în final la un comportament violent.<sup>8</sup>

Pe lângă legătura sa cu conceptul de forță, violența poate fi asociată și cu încălcarea sau depășirea unei granițe sau a unei norme. În urma definirii violenței în termeni de încălcare a drepturilor au fost identificate cel puțin două dificultăți inerente acestei linii de raționament.<sup>9</sup> Cu toate acestea, există cazuri de violență care au loc fără ca drepturile să fie încălcate, deși acest lucru se întâmplă mai rar. În acest sens, Robert Audi susține că: „în timp ce în majoritatea cazurilor violența include

încălcarea unui drept moral... există și cazuri, precum luptele și boxul, în care chiar și violența paradigmatică poate avea loc fără încălcarea oricărui drept moral”<sup>10</sup>.

Totodată, se consideră că violența implică și încălcarea drepturilor noastre socio-economice, pe lângă încălcarea drepturilor noastre fundamentale, cum ar fi libertatea individuală, dreptul la viață și la siguranța personală. Cu toate acestea, este extinsă noțiunea legată de drepturile omului, violența devenind astfel mai răspândită și inevitabilă.<sup>11</sup> Potrivit lui Joseph Betz, „dacă violența reprezintă violentarea unei persoane sau a drepturilor unei persoane, atunci orice rău social este unul violent, fiecare infracțiune împotriva altuia - o crimă violentă și fiecare păcat împotriva aproapelui este un act de violență”<sup>12</sup>.

Violența simbolică este definită ca o formă obiectivă de violență care apare prin intermediul cuvintelor. În timp ce violența obiectivă este ușor de observat pe un fundal de „normalitate”, tocmai pe acest fundal există violența simbolică, susținând *status quo*-ul actual prin limbaj.<sup>13</sup> Bourdieu a folosit un concept de violență simbolică ca violență cauzată de cuvinte. Pentru el, însă, violența simbolică are un alt efect: naturalizează discursul despre lucruri și legitimează sistemul dominant. Ca urmare, violența este un produs al limbajului, iar impactul ei este legalizarea relațiilor de putere (și dominație).<sup>14</sup>

5 L. Rowell Huesmann, „An information processing model for the development of aggression” în *Aggressive behavior*, volumul 14, numărul 1, 1988, p. 19. Articol disponibil la adresa web: [https://doi.org/10.1002/1098-2337\(1988\)14:1%3C13::AID-AB2480140104%3E3.0.CO;2-J](https://doi.org/10.1002/1098-2337(1988)14:1%3C13::AID-AB2480140104%3E3.0.CO;2-J), accesat la data de 9 septembrie 2023.

6 Kenneth A. Dodge, Mark T. Greenberg, Patrick S. Malone și Conduct Problems Prevention Research Group, „Testing an idealized dynamic cascade model of the development of serious violence in adolescence” în *Child Development*, volumul 79, numărul 6, 2008, pp. 1909. Articol disponibil la adresa web: <https://srcd.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8624.2008.01233.x>, accesat la data de 9 septembrie 2023.

7 Craig A. Anderson și Brad J. Bushman, *op. cit.*, p. 38.

8 B. Ann Bettencourt, Amelia Talley, Arlin James Benjamin și Jeffrey Valentine, „Personality and aggressive behavior under provoking and neutral conditions: A meta-analytic review” în *Psychological Bulletin*, volumul 132, numărul 5, 2006, p. 753. Articol disponibil la adresa web: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.132.5.751>, accesat la data de 9 septembrie 2023.

9 Vittorio Bufacchi, *op. cit.*, p. 197.

10 Robert Audi, „On the Meaning and Justification of Violence”, 1971, în Jerome A. Shaffer *Violence*, New York: David McKay Company, p. 59.

11 *Ibidem*.

12 Joseph Betz, „Violence: Garver’s definition and a Deweyan correction” în *Ethics*, volumul 87, numărul 4, 1977, p. 341. Articol disponibil la adresa web: <https://doi.org/10.1086/292046>, accesat la data de 9 septembrie 2023.

13 Raquel Recuero, „Social Media and Symbolic Violence” în *Social Media + Society*, volumul 1, numărul 1, 2015, p. 2. Articol disponibil la adresa web: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305115580332>, accesat la data de 10 septembrie 2023.

14 Pierre Bourdieu, *Language and symbolic power*, New York: Harvard University Press, 1991, p. 12.

După 1989, în spațiul românesc, prezența limbajului abuziv sau violent a crescut și a progresat de la limbaj marginal la limbaj obișnuit, devenind un adevărat impediment pentru civilizație. Prevalența huliganismelor lingvistice în societatea românească contemporană este atât o reflectare a condiției unice a corpului social, cât și un mijloc de afirmare a acestuia.<sup>15</sup>

Valorile culturale pot influența modul în care oamenii percep și reacționează la agresivitate și violență în spațiul public. În anumite culturi, normele sociale pot tolera sau chiar încuraja agresivitatea și violența în spațiul public. De exemplu, în unele comunități, insultele și amenințările verbale pot fi considerate normale în conflictele interpersonale. Aceste norme sociale pot crea un mediu în care agresivitatea și violența sunt acceptate ca modalități de rezolvare a conflictelor, alimentând astfel ciclul de violență în spațiul public.

În alte culturi, agresivitatea este considerată un semn de putere și masculinitate, fiind chiar încurajată și admirată. Aceste valori pot crea un mediu în care comportamentele agresive sunt acceptate și chiar promovate, ducând la o creștere a violenței în spațiul public. De exemplu, în anumite culturi, bătăile de stradă sunt considerate o modalitate de a-ți demonstra forța și curajul.<sup>16</sup>

Modelele de comportament observate în societate pot influența modul în care persoanele își manifestă agresivitatea și violența în spațiul public. Dacă oamenii sunt expuși în mod constant la modele de comportament agresiv și violent în mass-media, filme sau în viața reală, aceștia pot fi influențați să adopte aceleași comportamente. De exemplu, copiii care sunt expuși la scene de violență în filme sau jocuri video pot

dezvolta o percepție distorsionată asupra agresivității și violenței, considerându-le normale și acceptabile.<sup>17</sup> Agresiunea este de multe ori asociată cu vizionarea violenței la televizor, care este mult mai răspândită decât violența în societate.<sup>18</sup>

Studiile analizate au identificat o serie de factori de risc cu privire la comportamentele și atitudinile agresive rezultate în urma expunerii pe termen lung la violența mass-media.

Krahé, Busching și Möller au evidențiat trei mecanisme pentru a explica legătura dintre consumul de violență mediatică și comportamentul agresiv. Aceste mecanisme sunt *învățarea observațională, crearea de scenarii agresive și obișnuirea emoțională cu durerea și suferința celorlalți*.<sup>19</sup> Învățarea care are loc ca urmare a observării altor persoane care se implică în aceleași activități sau evenimente similare este cunoscută sub denumirea de *învățare observațională*.<sup>20</sup> Acest tip de învățare are ca rezultat crearea unor perspective și credințe care susțin, în cazul de față, violența; astfel, acțiunea violentă este înfățișată ca fiind de succes sau respectabilă, iar vizionarea comportamentului

15 Doina Marta Bejan, „Huliganismul verbal și limbajul violenței în presa românească actuală” în *Distorsionări în comunicarea lingvistică, literară și etnofolclorică românească și contextul european*, 2009, p. 29. Articol disponibil la adresa web: [http://ices.ro/philippide/distorsionari\\_2008/029-032%20BEJAN\\_RED.pdf](http://ices.ro/philippide/distorsionari_2008/029-032%20BEJAN_RED.pdf), accesat la data de 10 septembrie 2023.

16 Sarah E. Wolf și David A. Puts, „Vocal masculinity is a robust dominance signal in men” în *Behavioral Ecology and Sociobiology*, volumul 64, numărul 10, 2010, pp. 1674. Articol disponibil la adresa web: <https://link.springer.com/article/10.1007/s00265-010-0981-5>, accesat la data de 9 septembrie 2023.

17 Jeanne B Funk, Heidi Bechtoldt Baldacci, Tracie Pasold și Jennifer Baumgardner, „Violence exposure in real-life, video games, television, movies, and the internet: is there desensitization?” în *Journal of Adolescence*, volumul 27, numărul 1, 2004, pp. 26. Articol disponibil la adresa web: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0140197103000939>, accesat la data de 24 august 2023.

18 Jan N. Hughes și Jan E. Hasbrouck, „Television Violence: Implications for Violence Prevention” în *School Psychology Review*, volumul 25, numărul 2, 1996, pp. 134-135. Articol disponibil la adresa web: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02796015.1996.12085807>, accesat la data de 3 iulie 2023.

19 Barbara Krahé, Robert Busching și Ingrid Möller, „Media Violence Use and Aggression Among German Adolescents: Associations and Trajectories of Change in a Three-Wave Longitudinal Study” în *Psychology of Popular Media Culture*, volumul 1, numărul 3, 2012, p. 152. Articol disponibil la adresa web: <https://psycnet.apa.org/record/2012-20480-003>, accesat la data de 3 iulie 2023.

20 Barbara Möller Krahé, Huesmann Ingrid, L. Rowell Kirwil, Lucyna Felber, Anja Juliane Berger, „Desensitization to media violence: Links with habitual media violence exposure, aggressive cognitions, and aggressive behavior” în *Journal of Personality and Social Psychology*, volumul 100, numărul 4, 2011, p. 631. Articol disponibil la adresa web: <https://doi.org/10.1037/a0021711>, accesat la data de 25 august 2023.

violent al personajelor din mass-media poate declanșa un proces de învățare observațională, care implică conturarea unei noi personalități și a unor noi comportamente, evident, agresive.<sup>21</sup>

Crearea de scenarii agresive este al doilea mecanism esențial implicat. Scenariile se bazează pe cunoștințe care sunt înmagazinate în memorie și specifică modul în care o persoană ar trebui să se comporte în situații date, precum și efectele care ar trebui să fie prezise ca o consecință a acelei conduite.<sup>22</sup> Astfel, un scenariu este o reprezentare a unor situații/momente/comportamente posibile din care o persoană va alege atunci când se confruntă cu situații similare cu cele din trecut în care comportamentul agresiv a fost observat, pus în practică sau experimentat. Mai precis, experiențele specifice din situații anterioare în care comportamentul agresiv a fost observat, pus în aplicare sau experimentat sunt încorporate într-un scenariu. De exemplu, se poate argumenta că este acceptabil să se riposteze cu agresivitate fizică atunci când există o confruntare cu un egal, dar că un astfel de comportament este inacceptabil atunci când este vorba despre o persoană superioară (ca vârstă, statut, fizic).<sup>23</sup>

Al treilea mod prin care violența mass-media influențează comportamentul agresiv este prin *reducerea empatiei*. Experiența de a vedea oameni care suferă și mor în realitatea virtuală poate desensibiliza spectatorii, făcând mai dificilă empatizarea cu cei care trec printr-o perioadă dificilă în lumea reală.<sup>24</sup>

Având în vedere aspectele prezentate până în acest punct, două ipoteze direcționale alternative ale relației dintre violența

din mass-media și agresiune care pot fi enunțate sunt cele conform cărora (a) expunerea la mass-media violentă îi face pe utilizatori mai agresivi (ipoteza socializării) și (b) indivizii mai agresivi sunt mai puternic atrași de conținutul violent din mass-media (ipoteza selecției). Ambele direcții pot, în principiu, să funcționeze și/sau să se consolideze reciproc.<sup>25</sup>

O primă formă de mass-media care a fost documentată în cadrul acestei cercetări a fost televiziunea și, implicit, filmele ca produs cultural, întrucât acestea sunt cel mai frecvent întâlnite ca surse de violență la care copiii sunt predispuși.<sup>26</sup> Unii cercetători au considerat că televiziunea, filmele și chiar cărțile de benzi desenate inspiră, stimulează și susțin atitudini și acțiuni incorecte din punct de vedere social, în special cu referire la multe dintre filmele din anii 1920 și 1930.<sup>27</sup> Aceste studii susțin că violența în mass-media degradează gusturile, îi influențează pe cei fără un set de valori bine definite – în special copii – și incită la criminalitate și la delincvență juvenilă. Pe de altă parte, s-a constatat că o astfel de violență imaginară are adesea beneficii sociale, oferind ieșiri sigure și indirecte pentru energia ostilă reținută din audiență.<sup>28</sup> În timp ce majoritatea studiilor cantitative sugerează că mass-media nu joacă un rol semnificativ în dezvoltarea caracteristicilor criminale și delincvente persistente, mai multe studii de laborator au arătat că violența în televiziune și film poate instiga un comportament agresiv imediat după vizionarea scenei agresive. Mai mult

25 Barbara Krahé, Robert Busching și Ingrid Möller, *op. cit.*, pp. 165-166.

26 Jonathan Burnay, Sven Kepes și Brad J. Bushman, „Effects of violent and nonviolent sexualized media on aggression-related thoughts, feelings, attitudes, and behaviors: A meta-analytic review” în *Aggressive behavior*, volumul 48, numărul 1, 2022, p. 111. Articol disponibil la adresa web: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/ab.21998>, accesat la data de 27 August 2023.

27 Werrett Wallace Charters, *Motion Pictures and Youth: A Summary*, New York: Macmillan, 1933, p. 7.

28 Peter P. Lejins, „Book Reviews : Television in the Lives of Our Children, Wilbur Schramm, Jack Lyle, and Edwin B. Parker, pp. 324. Stanford University Press, 1961” în *Crime & Delinquency*, volumul 8, numărul 1, 1962, pp. 87-89. Articol disponibil la adresa web: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/001112876200800117>, accesat la data de 27 august 2023.

21 *Ibidem*, pp. 152-153.

22 L. Rowell Huesmann, „Psychological Processes Promoting the Relation Between Exposure to Media Violence and Aggressive Behavior by the Viewer” în *Journal of Social Issues*, volumul 42, numărul 3, 1986, p. 131. Articol disponibil la adresa web: <https://spssi.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-4560.1986.tb00246.x>, accesat la data de 25 august 2023.

23 *Ibidem*, pp. 155-157.

24 *Ibidem*, p. 162.

decât atât, s-a identificat că expunerea la programe violente crește probabilitatea pe termen scurt a unui comportament agresiv. Totuși, alte cercetări de laborator arată că asistarea la agresivitatea filmată reduce potența impulsului violent, conform constatărilor lui Berkowitz, Corwin și Heironimus.<sup>29</sup>

În cercetările acestor autori au fost exprimate îngrijorări cu privire la influența pe care o are violența televizată asupra copiilor, ca urmare a prevalenței conținutului violent, precum și a cantității de timp pe care copiii îl petrec în fața televizorului. Aceștia au arătat că pe parcursul ultimilor 45 de ani, timpul mediu pe care americanii îl petrec uitându-se la televizor a crescut substanțial și, în același timp, subiectul emisiunilor pe care le urmăresc a suferit, de asemenea, schimbări semnificative. Copiii americani petrec mai mult timp uitându-se la televizor decât angajându-se în orice altă activitate, cu excepția somnului. Copiii care provin din case cu venituri modeste și copiii din grupuri minoritare au un risc mai mare să dedice o parte semnificativă a timpului lor uitatului la televizor deoarece există mai puține activități de alt gen, disponibile pentru ei.<sup>30</sup>

În urma constatărilor că nivelul violenței în filme a crescut semnificativ în ultimele decenii, M. Markey, French și N. Markey au efectuat cercetări pentru a determina dacă astfel de creșteri au fost sau nu legate de tendințele actelor grave de violență. Materialele violente din mass-media au fost adesea considerate răspunzătoare pentru acte grave de violență. Între anii 1960 și 2012, ratele anuale ale violenței (inclusiv ale violenței cu arme) din filme au fost comparate cu ratele de omucidere și atacuri severe.<sup>31</sup> Analiza seriilor cronologice a

arătat că expunerea la materiale violente din mass-media a fost asociată cu un risc crescut de omucidere și agresiune. Analizele au indicat faptul că se recomandă prudență atunci când se generalizează rezultatele cercetărilor efectuate în principal în laboratoare și prin chestionare cu privire la tendințele societății legate de comportamentul violent. Cercetările efectuate în trecut au legat expunerea la materiale violente din mass-media de creșterea unor tipuri de agresivitate minoră (cum ar fi expunerea unei alte persoane la un zgomot neplăcut), a unor auto-raportări ale sentimentelor agresive și a unor comportamente ostile observate ale tinerilor.<sup>32</sup>

Copiii care manifestă un comportament violent sunt mai predispuși să acorde atenție și să își amintească selectiv momentele agresive descoperite în urma vizionării unor secvențe violente prin intermediul filmelor sau al jocurilor video.<sup>33</sup> Odată expuși la secvențe violente, copiii au tendința de a deveni mult mai agresivi în diverse situații care le reamintesc de momentul violent pe care l-au urmărit – indiferent că acesta a fost observat într-un film, într-un joc video sau o reclamă – și le este pusă în dificultate capacitatea de a-și reorienta comportamentul spre unul neagresiv sau temperat. În plus, copiii agresivi au mai multe șanse dezvolte comportamente agresive.<sup>34</sup>

Totodată, copiii care se angajează într-un comportament agresiv sunt mai susceptibili să considere comportamentul altor persoane ca fiind motivat de intenții ostile decât copiii

---

de 21 august 2023.

