

Universitatea Babeş-Bolyai  
Facultatea de Litere și Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale  
Comunicării  
Școala Doctorală Studii de Hungarologie

**TEZĂ DE DOCTORAT**  
**Rolul studiourilor teritoriale ale Televiziunii Române**  
**Studiu de caz**  
**(REZUMAT)**

Coordonator științific  
Prof. dr. Cseke Péter

Student doctorand  
drd. Orbán Katalin

**Cluj-Napoca**  
**2019**

**Cuvinte-cheie:** Televiziunea Română, TVR Cluj, studioul teritorial din Cluj, televiziune regională, televiziune în serviciu public, RTV, TVR

## **Cuprins:**

### Introducere

1.	Argumente pentru alegerea tematicii și subiectului	1
2.	Ipoteze	3
3.	Metodele aplicate în munca de cercetare, structura lucrării	4
I.	Baza teoretică – trecerea în revistă a bibliografiei de specialitate	8
1.	Analiza noțiunilor implicate	8
1.1.	Serviciul public înseamnă serviciul intereselor societății?	8
1.2.	Mass-media în serviciul public – definiție proprie	11
1.3.	Televiziune de stat sau televiziune (de serviciu) publică	15
1.4.	De la televiziune de stat la televiziune de serviciu public în Europa	17
1.5.	Teritorial sau regional?	21
2.	Cadrelor juridice ale mass-mediei audiovizuale de serviciu public	31
2.1.	Legile audiovizualului în UE	31
2.2.	Reglementările UE – transmisiuni ale televiziunii de serviciu public	35
2.3.	Legislația referitoare la serviciile mass-media audiovizuale din țară	37
2.4.	Reglementările instituționale care influențează funcționarea TVR	41
3.	Contextele internaționale ale activității din studiourile teritoriale ale TVR	43
3.1.	Experiențe europene – CIRCOM Regional	44

II.	Cronologie istorică	48
1.	Înființarea și dezvoltarea Televiziunii Române	48
2.	Studioul din Cluj al Televiziunii Române (TVR Cluj) 1972- 2018	53
	2.1. Înființarea studioului TVR Cluj	53
	2.2. Analiză: despre importanța arhivelor – conținutul primelor emisiuni	60
	2.3. Dezvoltarea TVR Cluj	71
	2.4. Înființarea și misiunea canalului TVR3	77
	2.5. Date și statistici referitoare la dezvoltarea TVR Cluj	79
	2.6. Prezența emisiunilor în limbile minorităților în program	84
	2.7. Intermezzo – „TVR Cluj înseamnă Csépe Sándor”	92
	2.8. Instantaneu – situația actuală: TVR Cluj în 2019	94
III.	Analiză	97
1.	Fața unei instituții de mass-media: brandul ca promisiune	97
2.	Determinarea rolului emisiunilor TVR Cluj prin analiza grilei de programme	131
3.	Analiza știrilor transmise de TVR Cluj	153
4.	Imagine de ansamblu prin prisma metodei numite „oral history” – TVR Cluj între anii 1990-2015	160
	Prezentarea rezultatelor – concluzii	182
	Posibilele continuări ale cercetărilor	187
	Bibliografie	189
	Surse	198
	Anexe	202
	Studii parțiale publicate în cursul cercetării subiectului tezei de doctorat	202
	Curriculum vitae	203
	Tabel al timpului total al emisiunilor TVR Cluj, pe diferite categorii	206
	Lista fotografiilor, tabelelor și statisticilor din lucrare	208
	Grila de programe TVR Cluj din primăvara anului 2018	225
	Aprobarea Comitetului Director al TVR Cluj în ce privește cercetarea	226

Sinteza lucrării în limba română	227
Sinteza lucrării în limba engleză	235

### **Rezumat:**

În prezenta lucrare de doctorat cercetez funcțiile, competențele și rolurile studiourilor teritoriale ale Televiziunii Române, studiul de caz fiind studioul teritorial din Cluj, dintr-un motiv simplu: am fost mai întâi colaborator extern, apoi colaborator intern, angajat pe termen nedeterminat al acestui studio încă din 2003. Acest prim studio teritorial al televiziunii române în serviciu public a fost înființat în ultimele zile din decembrie 1989 și și-a transmis prima emisiune în data de 3 ianuarie 1990.

Motivația de a alege acest subiect de cercetare a fost acea emoție personală care s-a conturat în mine ca urmare a mării restructurări din 2012-2013. În cursul acelei restructurări studioul teritorial, cu un personal și așa foarte redus, trebuia să-și ia rămas bun de la 43 de colaboratori, tocmai în vremurile când a transmis deja de trei ani (din 2009) pe un canal propriu de televiziune, cu un spațiu de emisie crescut. În acele zile s-a formulat în mine întrebarea: de ce trebuie să însemne restructurarea o reducere drastică de personal și în cazul studiourilor teritoriale, aidoma studiourilor centrale, despre care se știa că funcționau cu resurse umane incomparabil mai mari? Am început o cercetare științifică în această privință, pentru a demonstra: cele cinci studiouri teritoriale ale Televiziunii Române îndeplinesc anumite funcții esențiale, au anumite competențe speciale care să le asigure o existență îndreptățită în cadrul mass-mediei din țară.

### **Ipoteze:**

1. Presupun că prin cercetarea unităților funcționale, emisiunilor, grilei de programe, particularităților video-grafice ale studioului teritorial studiat, respectiv prin analiza materialului din arhive și a amintirilor colaboratorilor se va putea demonstra existența unor funcții determinatorii pentru cadrul de funcționare al instituției și se va putea demonstra necesitatea existenței și

funcționării acestui studio, atât în contextul mass-mediei locale, cât și în cel al mass-mediei naționale.