29 Leonard Berkowitz, Ronald Corwin și Mark Heironimus, „Film Violence and Subsequent Aggressive Tendencies” în *The Public Opinion Quarterly*, volumul 27, numărul 2, 1963, pp. 218-223. Articol disponibil la adresa web: <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/27/2/217/1818036>, accesat la data de 3 iulie 2023.

30 *Ibidem*, pp. 135-138.

31 Christopher J. Ferguson, „Does media violence predict societal violence? It depends on what you look at and when” în *Journal of Communication*, volumul 65, numărul 1, 2015, p. E1. Articol disponibil la adresa web: <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/65/1/E1/4082340>, accesat la data

32 Patrick M. Markey, Juliana E. French și Charlotte N. Markey, „Violent Movies and Severe Acts of Violence: Sensationalism Versus Science” în *Human Communication Research*, volumul 41, 2015, pp. 155-163. Articol disponibil la adresa web: <https://academic.oup.com/hcr/article-abstract/41/2/155/4064418>, accesat la data de 4 iulie 2023.

33 Tobias Greitemeyer, „The dark and bright side of video game consumption: Effects of violent and prosocial video games” în *Current Opinion in Psychology*, volumul 46, 2022, pp. 1-5. Articol disponibil la adresa web: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X22000380>, accesat la data de 25 august 2023.

34 Jan N. Hughes și Jan E. Hasbrouck, *op. cit.*, pp. 150-151.

care nu se implică într-un comportament violent. Această tendință de a anticipa intenții ostile apare cel mai probabil din percepția copiilor agresivi asupra lumii ca loc ostil. În plus, copiii care petrec mai mult timp în fața televizorului au un risc mai mare să aibă o percepție negativă asupra lumii.<sup>35</sup>

Prin urmare, pe baza unor astfel de constatări, M. Markey, French și N. Markey au sugerat că materialele mass-media violente pot fi chiar un factor care contribuie la forme grave de comportament violent (de exemplu, împușcături în școală). În plus, expunerea la violența cu arme din mass-media poate crește probabilitatea ca indivizii să folosească arme de foc sau arme albe atunci când comit infracțiuni.<sup>36</sup>

Un alt produs cultural care produce comportamente agresive predominant în rândul copiilor și al tinerilor este reprezentat de jocurile video.<sup>37</sup> Deși nu există o corelație între violența asupra copiilor și violența din mass-media, există o corelație între violența din mass-media și acțiunile agresive ale copiilor rezultate în urma jocurilor video. Cercetarea efectuată de Zhang, Cao și Tian s-a concentrat pe comportamentele agresive și a investigat relația dintre aceste două tipuri de agresivitate și actul de a juca jocuri video violente.<sup>38</sup>

Conform teoriei de *învățare socială a agresivității* prezentate anterior, expunerea la jocurile violente – fie ca jucător, fie ca observator, poate determina un comportament agresiv, deoarece indivizii pot copia tiparele agresive pe care le văd în jocuri.<sup>39</sup> Totuși, gradul în care acest impact al învățării

este resimțit de jucător și de observator poate varia. Impactul jocurilor video violente asupra agresivității poate fi crescut prin identificarea cu un personaj de joc, iar acest efect este mai intens pentru cei care joacă în mod activ jocurile decât pentru spectatori. Jucătorii au mai multe șanse să se concentreze pe conținutul jocului și să fie mai implicați cognitiv în acțiunile jocului, ambele ipostaze conducând la construirea unor structuri cognitive și emoționale asociate cu comportamentele violente, care, la rândul lor, duc la o creștere a gândurilor și comportamentelor agresive.<sup>40</sup>

Conform modelului general de agresivitate, în urma jocurilor video băieții sunt mai predispuși decât fetele să manifeste cogniție agresivă, afecte agresive, excitare fiziologică și comportament agresiv, ca rezultat al interacțiunii dintre factorii situaționali (cum ar fi tipurile de jocuri video, gradul de imersiune în joc și provocare) și factorii personali (cum ar fi trăsăturile, genul și atitudinile).<sup>41</sup> Acest lucru este ilustrat de cercetarea realizată de Zhang, Cao și Tian în 2021 despre efectele pe termen scurt asupra cognițiilor și comportamentelor agresive ale jocului activ față de observarea pasivă a aceluiași tip de jocuri video. În cadrul cercetării au fost analizați 192 de copii de 12 ani, cu o distribuție egală în funcție de gen. Copiii studiați au fost repartizați aleatoriu într-una dintre cele patru categorii: (a) jucător violent (jucători activi violenți), (b) observator de joc violent (observatori pasivi violenți), (c) jucător neutru (jucători activi neutri) și (d) observator neutru al jocului (observatori neutri pasivi). Scopul acestei clasificări a fost acela de a determina efectele pe termen scurt asupra cogniției și comportamentului agresiv pe care le are jocul activ, în comparație cu vizionarea pasivă a aceluiași tip de jocuri video. În cadrul studiului, fiecare participant a avut de îndeplinit o sarcină de judecată lexicală și un test competitiv

35 *Idem*.

36 Patrick M. Markey, Juliana E. French și Charlotte N. Markey, *op. cit.*, pp. 165-168.

37 Eyüp Yılmaz și Mark D. Griffiths, „Children's social problem-solving skills in playing videogames and traditional games: A systematic review” în *Education and Information Technologies*, volumul 23, 2023, p. 11679. Articol disponibil la adresa web: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10639-023-11663-2>, accesat la data de 25 August 2023.

38 Qian Zhang, Yi Cao și JingJin Tian, *op. cit.*, pp. 5-7.

39 Kristine L. Nowak, Marina Krcmar și Kirstie M. Farrar, „The causes and consequences of presence: Considering the influence of violent video games on presence and aggression” în *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*,

volumul 17, numărul 3, 2008, pp. 257. Articol disponibil la adresa web: <https://direct.mit.edu/pvar/article-abstract/17/3/256/18715/The-Causes-and-Consequences-of-Presence>, accesat la data de 23 august 2023.

40 Qian Zhang, Yi Cao și JingJin Tian, *op. cit.*, p. 8.

41 *Ibidem*, pp. 9-12.

de timp de reacție pentru a-și evalua gândurile și acțiunile agresive după ce a jucat sau a vizionat jocurile alese. Conform constatărilor, jucătorii au demonstrat mai multe gânduri și acțiuni ostile decât observatorii. Băieții au manifestat gânduri și acțiuni mai agresive decât fetele, deși această diferență a fost observată doar în cazul în care au fost incluse în analiză jocuri video violente. Rezultatele au arătat că impactul jocurilor video violente asupra acțiunilor agresive a fost parțial mediat de cogniții ostile.<sup>42</sup>

Un alt produs cultural la care copiii sunt expuși este muzica. Domeniul muzical, la fel ca în cazul filmelor, este extrem de complex, având numeroase genuri, diverse instrumentații și versuri cu tematică diversă. De aceea, un plus de relevanță revine acestei cercetări prin realizarea unei analize asupra influenței muzicii în comportamentele agresive, cu accent pe muzica violentă fie prin lirică, fie prin instrumentație.

Ascultarea melodiilor care conțin teme violente (de exemplu, metal extrem, rap) are uneori rezultate psihosociale pozitive pentru fani. Cercetările realizate de Powell, Olsen și Thompson au susținut premise conform cărora fanii muzicii cu tematică violentă au manifestat o curiozitate morbidă mai mare decât fanii muzicii cu tematică non-violentă; curiozitatea morbidă a prezis în mod semnificativ consumul și plăcerea muzicii care conținea teme violente; intențiile fanilor și ale non-fanilor de a se interesa în continuare de muzica nouă cu teme violente au fost prezise semnificativ de diferențele individuale în prevalența și amploarea curiozității morbide.<sup>43</sup>

Analizele sugerează că mania morbidă este un factor important în motivația inițială a fanilor de a asculta și, ulterior, de a se bucura de muzică cu teme violente. O explicație posibilă este că fanii aleg să ignore conținutul liric, acordând atenție

aspectelor non-lingvistice, cum ar fi percuția și chitara. O altă explicație ar putea fi aceea că versurile sunt predominant neinteligibile și nu sunt procesate. O a treia justificare posibilă este că fanii decid să interpreteze temele violente ca pe o modalitate artistică de a atrage atenția asupra violenței din societate. Unii oameni pot avea o curiozitate morbidă care îi atrage către melodiile cu tematici violente, în același mod în care oamenii sunt atrași de filmele de groază, casele bânuite și ficțiunea de gen gotic.<sup>44</sup>

Totodată, studiile analizate au arătat că reducerea gradului de conștientizare a abuzului ca urmare a vizionării videoclipurilor muzicale care descriu violența partenerului în cuplu este unul dintre efectele neintenționate care a fost evidențiat în legătură cu astfel de videoclipuri. Acest lucru se datorează faptului că pot fi indicatori de avertizare a unui model de abuz în creștere.<sup>45</sup>

Cercetarea lui Rhodes, Potocki și Masterson explorează legătura dintre muzică și imaginile din reprezentările video muzicale ale violenței partenerului și un aspect al minimizării, în special, percepțiile reduse conform cărora comportamentele de control și de dominare psihologice sunt abuzive. Dacă aceste semne potențiale de avertizare ale abuzului sunt minimizează în funcție de portretizările violenței partenerului în videoclipurile muzicale, este mai puțin probabil ca oamenii să recunoască astfel de semne de avertizare în propriile relații și în relațiile celorlalți. Atitudinile pot fi afectate de ascultarea muzicii, ceea ce indică faptul că versurile și caracteristicile muzicale pot amplifica experiența de a asculta muzică. Unele studii sugerează că instrumentația muzicală poate să amplifice comportamentul violent, deși alte cercetări empirice sugerează că versurile sunt cele care încurajează

42 *Ibidem*, pp. 12-13.

43 Merrick Powell, Kirk N. Olsen, William Forde Thompson, „Morbid curiosity for music containing violent themes” în *Personality and Individual Differences*, volumul 197, 2022, pp. 1-4. Articol disponibil la adresa web: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886922003026>, accesat la data de 3 iulie 2023.

44 *Ibidem*, pp. 5-9.

45 Nancy Rhodes, Bridget Potocki și Desirae S. Masterson, „Portrayals of Intimate Partner Violence in Music Videos: Effects on Perceptions of IPV Warning Signs” în *Media Psychology*, volumul 21, numărul 1, 2018, pp. 137-139. Articol disponibil la adresa web: (PDF) Portrayals of Intimate Partner Violence in Music Videos: Effects on Perceptions of IPV Warning Signs (researchgate.net), accesat la data de 3 iulie 2023.

sau facilitează atitudinile legate de agresivitate. De exemplu, cercetările au determinat o legătură între versurile violente și gândurile agresive și între versurile misogine și agresivitatea crescută față de femei.<sup>46</sup>

Așadar, indiferent de tipul de produs cultural consumat (film, muzică, jocuri video), studiile arată că efectele expunerii la conținut mass-media violent constau în gânduri agresive, emoții ostile și comportament agresiv sau violent în mod repetat, atât la copii, cât și la adulți.<sup>47</sup>

Analiza violenței în publicitate a primit mult mai puțină atenție decât violența în alte tipuri de produse mass-media, având în vedere timpul relativ redus în care oamenii sunt expuși la publicitate, în comparație cu timpul pe care îl petrec consumând alte tipuri de conținut (filme, muzică, divertisment) din diverse medii: televizor, jocuri video, internet. Este probabil ca puterea publicității de a afecta gândurile, emoțiile și comportamentele publicului, atât intenționat, cât și neintenționat, să fie disproporțional mărită față de cota de timp de vizionare a publicului, deoarece spoturile publicitare sunt menite în mod special să atragă și să mențină atenția acestuia, să convingă și să fie memorabile.<sup>48</sup>

Reclamele sunt un produs cultural care poate transmite violență, iar îngrijorarea publicului cu privire la violența din reclame este persistentă și în creștere, determinând un control mai mare din partea autorităților responsabile

de reglementarea publicității.<sup>49</sup> Mulți oameni consideră că violența în reclame este ofensatoare, dar unele spoturi publicitare violente au fost folosite în scopuri pozitive (de exemplu, campanii anti-alcool sau pentru comportament responsabil la volan). Violența a fost, de asemenea, asociată cu diferite tipuri de apeluri publicitare, cum ar fi apelurile aprehensive (de exemplu, pentru produse de autoapărare), apelurile informative (de exemplu, pentru produse care au o componentă violentă, cum ar fi anumite jocuri video) și apelurile de tip *shockvertising* (mesaje violente șocante pentru conștientizarea unor pericole grave, cum ar fi rasismul, fumatul etc.).<sup>50</sup>

Jones, Cunningham și Gallagher au găsit o serie de alte domenii interesante pentru investigații viitoare legate de analiza reclamelor. În primul rând, se pare că unele categorii de produse sunt caracterizate de o *cultură a violenței*, iar în al doilea rând, problema raportării individuale la acest tip de produse este una care necesită o explorare suplimentară. Experiențele de viață, idealurile culturale, trăsăturile de personalitate și alți factori psihologici sau sociologici ce afectează consumatorii pot dicta ceea ce este perceput de către aceștia ca fiind legitim, dar și ceea ce este perceput ca fiind de intensitate scăzută, respectiv crescută.<sup>51</sup>

46 *Ibidem*, pp. 152-156.

47 Patrick K. Bender, Courtney Plante, and Douglas A. Gentile, „The effects of violent media content on aggression” în *Current opinion in psychology*, volumul 19, numărul 2018, p. 5. Articol disponibil la adresa web: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2352250X17300660>, accesat la data de 23 august 2023.

48 Tim Jones, Peggy H. Cunningham și Katherine Gallagher, „VIOLENCE IN ADVERTISING: A Multilayered Content Analysis” în *Journal of Advertising*, volumul 39, numărul 4, 2010, pp. 11-35. Articol disponibil la adresa web: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315706726-23/violence-advertising-tim-jones-peggy-cunningham-katherine-gallagher>, accesat la data de 3 iulie 2023.

49 Sofia Seinfeld, Ruud Hortensius, Jorge Arroyo-Palacios, Guillermo Iruretagoyena, Luis E. Zapata, Beatrice de Gelder, Mel Slater și Maria V. Sanchez-Vives, „Domestic Violence From a Child Perspective: Impact of an Immersive Virtual Reality Experience on Men With a History of Intimate Partner Violent Behavior” în *Journal of Interpersonal Violence*, volumul 38, numărul 3-4, 2022, p. 2657. Articol disponibil la adresa web: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/08862605221106130>, accesat la data de 27 august 2023.

50 *Ibidem*, pp. 13-24.

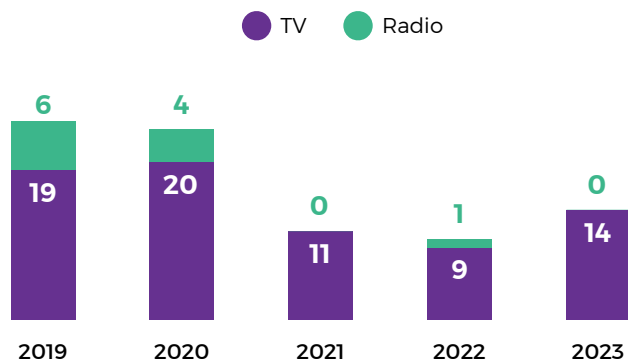
51 *Ibidem*, pp. 25-32.

## 4. Agresivitatea și violența în mass-media românească

Odată identificate formele de mass media și, implicit, produsele culturale care pot surprinde acte de violență și/sau agresivitate sub orice formă (indiferent că este vorba despre un joc video violent, versuri care romanțează violența sau limbajul agresiv difuzat în timpul unei emisiuni), studiul nostru continuă cu cercetarea formelor de violență pe fond cultural identificate în perioada 2019-2023 în România. Astfel, în continuare sunt analizate și clasificate formele de violență și agresivitate cu trimiteri culturale existente în mass-media românească.

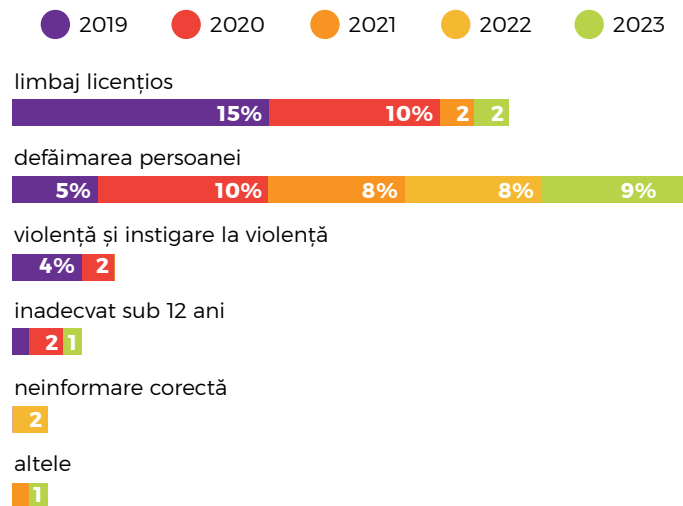
După cum am putut observa în secțiunea anterioară, violența și agresivitatea se pot manifesta sub numeroase forme și pot fi transmise prin intermediul tuturor formelor de mass-media și prin toate produsele culturale. Pentru a înțelege manifestarea acestor aspecte în spațiul românesc, am analizat datele colectate de la Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) pentru perioada 2019-2023. Analiza a evidențiat faptul că majoritatea actelor de violență și de agresivitate pe fond cultural au fost transmise prin intermediul televiziunii sau al radioului (a se vedea Graficul 1).

**Graficul 1. Numărul cazurilor de violență și agresivitate la radio și TV**



Sursa: [www.cna.ro](http://www.cna.ro), prelucrări INCFC

**Graficul 2. Număr de cazuri pe categorii de agresivitate și violență identificate în perioada 2019-2023**



Sursa: [www.cna.ro](http://www.cna.ro), prelucrări INCFC

Cea mai frecventă formă de agresivitate/violență identificată în mass-media din România este *defăimarea persoanei*, fiind sancționată de 40 ori în perioada analizată (2019-2023). În anul 2019 au existat șase astfel de cazuri în care defăimarea persoanelor s-a manifestat prin intermediul radioului și de trei ori mai mult prin intermediul unor emisiuni televizate/posturi de televiziune.

În ceea ce privește formele de violență și agresivitate constatate, acestea s-au manifestat sub următoarele forme: (1) limbaj licențios, (2) defăimarea persoanei, (3) instigare la violență, (4) inadecvat sub 12 ani, (5) neinformare corectă și (6) altele – o categorie în care s-au încadrat două situații distincte de cele menționate până în acest punct. (a se vedea Graficul 2.)

Primul caz din anul 2019<sup>52</sup> a constat în sancționarea unui limbaj licențios utilizat în cadrul unui post de radio pentru ironizarea unei persoane publice, limbaj care a prejudiciat demnitatea umană în acest context. Cea de-a doua sancțiune<sup>53</sup> a fost dată unui alt post de radio, unde au fost identificate afirmații generalizatoare defăimătoare la adresa condiției femeii în Islam. Un al treilea caz sancționat<sup>54</sup> a fost regăsit în timpul unei emisiuni televizate, unde au fost dezbătute acuzații la adresa unui elev care ar fi agresat alți elevi. Astfel, a fost prejudiciat dreptul la imagine al unui minor, nefiind prezentat punctul de vedere al conducerii liceului respectiv și al părinților elevului minor acuzat că și-ar fi agresat doi colegi, context acuzator nedovedit. Totodată, în timpul unei emisiuni de televiziune au existat afirmații defăimătoare la adresa unei persoane publice, realizatorul emisiunii folosind un limbaj injurios, excesiv și nerezonabil la adresa acestuia.<sup>55</sup> Ultimul act de defăimare identificat a fost difuzat în cadrul mai multor emisiuni televizate ale aceluiași post de televiziune, unde au fost făcute afirmații defăimătoare într-o notă jignitoare la adresa originii germane a șefului statului.<sup>56</sup>

În anul 2020 am identificat 10 cazuri de defăimare a persoanei: o primă situație a constat în acuzații de natură morală și penală la adresa unei persoane publice fără a fi prezentată opinia acesteia cu privire la faptele imputate în timpul unei

emisiuni televizate.<sup>57</sup> A doua situație a implicat un invitat într-o altă emisiune, unde au fost făcute afirmații cu caracter xenofob, susținându-se că populațiile alogene de tip african-arab vor să colonizeze spațiul european.<sup>58</sup> Următoarele două sancțiuni pentru defăimarea persoanei au fost date pentru două emisiuni – din cadrul unui post de televiziune<sup>59</sup>, respectiv de radio<sup>60</sup> – în care au fost aduse acuzații mai multor persoane, la adresa cărora s-a folosit un limbaj jignitor în contextul dezbaterii unei presupuse conspirații străine care a dus la alegerea unei persoane într-o funcție publică. Moderatorul nu a solicitat interlocutorului dovezi, pentru ca publicul să poată evalua cât de justificate sunt acuzațiile, și a permis utilizarea unui asemenea limbaj.

O altă sancțiune<sup>61</sup> a fost dată unui post de televiziune deoarece în timpul unei emisiuni nu a fost respectat dreptul la imagine al unei persoane publice care a fost asociată cu etnia romă. Pentru situații asemănătoare a fost sancționat și un alt post de televiziune, în cadrul căruia etnia romă a fost asociată cu acte de violență cu caracter ilegal. Astfel, i s-a indus publicului telespectator concluzia că toate persoanele de etnie romă despre care este „informat” prezentatorul emisiunii că au revenit în ultima perioadă în România fac parte exclusiv din clanuri, din zona infracțională „[...] (valul de infracțiuni, valul de agresioni, valul de violențe și valul de venituri acasă a acestora)”, concluzie menită să afecteze dreptul

52 Decizia nr. 252 din 26.02.2019 privind somarea S.C. EXPRESIV S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_252\\_Gold\\_FM\\_somatie\\_18\\_1\\_b\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_252_Gold_FM_somatie_18_1_b_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

53 Decizia nr. 728 din 23.07.2019 privind somarea PATRIARHIA ROMÂNĂ – ADMINISTRAȚIA PATRIARHALĂ: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec728-RadioTrinitas-47alin4.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

54 Decizia nr. 997 din 05.11.2019 privind somarea S.C. NOVA MEDIA S.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec997-TeleNovaTM-3alin1-7alin.1-40alin1-2Cod.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

55 Decizia nr. 1004 din 07.11.2019 privind sancționarea cu somație publică a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec1004-B1TV\\_som\\_40\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec1004-B1TV_som_40_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

56 Decizia nr. 1080 din 28.11.2019 privind somarea S.C. ANTENA 3 S.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec1080-Antena3-art47alin4-40alin5C.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

57 Decizia nr. 433 din 01.07.2020 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNATIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec433-Realit\\_PLUS\\_am\\_5000\\_art\\_40-64\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec433-Realit_PLUS_am_5000_art_40-64_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

58 Decizia nr. 665 din 24.11.2020 privind somarea ASOCIAȚIA CENTRUL MEDIA ADVENTIST VOLUNTARI: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_665-SperantaTV-47alin2.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_665-SperantaTV-47alin2.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

59 Decizia nr. 675 din 26.11.2020 privind somarea S.C. TOP BBB VIDEO S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_675-AccentTV-40alin4\\_5\\_1\\_.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_675-AccentTV-40alin4_5_1_.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

60 Decizia nr. 676 din 26.11.2020 privind somarea S.C. UNDA MEDIA S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_676-Radio\\_Accent-40alin4\\_5\\_.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_676-Radio_Accent-40alin4_5_.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

61 Decizia nr. 183 din 11.02.2020 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. SUD MEDIA PRODUCTION S.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec183-TVSud-40alin1si5-64a-b.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

la informare imparțială al publicului pe care postul TV era obligat să îl asigure.<sup>62</sup>

Un alt caz identificat<sup>63</sup> a constat în afișarea unor titluri pe ecran, însoțite de comentarii, în cadrul cărora au fost observate manifestări rasiste îndreptate împotriva etniei rome, în timpul unor emisiuni televizate. De asemenea, în timpul altor emisiuni au existat afirmații defăimătoare la adresa etniei rome și a unor reprezentanți ai acesteia sau îndreptate către un lider al comunității maghiare din România, precum și către unii lideri politici.<sup>64</sup> Ultima sancționare pentru defăimarea persoanei a avut drept motiv comentariile defăimătoare ale unui prezentator la adresa comunității de etnie maghiară, cu precădere la adresa unei persoane publice, cu referire la reacția acesteia față de angajarea a doi cetățeni din Sri Lanka la o brutărie; prezentatorul nu a asigurat o informare imparțială a publicului și o separare clară între opinii și fapte.<sup>65</sup>

Alte opt cazuri de defăimare a persoanei au fost sancționate în anul 2021. Primul caz identificat a constat în afirmații defăimătoare generalizatoare la adresa unei comunități definite de credințe religioase și, implicit, asupra persoanelor învestite în funcții publice, în timpul unei emisiuni de tip talk show.<sup>66</sup> Următoarele două situații au constat în

defăimarea romilor, sancționate în acest sens fiind două posturi de televiziune, în urma unei emisiuni de tip dramă-ficțiune<sup>67</sup> și, respectiv, în urma unui talk show<sup>68</sup>. De asemenea, o altă emisiune TV a fost sancționată pentru afirmații defăimătoare la adresa originii arabe a unei persoane publice.<sup>69</sup> O altă sancțiune a fost aplicată unei televiziuni din pricina afirmațiilor defăimătoare generalizatoare la adresa unei persoane pe baza apartenenței acesteia la o comunitate definită de orientarea sexuală, în timpul unui talk show.<sup>70</sup> În alte două cazuri au fost înregistrate afirmații cu caracter xenofob la adresa unei persoane publice în timpul unor emisiuni<sup>71</sup>, cât și în timpul știrilor<sup>72</sup>. Ultima situație sancționată se referă la afirmații defăimătoare generalizatoare la adresa genului unei persoane publice în timpul unei emisiuni TV.<sup>73</sup>

În anul 2022 au fost sancționate opt cazuri de defăimare a persoanei. Primul caz identificat a vizat comunitatea LGBTQIA+, la adresa căreia au fost făcute afirmații

62 Decizia nr. 338 din 07.05.2020 privind sancționarea cu somație a S.C. ANTENA 3 S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec338\\_A3\\_som.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec338_A3_som.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

63 Decizia nr. 381 din 03.06.2020 privind somarea S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec\\_381-RTV-som\\_art\\_47\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec_381-RTV-som_art_47_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

64 Decizia nr. 394 din 10. 06.2020 privind amendarea cu 10.000 de lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec394-Realitatea\\_Plus-am\\_10000art\\_47-3\\_70-1\\_40-1\\_si\\_64\\_1\\_b\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec394-Realitatea_Plus-am_10000art_47-3_70-1_40-1_si_64_1_b_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

65 Decizia nr. 202 din 20.02.2020 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec202-B1TV-47-67-70.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

66 Decizia nr. 2 din 07.01.2021 privind amendarea cu 10.000 de lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_2-REALITATEA.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_2-REALITATEA.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

67 Decizia nr. 17 din 14.01.2021 privind somarea S.C. DOGAN MEDIA INTERNATIONAL S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_17-Somatie\\_Kanal\\_D\\_47\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_17-Somatie_Kanal_D_47_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

68 Decizia nr. 36 din 26.01.2021 privind somarea S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_36-RealitateaPlus-art47alin3.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_36-RealitateaPlus-art47alin3.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

69 Decizia nr. 115/27.05.2021 privind sancționarea cu amendă de 10.000 lei a S.C. ANTENA TV GROUP S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_115-A1-am\\_10000\\_art47\\_4\\_64.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_115-A1-am_10000_art47_4_64.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

70 Decizia nr. 231 din 02.09.2021 privind amendarea cu 30.000 lei a S.C. NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_231Nasul-3alin2L-40-1-4-6\\_si\\_47alin4Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_231Nasul-3alin2L-40-1-4-6_si_47alin4Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

71 Decizia nr. 272 din 16.09.2021 privind somarea S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_272-RTV-som\\_art46\\_47\\_64\\_SI\\_65\\_Cod\\_1.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_272-RTV-som_art46_47_64_SI_65_Cod_1.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

72 Decizia nr. 297 din 28.09.2021 privind amendarea cu 60.000 lei a S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_297-Romania\\_TV\\_am\\_60000\\_final.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_297-Romania_TV_am_60000_final.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

73 Decizia nr. 421 din 11.11.2021 privind amendarea cu 15.000 de lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_421-Realitatea\\_Plus\\_amenda\\_15.000\\_47\\_4\\_.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_421-Realitatea_Plus_amenda_15.000_47_4_.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

discriminatorii și defăimătoare generalizatoare în timpul unei emisiuni televizate.<sup>74</sup> A doua situație identificată se referă la afirmații ofensatoare și rasiste cu privire la etnia romă făcute, de asemenea, în timpul unei emisiuni televizate.<sup>75</sup> Un alt post de televiziune a fost sancționat deoarece în timpul unui meci de fotbal au existat afirmații discriminatorii și defăimătoare generalizatoare la adresa jucătorilor de culoare.<sup>76</sup> În timpul unei alte emisiuni au fost constatate încă două acte de violență prin defăimarea persoanei: în primul caz este vorba despre afirmații defăimătoare generalizatoare la adresa unei persoane pe baza apartenenței acesteia la o comunitate definită de etnie/naționalitate, în speță la adresa comunității evreiești<sup>77</sup>; cel de-al doilea act de violență sancționat este reprezentat de afirmațiile jignitoare și disprețuitoare la adresa unui grup definit de afecțiuni medicale.<sup>78</sup> Un alt caz supus sancționării, surprins în timpul unei emisiuni difuzate pe un post de radio, se referă la afirmații depreciative, ofensatoare, jignitoare și defăimătoare aduse la adresa persoanelor de naționalitate ucraineană și, în special, la

adresa femeilor de etnie ucraineană.<sup>79</sup> O altă emisiune a fost, de asemenea, sancționată deoarece au existat afirmații defăimătoare la adresa comunității etniei maghiare și a reprezentanților acesteia<sup>80</sup>. Ultimul caz sancționat în anul 2022 se referă la comentarii defăimătoare cu privire la femei, făcute în timpul unei emisiunii televizate dedicate sportului<sup>81</sup>.

Până la jumătatea anului 2023 au fost constatate alte nouă cazuri de defăimare a persoanei, sancționate de Consiliului Național al Audiovizualului. Primele două cazuri au evidențiat o situație similară, cea a afirmațiilor defăimătoare generalizatoare la adresa unei comunități definite de gen, și anume comunitatea LGBTQIA+. Ambele sancțiuni au fost aplicate unor emisiuni difuzate pe același post de televiziune<sup>82</sup>. Ulterior, o altă emisiune televizată a fost sancționată de două ori: prima dată din cauza unor afirmații xenofobe la adresa cetățenilor maghiari în discuții referitoare la afacerile unei persoane publice<sup>83</sup>, iar a doua oară pe baza unor afirmații defăimătoare la adresa unei persoane publice, cu referire la vârsta acesteia<sup>84</sup>. Încă două situații de sancționare din pricina defăimării persoanei au fost înregistrate pentru un alt post de televiziune: o primă

74 Decizia nr. 98 din 27.01.2022 privind sancționarea cu somație a S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_98.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_98.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

75 Decizia nr. 111 din 08.02.2022 privind sancționarea cu amendă de 10.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_111Realit\\_Plus\\_am\\_10\\_mii-47-2\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_111Realit_Plus_am_10_mii-47-2_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

76 Decizia nr. 121 din 15.02.2022 privind sancționarea cu somație a S.C. RCS & RDS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_121\\_Digi\\_S2\\_47\\_3\\_Som.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_121_Digi_S2_47_3_Som.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

77 Decizia nr. 136 din 01.03.2022 privind sancționarea radiodifuzorului S.C. NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A. cu obligația de a difuza, în ziua de 03.03.2022, timp de 10 minute, între orele 19.00-19.10, numai textul deciziei de sancționare emise de C.N.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_136-NASUL\\_TV\\_10\\_minute\\_3\\_LA\\_40\\_47\\_si\\_64\\_CA.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_136-NASUL_TV_10_minute_3_LA_40_47_si_64_CA.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

78 Decizia nr. 201 din 22.03.2022 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec201-NASUL\\_TV\\_am\\_10000\\_art\\_47\\_40\\_64\\_CA.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec201-NASUL_TV_am_10000_art_47_40_64_CA.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

79 Decizia nr. 222 din 07.04.2022 privind amendarea cu 10.000 a S.C. ANGUS RESOURCES S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_222\\_Gold\\_FM\\_10\\_000.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_222_Gold_FM_10_000.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

80 Decizia nr. 354 din 28.07.2022 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec354-RomTV-am10000\\_art\\_47\\_cu\\_3-40\\_cu\\_4\\_64\\_1abCod-final.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec354-RomTV-am10000_art_47_cu_3-40_cu_4_64_1abCod-final.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

81 Decizia nr. 531 din 29.09.2022 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. CLEVER MEDIA NETWORK S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_531.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_531.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

82 Decizia nr. 161 din 14.02.2023 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. RTV HD S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_nr\\_161\\_din\\_14.02.2023.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_nr_161_din_14.02.2023.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

83 Decizia nr. 214 din 23.03.2023 privind sancționarea cu amendă de 10.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_214.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_214.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

84 Decizia nr. 248 din 30.03.2023 privind somarea S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_248.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_248.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

emisiune a pus în dezbatere decesul unei persoane publice, la adresa căreia au fost făcute afirmații defăimătoare<sup>85</sup>, iar în cadrul celei de-a doua emisiuni s-au adus acuzații la adresa unei alte persoane publice pentru a-i prejudicia imaginea<sup>86</sup>. Un alt caz de afirmații cu caracter xenofob la adresa minorității maghiare a fost constatat în timpul unei emisiuni difuzate pe un post de televiziune<sup>87</sup>, iar alte trei emisiuni au avut drept subiect defăimarea minorităților sexuale și prejudicierea imaginii, toate trei fiind difuzate pe același post de televiziune. Într-un caz este vorba despre afirmații defăimătoare la adresa minorităților sexuale<sup>88</sup>, iar în celelalte două au fost înregistrate acuzații aduse unor persoane publice<sup>89</sup>, care le-ar fi prejudiciat imaginea și le-ar fi discreditat<sup>90</sup>.