2. Presupun că funcțiile și rolurile asumate de studioul teritorial în momentul începerii activității nu s-au modificat în timp, dar anumite aspecte – cum ar fi factorii tehnici, tendințele urmate în redactare și în stil, globalizare, prezența în spațiul virtual, nevoia de a se conforma așteptărilor față de mass-media în serviciu public etc. – se puteau modifica. Pornim de la supoziția că perioada de început, care în cazul studioului teritorial din Cluj înseamnă anii 1990, diferă în mod semnificativ de momentul de față, atât în privința transmițătorului mesajului, cât și din punctul de vedere al receptorului mesajului. Dar chiar și mesajul s-a schimbat oarecum, atât în contextul formal, cât și în cel al conținutului. Deci presupun că funcțiile și rolurile asumate în mod conștient sau existente în mod implicit în perioada de început, nu neapărat s-au schimbat, dar au suferit unele completări și modificări de-a lungul deceniilor trecute.

Obiectivul principal al cercetărilor vizează demonstrația veridicității celor două ipoteze, iar obiectivul secundar presupune prezentarea fundalului istoric în cursul analizelor datelor adunate. Obiectivul secundar nu poate prelua însă controlul asupra procesului de cercetare. Atenția acordată ipotezelor, de importanță primordială, presupune asumarea unui risc în cazul informațiilor istorice lacunare, în procesul determinării funcțiilor și rolului studioului teritorial în mass-media din țară.

Procesul de cercetare a fost încetinit de faptul că nu se putea găsi o bibliografie relevantă pentru viața și munca studioului teritorial din Cluj, considerat studiul de caz al lucrării. Există mult prea puține studii care să menționeze, măcar în treacăt, acest studio. Pot afirma deci că sunt primul cercetător care se ocupă de studioul teritorial din Cluj al Televiziunii Române, și din acest motiv trebuia să mă confrunt cu toate provocările și greutățile aferente unei astfel de sarcini inedite și neasumate de nimeni înaintea mea. În eforturile de a aduna datele necesare m-au asistat bunăoară colaboratorii de la departamentul administrativ al studioului, dar în elaborarea cronologiilor diferitelor evenimente din viața instituției trebuia să mă

mulțumesc cu emisiunile aniversare, pe baza cărora am putut întocmi în cele din urmă o statistică relevantă pentru formarea, dezvoltarea și orientarea studiului teritorial din Cluj. Consider că și această cronologie înseamnă o premieră absolută, deoarece aceste date referitoare la cei aproape 30 de ani de activitate n-au mai apărut nicăieri în această formă de sinteză.

### **Împărțirea tezei:**

Lucrarea se structurează în trei părți majore. În primele două părți am inclus cercetările revelatoare care să confere bază solidă pentru un studiu comparativ, inclus tot în prima parte. În cursul cercetărilor revelatoare se stabilesc cadrele istorice ale subiectului studiului, se identifică referințe bibliografice, se clarifică noțiunile și conceptele folosite, după care studiul comparativ demonstrează relevanța națională și europeană a activității din studioul teritorial studiat, se evidențiază asemănările și diferențele identificate în proces. O importantă sursă de informații în acest context o reprezintă legislația și normativele în vigoare referitoare la caz, respectiv diferitele baze de date cu informații relevante.

În partea care prezintă literatura de specialitate relevantă se studiază noțiunea de televiziune în serviciul comunității sau conceptul de „serviciu public”, respectiv însemnătatea televiziunii de stat. Un studiu amplu din cadrul lucrării se ocupă de aspectele locale, regionale și naționale în contextul mass-mediei audiovizuale. Am formulat propria definiție în această privință și am demonstrat că, deși legislația în vigoare folosește termenul de „studii teritoriale” când se referă la unitățile non-centrale ale Televiziunii Române, în limbajul curent și în discursul științific termenul adoptat este de „studio regional”. Desigur, mă ocup de definiția ambelor expresii, și ofer o analiză detaliată cu privire la termenul potrivit pentru a denumi un studio non-central al Televiziunii Române, și de ce anume ar trebui să optăm pentru acel termen.

Această parte care trece în revistă literatura de specialitate include și referințe la cadrul legislativ. Sunt prezentate aspecte internaționale și europene ale înființării televiziunii în serviciu public, după care se analizează legislația în vigoare de la noi, din țară, în lumina normativelor audiovizuale europene, într-un studiu comparativ. Acord atenție deosebită și normelor instituționale care influențează activitatea din

cadrul Televiziunii Române, respectiv acelor contexte internaționale ale studiourilor teritoriale, care stabilesc apartenența acestor studiouri la diferite forumuri profesionale și însemnătatea acestora în funcționarea și dezvoltarea lor.

În partea a doua și-a găsit loc o prezentare cronologică a istoriei Televiziunii Române și a primului studio teritorial, cel din Cluj, sintetizând evoluția lor încă de la înființare. Aici se subliniază și importanța arhivelor. În arhiva studioului teritorial din Cluj este depozitat un imens material audiovizual, sub formă de casete și, mai nou, tot mai multe înregistrări digitale, care păstrează amintirile vieții culturale, sociale, politice, economice etc., ale întregii regiuni, încă din anul 1990. Contemplând acest material s-a formulat supoziția: și acest depozit este un fel de monument istoric, și se prea poate că una dintre rolurile de bază ale acestui studio teritorial, regional rezidă tocmai aici: citând expresia istoricului francez Pierre Nora, să creeze un „lieu de mémoire”, să devină un fel de „lieu de mémoire” a populației.

Când vorbim despre arhivă, ne referim la un depozit care stochează dovezile trecutului. Casetele, benzile magnetice, datele digitale moderne immortalizează evenimentele trecutului. Dincolo de evocarea amintirilor regiunii prezentate în emisiunile studioului teritorial din Cluj, care se adresa tocmai acestei regiuni, acest material păstrează și activitatea instituției înseși, cum ar fi evenimentele din primele zile de transmisie. Drept urmare cercetătorul nu trebuie să se mulțumească doar cu relatările participanților la acele evenimente, pe baza așa-numitei metodologii de „oral history” (care poartă riscul unor interpretări cu caracter mai mult subiectiv), ci are la dispoziție informații și date concrete.