Următoarea formă de agresivitate/violență identificată în spațiul public românesc în mod frecvent este limbajul licențios. Aceasta a fost extrem de accentuată în anii 2019-2020, fiind identificate 15, respectiv 10 astfel de cazuri. Însă, în intervalul 2021-2023, numărul acestor cazuri a scăzut semnificativ, ajungându-se la doar patru: două în 2021 și alte două în 2023. Majoritatea acestor forme de agresivitate au fost transmise

prin televiziune (11 cazuri), în timp ce patru dintre ele au fost difuzate pe posturi de radio..

În anul 2019 au fost constatate și sancționate 15 forme de violență/agresivitate manifestată sub forma limbajului licențios. Un post de televiziune a fost sancționat de trei ori în acest an din mai multe motive. În timpul unei emisiuni informative a fost folosit un limbaj obscen, cât și mesaje jignitoare la adresa unor persoane publice<sup>91</sup>. În timpul unei alte emisiuni, moderatorul a permis ca invitații să folosească un limbaj injurios și să instige la violență la adresa unor persoane publice<sup>92</sup>. În al treilea caz au fost făcute afirmații cu caracter defăimător la adresa minorității maghiare.<sup>93</sup>

Un alt post de televiziune a fost sancționat de patru ori din cauza limbajului licențios utilizat în cadrul aceleiași emisiuni. Prima sancționare a fost aplicată din cauza faptului că au fost făcute afirmații defăimătoare la adresa minorității maghiare, iar dreptul publicului la informare corectă a fost prejudiciat, nefiind asigurată o distincție clară între fapte și opinii, ceea ce contravine exigenței de imparțialitate ce trebuie să guverneze orice program audiovizual, indiferent de genul acestuia<sup>94</sup>. Al doilea caz sancționat a constat în folosirea unui limbaj licențios de către moderator față de o persoană publică<sup>95</sup>. A treia sancționare a fost aplicată din cauză că au fost făcute afirmații defăimătoare la adresa etniei maghiare, precum

85 Decizia nr. 284 din 27.04.2023 privind amendarea cu 100.000 lei a S.C. RTV HD S.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia284.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

86 Decizia nr. 359 din 16.05.2023 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. RTV HD S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_359.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_359.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

87 Decizia nr. 353 din 09.05.2023 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. ARTFEST CONSULTING S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_353.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_353.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

88 Decizia nr. 380 din 23.05.2023 privind amendarea cu 20.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_380.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_380.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

89 Decizia nr. 417 din 28.06.2023 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_417.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_417.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

90 Decizia nr. 418 din 28.06.2023 privind amendarea cu 20.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_418.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_418.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

91 Decizia nr. 20 din 10.01.2019 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. REALITATEA MEDIAS.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_20.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_20.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

92 Decizia nr. 27/15.01.2019 privind amendarea cu 15.000 lei a S.C. REALITATEA MEDIAS.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec27-REALITATEA-am\\_15000\\_lei.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec27-REALITATEA-am_15000_lei.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

93 Decizia nr. 706/16.07.2019 privind sancționarea cu somație a S.C. REALITATEA MEDIAS.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_706-REALITATEA\\_som.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_706-REALITATEA_som.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

94 Decizia nr. 370 din 18.04.2019 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. B1 TV CHANNELS.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec370-B1TV-informare-defaimare.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

95 Decizia nr. 551 din 23.05.2019 privind somarea S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_551\\_Som\\_B1TV\\_40\\_5\\_.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_551_Som_B1TV_40_5_.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

și alte afirmații acuzatoare, fără ca moderatorul să solicite interlocutorului să le probeze, pentru a permite publicului să evalueze cât de justificate sunt acestea<sup>96</sup>. Ultimul caz de utilizare a limbajului licențios pentru care aceeași emisiune fost sancționată a surprins jignirea unei persoane publice care a fost apostrofată într-un limbaj licențios<sup>97</sup>.

Tot în anul 2019, un post de radio a fost sancționat de două ori, întrucât în timpul unei emisiuni a fost utilizat un limbaj obscen și violent la adresa membrilor LGBTQIA+ și la adresa femeilor, de către moderatorii<sup>98</sup>, dar și din cauza faptului că au fost difuzate producții conținând limbaj trivial și obscen, iar prezentatorii emisiunii au utilizat și au permis utilizarea unui limbaj vulgar și jignitor la adresa unei persoane publice<sup>99</sup>. De asemenea, o altă emisiune de divertisment televizată a fost sancționată din pricina faptului că a difuzat conținut de natură a prejudicia dezvoltarea morală și mentală a minorilor, în cadrul emisiunii fiind folosit în mod repetat un limbaj obscen și prezentate imagini cu conotații sexuale<sup>100</sup>. Totodată, două posturi de radio au fost sancționate deoarece în timpul difuzării unor programe matinale prezentatorii nu au respectat obligațiile de a nu folosi un limbaj injurios și de a nu instiga la violență (asupra minoritarilor maghiari)<sup>101</sup>,

respectiv prezentatorii au făcut referire la scene de sex, limbaj și comportament trivial, vulgar și obscen, la o oră nepotrivită, denigrând românii care au anumite preferințe în ceea ce privește celebrarea unui poet român și vulgarizând femeile în ipostaza în care au nevoie de resuscitare ca urmare a unui potențial înec<sup>102</sup>. Un alt caz identificat a fost în timpul unei emisiuni în care moderatorul a folosit un limbaj injurios la adresa unor membri ai clasei politice care au redactat un act oficial, prejudiciind demnitatea și imaginea persoanelor respective<sup>103</sup>. Jurnalul de seară al unui post televizat a fost sancționat deoarece unul dintre invitați a folosit un limbaj jignitor la adresa unor persoane publice, fără ca moderatorul să intervină și să nu îi permită acestuia să folosească un astfel de limbaj care afectează dreptul la imagine și demnitate<sup>104</sup>. Nu în ultimul rând, o altă emisiune a fost sancționată din cauza comentariilor celor doi realizatori, care au făcut afirmații cu caracter defăimător, discriminatoriu la adresa femeilor care au depășit vârsta de 38 de ani<sup>105</sup>.

În anul 2020 au existat 10 sancțiuni în urma utilizării limbajului licențios, fiind amendate emisiuni din cadrul a patru posturi de televiziune și două posturi de radio. Două emisiuni diferite ale aceluiași post de televiziune au fost sancționate deoarece a fost folosit un limbaj obscen și au fost aduse jigniri aduse la adresa unei persoane publice<sup>106</sup> și pentru că, în cadrul celei de-a

96 Decizia nr. 708 din 16.07.2019 privind amendarea cu 15.000 lei a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec708-B1TV-47alin3-67-40alin3.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

97 Decizia nr. 812 din 12.09.2019 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec812-B1TV-\\_art\\_40-5\\_si\\_47\\_3-4\\_din\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec812-B1TV-_art_40-5_si_47_3-4_din_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

98 Decizia nr. 22 din 10.01.2019 privind somarea S.C. EXPRESIV S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_22.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_22.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

99 Decizia nr. 755 din 13.08.2019 privind amendarea cu 15.000 lei a S.C. EXPRESIVS.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_755-Gold\\_FM.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_755-Gold_FM.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

100 Decizia nr. 258 din 26.02.2019 privind amendarea cu 60.000 lei a S.C. ANTENA TV GROUPS.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec258-Antena1-art39L-18bCod.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

101 Decizia nr. 314/26.03.2019 privind sancționarea cu somație a S.C. A.G. RADIO HOLDINGS.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec314\\_KISS\\_FM\\_som.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec314_KISS_FM_som.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

102 Decizia nr. 315 din 26.03.2019 privind somarea S.C. CANET RADIO S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_315\\_Rock\\_FM\\_somatie\\_18\\_1\\_b\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_315_Rock_FM_somatie_18_1_b_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

103 Decizia nr. 853 din 01.10.2019 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. MEDIA GRUP PRODUCTIONS.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_853\\_Focus\\_TV.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_853_Focus_TV.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

104 Decizia nr. 1007 din 07.11.2019 privind somarea S.C. CAMPUS MEDIA TV S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec1007-DIGI\\_24\\_art\\_40\\_alin\\_5\\_din\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec1007-DIGI_24_art_40_alin_5_din_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

105 Decizia nr. 1054 din 19.11.2019 privind somarea S.C. DOGAN MEDIA INTERNATIONAL S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_1054\\_IMPULS.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_1054_IMPULS.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

106 Decizia nr. 130 din 14.01.2020 privind somarea S.C. NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/130.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

doua emisiuni, au existat acuzații nedovedite la adresa unor persoane și nu a fost prezentat punctul de vedere al acestora în legătură cu faptele imputate, folosindu-se, în același timp, un limbaj injurios, de natură a le prejudicia imaginea<sup>107</sup>. Totodată, un post de televiziune a fost sancționat de două ori întrucât în timpul a două emisiuni distincte a fost folosit un limbaj licențios; în prima emisiune realizatorul acesteia a folosit un limbaj injurios la adresa unor grupuri de persoane, anume femeile gravide și persoanele fără contract de muncă<sup>108</sup>, iar în cea de-a doua a fost folosit un ton insultător, degradant, de natură să prejudicieze demnitatea umană a unei persoane publice<sup>109</sup>.

Un alt post de televiziune a fost sancționat de două ori din cauza faptului că o emisiune a permis, în primă instanță, ca invitatul să folosească un limbaj jignitor la adresa unei persoane publice<sup>110</sup> și, ulterior, a permis aceluiși invitat să utilizeze un limbaj licențios la adresa unor membri ai unor partide<sup>111</sup>. Un post de radio a fost, deopotrivă, amendat de două ori deoarece în timpul unor emisiuni au existat afirmații defăimătoare generalizatoare la adresa unui grup definit de gen, prezentatorul folosind un limbaj trivial, cu conotații sexuale<sup>112</sup>; celălalt caz a fost surprins într-o altă

emisiune, unde au fost făcute afirmații defăimătoare la adresa etniei maghiare<sup>113</sup>. O altă sancționare a limbajului licențios a fost determinată de folosirea unui limbaj jignitor la adresa unor persoane, fără ca prezentatorul să intervină și să interzică invitatului să folosească un astfel de limbaj în timpul știrilor difuzate pe un post de televiziune<sup>114</sup>. Un ultim caz a fost identificat în timpul unei emisiuni difuzate pe un post de radio, în cadrul căreia s-a folosit un limbaj vulgar, discriminator la adresa femeilor<sup>115</sup>.

Odată cu anul 2021, cazurile de utilizare a limbajului licențios în spațiul public s-au diminuat, fiind identificate și, implicit, sancționate doar două situații: prima - la un post de televiziune unde au fost făcute afirmații cu caracter xenofob la adresa unei comunități europene de o altă confesiune religioasă și limbaj jignitor la adresa unei persoane publice<sup>116</sup>. Cea de-a doua situație a fost constatată într-o emisiune de divertisment, unde au existat afirmații defăimătoare generalizatoare la adresa femeilor și comunităților LGBTQIA+<sup>117</sup>.

În timp ce în anul 2022 nu au fost aplicate sancțiuni pentru utilizarea limbajului licențios utilizat pe fond cultural, în anul 2023 au existat două sancționări. Prima sancționare a fost generată de afirmații defăimătoare la adresa unei persoane publice, cu referire la apartenența acesteia la etnia maghiară, pe fondul unei agresivități de atitudine și limbaj în timpul unei

107 Decizia nr. 163 din 28.01.2020 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec163-NasulTV-40alin1si5.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

108 Decizia nr. 299 din 13.04.2020 privind somarea S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_299-13.04.2020\\_Som\\_B1TV\\_.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_299-13.04.2020_Som_B1TV_.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

109 Decizia nr. 302 din 22.04.2020 privind sancționarea cu somație a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec\\_302\\_som\\_B1\\_TV.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec_302_som_B1_TV.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

110 Decizia nr. 535 din 17.09.2020 privind somarea S.C. ANTENA 3 S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_535-Antena3-\\_art40alin5-art5b\\_aleg\\_locale.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_535-Antena3-_art40alin5-art5b_aleg_locale.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

111 Decizia nr. 554 din 24.09.2020 privind amendarea cu 7.500 lei a S.C. ANTENA 3 S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_554\\_am\\_7500\\_Antena\\_3\\_art\\_18b\\_40\\_1si5\\_si\\_64\\_1bCod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_554_am_7500_Antena_3_art_18b_40_1si5_si_64_1bCod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

112 Decizia nr. 346 din 12.05.2020 privind somarea S.C. RADIO GUERRILLA S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec346-R\\_Guerrilla-47al3-18b.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec346-R_Guerrilla-47al3-18b.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

113 Decizia nr. 706 din 17.12.2020 privind somarea S.C. RADIO GUERRILLA S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_706-Radio\\_Gue\\_som\\_art\\_47\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_706-Radio_Gue_som_art_47_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

114 Decizia nr. 519 din 08.09.2020 privind somarea S.C. CAMPUS MEDIA TV S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_519-DIGI24-som\\_art\\_40\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_519-DIGI24-som_art_40_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

115 Decizia nr. 230 din 03.03.2020 privind somarea S.C. GRUPUL MEDIA CAMINA (G.M.C.) S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec230-RADIO\\_ZU\\_som\\_18\\_bCod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec230-RADIO_ZU_som_18_bCod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

116 Decizia nr. 409 din 10.11.2021 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_409-RomaniaTV-47alin2-64a-40alin5.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_409-RomaniaTV-47alin2-64a-40alin5.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

117 Decizia nr. 459 din 15.12.2021 privind somarea S.C. PRO TV S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_459\\_-\\_ProTV-47alin4.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_459_-_ProTV-47alin4.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

emisiuni televizate<sup>118</sup>. A doua sancționare a fost pentru o altă emisiune, deoarece în cadrul acesteia s-a folosit un limbaj injurios la adresa unei alte persoane publice<sup>119</sup>.

O altă formă de violență în spațiul public identificată a fost *violența și incitarea la violență*, fiind înregistrate șase cazuri, dintre care patru în anul 2019, iar alte două în anul 2020. În anul 2019, un post de televiziune a fost sancționat de două ori, deoarece în timpul mai multor emisiuni au existat incitări la violență la persoanele de sex feminin<sup>120</sup>. Totodată, același post de televiziune a fost sancționat deoarece în timpul unei alte emisiuni a fost prezentată o știre privind agresarea unui elev de către profesorul de religie, știre care nu a inclus și punctul de vedere al conducerii școlii<sup>121</sup>. O altă sancțiune a fost acordată unei emisiuni televizate deoarece unul dintre invitați a făcut afirmații violente la adresa unor protestatari, moderatorul neintervenind în vreun fel pentru a atenua aceste instigări<sup>122</sup>. Ultima sancțiune identificată în anul 2019 a fost pentru un post de televiziune care în timpul știrilor a permis un limbaj instigator la violență, fără ca prezentatoarea să intervină<sup>123</sup>.

În anul 2020 au fost amendate două posturi de televiziune deoarece în timpul emisiunilor difuzate de către acestea au

existat forme de violență și instigare la violență. În primul caz, moderatorii au avut o atitudine agresivă, amenințătoare față de o persoană publică<sup>124</sup>, iar în cel de-al doilea au fost prezentate persoane în ipostaze degradante – violență conjugală<sup>125</sup>.

În perioada 2019-2023 a fost, de asemenea, identificată o altă formă de agresivitate/violență cu trimiteri culturale prin intermediul mass-media, anume *transmiterea de conținut neadecvat sub 12 ani*. Cele patru cazuri sancționate au avut loc în anul 2019, 2020 și 2023. În anul 2019 au fost prezentate scene de violență domestică, nuditate, precum și scene cu un limbaj licențios, difuzate la o oră nepotrivită în cadrul unui program de teatru TV<sup>126</sup>. Prima sancțiune pentru difuzarea de conținut neadecvat sub 12 ani din anul 2020 a fost aplicată din pricina faptului că au fost prezentate producții care prezentau scene provocatoare, limbaj și comportament trivial, vulgar și obscen în cadrul unei emisiuni<sup>127</sup>, iar cea de-a doua sancțiune a fost dată deoarece în timpul mai multor emisiuni difuzate pe același post de televiziune s-a folosit un limbaj licențios, cu caracter obscen, de natură a afecta dezvoltarea fizică, mentală și morală a minorilor<sup>128</sup>. În anul 2023 un alt post de televiziune a fost sancționat deoarece a difuzat un cântec ale cărui versuri au transmis un mesaj generalizator, cu valențe jignitoare și depreciative la adresa

118 Decizia nr. 136 din 02.02.2023 privind somarea S.C. ANTENA 3 S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_136.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_136.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

119 Decizia nr. 285 din 27.04.2023 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C.NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_285.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_285.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

120 Decizia nr. 195/07.02.2019 privind sancționarea cu amendă de 50.000 lei a S.C. ANTENA TVGROUPS.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec195\\_ANTENA\\_1\\_am\\_50000.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec195_ANTENA_1_am_50000.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

121 Decizia nr. 402/14.05.2019 privind somarea S.C. ANTENA TV GROUP S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec402\\_Antena\\_1\\_som\\_art\\_7\\_si\\_40.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec402_Antena_1_som_art_7_si_40.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

122 Decizia nr. 389 din 07.05.2019 privind amendarea cu 15.000 lei a S.C. RIDZONE COMPUTERSS.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec389-RomaniaTV-violenta\\_40alin5.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec389-RomaniaTV-violenta_40alin5.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

123 Decizia nr. 798 din 05.09.2019 privind somarea S.C. ANTENA 3 S.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec798-Antena3-40alin5Cod.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

124 Decizia nr. 393 din 10.06.2020 privind sancționarea cu amendă în cuantum de 20.000 lei a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec\\_393\\_B1\\_TV\\_am\\_20\\_000.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec_393_B1_TV_am_20_000.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

125 Decizia nr. 623/03.11.2020 privind sancționarea cu somație publică a S.C. ANTENA TV GROUP S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_623-A1\\_som\\_art\\_18\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_623-A1_som_art_18_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

126 Decizia nr. 830 din 24.09.2019 privind somarea SOCIETĂȚII ROMÂNE DE TELEVIȚIUNEBUCUREȘTI: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec830-TVR1-art23Cod.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

127 Decizia nr. 136 din 16.01.2020 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. ANTENA TV GROUP S.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/136.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.