Tot această parte a lucrării include o prezentare a situației curente din instituție, cu statistici despre numărul de colaboratori, spațiul de emisie, grila de programe, durata (în minute) a emisiunilor pregătite pentru canalele naționale etc. Consider că aceste date referitoare la situația curentă a instituției pot fi de mare folos pentru cercetătorii care se vor ocupa de situația mass-mediei, așa cum această lucrare contribuie în mod semnificativ la alcătuirea unei perspective ample asupra mass-mediei din Transilvania.

Baza teoretică și istorică oferită în primele două părți asigură cadrul cercetărilor metodologice din cea de-a treia parte, pentru a facilita înțelegerea acelor dovezi care demonstrează veridicitatea ipotezelor propuse.

### **Metode de cercetare:**

Cercetările au fost efectuate pe baza unor metodologii atent puse la punct.

- analiza conținutului arhivelor – efectuată uneori împreună cu metode semiotice
- interviuri – oral history
- observații personale din perspectiva unui participant activ la emisiuni.

Am efectuat patru studii parțiale fiecare având obiectivul de a identifica anumite funcțiuni și roluri. Primul studiu parțial poartă titlul de *Imagine în ansamblu asupra mass-mediei din perspectivă de oral history – studioul teritorial din Cluj a TVR 1990-2015*. În acest studiu cercetarea se bazează pe interviuri înregistrate în anul 2015 în cadrul unor filme documentare menite să celebreze cei 25 de ani de funcționare a studioului TVR Cluj. Pentru cercetare am folosit originalul materialelor, unde vorbesc colaboratorii acestui studio, deoarece doar din aceste premontaje se conturează imaginea completă și realistă a situației prezentate în studiu. Redactorii acestor interviuri au tăiat mult din material, în funcție de cadrul temporal disponibil, selectând din discuția completă doar anumite informații considerate relevante pentru emisiune. Pentru un studiu științific însă e nevoie de întreaga discuție purtată de fiecare participant. Pentru a ajunge la o concluzie relevantă și definitivă pentru cercetările mele, am pornit de la premisa conform căreia dacă în amintirile tuturor celor care evocă (în mod subiectiv și independent unii de alții) un anumit eveniment, se regăsesc informații similare într-o cantitate convingătoare, atunci acele informații se pot considera valide, aproape ca fiind date obiective, în ce privește concluziile finale. Aceste interviuri au fost clasificate în trei categorii, în funcție de stilul și conținutul lor. Prin esență am identificat deci amintiri cu multe informații cu caracter obiectiv, cu multe date concrete, amintiri bazate pe impresii și emoții, respectiv opinii bazate



pe experiență personală. În încheierea acestor studii parțiale am putut să trag concluzii interesante, prezentate la sfârșitul lucrării, împreună cu celelalte rezultate la care am ajuns.

Celelalte studii parțiale, care se referă la metodologie: *Definiția funcțiilor și rolurilor televiziunii pe baza analizei grilei de programe*, *Imaginea unei organizații de mass-media: brandul drept promisiune*, respectiv *Analiza știrilor transmise de TVR Cluj*. În cazul cercetărilor referitoare la grila de programe m-am bazat și pe literatura de specialitate conform căreia grila de programe contribuie la definirea funcțiilor televiziunii, poartă aspecte ideologice, relevante pentru orientarea instituției respective. În cazul în care acceptăm ideea conform căreia funcțiile, rolurile și principiile de funcționare sunt oglindite cel mai fidel de propria grilă de programe, trebuie să analizăm în detaliu grila de programe din TVR Cluj, pe care se bazează studiul de caz. În contextul acestei analize sunt prezentate acele normative europene, care reglementează clasificarea emisiunilor. Este vorba de reglementările adoptate de European Broadcasting Union, iar cum toate studiourile Televiziunii Române se supun acestor reglementări, emisiunile transmise de TVR Cluj sunt clasificate în conformitate cu ele. Din aceste statistici se poate contura acea ideologie pe care și TVR Cluj o urmează și din care putem deduce informații relevante cu privire la funcții și roluri asumate.

În cadrul analizei brandului demonstrez că și în lumea mass-mediei e nevoie de câte o identitate bine definită pentru ca produsele să fie ușor de recunoscut și acceptat, și pentru ca publicul să urmărească emisiunile cu ideea că acestea reprezintă o imagine, un principiu, o idee cu care telespectatorul sau ascultătorul se poate identifica (în caz fericit). Urmărind câteva promo-uri din pachetul de identitate (identity package) a studioului teritorial din Cluj al Televiziunii Române s-a formulat ideea că și acest detaliu definește funcție și rol asumat. În caz extrem s-ar putea defini funcția instituțională reflectată de acest pachet de identitate ca fiind menit „pentru Transilvania”. Această afirmație se regăsește bunăoară la sfârșitul eseurilor, promo-urilor, genericelor și flash-urilor (elemente care separă diferitele rubrici și emisiuni) care fac parte din acest pachet de identitate. Citat exact: „TVR Cluj pentru Transilvania”. Studiile parțiale referitoare la aceste aspecte evidențiază că dincolo de

un mesaj aparent simplu se ascund foarte multe elemente constituente și definatorii de funcție și roluri. În analiză este prezentat întregul pachet de brand al Televiziunii Române, cu ghidul aferent, denumit TVR Styleguide, după care detaliez cum se clădește pe această bază brandul propriu al studioului teritorial, cu atenția specială acordată regiunii în care funcționează.

Analiza știrilor transmise de TVR Cluj viza în primul rând determinarea exactă a măsurii în care aceste informații privesc această regiune. Știind că TVR Cluj produce știri și pentru emisiuni transmise pe canal național, cum ar fi TVR3, TVR1, TVR Moldova, m-a interesat măsura în care atenția se orientează către informații de interes național, și proporția știrilor de interes regional sau cu caracter regional. Desigur, în studiu am considerat multe alte criterii, deci în încheierea acestui studiu parțial am inclus o analiză completă a emisiunii de știri transmise de TVR Cluj.

### **Concluziile tezei:**

În partea de sinteză a lucrării sunt enumerate acele funcții care au putut fi identificate datorită cercetărilor efectuate, și care sunt validate de procesul demonstrativ. Printre funcțiile asumate de studioul teritorial din Cluj al Televiziunii Române, dincolo de cele stabilite de legile în vigoare și care se pot identifica cu ușurință, de a informa, educa și distra marele public, se mai pot distinge următoarele:

- funcție explicativă, de argumentare și analiză
- funcție de sistematizare și orientare
- funcție care influențează normele de conduită și de raționament
- funcție de informare în legătură cu ce se întâmplă dincolo de anturajul imediat
- funcție de socializare
- funcție de educare în spiritul toleranței
- funcție de prezentare a unor lucruri sau aspecte inedite
- funcție de a crea o societate capabilă să se gândească solidar
- funcție de a servi interesele comunității
- funcție de a crea o experiență comună pentru comunitate
- funcție de a forma o comunitate regională – definiție proprie

- funcție de păstrare a identității
- funcție-oglină care invită la autorefecție
- funcție de a prezenta, promova, caracteriza
- funcție de a reaminti
- funcție de a salva și păstra valori
- funcție de far cultural și științific
- funcție de factor regional de mass-media
- funcție transilvană
- funcție de agenție de știri locale-regionale
- funcție de televiziune în serviciu public
- funcție de educație în ce privește mass-media

Consider că aceste funcții nu se pot lista în ordinea importanței. Toate poartă o însemnătate extraordinară. Consider și că studioul teritorial din Cluj al Televiziunii Române poate prelua numeroase alte funcții și-și poate asuma numeroase alte roluri, la fel ca celelalte studiouri. Concluziile acestei lucrări nu sunt valabile bunăoară doar pentru studiul de caz, TVR Cluj: aceste funcții le caracterizează pe toate cele cinci studiouri regionale ale Televiziunii Române. În încheierea lucrării am ajuns la concluzia că din moment ce în cazul acestor instituții regionale putem vorbi de existența obiectiv demonstrată a unor funcții definitorii și de importanță esențială pentru viața unei comunități sau a întregii societăți, aceste funcții rezultă în dreptul de netăgăduit la existență și funcționare în cazul studiourilor respective.

### **Bibliografie:**

1. ABRIC, Jean-Claude: *Psihologia Comunicării*. Traducere de Luminița și Florin Botoșineanu, Editura Polirom, Iași, 2002.
2. ABRUDAN, Elena – TARȚA Ancuța: *Diversitate în mass-media*, Editura Napoca Star, Cluj-Napoca, 2009.
3. ABRUDAN, Elena (coord.): *Perspective asupra producției media*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2007.
4. ABRUDAN, Elena: *Visual Culture, Galaxia Gutenberg*, Târgu Lăpuș, 2012.

5. ACHIM, Viorel: *Țigani în istoria României*, Editura Enciclopedică, București, 1998.
6. ACZÉL Petra: *Médiaretorika*, Magyar Mercurius Kiadó, 2012.
7. ADAMS, Sally: *Interviewing for journalists*. Routledge, 2006.
8. ADAMSON, Allen P.: *Brand Simple: cum reușesc cele mai bune branduri prin simplitate*. Trad. Mihaela Sofonea, Publica 2009., Buc.
9. AGABRIAN, Mircea: *Analiza de conținut*. Polirom, Iași, 2006.
10. ALBERT, Pierre – TUDESQ, André-Jean: *Istoria radioteleviziunii*. Institutul European, 2003.
11. ALIA, Valeria – BULL Simone: *Media and Ethnic Minorities*, Edinburgh University Press, 2005.
12. ANDOK Mónika: *A hírek története*. L'Harmattan, Bp., 2013.
13. ANGELUSZ Róbert: *Normaváltozás, televízió, nyilvánosság*. Jel-Kép, V. évf., 1984, 1. Szám
14. ANTIK Sándor: *Vizuális emlékezet és képi metaforák*. Egyetemi Műhely Kiadó, Bolyai Társaság Kolozsvár, 2008.
15. ANTIK Sándor: *Vizuális megismerés és kommunikáció*. Egyetemi Műhely Kiadó, Bolyai Társaság Kolozsvár, 2010.
16. ARGHIR, Vlad – L. BURLACU, D. CRISTESCU, S. ISPAS, D. MUCICA, A. URECHE, C. SIMION: *Ghidul managerului de presă*, Editura Humanitas, București, 2007.
17. ARMANCA, Brîndușa: *Televiziunea Regională în România. Un reper: TVR Timișoara*. Ed. Mirton, Temesvár, 2002.
18. BABBIE, Earl R.: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Bp., 2005.
19. BADEA, Florin: *Jurnalism de televiziune – elemente și principii*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca, 2007.