128 Decizia nr. 464/06.08.2020 privind sancționarea cu amendă de 10.000 lei a S.C. ANTENA TVGROUPS.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec464-A1-am\\_10000\\_art18\\_32\\_si\\_33Cod\\_si\\_39\\_L.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec464-A1-am_10000_art18_32_si_33Cod_si_39_L.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

tinerelor și adolescentelor, despre care se afirmă că își încep viața sexuală de la vârste extrem de mici.<sup>129</sup>

*Neinformarea corectă* a fost o altă formă de agresivitate/violență pe fond cultural identificată doar în anul 2022, existând două astfel de cazuri. Primul caz sancționat a constat în afirmații xenofobe cu privire la „[...] detașamente formate în mare parte din imigranți, afgani, libieni, sirieni, algerieni [...]”, în timpul unei emisiuni televizate<sup>130</sup>. A doua sancțiune a fost aplicată din cauza afirmațiilor ofensatoare pe criterii de naționalitate, fiind vizate comunitatea de etnie maghiară și statul ungur în timpul unei alte emisiuni<sup>131</sup>.

Pentru ultima categorie care reprezintă forme ale agresivității și violenței în spațiul public din România, denumită *altele*, au fost aplicate două sancțiuni. Primul caz este din anul 2021 și se referă la imagini asociate cu elemente specifice cultului religios creștin, imagini, care au indus un mesaj ofensator la adresa persoanelor cu convingeri religioase și, implicit, a simbolurilor religioase, într-un spot publicitar difuzat pe posturi naționale<sup>132</sup>. Cel de-al doilea caz este din anul 2023 și se referă la minoritățile sexuale LGBTQIA+, mai precis nu a fost asigurată informarea corectă, imparțială și echilibrată în timpul unei emisiuni<sup>133</sup>.

---

129 Decizia nr. 403/13.06.2023 privind sancționarea cu somație publică a SOCIETĂȚII ROMÂNE DE TELEVIZIUNE BUCUREȘTI: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_403.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_403.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

130 Decizia nr. 95 din 26.01.2022 privind somarea S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_95-RTV-som\\_art\\_47\\_si\\_3\\_LA.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_95-RTV-som_art_47_si_3_LA.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

131 Decizia nr. 606 din 17.11.2022 privind amendarea cu 20.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_606.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_606.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

132 Decizia nr. 172 din 08.07.2021: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_172-spot\\_Jumbo-29\\_1\\_e\\_LG.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_172-spot_Jumbo-29_1_e_LG.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

133 Decizia nr. 257 din 06.04.2023 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. ARTFEST CONSULTING S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_257.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_257.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

## 5. Violența asupra obiectivelor de patrimoniu

Capitolul de față are ca scop prezentarea uneia dintre diferitele forme de manifestare ale agresivității și violenței în spațiul public: vandalismul – cu o atenție deosebită acordată uneia dintre cele mai cunoscute forme ale acestuia, graffiti-ul. Prezentarea fenomenului va urma patru direcții de cercetare: definirea conceptului și stabilirea cadrului spațio-temporal al apariției fenomenului, cercetarea statutului său juridic, prezentarea principalelor clasificări și sub-tipuri ale vandalismului și metode și teorii legate de combaterea și prevenția fenomenului.

În prima etapă, cea a stabilirii cadrului teoretic, sunt necesare prezentarea unei definiții a vandalismului și a altor concepte-cheie care vor sta la baza capitolului, precum și stabilirea unui context spațio-temporal de apariție a fenomenului. Literatura de specialitate consemnează multe definiții ale vandalismului și, în ciuda naturii sale controversate, majoritatea specialiștilor care au studiat acest fenomen sunt de acord că acesta reprezintă și implică „distrugerea sau deteriorarea ilegală și intenționată a proprietății aparținând altcuiva”<sup>134</sup>. Dimitrios Chatzigiannis oferă o completare a acestei definiții, subliniind și rolul important pe care îl are mediul înconjurător în relație cu individul: „[vandalismul] reprezintă o interacțiune între o persoană și mediul său înconjurător material direct. Acțiunea provine de la acest mediu și lasă în urmă o rămășiță concretă”<sup>135</sup>. Această modificare intenționată și ilegală a înfățișării proprietății altcuiva poate lua diferite forme, însă cea mai cunoscută este cea a graffiti-ului. După cum reiese din literatura de specialitate, termenul „graffiti” „provine de la cuvântul italian „graffare” (a zgâria) și poate

fi definit drept înscrisuri sau desene scrijelite, pictate sau desenate pe o gamă largă de materiale, situate în principal în locuri publice, ca rezultat al unui act de vandalism”<sup>136</sup>.

Atât vandalismul ca fenomen general, cât și vandalismul prin graffiti în particular, nu sunt comportamente de natură post-modernă, ci din contră, sunt adânc înrădăcinate în istorie. Astfel, termenul „vandal” datează încă din secolele IV-V d.Hr., desemnând „un trib de origine germanică denumit «Vandali», cunoscut pentru jefuirea Galiei, Spaniei, Romei și Africii de Nord”<sup>137</sup>. Deși termenul „vandalism” provine de la numele acestui trib antic renumit pentru jafurile sale, accepțiunea modernă a vandalismului este de dată mai recentă, avându-și originile în Franța Revoluționară. În cadrul climatului socio-politic instabil generat de Revoluția Franceză, abatele Henri Grégoire pleda într-o scrisoare pentru „protejarea inscripțiilor antice în fața deteriorării și distrugerii de către cetățeni, în anii ce au urmat Revoluției de la 1789”<sup>138</sup>, dorindu-și să salveze astfel operele de artă aparținând familiei regale și familiilor nobiliare din fața celor care doreau o separare de vechiul regim cu orice preț. Întrucât situațiile de revoltă socială – precum Revoluția Franceză, în care „linia de demarcație între ceea ce este patrimoniu cultural de valoare și ceea ce este simbol al trecutului care trebuie distrus este contestată”<sup>139</sup> –

<sup>134</sup> Stanley Cohen, „Sociological approaches to vandalism”, în Claude Levy-Leboyer (ed.), *Vandalism: Behaviour and Motivations*, Elsevier Science Publishers, Amsterdam, 1984, p. 53

<sup>135</sup> Dimitrios Chatzigiannis, „Vandalism of Cultural Heritage: Thoughts Preceding Conservation Interventions”, *Change Over Time*, vol. 5, nr. 1, 2015, p. 121

<sup>136</sup> Vera Gomes, Amelia Dionisio, Santiago Pozo-Antonio, „Conservation strategies against graffiti vandalism on Cultural Heritage stones: Protective coatings and cleaning methods”, *Progress in Organic Coatings*, nr. 117, 2017, p. 90

<sup>137</sup> Samuel Oliver Crichton Merrill, „Graffiti at Heritage Places: Vandalism as Cultural Significance or Conservation Sacrilege?”, *Time and Mind: The Journal of Archaeology*, vol. 4, nr. 1, 2011, p. 60

<sup>138</sup> V. L. Allen, „Toward an understanding of the hedonic component of vandalism”, în Claude Levy-Leboyer (ed.), *Vandalism: Behaviour and Motivations*, Elsevier Science Publishers, Amsterdam, 1984, p. 77

<sup>139</sup> Sabine Marschall, „Targeting Statues: Monument “Vandalism” as an Expression of Sociopolitical Protest in South Africa”, *African Studies Review*, vol. 60, nr. 3, 2017, p. 205

s-au perpetuat și în perioada contemporană, vandalismul le-a însoțit și a căpătat o amploare semnificativă, fiind astăzi un fenomen studiat intens la nivel academic și politic.

Ca fenomen, vandalismul nu a rămas static, ci a căpătat noi valențe pe parcursul dezvoltării sale istorice. Dată fiind această nouă stare de fapt, cercetătorii acestuia, în special sociologii și criminologii, au considerat necesară elaborarea de taxonomii care să înglobeze noile tipuri de vandalism. Sociologul Stanley Cohen este unul dintre cei mai renumiți cercetători ai problemei vandalismului, fiind totodată cel care a oferit probabil cea mai cunoscută clasificare a fenomenului. Abordând vandalismul în funcție de motivația care s-a aflat în spatele comiterii actului, dar și în funcție de însemnătatea pe care actul o are pentru autor, S. Cohen identifică cinci sub-tipuri de vandalism. Vandalismul achizitiv sau acaparator este cel care se caracterizează prin „prejudicii aduse în scopul obținerii de bani sau proprietăți”<sup>140</sup> (spre exemplu vandalizarea unui bancomat). Vandalismul tactic are la bază „prejudicii reprezentând o tactică prin care ajunge la un anumit scop”<sup>141</sup>. Literatura de specialitate încadrează vandalismul prin graffiti ca vandalism tactic, scopul fiind de multe ori acela al transmiterii unui mesaj. Vandalismul răzbunător este subtipul prin care este „exprimat un sentiment de nedreptate, răzbunare sau prin care se încheie un conflict”<sup>142</sup>. Vandalismul ludic este caracterizat de „prejudicii, în special aduse de copii, în timpul jocurilor sau competițiilor”<sup>143</sup>. Ultimul sub-tip de vandalism identificat de S. Cohen este cel malițios sau rău-intenționat, care se caracterizează printr-o „manifestare de răutate sau furie, dar nu neapărat o defulare a unei agresivități acumulate împotriva unei ținte la întâmplare”<sup>144</sup>.

140 Stanley Cohen, „Some Sociological Problems in the Study of Adolescent Violence”, *Aspects of Violence*, vol. 66, 1973, p. 41

141 *Ibidem*, p. 42

142 *Ibidem*

143 *Ibidem*

144 *Ibidem*

O altă clasificare, venită de data această pe filieră autohtonă, este oferită de P. Ursu-Spiridon, I. Sandu și L. Stratulat, și selectează drept criteriu de departajare formele de vinovăție ale persoanei (intenția și culpa). Rezultă, astfel, zece sub-tipuri de vandalism, dintre care șase sunt încadrate ca fiind comise cu intenție (vandalismul religios sau iconoclasmul, vandalismul prin protest tactic, vandalismul prin delincvență, vandalismul prin mesaje scrise, vandalismul ca expresie artistică, vandalismul prin restaurare inadecvată). Vandalismul comis din culpă se împarte în: vandalism prin imprudență – care la rândul său se poate manifesta sub trei forme diferite (vandalismul prin poluare domestică sau industrială, vandalismul prin neglijență sau vandalismul prin abandon) – și vandalism prin omisiune. Vandalismul din culpă este identificat în principal la nivelul patrimoniului cultural, având la bază notorietatea acestui patrimoniu, coroborată și cu ignoranța publicului: „promovarea în exces a unor obiective culturale unice are ca rezultat atragerea unui număr prea mare de vizitatori, ceea ce în timp duce la schimbări ale microclimatului care afectează obiectul de patrimoniu”<sup>145</sup>.

Din punctul de vedere al legii, vandalismul este astăzi considerat o infracțiune și pedepsit ca atare în majoritatea țărilor. Începând cu Revoluția Franceză, această faptă a fost dezaprobată și asociată cu anomia și comportamentul antisocial. Odată cu secolul XX, însă, vandalismul a început să intre și sub incidența legii, mai exact a legii internaționale, Raportul Lemkin din 1933 propunând ca „două noi fapte să fie introduse în cadrul delictelor legii națiunilor, cu alte cuvinte să fie considerate infracțiuni internaționale”<sup>146</sup>. Era vorba despre actele de barbarie (adică genocidul) și actele de vandalism. Cu toate că propunerile lui Lemkin nu au fost aprobate, vandalismul devine, totuși, infracțiune internațională începând cu anul 1956, când, din cauza distrugerilor asupra obiectelor de patrimoniu cultural din timpul celui de-al Doilea Război Mondial, se semnează la

145 Petronela Ursu-Spiridon, Ion Sandu, Lăcrămioara Stratulat, „The Conscious Deterioration and Degradation of the Cultural Heritage”, *International Journal of Conservation Science*, vol. 8, nr. 1, 2017, p. 86

146 Samuel Oliver Crichton Merill, *op. cit.*, p. 61

Haga o convenție privind protecția bunurilor culturale în caz de conflict armat, prin care „țările semnatare se obligă să prevină și, la nevoie, să oprească orice act de furt, jefuire sau însușire ilegală de bunuri culturale, sub orice formă ar fi practicat, precum și orice act de vandalism împotriva bunurilor menționate”<sup>147</sup>. În România, vandalismul este pedepsit de Codul Penal prin articolul 253, dar și de către alte legi speciale, printre care Legea 61/1991 pentru sancționarea faptelor de încălcare a unor norme de conviețuire socială, a ordinii și liniștii publice, precum și de Legea 182/2000 privind protejarea patrimoniului cultural național mobil.

Dacă dezideratul sociologilor de-a lungul anilor a fost elaborarea de teorii legate de motivele aflate în spatele comiterii actelor de vandalism, criminologii s-au concentrat mai mult în zona de combatere și prevenire a vandalismului în general, în timp ce biologii și chimiștii au avut ca scop principal dezvoltarea unor măsuri de protecție împotriva vandalismului prin graffiti în mod specific. Viziunea școlilor clasice de criminologie, al căror principal exponent a fost Claude Levy-Leboyer, era aceea că vandalismul reprezintă „un comportament absurd, nerezonabil sau chiar patologic, dat fiind faptul că nu aduce niciun avantaj autorului, având chiar un impact negativ asupra acestuia prin reducerea calității mediului înconjurător în care acesta trăiește sau muncește”<sup>148</sup>. Așadar, perspectiva lui Levi-Leboyer era aceea a unui comportament irațional care ajungea până la patologic, autorii acestor acte fiind delincvenți care împărtășeau trăsături comune, precum personalitatea sau mediul social de proveniență. Școala clasică de criminologie a ajuns la elaborarea acestor concluzii din cauza „delincvenților juvenili pe care psihologii criminologi îi examinau adesea”<sup>149</sup>. Literatura de specialitate a criticat însă viziunea clasică asupra vandalismului, considerând-o reduționistă și insuficientă, dat fiind faptul că eșantionul de delincvenți juvenili în baza căruia se emiteau

teorii nu era reprezentativ pentru autorii actelor de vandalism în totalitatea lor. În locul viziunii clasice, specialiștii care studiau vandalismul au propus ca acest fenomen să fie „privit cu ajutorul cadrului relației dintre individ și mediu”<sup>150</sup>, reiterând astfel ideea susținută de Dimitrios Chatziannis, evocată anterior.

O altă perspectivă în domeniul combaterii și prevenirii vandalismului este exemplificată prin teoria „spațiului apărabil” propusă de Oscar Newman. Spațiul apărabil reprezintă o deplasare a responsabilității bunăstării unui anume spațiu de la nivel central la nivel local, micro, spre exemplu dinspre primărie către rezidenții unui anume cartier. În expunerea avantajelor acestei noi abordări anti-vandalism, Newman enumeră cu titlu de exemplu „întrajutorarea care înlocuiește ajutorul instituțional, comunitatea nefiind astfel vulnerabilă în cazul în care autoritățile își retrag susținerea financiară”<sup>151</sup>, dar și beneficii de natură socială precum „abilitatea de a aduce împreună oameni de diferite rase și venituri într-o uniune cu beneficii mutuale”<sup>152</sup>. Practic, prin această nouă teorie, Newman propune întrebuițarea spiritului civic al comunităților locale, care vor începe să privească spațiile comune drept prelungiri sau anexe ale propriilor gospodării, dezvoltându-se astfel la nivel de grup un instinct comun de apărare care să se materializeze în patrulare civile sau alte tipuri de măsuri preventive care ar urma să-i țină la distanță pe cei care ar urma să comită acte de vandalism. Desigur, nici teoria lui Newman nu este una lipsită de erori, aceasta nefiind neglijată de criticile literaturii de specialitate, același Levy-Leboyer afirmând faptul că teoria „bazată pe supoziții a lui Newman a eșuat în a produce rezultatele anticipate: proiectarea spațiului pentru a fi apărabil de multe ori nu a condus către o reducere a numărului de acte de vandalism”<sup>153</sup>.