20. BĂICAN, Eugen – CHIRICĂ, Adrian (articol), *Reflectarea mediatică a procesului construcției europene*, Studia UBB Ephemerides, LVI, 1, 2011.
21. BAJOMI-LÁZÁR Péter: *Média és társadalom*. Antenna Könyvek. 2008.
22. BAKENHUS, Norbert: *Radioul local. Ghid practic pentru jurnaliști*, Polirom, Iași, 1998.
23. BALABAN, Delia C.: *Perspective asupra televiziunii în România*. Presa Universitară Clujeană, 2003.
24. BĂLĂȘESCU, Mădălina: *Manual de producție de televiziune*, Polirom, Iași, 2003.
25. BALÓ György – VITRAY Tamás: *A televíziós személyiség*. Jel-Kép, V. évf., 1984, 2. szám
26. BARBIER, F. – LAVENIR, C. B.: *A média története*, Osiris Kiadó, Budapest, 2004.
27. BARCZY Magdolna – RÉVÉSZ Klára: *Tévériporterek, műsorvezetők - a közönség szemével*. Jel-Kép, I. évf., 1980, 4. Szám
28. BARTHES, Roland: *A kép retorikája*. In: *Filmkultúra*, 90/5., 64-72. o., Angyalosi Gergely fordítása. Eredeti: *Communications*, 1964. Elérhető: [http://mandadb.hu/common/file-servlet/document/512188/default/doc\\_url/1990\\_5sz.pdf](http://mandadb.hu/common/file-servlet/document/512188/default/doc_url/1990_5sz.pdf)
29. BAYER – KOPPÁNYI – NYAKAS – TÉNYI (szerk.): *A közszolgálati média és az európai versenyjog. Közszolgálatosság a változó világban*. L'Harmattan, 2010.
30. BECIU, Camelia: *Sociologia comunicării și a saptiului public*. Polirom, 2011.
31. BEE, Cristiano – BOZZINI, Emanuela: *Mapping the European Public Sphere. Institutions, Media and Civil Society*, Ashgate Publishing House, 2010.
32. BELCH, George E. – BELCH, A. Michael: *Advertising and promotion. An integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill International Edition, 2007.

33. BERKI Erzsébet, Mélypataki Gábor, Neumann László (szerk.): *A közszolgálat fogalma, jogi- és érdekegyeztetés szempontú vizsgálata*. Elérhető: <http://efdsz.hu/images/dokumentumok/kozszozg.pdf>
34. BERNÁTH László (szerk.): *Műfajismeret*, Budapest, MÚOSZ, 1997.
35. BERTRAND, Claude-Jean (coordonator), *O introduce in presa scrisă și vorbită*. Prefață de Claude-Jean Bertrand. Traducere coordonată de Mirela Lazăr, Editura Polirom, Iași, 2001.
36. BERTRAND, Claude-Jean: *O introduce în presă, radio și televiziune*. Polirom, Iași, 1997.
37. BIGNELL, Jonathan – ORLEBAR, Jeremy: *Manual practic de televiziune*, Polirom, Iași, 2009.
38. BLOCH, Marc: *A történész mestersége*. Történetelméleti írások. Osiris, 1996.
39. BODÓ Barna: *Politikai kommunikáció – média – médiapolitika*. IN: ME.dok, 2008/4.
40. BODÓ Julianna – BIRÓ A. Zoltán: *Szimbolikus térfoglalási eljárások*, Antropológiai Műhely, 1993/2.
41. BODOR Pál (Diurnus): *A kíváncsiság mestersége. Ami taníthatatlan, és ami megtanulható az újságírásban*. Harmadik kiadás. HQD Média és Menedzsment Szolgáltató BT, Pilisszentiván.
42. BOURDIEU, Pierre: *Despre Televiziune*, Editura Art, Buc., 2007.
43. BOURDIEU, Pierre: *Előadások a televízióról*, Osiris Kiadó, Budapest, 2001.
44. BOURDIEU, Pierre: *Language and Symbolic Power*. Polity Press, 1992.
45. BOUTAUD, Jean-Jacques: *Comunicare, semiotică și semne publicitare: teorii, metode și aplicații*. Tritonic, Buc., 2004.
46. BROWNE, Nick (ed.): *American televisoin. New directions in history and theory*. Harwood Ac. Publishers.
47. BURKE, Peter – BRIGGS, Asa: *Mass-media. O istorie socială. De la Gutenberg la internet*. Polirom, 2005.

48. BUTUROIU, Raluca: *Noua eră a vechilor media*. Comunicare.ro, Buc., 2016.
49. CÂMPEANU, Vera: *The Image of the National Minorities in Romania's Press*, Balkan Neighbours Newsletter, No. 5, 1997.
50. CHELCEA, Septimiu: *Inițiere în cercetarea sociologică*, Editura Comunicare.ro, București, 2004.
51. CHELCEA, Septimiu: *Metodologia elaborării unei lucrări științifice*, Editura Comunicare.ro, București, 2003
52. COMAN, Mihai: *Introducere în sistemul mass-media*, Polirom, Iași, 1999.
53. COMAN, Mihai: *Mass-media în România post-comunistă*. Polirom, Iași, 2003.
54. CSEKE Péter: *Az erdélyi tévékultúra első hónapjai*. Beszélgetés Csép Sándorral. IN: Korunk 1990/5.
55. CSEKE Péter: *Valori ale presei maghiare din România (1919-2014)*. Tritonic, 2015.
56. CUILENBURG Van, J. J. – O. Scholten – G.W. Noomen: *Știința comunicării*. Humanitas, Buc., 1998.
57. DÂNCU, Vasile S.: *Comunicarea simbolică*. Eikon, Cluj, 2009.
58. DeFLEUR, Melvin L. – BALL-ROCHEACH, S.: *Teorii ale comunicării de masă*. Iași, Polirom, 1999.
59. DOBRESU, Paul – BÂRGĂOANU, Alina: *Mass media și societatea*. comunicare.ro, Buc., 2003.
60. DOMOKOS Lajos: *Press. A nyomtatott és az elektronikus újságírás elmélete, gyakorlata*, Budapest, Teleschola, 1998.
61. ECO, Umberto: *Hogyan írjunk szakdolgot?* Partvonal Könyvkiadó, Bp., 2012.
62. EGYED Péter: *Jelszerkezetek a mindennapi életben*. Elérhető: <http://adatbank.transindex.ro/vendeg/htmlk/pdf6418.pdf>
63. ENYEDI György: *A lokalitás szerepe a modern társadalmakban*. IN: Juss 4, 1991.