147 *Ibidem*

148 Claude Levy-Leboyer, „Vandalism and the Social Sciences”, în Claude Levy-Leboyer (ed.), *Vandalism: Behaviour and Motivations*, Elsevier Science Publishers, Amsterdam, 1984 p. 4

149 *Ibidem*

150 Donna Yates, Diăna Bêrziņa, Aaron Wright, „Protecting a Broken Window: Vandalism and Security at Rural Rock Art Sites”, *The Professional Geographer*, vol. 74, nr. 2, 2022, p. 385

151 Oscar Newman, *Creating Defensible Space*, Institute for Community Design Analysis, 1996, p. 9

152 *Ibidem*

153 Claude Levy-Leboyer, *op. cit.*, p. 5

Alan Jay Lincoln este un alt cercetător ale cărui studii s-au axat pe combaterea și prevenirea vandalismului în general și a vandalismului prin graffiti în special, fapte pe care el le caracterizează drept „infracțiuni situaționale”<sup>154</sup>. Acesta a propus o abordare etapizată pentru susținerea luptei împotriva vandalismului, abordare bazată pe înțelegerea atât a mediului în care are loc fapta anti-socială și care permite producerea faptei, cât și a trăsăturilor și caracteristicilor autorilor actelor de vandalism, îmbinând oarecum elementele perspectivei criminologice cu cele ale teoriei propuse de Oscar Newman. Prima etapă identificată de Lincoln în vederea prevenirii vandalismului este cea a „analizei infracțiunii”, constând în elaborarea unei baze de date în care se regăsesc informații referitoare la „tipul de incident, locația lui și autorul (dacă este cunoscut)”<sup>155</sup>. Odată analizate bazele de date și creionate câteva tipare referitoare la infracțiune, Lincoln propune trecerea la următoarea etapă, aceea a generării măsurilor preventive, a cărui principal scop este acela de a reduce oportunitatea comiterii actelor de vandalism și de a constrânge și deturna comportamentul posibililor făptuitori. Acest obiectiv poate fi îndeplinit, spune Lincoln, prin măsuri precum: „sporirea supravegherii, reproiectarea configurației unui anume spațiu, îmbunătățirea luminozității și a vizibilității”<sup>156</sup>, strategii de apărare care în literatura de specialitate dedicată vandalismului sunt cunoscute drept *target hardening*. Reducerea oportunității făptuitorilor constă, așadar, în transformarea spațiului care se vrea protejat de vandalism într-unul mai puțin atractiv pentru potențialii vandali: „pur și simplu, evitând zidurile mari și goale se poate reduce dorința de a «umple spațiul»”<sup>157</sup> cu graffiti, postere sau orice altă formă de vandalism. Cea de-a treia și ultima etapă din teoria lui Lincoln pentru prevenirea vandalismului constă într-o evaluare *ex-post* a schimbărilor care se produc în urma aplicării măsurilor preventive aferente celei

de a doua etape: „identificarea măsurilor care au dat rezultate, precum și a celor care au eșuat este un aspect important al oricărui program de prevenire a infracțiunilor”<sup>158</sup>.

Cu toate acestea, nici strategiile de *target hardening* nu au condus către eradicarea vandalismului, acestea prezentând la rândul lor deficiențe, cea mai însemnată fiind aceea că ar putea produce chiar efectul invers, acela al atragerii potențialilor vandali. După cum remarcă și D. Yates, D. Bêrziņa și A. Wright în studiul lor despre protejarea artei în piatră din zona rurală a statului american Utah, „prin etichetarea siturilor drept locuri care merită bariere de protecție sau indicatoare cu inscripția «nu atingeți», ele devin puncte de interes pentru tipul de vandalism pe care aceste măsuri încearcă să-l prevină, practic provocând făptuitorii să combată măsurile de securitate”<sup>159</sup>. În acest sens, cei trei autori pledează pentru o altă strategie de prevenire a vandalismului, o abordare bazată pe măsuri non-intervenționiste. Pentru a-și susține teoria, autorii oferă cu titlu de exemplu locația extrem de izolată a anumitor situri de artă în piatră din Utah, aceasta protejându-le de eventualele acte de vandalism prin dificultățile de ordin logistic pe care le-ar impune. Spre exemplu, furtul unei pietre de la un astfel de sit retras ar fi îngreunat de „absența unui drum practicabil”<sup>160</sup>. Astfel, în încercarea de a preveni vandalismul direct, dar și vandalismul prin omisiune din clasificarea Ursu-Spiridon, cei trei autori propun o protecție pasivă care constă nu în reducerea oportunităților pentru comiterea actelor de vandalism, ci în reducerea oportunității publicului larg de a afla locația exactă a acestor situri. Această strategie este deja aplicată cu succes în cercurile arheologice, unde „reprezintă o practică obișnuită nedivulgarea locației exacte a siturilor arheologice în articole de presă sau în articole științifice”<sup>161</sup>. Locurile acestor situri pot fi aflate de către profesioniștii interesați printr-o solicitare directă, dar răspândirea informației în medii ale publicului larg

154 Alan Jay Lincoln, „Vandalism”, *Library and Archival Security*, vol. 9, nr. 3, 1990, p. 52

155 *Ibidem*, p. 53

156 *Ibidem*

157 *Ibidem*

158 *Ibidem*

159 Donna Yates, Diăna Bêrziņa, Aaron Wright, *op. cit.*, p. 387

160 *Ibidem*, p. 386

161 *Ibidem*, p. 387

nu reprezintă un exemplu de bune practici. Desigur, nici această metodă nu este lipsită de puncte slabe, ea putând fi aplicată doar acelor obiecte de patrimoniu care se află în zone izolate, fiind inutilizabilă, spre exemplu, pentru protejarea unei statui aflate într-un oraș. De asemenea, tehnologia geo-localizării, tot mai răspândită în perioada contemporană, precum și succesul platformelor de social media și dezvoltarea gadget-urilor de tip dronă fac ca „ascunderea” acestor situri de publicul larg să fie din ce în ce mai dificilă: „site-uri de distribuire de videoclip-uri precum YouTube dețin un număr însemnat de videoclipuri care prezintă vizite la situri de artă în piatră, cu un volum mare de date privind locația”<sup>162</sup>.

În momentul în care, însă, toate metodele de combatere și prevenire enumerate eșuează și nu reușesc să controleze comportamentul uman distructiv îndreptat împotriva patrimoniului cultural, intervine ultima linie de apărare împotriva vandalismului, mai cu seamă împotriva vandalismului prin graffiti, și anume metodele de curățare și de protecție aplicate direct pe suprafața obiectelor de patrimoniu. Dintre formele de vandalism, graffiti-ul este probabil cea mai întâlnită și una dintre cele mai virulente, schimbând în anumite cazuri întregul aspect vizual al obiectului pe care este aplicat. Din acest motiv, cercetătorii din domeniu s-au văzut nevoiți să elaboreze metode prin care să poată fi înlăturată vopseala graffiti-ului fără a afecta sau schimba și mai mult proprietățile materialului din care este făcut obiectul de patrimoniu sau care să protejeze obiectul împotriva unor viitoare eventuale aplicări de graffiti. Metodele de curățare a graffiti-ului deja aplicat pe suprafața unui obiect de patrimoniu se împart în mai multe sub-tipuri (chimice, mecanice, cu laser sau biologice), fiecare prezentând avantaje și dezavantaje specifice. Dintre toate acestea, curățarea chimică este cea mai avantajoasă din punct de vedere economic, dar și cu cea mai facilă utilizare, presupunând doar aplicarea unui compus chimic peste suprafața de curățat. Cu toate acestea, curățarea chimică prezintă și numeroase disfuncționalități, precum

posibilitatea „unui pericol la adresa sănătății conservatorului sau restauratorului”<sup>163</sup>. Curățarea mecanică presupune în principal un proces de abraziune asupra suprafeței de curățat, metodă adeseori asociată, însă, în literatura de specialitate, cu „o curățare neomogenă, daune la nivelul substratului și susceptibilitatea de reținerii murdăriei la nivelul suprafeței”<sup>164</sup>. Curățarea mecanică este similară metodei chimice, fiind avantajoasă din punct de vedere economic și al aplicabilității, dar prezintă și dezavantaje precum „deteriorarea substratului sau generarea de poluanți”<sup>165</sup>. Curățarea cu laser reprezintă cea mai eficientă metodă de înlăturare a graffiti-ului, aceasta constând în expunerea obiectului de curățat la un fascicul laser. În ciuda eficacității, această metodă de curățare prezintă și câteva dezavantaje semnificative, precum costurile ridicate sau „alterarea culorii substratului”<sup>166</sup>. Ultima metodă de curățare este cea biologică, metodă ce întrebuițează procedeul biodegradării pentru a înlătura substanțele nedorite. Biocurățarea este metoda de curățare a graffiti-ului cel mai puțin utilizată, literatura de specialitate observându-i însă potențialul și caracterizând-o drept o soluție „ieftină, prietenoasă cu mediul și acceptată de către public”<sup>167</sup>.

Din cauza numeroaselor dezavantaje pe care metodele de curățare le prezintă, printre care posibila deteriorare a obiectului de patrimoniu, cercetătorii au elaborat și metode de protecție care să faciliteze curățarea graffiti-ului aplicat. Substanțele AG (anti-graffiti), după cum au fost denumite de literatura de specialitate „creează un înveliș care protejează împotriva pătrunderii vopselei în rețeaua poroasă a materialului pentru a putea fi înlăturată cu ușurință”<sup>168</sup>. Substanțele de tip anti-graffiti se împart în două

163 Vera Gomes, Amelia Dionisio, Santiago Pozo-Antonio, *op. cit.*, p. 107

164 *Ibidem*, p. 97

165 *Ibidem*, p. 107

166 *Ibidem*, p. 107

167 *Ibidem*

168 Ombretta Cocco, Maura Carboni, Gianfranco Carcangiu, Paola Meloni, Arianna Murru, Franca Persia, Laura Solla, „Crime Art on the stone: graffiti vandalism on

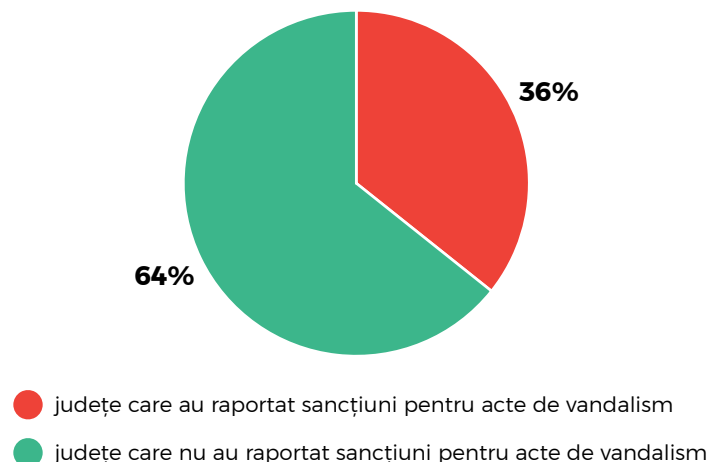
162 *Ibidem*, p. 388

sub-tipuri: substanțe AG temporare (a căror durată de viață nu depășește o curățare) și substanțe AG permanente (care rezistă câtorva cicluri de spălare consecutive). Un experiment realizat de O. Cocco, M. Carboni, G. Carcangiu, P. Meloni, A. Murru, F. Persia și L. Solla a testat eficacitatea a două astfel de substanțe. Din rezultatele cuantificate de cei șapte cercetători reiese faptul că nici învelișurile de tip AG nu oferă o protecție perfectă împotriva vandalismului prin graffiti. Astfel, atât substanța temporară, cât și cea permanentă au produs efectele scontate doar „asupra pietrelor neporoase, în timp ce au rămas ineficiente în relație cu pietrele poroase”<sup>169</sup>. De asemenea, din rezultatele acestui experiment se poate concluziona faptul că substanțele AG temporare prezintă un dezavantaj economic, dată fiind necesitatea reaplicării acestora după fiecare ciclu de spălare.

Pentru moment, putem preciza că vandalismul, în general, și vandalismul prin graffiti, în special, reprezintă fenomene actuale, dar cu adânci rădăcini în istorie. Studiarea acestora suscită în continuare un interes ridicat în mediul academic, în special cu referire la combatere și prevenire, dată fiind nevoia acută de soluții eficiente pentru protejarea obiectelor de patrimoniu cultural.

În ceea ce privește vandalismul autohton, pentru acest fenomen nu a fost identificat un program național destinat combaterii acestui fenomen, sarcina de a opri vandalismul revenind autorităților locale, în speță Prefecturilor, Direcțiilor Județene de Cultură și Inspectoratelor de Poliție Județene. Conform datelor furnizate de către aceste autorități, situația la nivel de țară pentru perioada 2017-2023 se prezintă în felul următor: din 42 de județe (cu municipiul București inclus), 15 au raportat aplicarea de sancțiuni de ordin contravențional și penal pentru acte de vandalism, după cum se poate observa în Graficul 3.

**Graficul 3. Situația aplicării de sancțiuni de ordin contravențional și penal la nivel național în perioada 2017-2023**



Sursa: raportări către INCFC ale Prefecturilor, Direcțiilor Județene de Cultură și a IPJ-urilor, 2023

Cadrul legal care reglementează activitatea de control a organelor statului în privința impunerii de sancțiuni pentru acte de vandalism sau de distrugere a patrimoniului național este dat de mai multe acte legislative care acționează pe diferite paliere. Astfel, Legea nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice, republicată, cu modificările și completările ulterioare<sup>170</sup> reglementează activitatea Ministerului Culturii și definește condițiile de acțiune ale Direcțiilor Județene de Cultură. Această lege este completată de Codul Penal, care la art. 253 alin. 1 și 3 prevede că distrugerea bunurilor care fac parte din patrimoniul cultural este infracțiune și se pedepsește cu închisoare de la 1 la 5 ani. Analizând statisticile provenite de la autoritățile publice locale (Prefecturi și Direcții Județene de Cultură), putem constata că la nivelul României nu s-a înregistrat un număr

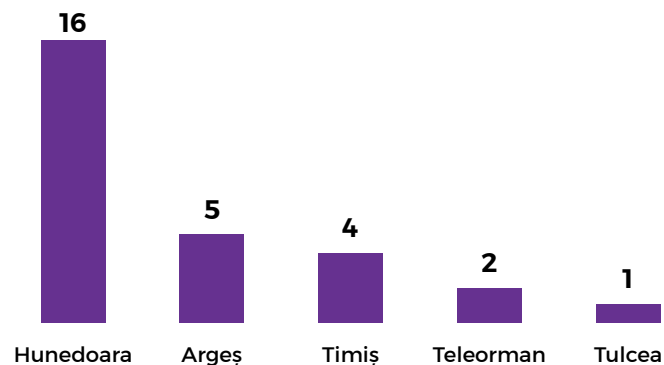
cultural heritage and the anti-graffiti role in its surfaces protection", *Periodico di Mineralogia*, vol. 84, nr. 3A (ediție specială), 2015, p. 436

169 *Ibidem*, p. 450

170 <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/29761>, accesat în data de 01.11.2023

semnificativ de sancțiuni contravenționale aplicate pentru vandalism.. Astfel, pentru perioada de referință 2017-2023 pentru care s-au solicitat date, autoritățile din doar cinci județe din România au aplicat sancțiuni contravenționale referitoare la faptele de vandalism, Hunedoara fiind județul cu cele mai multe astfel de sancțiuni (16), urmat de Argeș (5), Timiș (4), Teleorman (2), și Tulcea. Una dintre explicațiile pentru numărul scăzut al actelor de vandalism sancționate contravențional este aceea că agenților constatatori ai Direcțiilor Generale de Cultură le lipsește cadrul legal extins de aplicare a sancțiunilor contravenționale pentru fapte de distrugere sau de vandalism, deoarece Legea nr. 422/2001 nu califică drept contravenție fapta de distrugere a monumentelor istorice.

**Graficul 4. Sancțiuni contravenționale pentru fapte de vandalism în perioada 2017-2023**



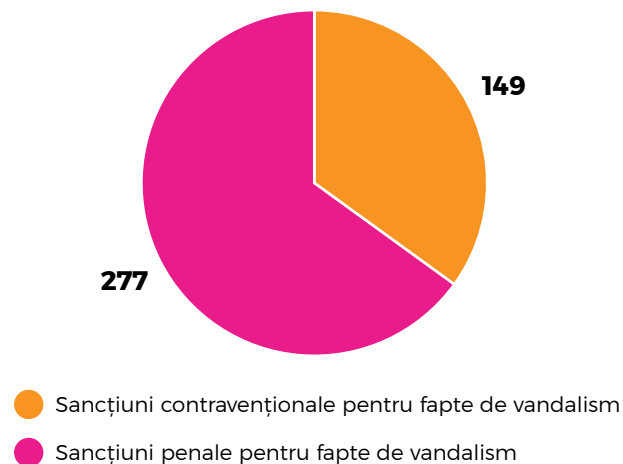
*Sursa: raportări către INCFC ale Prefecturilor și Direcțiilor Județene de Cultură, 2023*

Pe de altă parte, sancțiunile penale se regăsesc într-un număr și mai mic, fiind aplicate doar 5 astfel de sancțiuni: trei la nivelul județului Dolj și două la nivelul județului Giurgiu, în cadrul aceleiași perioade de referință.

Datele provenite de la Inspectoratele de Poliție Județene arată o imagine diferită. Astfel, Poliția a aplicat un număr de 149 de sancțiuni contravenționale în perioada 2017-2023,

acestea fiind aplicate în doar două județe (Brăila și municipiul București). În ceea ce privește sancțiunile de natură penală, au fost identificate 277 de astfel de sancțiuni aplicate în perioada de referință, mai mult de jumătate, însă (189) fiind aplicate într-un singur județ, Alba; celelalte sunt împărțite între doar alte 6 județe ale țării (București, Suceava, Maramureș, Constanța, Prahova, Iași). Cuantificând aceste date, putem spune, așadar, că în cazul Inspectoratelor Județene de Poliție se înregistrează o situație diferită, așa cum se poate observa în Graficul 5.

**Graficul 5. Distribuția sancțiunilor aplicate de către Inspectoratele Județene de Poliție în perioada 2017-2023**



*Sursa: raportări către INCFC ale Inspectoratelor Județene de Poliție, 2023*

Conform situațiilor exemplificate mai sus, observăm o implicare activă din partea organelor de poliție abilitate să mențină ordinea și să aplice legea cu privire la protecția obiectelor și a obiectivelor de patrimoniu național, indiferent că sunt parte a patrimoniului mobil sau imobil. Acest fapt este explicabil prin prisma cadrului legal care reglementează activitatea Inspectoratelor Județene de Poliție – Codul Penal, prin art. 253 privind încadrarea faptelor de vandalizare a

monumentelor istorice, dar și alte acte normative, precum Ordonanța de Guvern nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor (art. 30, alin. 2).

Instituția Prefectului ca organ de reprezentare a autorității centrale în teritoriu are competențe în privința patrimoniului și prin intermediul Direcțiilor Generale de Cultură, în special în promovarea și conservarea patrimoniului național, însă agenții

## 6. Concluzii

Agresivitatea și violența sunt forme de manifestare a comportamentului uman și se subsumează relației pe care o are individul cu societatea, raportându-se la percepțiile proprii ale persoanei, care poate vedea în autorități un partener sau un competitor. Analiza literaturii de specialitate evidențiază faptul că aspectele culturale ale violenței în mass-media, muzică și jocuri video sunt complexe și pot avea diferite interpretări. Referitor la influența mass-mediei asupra comportamentului, există cercetări care sugerează că expunerea la violența din mass-media, muzică și jocuri video poate avea un impact negativ asupra comportamentului oamenilor, în special al copiilor și adolescenților, care pot deveni agresivi. Cu toate acestea, nu există un consens clar în rândul cercetătorilor cu privire la această influență și mulți alți factori mai pot contribui la comportamentul agresiv, inclusiv mediul familial și educația.

În urma analizei realizate se poate concluziona faptul că minoritățile (etnia romă, etnia maghiară, minoritățile sexuale, dar și comunitățile religioase), femeile și persoanele aflate în funcții publice au fost cele mai afectate de majoritatea actelor de violență/agresivitate identificate (limbaj licențios utilizat la adresa lor, defăimarea imaginii, violența și instigarea la violență, cât și neinformarea corectă). Majoritatea cazurilor au surprins jigniri cu conotații rasiste la adresa anumitor persoane și comunități, dar și contexte în care aceste defăimări și jigniri ar fi trebuit, probabil, să aibă conotații ironice sau amuzante. În toate cazurile întâlnite, sancțiunile au fost aplicate deoarece, prin

constatatori ai acestora se coordonează în activitatea lor în baza Legii nr. 422/2001, care oferă premisele colaborării cu Poliția Locală sau cu inspectoratele Județene de Poliție. Din datele obținute se poate constata că se impune o îmbunătățire a colaborării interinstituționale ca parte integrantă a noilor abordări din domeniul protejării, conservării și promovării patrimoniului național.

prisma legii, aceste cazuri au implicat fie neinformarea corectă a publicului, fie absența dreptului persoanelor acuzate/jignite să își exprime opinia cu privire la situația respectivă sau chiar denigrarea nejustificată a acestora.

Agresivitatea și violența în spațiul public sunt fluctuante, dar mereu prezente. Concluzia este că nu doar oamenii obișnuiți manifestă agresivitate sau violență, ci și persoanele cu vizibilitate sau notorietate publică, aceste comportamente fiind amplificate și susținute de ceea ce este transmis prin intermediul mass-media. Un semnal de alarmă este faptul că unele persoane influente sunt agresive sau violente prin limbaj în mod public, iar afirmațiile lor sunt transmise prin diverse forme ale mass-media și uneori chiar prin anumite produse culturale. Această situație denotă faptul că nu se conștientizează importanța exemplului oferit în spațiul public, la care se adaugă necunoașterea ori ignorarea legislației cu privire la limbajul licențios sau instigator la violență.

În privința violenței manifestate fizic ca act de vandalism, se conturează o perspectivă în care avem pe de o parte județe unde se aplică legea și unde coordonarea se face pe paliere instituționale diverse, unde Direcțiile Județene de Cultură și Inspectoratele Județene de Poliție se implică direct și se susțin, iar pe de altă parte există județe unde nu apar decât sesizări disparate și unde instrumentarea este făcută în principal de către structurile de poliție.

## 7. Bibliografie

- ALLEN, V. L., „Toward an understanding of the hedonic component of vandalism”, în Claude Levy-Leboyer (ed.), *Vandalism: Behaviour and Motivations*, Elsevier Science Publishers, Amsterdam, 1984.
- ANDERSON, Craig A. și Brad J. Bushman, „Human aggression” în *Annual review of psychology*, volumul 53, numărul 1, 2002, pp. 27-51. Articol disponibil la adresa web: <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.psych.53.100901.135231>, accesat la data de 9 septembrie 2023.
- AUDI, Robert, „On the Meaning and Justification of Violence”, 1971, în Jerome A. Shaffer *Violence*, New York: David McKay Company, pp. 45–99.
- BEJAN, Doina Marta, „Huliganismul verbal și limbajul violenței în presa românească actuală” în *Distorsionări în comunicarea lingvistică, literară și etnofolclorică românească și contextul european*, 2009, pp. 29-32. Articol disponibil la adresa web: [http://ices.ro/philippide/distorsionari\\_2008/029-032%20BEJAN\\_RED.pdf](http://ices.ro/philippide/distorsionari_2008/029-032%20BEJAN_RED.pdf), accesat la data de 10 septembrie 2023.
- Bender, Patrick K., Courtney Plante, and Douglas A. Gentile, „The effects of violent media content on aggression” în *Current opinion in psychology*, volumul 19, numărul 2018, pp. 1-15. Articol disponibil la adresa web: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2352250X17300660>, accesat la data de 23 august 2023.
- BERKOWITZ, Leonard, Ronald Corwin și Mark Heironimus, „Film Violence and Subsequent Aggressive Tendencies” în *The Public Opinion Quarterly*, volumul 27, numărul 2, 1963, pp. 217-229. Articol disponibil la adresa web: <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/27/2/217/1818036>, accesat la data de 3 iulie 2023.
- BETTENCOURT, B. Ann, Amelia Talley, Arlin James Benjamin și Jeffrey Valentine, „Personality and aggressive behavior under provoking and neutral conditions: A meta-analytic review” în *Psychological Bulletin*, volumul 132, numărul 5, 2006, pp. 751–777. Articol disponibil la adresa web: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.132.5.751>, accesat la data de 9 septembrie 2023.
- BETZ, Joseph, „Violence: Garver’s definition and a Deweyan correction” în *Ethics*, volumul 87, numărul 4, 1977, pp. 339-351. Articol disponibil la adresa web: <https://doi.org/10.1086/292046>, accesat la data de 9 septembrie 2023.
- BOURDIEU, Pierre, *Language and symbolic power*, New York: Harvard University Press, 1991.
- BUFACCHI, Vittorio, „Two Concepts of Violence” în *Political Studies Review*, volumul 3, numărul 2, 2005, pp. 193-204. Articol disponibil la adresa web: <https://doi.org/10.1111/j.1478-9299.2005.00023.x>, accesat la data de 9 septembrie 2023.
- BURNAY, Jonathan, Sven Kepes și Brad J. Bushman, „Effects of violent and nonviolent sexualized media on aggression-related thoughts, feelings, attitudes, and behaviors: A meta-analytic review” în *Aggressive behavior*, volumul 48, numărul 1, 2022, pp. 111-136. Articol disponibil la adresa web: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/ab.21998>, accesat la data de 27 august 2023.
- CHATZIGIANNIS, Dimitrios, „Vandalism of Cultural Heritage: Thoughts Preceding Conservation Interventions”, *Change Over Time*, vol. 5, nr. 1, 2015.
- COCCO, Ombretta, Maura Carboni, Gianfranco Carcangiu, Paola Meloni, Arianna Murru, Franca Persia, Laura Solla, „Crime Art on the stone: graffiti vandalism on cultural heritage and the anti-graffiti role in its surfaces protection”, *Periodico di Mineralogia*, vol. 84, nr. 3A (ediție specială), 2015.

- COHEN, Stanley, „Sociological approaches to vandalism”, în Claude Levy-Leboyer (ed.), *Vandalism: Behaviour and Motivations*, Elsevier Science Publishers, Amsterdam, 1984.
- COHEN, Stanley, „Some Sociological Problems in the Study of Adolescent Violence”, *Aspects of Violence*, vol. 66, 1973.
- DODGE, Kenneth A., Mark T. Greenberg și Patrick S. Malone, Conduct Problems Prevention Research Group, „Testing an idealized dynamic cascade model of the development of serious violence in adolescence” în *Child development*, volumul 79, numărul 6, 2008, pp. 1907-1927. Articol disponibil la adresa web: <https://srcd.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8624.2008.01233.x>, accesat la data de 9 septembrie 2023.
- Ferguson, Christopher J., „Does media violence predict societal violence? It depends on what you look at and when” în *Journal of Communication*, volumul 65, numărul 1, 2015, pp. E1-E22. Articol disponibil la adresa web: <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/65/1/E1/4082340>, accesat la data de 21 august 2023.
- FUNK, Jeanne B., Heidi Bechtoldt Baldacci, Tracie Pasold și Jennifer Baumgardner, „Violence exposure in real-life, video games, television, movies, and the internet: is there desensitization?” în *Journal of Adolescence*, volumul 27, numărul 1, 2004, pp. 23-39. Articol disponibil la adresa web: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0140197103000939>, accesat la data de 24 august 2023.
- GERAS, Norman, „Our morals: the ethics of revolution” în *Socialist Register*, volumul 25, 1989, pp. 185-211. Articol disponibil la adresa web: <https://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5565>, accesat la data de 9 septembrie 2023.
- Gladstein, Jack, Elisa J. Slater Rusonis și Felix P. Heald, „A comparison of inner-city and upper-middle class youths' exposure to violence” în *Journal of Adolescent Health*, volumul 13, numărul 4, 1992, pp. 275-280. Articol disponibil la adresa web: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0140197103000939>, accesat la data de 21 august 2023.
- GOMES, Vera; Amelia Dionisio, Santiago Pozo-Antonio, „Conservation strategies against graffiti vandalism on Cultural Heritage stones: Protective coatings and cleaning methods”, *Progress in Organic Coatings*, nr. 117, 2017.
- HUESMANN, L. Rowell, „Psychological Processes Promoting the Relation Between Exposure to Media Violence and Aggressive Behavior by the Viewer” în *Journal of Social Issues*, volumul 42, numărul 3, 1986. pp. 125-139. Articol disponibil la adresa web: <https://spssi.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-4560.1986.tb00246.x>, accesat la data de 25 august 2023.
- HUGHES, Jan N., Jan E. Hasbrouck, „Television Violence: Implications for Violence Prevention” în *School Psychology Review*, volumul 25, numărul 2, 1996, pp. 134-151. Articol disponibil la adresa web: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02796015.1996.12085807>, accesat la data de 3 iulie 2023.
- JONES, Tim, Peggy H. Cunningham și Katherine Gallagher, „VIOLENCE IN ADVERTISING: A Multilayered Content Analysis” în *Journal of Advertising*, volumul 39, numărul 4, 2010, pp. 11-35. Articol disponibil la adresa web: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315706726-23/violence-advertising-tim-jones-peggy-cunningham-katherine-gallagher>, accesat la data de 3 iulie 2023.
- KRAHÉ, Barbara Möller, Huesmann Ingrid, L. Rowell Kirwil, Lucyna Felber, Anja Juliane Berger, „Desensitization to media violence: Links with habitual media violence exposure, aggressive cognitions, and aggressive behavior” în *Journal of Personality and*

- Social Psychology*, volumul 100, numărul 4, 2011, pp. 630–646. Articol disponibil la adresa web: <https://doi.org/10.1037/a0021711>, accesat la data de 25 august 2023.
- KRAHÉ, Barbara, Robert Busching, Ingrid Möller, „Media Violence Use and Aggression Among German Adolescents: Associations and Trajectories of Change in a Three-Wave Longitudinal Study” în *Psychology of Popular Media Culture*, volumul 1, numărul 3, 2012, pp. 152-166. Articol disponibil la adresa web: <https://psycnet.apa.org/record/2012-20480-003>, accesat la data de 3 iulie 2023.
- LEVY-LEBOYER, Claude, „Vandalism and the Social Sciences”, în Claude Levy-Leboyer (ed.), *Vandalism: Behaviour and Motivations*, Elsevier Science Publishers, Amsterdam, 1984.
- LINCOLN, Jay Alan, „Vandalism”, *Library and Archival Security*, vol. 9, nr. 3, 1990
- MARKEY, Patrick M., Juliana E. French și Charlotte N. Markey, „Violent Movies and Severe Acts of Violence: Sensationalism Versus Science” în *Human Communication Research*, volumul 41, 2015, pp. 155-173. Articol disponibil la adresa web: <https://academic.oup.com/hcr/article-abstract/41/2/155/4064418>, accesat la data de 4 iulie 2023.
- MARSCHALL, Sabine, „Targeting Statues: Monument “Vandalism” as an Expression of Sociopolitical Protest in South Africa”, *African Studies Review*, vol. 60, nr. 3, 2017.
- MERILL, Samuel Oliver Crichton, *Graffiti at Heritage Places: Vandalism as Cultural Significance or Conservation Sacrilege?*, *Time and Mind: The Journal of Archaeology*, vol. 4, nr. 1, 2011.
- NEWMAN, Oscar, *Creating Defensible Space*, Institute for Community Design Analysis, 1996.
- Nowak, Kristine L., Marina Krčmar și Kirstie M. Farrar, „The causes and consequences of presence: Considering the influence of violent video games on presence and aggression” în *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, volumul 17, numărul 3, 2008, pp. 256-268. Articol disponibil la adresa web: <https://direct.mit.edu/pvar/article-abstract/17/3/256/18715/The-Causes-and-Consequences-of-Presence>, accesat la data de 23 august 2023.
- Peter P. Lejins, „Book Reviews : Television in the Lives of Our Children, Wilbur Schramm, Jack Lyle, and Edwin B. Parker. Pp. 324. Stanford University Press, 1961” în *Crime & Delinquency*, volumul 8, numărul 1, 1962, pp. 87-89. Articol disponibil la adresa web: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/001112876200800117>, accesat la data de 27 august 2023.
- POWELL, Merrick, Kirk N. Olsen, William Forde Thompson, „Morbid curiosity for music containing violent themes” în *Personality and Individual Differences*, volumul 197, 2022, pp. 1-10. Articol disponibil la adresa web: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886922003026>, accesat la data de 3 iulie 2023.
- RECUERO, Raquel, „Social Media and Symbolic Violence” în *Social Media + Society*, volumul 1, numărul 1, 2015, pp. 1-3. Articol disponibil la adresa web: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305115580332>, accesat la data de 10 septembrie 2023.
- RHODES, Nancy, Bridget Potocki și Desirae S. Masterson, „Portrayals of Intimate Partner Violence in Music Videos: Effects on Perceptions of IPV Warning Signs” în *Media Psychology*, volumul 21, numărul 1, 2018, pp. 137-156. Articol disponibil la adresa web: (PDF) Portrayals of Intimate Partner Violence in Music Videos: Effects on Perceptions of IPV Warning Signs (researchgate.net), accesat la data de 3 iulie 2023.