64. FAZAKAS Emese (szerk.): *Román – magyar közigazgatási szótár*. Anyanyelvpolók Erdélyi Szövetsége Kiadó, 2002.
65. FEKETE Richárd: *Médiaszövegek elemzése*. Elérhető: [http://igyk.pte.hu/files/tiny\\_mce/File/kari\\_projektek/informaciotudaservernyes\\_ules/tananyagok/1\\_alprojekt/TM/10\\_Mediaszovegek\\_elemzese.pdf](http://igyk.pte.hu/files/tiny_mce/File/kari_projektek/informaciotudaservernyes_ules/tananyagok/1_alprojekt/TM/10_Mediaszovegek_elemzese.pdf)
66. FORGÁCS József: *A társas érintkezés pszichológiája*, Bp., Gondolat Könyvkiadó, 1994
67. GÁLIK Mihály – URBÁN Ágnes: *Médiagazdaságtan*. Akadémiai Kiadó, Bp., 2014.
68. GÁSPÁRIK Attila: *Médiaátlom*. In: *Közszolgálat az elektronikus médiában*. MÚRE, 2004.
69. GEORGIU, Grigore: *Comunicarea interculturală*. Buc., Comunicare.ro, 2010.
70. GERBNER, G.: *The analysis of communication content*, Juhn Wiley, New York, 1969.
71. GERBNER, George: *A média rejtett üzenete*, Budapest, Osiris, 2000.
72. GOLDING, P. – ELLIOT, Ph.: *Making the news*, Longman, London-New York, 1979.
73. GRIPSRUD, Jostein: *Médiakultúra, médiatársadalom*. Új Mandátum Könyvkiadó, Bp., 2007.
74. GROSS, Peter: *Mass media și democrația în țările Europei de Est*. Polirom, 2004.
75. GYURICZA Péter: *Média-csata-tér*. Bp., 2012.
76. HALL, E. T.: *Rejtett dimenziók*, Budapest, Gondolat kiadó, 1980.
77. HAZAY István (Szerk.): *A digitális televíziózás. Bevezetési modellek, külföldi tapasztalatok*. Bp., 2005.
78. HICKHETIER, Knut: *Film- és televízió-elemzés*, Budapest, Krónika Nova kiadó, 1998.
79. HORVÁT János: *Televíziós ismeretek*, Média Hungária, 2000, Bp.



80. ILISEI, Grigore: *Ferestre deschise către prieteni*. TVR Iași 20. Iași, Ed. Timpul 2011.
81. ISPÁNOVICS Csapó Julianna (szerk.): *Tudomány, módszer, argumentáció* – konferenciakötet, Vajdasági Magyar Akadémiai Tanács, Újvidék, 2012 - , Kalonda Bt., Bp.
82. JANOUSEC, Jaromir: *Társadalmi kommunikáció*, Budapest, Közgazdasági és jogi könyvkiadó, 1972.
83. JOUTARD, Philippe: *Ces voix qui nous viennent du passé*, Paris, 1983.
84. JUHÁSZ, Szöke, Nagy, Kovalovszky (szerk.): *Magyar Értelmező Kéziszótár*. III. kiadás. Akadémiai Kiadó, Bp., 1978.
85. KAPITÁNY Ágnes – KAPITÁNY Gábor: *A sajtó szereposztó hatalma*. Jel-Kép, XII. évf., 3, 4. Szám
86. KAPITÁNY Ágnes – KAPITÁNY Gábor: *Rejtjelek 1-2*, Budapest, Kossuth kiadó
87. KAPITÁNY Ágnes – KAPITÁNY Gábor: *Tömegkommunikáció*, MÚOSZ, Budapest, 1998.
88. KESZEG Anna: *A televíziós médium kutatási paradigmái*. IN: ME.DOK, 2015/1.
89. KOLTAY András: *A közszolgálati média fogalma*. Elérhető: [https://mediakutato.hu/cikk/2007\\_02\\_nyar/02\\_kozszolgalmati\\_media\\_fogalma/](https://mediakutato.hu/cikk/2007_02_nyar/02_kozszolgalmati_media_fogalma/)
90. KOTLER, Philip: *Kotler a marketingről – jönni, látni, győzni a piacon*. Elérhető: [http://www.pappvary.com/markazas/Markaepites\\_mint\\_a\\_modern\\_marketing\\_kulcseleme.pdf](http://www.pappvary.com/markazas/Markaepites_mint_a_modern_marketing_kulcseleme.pdf)
91. LAJOS Veronika: *Etnográfia és oral history*. IN: Erdélyi Múzeum, 2014-1., Erdélyi Múzeum Egyesület Kiadása, Kolozsvár, 2014.
92. LÁZÁR Zsolt J. – VERESS Károly (szerk.): *Paradigma(váltás) és kommunikáció*. Egyetemi Műhely Kiadó, Kolozsvár, 2014.
93. LÉVAI Béla – SZABÓ Miklós: *Rádió-televízió anno...*, RTV Minerva, Bp., 1985.

94. MANOLACHE, Viorella: *Efectul de editare al locului – o demonstratie tehniciza(n)ta*. IN: Patrimoniul si identitate locala. Coord.: V. Trifescu, V. Ilyés, F. Bréda. Ed. Univ. A.I. Cuza, Iasi, 2015.
95. MARQUARD, Odo: *Az egyetemes történelem és más mesék*. Budapest, Atlantisz, 2001.
96. McLUHAN, Marshall: [\*Understanding Media: The Extensions of Man\*](#), 1964.
97. McQUAIL, Denis: *A tömegkommunikáció elmélete*, Osiris, Budapest, 2003.
98. MELINESCU, Nicolae: *O viziune despre televiziune*. Buc., 2013.
99. MUREȘAN, Mihaela (coord.): *Aspecte ale limbajului mediatic românesc. Analize și studii de caz*. Ed. Accent, 2009, Cluj.
100. NACIU, Ștefan (coord.): *Știrile despre strada mea*. Societatea Română de Radiodifuziune. Ed. 100+1 Gramar, Buc., 2000.
101. NAGY Éva: *A rádió- és tévéhírek megfogalmazása*. IN: MeDok 2008/4.
102. NEMES NAGY József: *Régiók, regionalizmus*. 1997., Educatio 6.
103. NORA, P.: *Entre Mémoire et Histoire. La problématique des lieux*. In: Uó (dir.): *Les Lieux de mémoire*. Paris, Gallimard. I. XVII-XLII., 1986.
104. OGILVY, David: *Ogilvy a reklámról*. Ford. Török András. Park Könyvkiadó, Bp., 1992.
105. PETCU, Marian: *Puterea și cultura. O istorie a cenzurii*. Polirom, 1999.
106. POKOL Béla: *Médiahatalom*. Windsor Kiadó, Bp., 1995.
107. POLYÁK Gábor: *Médiaszabályozás, médiapolitika*. Gondolat Kiadó, Bp.-Pécs, 2015.
108. *Primăveri hertziene*. Radio Cluj 45. Societatea Română de Radiodifuziune. Ed. Napoca Star, Cluj, 1999.
109. RÁCZ Éva Mária: *Médiapiac és tájékoztatás*. IN: ME.DOK. 2015/1.

110. RIES, Al&Laura: *A branding 22 vastörvénye*. Elérhető: [http://www.papp-vary.com/markazas/Markaepites\\_mint\\_a\\_modern\\_marketing\\_kulcseleme.pdf](http://www.papp-vary.com/markazas/Markaepites_mint_a_modern_marketing_kulcseleme.pdf)
111. SÁNDOR Imre – SZELES Péter: *Public Relations. Az uralkodás titka*. Mercurius Kiadó, Bp., 1990.
112. SCHMITZ, Manfred: *A jelképek megfejtése a tömegkommunikációs közlésekben*. Jel-Kép, 1998, 1. szám
113. SIMONFFY Katalin: *Képanyelv – szónyelv*, Kriterion - Kolozsvár, MÚRE - Mvhely, 2010.
114. STOKES, Jane: *A média- és kultúrakutatás gyakorlata*. Gondolat kiadó, Kommunikáció – és Médiatudományi Tanszék, Bp.-Pécs, 2008.
115. SUGÁR Gusztáv: *A néprádiótól a műholdas televízióig*. Ajtósi Dürer Kiadó, Bp.
116. SZABÓ Katalin: *Kommunikáció felsőfokon*, Budapest, Kossuth kiadó, 1997.
117. SZECSKŐ Tamás: *Televíziós jelenség*, Budapest, Gondolat kiadó, 1976.
118. TIPA, Violeta (coord.): *Cultura Audiovizuală. Provocări și tendințe*, Acad. de Științe a Moldovei, Chișinău, 2011.
119. TIPA, Violeta: *Grila de program, unele particularități structurale*. Vol. II., Chișinău, 2003.
120. VALLASEK Magdolna: *Médiaajogi kalauz*. MÚRE, 2014.
121. ZBRANCA, Rarița: *Utilizarea limbilor minoritare în mass-media*, IN: Călușer, Monica (ed.): *Carta europeană a limbilor regionale sau minoritare în România. Între norme și practici*, CRDE, Cluj-Napoca, 2009.
122. ZECA-BUZURA, Daniela: *Jurnalismul de televiziune*, Polirom, Iași, 2005.

#### Surse internet:

- [www.tvr.ro](http://www.tvr.ro)

- <http://szinonimaszotar.hu/keres/meghat%C3%A1roz%C3%B3>
- <http://www.gazetadecluj.ro/stiri-cluj-social/stiri-cluj-interviu/romeo-couti-incepand-cu-15-martie-tvr-cluj-va-emite-un-program-de-14-ore-2/>
- [https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/kult\\_szokasok.pdf](https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/kult_szokasok.pdf);  
<http://antiskola.eu/hu/beszamolo-beszamolok-puskak/24829-marketingkommunikacio>; [http://real-j.mtak.hu/5610/3/JelKep\\_2004\\_3.pdf](http://real-j.mtak.hu/5610/3/JelKep_2004_3.pdf) / – măsurători despre televiziune de fundal
- <http://www.reportervirtual.ro/2014/01/un-membru-cna-propune-tvr-fara-publicitate-plus-o-taxa-universala.html>,
- <http://www.ziare.com/media/tvr/interimar-la-tvr-stelian-tanase-vrea-sa-majoreze-taxa-tv-va-discuta-cu-ponta-1277714>,
- <https://www.youtube.com/watch?v=G2mHJvdBIQQ> – interviu cu Alexandru Sassu, fost PDG al TVR, fost director TVR3
- - [https://www.youtube.com/watch?v=OpA\\_JqmMvsQ](https://www.youtube.com/watch?v=OpA_JqmMvsQ) – film documentar, TVR Cluj la 25 de ani
- [https://adevarul.ro/news/eveniment/premiu-onu-emisiunea-fara-prejudecati-tvr-cluj-1\\_58062cc35ab6550cb8acb22b/index.html](https://adevarul.ro/news/eveniment/premiu-onu-emisiunea-fara-prejudecati-tvr-cluj-1_58062cc35ab6550cb8acb22b/index.html)
- <https://www.youtube.com/watch?v=muAhibeVR-o> – 29 ani de TVR Cluj, rememeber talk show
- [https://www.youtube.com/watch?v=MuliXd\\_MG0](https://www.youtube.com/watch?v=MuliXd_MG0) – în 1991 reporterul TVR Chișinău, Tatiana Berbecaru a realizat interviuri cu fosta conducere a TVR Cluj
- [http://www.tvr.ro/cum-suntem-finantati\\_2219.html#view](http://www.tvr.ro/cum-suntem-finantati_2219.html#view)
- [http://www.tvr.ro/istoric-alb-negru-si-color\\_2223.html#view](http://www.tvr.ro/istoric-alb-negru-si-color_2223.html#view)
- <http://media.tvrinfo.ro/media-tvr/other/201804/raport-de-activitate-srtv>
- <https://www.circom-regional.eu/member-stations-1> – pagina web al CIRCOM
- [http://www.tvr.ro/perceptie\\_2221.html#view](http://www.tvr.ro/perceptie_2221.html#view) – măsurătoare IRES, august 2017
- <https://www.youtube.com/watch?v=az79vFJs6gc> – interviu cu Winkler Gyula, eurodeputat, emisiunea Erdélyi Figyelő al TVR Cluj
- [https://www.youtube.com/results?search\\_query=TVR+Cluj](https://www.youtube.com/results?search_query=TVR+Cluj) – pagina youtube al emisiunilor în lb. româna a TVR Cluj
- <https://www.youtube.com/user/ErdelyiFigyelo> – pagina youtube al emisiunilor în lb. maghiară a TVR Cluj