- ROWELL HUESMANN, L., „An information processing model for the development of aggression” în *Aggressive behavior*, volumul 14, numărul 1, 1988, pp. 13-24. Articol disponibil la adresa web: [https://doi.org/10.1002/1098-2337\(1988\)14:1%3C13::AID-AB2480140104%3E3.0.CO;2-J](https://doi.org/10.1002/1098-2337(1988)14:1%3C13::AID-AB2480140104%3E3.0.CO;2-J), accesat la data de 9 septembrie 2023.
- SEINFELD, Sofia, Ruud Hortensius, Jorge Arroyo-Palacios, Guillermo Iruretagoyena, Luis E. Zapata, Beatrice de Gelder, Mel Slater și Maria V. Sanchez-Vives, „Domestic Violence From a Child Perspective: Impact of an Immersive Virtual Reality Experience on Men With a History of Intimate Partner Violent Behavior” în *Journal of Interpersonal Violence*, volumul 38, numărul 3-4, 2022, pp. 2654-2682. Articol disponibil la adresa web: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/08862605221106130>, accesat la data de 27 august 2023.
- Tobias Greitemeyer, „The dark and bright side of video game consumption: Effects of violent and prosocial video games” în *Current Opinion in Psychology*, volumul 46, 2022, pp. 1-5. Articol disponibil la adresa web: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X22000380>, accesat la data de 25 august 2023.
- URSU-SPIRIDON, Petronela, Ion Sandu, Lăcrămioara Stratulat, „The Conscious Deterioration and Degradation of the Cultural Heritage”, *International Journal of Conservation Science*, vol. 8, nr. 1, 2017.
- Werrett Wallace Charters, *Motion Pictures and Youth: A Summary*, New York: Macmillan, 1933.
- WOLF, Sarah E. și David A. Puts, „Vocal masculinity is a robust dominance signal in men” în *Behavioral Ecology and Sociobiology*, volumul 64, numărul 10, 2010, pp. 1673–1683. Articol disponibil la adresa web: <https://link.springer.com/article/10.1007/s00265-010-0981-5>, accesat la data de 9 septembrie 2023.
- YATES, Donna, Diăna Bêrziņa, Aaron Wright, „Protecting a Broken Window: Vandalism and Security at Rural Rock Art Sites”, *The Professional Geographer*, vol. 74, nr. 2, 2022.
- YILMAZ, Eyüp și Mark D. Griffiths, „Children's social problem-solving skills in playing videogames and traditional games: A systematic review” în *Education and Information Technologies*, volumul 23, 2023, pp. 11679–11712. Articol disponibil la adresa web: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10639-023-11663-2>, accesat la data de 25 august 2023.
- ZHANG, Qian, Yi Cao și JingJin Tian, „Effects of violent video games on players' and observers' aggressive cognitions and aggressive behaviors” în *Journal of Experimental Child Psychology*, volumul 203, 2021, pp. 1-13. Articol disponibil la adresa web: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022096520304598>, accesat la data de 3 iulie 2023.
- Decizia nr. 20 din 10.01.2019 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. REALITATEA MEDIAS.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_20.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_20.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 22 din 10.01.2019 privind somarea S.C. EXPRESIV S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_22.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_22.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 27/15.01.2019 privind amendarea cu 15.000 lei a S.C. REALITATEA MEDIAS.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec27-REALITATEA-am\\_15000\\_lei.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec27-REALITATEA-am_15000_lei.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

- Decizia nr. 195/07.02.2019 privind sancționarea cu amendă de 50.000 lei a S.C. ANTENA TVGROUPS.A: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec195\\_ANTENA\\_1\\_am.\\_50000.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec195_ANTENA_1_am._50000.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 252 din 26.02.2019 privind somarea S.C. EXPRESIV S.A: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_252\\_Gold\\_FM\\_somatie\\_18\\_1\\_b\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_252_Gold_FM_somatie_18_1_b_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 258 din 26.02.2019 privind amendarea cu 60.000 lei a S.C. ANTENA TV GROUPS.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec258-Antena1-art39L-18bCod.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 314/26.03.2019 privind sancționarea cu somație a S.C. A.G. RADIO HOLDINGS.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec314\\_KISS\\_FM\\_som.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec314_KISS_FM_som.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 315 din 26.03.2019 privind somarea S.C. CANET RADIO S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_315\\_Rock\\_FM\\_somatie\\_18\\_1\\_b\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_315_Rock_FM_somatie_18_1_b_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 370 din 18.04.2019 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. B1 TV CHANNELS.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec370-B1TV-informare-defaimare.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 389 din 07.05.2019 privind amendarea cu 15.000 lei a S.C. RIDZONE COMPUTERSS.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec389-RomaniaTV-violenta\\_40alin5.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec389-RomaniaTV-violenta_40alin5.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 402/14.05.2019 privind somarea S.C. ANTENA TV GROUP S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec402\\_Antena\\_1\\_som\\_art\\_7\\_si\\_40.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec402_Antena_1_som_art_7_si_40.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 551 din 23.05.2019 privind somarea S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_551\\_Som\\_B1TV\\_40\\_5\\_.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_551_Som_B1TV_40_5_.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 706/16.07.2019 privind sancționarea cu somație a S.C. REALITATEA MEDIAS.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_706-REALITATEA\\_som.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_706-REALITATEA_som.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 708 din 16.07.2019 privind amendarea cu 15.000 lei a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec708-B1TV-47alin3-67-40alin3.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 728 din 23.07.2019 privind somarea PATRIARHIA ROMÂNĂ – ADMINISTRAȚIA PATRIARHALĂ: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec728-RadioTrinitas-47alin4.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 755 din 13.08.2019 privind amendarea cu 15.000 lei a S.C. EXPRESIVS.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_755-Gold\\_FM.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_755-Gold_FM.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 798 din 05.09.2019 privind somarea S.C. ANTENA 3 S.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec798-Antena3-40alin5Cod.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 812 din 12.09.2019 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec812-B1TV-\\_art\\_40-5\\_si\\_47\\_3-4\\_din\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec812-B1TV-_art_40-5_si_47_3-4_din_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

- Decizia nr. 830 din 24.09.2019 privind somarea SOCIETĂȚII ROMÂNE DE TELEVIZIUNE BUCUREȘTI: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec830-TVRI-art23Cod.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 853 din 01.10.2019 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. MEDIA GRUP PRODUCTIONS.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_853\\_Focus\\_TV.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_853_Focus_TV.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 997 din 05.11.2019 privind somarea S.C. NOVA MEDIA S.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec997-TeleNovaTM-3alin1-7alin.1-40alin1-2Cod.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 1004 din 07.11.2019 privind sancționarea cu somație publică a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec1004-B1TV\\_som\\_40\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec1004-B1TV_som_40_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 1007 din 07.11.2019 privind somarea S.C. CAMPUS MEDIA TV S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec1007\\_DIGI\\_24\\_art\\_40\\_alin\\_5\\_din\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec1007_DIGI_24_art_40_alin_5_din_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 1054 din 19.11.2019 privind somarea S.C. DOGAN MEDIA INTERNATIONAL S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_1054\\_IMPULS.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_1054_IMPULS.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 1080 din 28.11.2019 privind somarea S.C. ANTENA 3 S.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec1080-Antena3-art47alin4-40alin5C.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 130 din 14.01.2020 privind somarea S.C. NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/130.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 136 din 16.01.2020 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. ANTENA TV GROUP S.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/136.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 163 din 28.01.2020 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec163-NasulTV-40alin1si5.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 183 din 11.02.2020 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. SUD MEDIA PRODUCTION S.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec183-TVSud-40alin1si5-64a-b.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 202 din 20.02.2020 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec202-B1TV-47-67-70.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 230 din 03.03.2020 privind somarea S.C. GRUPUL MEDIA CAMINA (G.M.C.) S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec230-RADIO\\_ZU\\_som\\_18\\_bCod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec230-RADIO_ZU_som_18_bCod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 299 din 13.04.2020 privind somarea S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_299-13.04.2020\\_Som\\_B1TV\\_.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_299-13.04.2020_Som_B1TV_.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 302 din 22.04.2020 privind sancționarea cu somație a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec\\_302\\_som\\_B1\\_TV.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec_302_som_B1_TV.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

- Decizia nr. 313 din 23.04.2020 privind somarea S.C. CAMPUS MEDIA TV S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec313DIGI24\\_som\\_47-3Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec313DIGI24_som_47-3Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 338 din 07.05.2020 privind sancționarea cu somație a S.C. ANTENA 3 S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec338\\_A3\\_som.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec338_A3_som.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 346 din 12.05.2020 privind somarea S.C. RADIO GUERRILLA S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec346-R\\_Guerrilla-47a13-18b.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec346-R_Guerrilla-47a13-18b.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 381 din 03.06.2020 privind somarea S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec\\_381-RTV-som\\_art\\_47\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec_381-RTV-som_art_47_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 394 din 10. 06.2020 privind amendarea cu 10.000 de lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec394-Realitatea\\_Plus-am\\_10000art\\_47-3\\_70-1\\_40-1\\_si\\_64\\_1\\_b\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec394-Realitatea_Plus-am_10000art_47-3_70-1_40-1_si_64_1_b_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 393 din 10.06.2020 privind sancționarea cu amendă în cuantum de 20.000 lei a S.C. B1 TV CHANNEL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec\\_393\\_B1\\_TV\\_am\\_20\\_000.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec_393_B1_TV_am_20_000.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 433 din 01.07.2020 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNATIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec433-Realit\\_PLUS\\_am\\_5000\\_art\\_40-64\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec433-Realit_PLUS_am_5000_art_40-64_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 464/06.08.2020 privind sancționarea cu amendă de 10.000 lei a S.C. ANTENA TVGROUPS.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec464-A1-am\\_10000\\_art18\\_32\\_si\\_33Cod\\_si\\_39\\_L.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec464-A1-am_10000_art18_32_si_33Cod_si_39_L.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 519 din 08.09.2020 privind somarea S.C. CAMPUS MEDIA TV S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_519-DIGI24-som\\_art\\_40\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_519-DIGI24-som_art_40_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 535 din 17.09.2020 privind somarea S.C. ANTENA 3 S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_535-Antena3-\\_art40alin5-art5b\\_aleg\\_locale.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_535-Antena3-_art40alin5-art5b_aleg_locale.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 554 din 24.09.2020 privind amendarea cu 7.500 lei a S.C. ANTENA 3 S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_554\\_am\\_7500\\_Antena\\_3\\_art\\_18b\\_40\\_1si5\\_si\\_64\\_1bCod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_554_am_7500_Antena_3_art_18b_40_1si5_si_64_1bCod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 623/03.11.2020 privind sancționarea cu somație publică a S.C. ANTENA TV GROUP S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_623-A1\\_som\\_art\\_18\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_623-A1_som_art_18_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 665 din 24.11.2020 privind somarea ASOCIAȚIA CENTRUL MEDIA ADVENTIST VOLUNTARI: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_665-SperantaTV-47alin2.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_665-SperantaTV-47alin2.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 675 din 26.11.2020 privind somarea S.C. TOP BBB VIDEO S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_675-AccentTV-40alin4\\_5\\_1\\_.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_675-AccentTV-40alin4_5_1_.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 676 din 26.11.2020 privind somarea S.C. UNDA MEDIA S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_676-Radio\\_Accent-40alin4\\_5.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_676-Radio_Accent-40alin4_5.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

- Decizia nr.706 din 17.12.2020 privind somarea S.C. RADIO GUERRILLA S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_706-Radio\\_Gue\\_som\\_art\\_47\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_706-Radio_Gue_som_art_47_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 2 din 07.01.2021 privind amendarea cu 10.000 de lei a S.C. GEOPOL INTERNATIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_2-REALITATEA.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_2-REALITATEA.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 17 din 14.01.2021 privind somarea S.C. DOGAN MEDIA INTERNATIONAL S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_17\\_Somatie\\_Kanal\\_D\\_47\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_17_Somatie_Kanal_D_47_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 36 din 26.01.2021 privind somarea S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_36-RealitateaPlus-art47alin3.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_36-RealitateaPlus-art47alin3.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 115/27.05.2021 privind sancționarea cu amendă de 10.000 lei a S.C. ANTENA TV GROUP S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_115-A1-am\\_10000\\_art47\\_4\\_64.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_115-A1-am_10000_art47_4_64.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 172 din 08.07.2021: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_172-spot\\_Jumbo-29\\_1\\_e\\_LG.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_172-spot_Jumbo-29_1_e_LG.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 231 din 02.09.2021 privind amendarea cu 30.000 lei a S.C. NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_231Nasul-3alin2L-40-1-4-6\\_si\\_47alin4Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_231Nasul-3alin2L-40-1-4-6_si_47alin4Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 272 din 16.09.2021 privind somarea S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_272-RTV-som\\_art46\\_47\\_64\\_SI\\_65\\_Cod\\_1.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_272-RTV-som_art46_47_64_SI_65_Cod_1.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 297 din 28.09.2021 privind amendarea cu 60.000 lei a S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_297-Romania\\_TV\\_am\\_60000\\_final.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_297-Romania_TV_am_60000_final.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 409 din 10.11.2021 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_409-RomaniaTV-47alin2-64a-40alin5.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_409-RomaniaTV-47alin2-64a-40alin5.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 421 din 11.11.2021 privind amendarea cu 15.000 de lei a S.C. GEOPOL INTERNATIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_421-Realitatea\\_Plus\\_amenda\\_15.000\\_47\\_4\\_.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_421-Realitatea_Plus_amenda_15.000_47_4_.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 459 din 15.12.2021 privind somarea S.C. PRO TV S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_459\\_-\\_ProTV-47alin4.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_459_-_ProTV-47alin4.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 95 din 26.01.2022 privind somarea S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_95-RTV-som\\_art\\_47\\_si\\_3\\_LA.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_95-RTV-som_art_47_si_3_LA.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 98 din 27.01.2022 privind sancționarea cu somație a S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_98.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_98.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 111 din 08.02.2022 privind sancționarea cu amendă de 10.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_111Realit\\_Plus\\_am\\_10\\_mii-47-2\\_Cod.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_111Realit_Plus_am_10_mii-47-2_Cod.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 121 din 15.02.2022 privind sancționarea cu somație a S.C. RCS & RDS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_121\\_Digi\\_S2\\_47\\_3\\_Som.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_121_Digi_S2_47_3_Som.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

- Decizia nr. 136 din 01.03.2022 privind sancționarea radiodifuzorului S.C. NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A. cu obligația de a difuza, în ziua de 03.03.2022, timp de 10 minute, între orele 19.00-19.10, numai textul deciziei de sancționare emise de C.N.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_136-NASUL\\_TV\\_10\\_minute\\_3\\_LA\\_40\\_47\\_si\\_64\\_CA.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_136-NASUL_TV_10_minute_3_LA_40_47_si_64_CA.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 201 din 22.03.2022 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec201-NASUL\\_TV\\_am\\_10000\\_art\\_47\\_40\\_64\\_CA.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec201-NASUL_TV_am_10000_art_47_40_64_CA.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 222 din 07.04.2022 privind amendarea cu 10.000 a S.C. ANGUS RESOURCES S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_222\\_Gold\\_FM\\_10\\_000.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_222_Gold_FM_10_000.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 354 din 28.07.2022 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. RIDZONE COMPUTERS S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec354-RomTV-\\_am10000\\_art\\_47\\_cu\\_3-40\\_cu\\_4\\_64\\_1abCod-final.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Dec354-RomTV-_am10000_art_47_cu_3-40_cu_4_64_1abCod-final.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 531 din 29.09.2022 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. CLEVER MEDIA NETWORK S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_531.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_531.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 606 din 17.11.2022 privind amendarea cu 20.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_606.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_606.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 136 din 02.02.2023 privind somarea S.C. ANTENA 3 S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_136.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_136.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 161 din 14.02.2023 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. RTV HD S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_nr\\_161\\_din\\_14.02.2023.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_nr_161_din_14.02.2023.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 183 din 23.02.2023 privind amendare cu 10.000 lei a S.C. RTV HD.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_183.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_183.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 214 din 23.03.2023 privind sancționarea cu amendă de 10.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_214.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_214.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 248 din 30.03.2023 privind somarea S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_248.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_248.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 257 din 06.04.2023 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. ARTFEST CONSULTING S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_257.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_257.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 284 din 27.04.2023 privind amendarea cu 100.000 lei a S.C. RTV HD S.R.L.: <https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia284.pdf>, accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 285 din 27.04.2023 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. NAȘUL, PRIETENII DE PRETUTINDENI ȘI ASOCIAȚII S.A.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_285.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_285.pdf), accesat la data de 28 august 2023.
- Decizia nr. 353 din 09.05.2023 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. ARTFEST CONSULTING S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_353.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_353.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

Decizia nr. 359 din 16.05.2023 privind amendarea cu 5.000 lei a S.C. RTV HD S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_359.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_359.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

Decizia nr. 380 din 23.05.2023 privind amendarea cu 20.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_380.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_380.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

Decizia nr. 403/13.06.2023 privind sancționarea cu somație publică a SOCIETĂȚII ROMÂNE DE TELEVIZIUNE BUCUREȘTI: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_403.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_403.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

Decizia nr. 417 din 28.06.2023 privind amendarea cu 10.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_417.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_417.pdf), accesat la data de 28 august 2023.

Decizia nr. 418 din 28.06.2023 privind amendarea cu 20.000 lei a S.C. GEOPOL INTERNAȚIONAL S.R.L.: [https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia\\_418.pdf](https://www.cna.ro/IMG/pdf/Decizia_418.pdf), accesat la data de 28 august 2023.





INSTITUTUL NAȚIONAL  
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ

BD. UNIRII NR. 22, ETAJ 2,  
SECTOR 3, 030833 BUCUREȘTI  
TEL.: 021 891 91 03,  
FAX: 021 893 31 75  
E-MAIL: OFFICE@CULTURADATA.RO

ISSN 2537-5121  
ISSN-L 2537-5121