- <https://www.youtube.com/user/TransilvaniaPolicrom> – pagina youtube al emisiunilor pentru/despre alte minorități a TVR Cluj
- [http://adevarul.ro/locale/cluj-napoca/cum-facutaregionalizarear-doua-propuneri-cluj-1\\_51a327bfc7b855ff562e405f/index.html](http://adevarul.ro/locale/cluj-napoca/cum-facutaregionalizarear-doua-propuneri-cluj-1_51a327bfc7b855ff562e405f/index.html)
- [http://www.tvr.ro/procesul-de-restructurare-a-srtv-s-a-incheiat\\_3683.html#view](http://www.tvr.ro/procesul-de-restructurare-a-srtv-s-a-incheiat_3683.html#view)
- <https://www.stiridecluj.ro/social/angajatii-tvr-cluj-au-iesit-in-strada-vor-sa-ne-oblige-sa-ne-dam-demisia-video-si-foto>

#### **Legi aferente temei tezei:**

- [http://www.srr.ro/legea\\_nr\\_41\\_din\\_17\\_iulie\\_1994\\_republicata\\_si\\_actualizata-11879](http://www.srr.ro/legea_nr_41_din_17_iulie_1994_republicata_si_actualizata-11879) – Legea nr. 41/1994, din 17 iunie 1994
- <http://www.cna.ro/LEGE-Nr-504-din-11-iulie-2002.html>
- [http://www.cdep.ro/proiecte/2003/600/30/9/anexa344\\_639.pdf](http://www.cdep.ro/proiecte/2003/600/30/9/anexa344_639.pdf)
- ROF, Cap. II. Organizare, II.1. Unitățile componente ale SRTV. Disponibil aici: <http://www.spustv.ro/Util.html>
- Monitorul Oficial al UE. Disponibil aici: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:257:0001:0014:HU:PDF>
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:32010L0013&from=EN> – directiva audiovizuală al UE.
- [http://mediatorveny.hu/dokumentum/8/1996\\_evi\\_I\\_torveny\\_\\_Rttv.pdf](http://mediatorveny.hu/dokumentum/8/1996_evi_I_torveny__Rttv.pdf)

#### **Interviuri realizate de autor pentru teză, documente folosite:**

- Arhiva studioului TVR Cluj – documente, casete video, TVR Styleguide, Pachet identitate TVR Cluj, scripturi de știri, statistici, note – adresă: Cluj-Napoca, str. Donáth, nr. 160.
- Interviu în e-mail cu Ina Hudea, fostă redactoare muzicală. Dată: 2016. 01.28 – în posesia autorului
- Interviu cu Ligia Smarandache, fostă graficiană. Dată: 2016.01.28. – în posesia autorului
- Interviu cu Dan Curean, jurnalist tv senior TVR Cluj, editor eseuri promo. Dată: 2016.01.25. – în posesia autorului
- Interviu cu directorul TVR Cluj, Romeo Couți. Date: 2019. 01. 31 și 2014. 02. 02. – în posesia autorului

- Interviu cu Horia Bădescu, primul director TVR Cluj. Dată: 2014.01.24 – în posesia autorului
- Interviu cu Ioan Flore, fost inginer șef TVR Cluj. Dată: 2019.01.22 – în posesia autorului
- Cercetare în biblioteca Minerva (Cluj-Napoca, str. Jókai/Napoca, nr. 16.) după teze de licență, master sau de doctorat în tema tezei

### **Studii publicate în domeniul temei tezei:**

1. Orbán Katalin: *Teritorial sau regional?* IN: Hello world! Contemporaneitate și provocările globalizării. Szerk: Claudiu Marian, Corneliu Nicolescu, Cluj-Napoca, CAPublishing, 2014.
2. Orbán Katalin: *Egy médiaszervezet arca. Az RTV kolozsvári területi stúdiójának műsorrácslemezése.* IN: Közösségteremtő (régí és új) erdélyi média. Szerk. Györfly Gábor és Péter Árpád. Mega Kiadó, Kolozsvár, 2014.
3. Orbán S. Katalin: *Területi vagy regionális? Melyik kifejezés lenne optimális a Román Tv nem központi stúdióinak megnevezésére és miért?* IN: ME.DOK, 2014/1.
4. Orbán S. Katalin: *Egy médiaszervezet arca 2.0: a brand mint ígélet.* Esettanulmány: RTV Kolozsvári Területi Stúdió. IN: Erdélyi médiaterek. Szerk. Botházi Mária, Egyetemi Műhely Kiadó, Kolozsvár, 2016.
5. Orbán Katalin: *„Lieu de mémoire”- a kolozsvári tv stúdiójának archívuma.* IN: A tájékoztatás olvashatósága. Szerk.: Botházi Mária, Egyetemi Műhely Kiadó, Kolozsvár 2018
6. *Médiakorkép oral history által* (RTV kolozsvári területi stúdió 1990-2015) – înainte de apariție la Institutul de cercetare media Cluj (Kolozsvári Médiakutató Intézet)

### **Participare la conferințe în tema tezei:**

- 14 noiembrie 2014. Raport media Transilvania (Erdélyi médiajelentés), organizator: Comisia de specialitate a Comisiei Academice Clujene (Kolozsvári Akadémiai Bizottság Média és kommunikáció szakbizottsága) Tema discursului: TVR Cluj la 25 de ani. Rolul studioului pe vremuri și azi.