

ADMINISTRATION OF RESOURCES AND EFFICIENT GOVERNANCE THE INTERNATIONAL IFAG CONFERENCE

DES NOUVELLES OPPORTUNITIÉS DE DEVELOPPEMENT DE L 'INDUSTRIE CULTURELLE EN ROUMANIE

Tamara Simon¹

Institute Nationale du Recherche -Developpment en Tourisme, Bucharest

Olimpia State²

*Departament du Tourisme et Geographie,
Academie des Etudes Economiques, Faculte du Commerce, Bucharest*

Doru Marian Tudorache³

Institute Nationale du Recherche- Developpment en Tourisme, Bucharest

RÉSUMÉ

Dans les 3-4 dernières décennies dans le domaine de la culture, le concept de l'industrie culturelle est toujours présent, son rôle est de mettre dans la même équation de talents humains et de leurs formes d'expression. L'UNESCO et l'OMC organisations de niveau, les industries culturelles et créatives nommé sur la base d'une combinaison de la création, la production, la distribution, la promotion de biens et de services appartenant à l'origine de la culture et de la structure et sont protégées par des droits de propriété intellectuelle.

Ce terme est apparu tout contribution de l'UNESCO depuis 1986. Ce concept a été défini par rapport aux moyens d'expression culturelle dans le contexte de la Convention de l'UNESCO de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles.

Mais ces formes de manifestations culturelles sont directement influencées par de nombreux aspects et les caractéristiques démographiques d'une nation. Forme d'action de groupes culturels et ethniques de la population majoritaire est basée sur le nombre d'habitants, la densité, la distribution par âge, de l'éducation, des professions libérales, cadre de vie et la qualité de vie.

Roumanie, après 1989, a connu une période de transition économique et des accents démographiques négatives. Le 1er mai 2014, il y avait une population de 19 517 953 habitants, dont 44% vivent dans les zones rurales. Presque 69,7% de la population sont âgés entre 15-64 ans, 14,7% de la population de plus de 65 ans et le reste sont âgés entre 0-14 ans.

Les principaux groupes ethniques sont représentés par une majorité de roumains, et puis les hongrois, tziganes, ukrainiens, russe – lippovans, serbes, croates, slovaques, bulgares, turcs et tatars. Dans ce contexte, il existe des formes culturelles appartenant a une culture moderne et puis a une autre traditionnelle. La liberté d'expression et d'événements culturels, poster 1990 indiquent en Roumanie en multipliant les activités et manifestations culturelles déterminées précisément cette industrie créative. La recherche montre comment l'industrie créative a vu le jour et développé dans les principales caractéristiques démographiques pour une période de temps plus longue.

Mots-clé: *changement demographique, culture, industrie creative*

¹ Tamara Simon, dr. chercheure I degre, Institute Nationale du Recherche – Developpment en Tourisme, Bucharest, tami_simon2003@yahoo.com

² Olimpia State – dr. professeur universitaire, Departament du Tourisme et Geographie, Faculte du Commerce, Academie des Etudes Economiques, Bucharest, olimpia.state@yahoo.com

³ Doru Marian Tudorache – dr. chercheur III degre, Institute Nationale du Recherche – Developpment en Tourisme, Bucharest, tudoru@incdt.ro

ADMINISTRATION OF RESOURCES AND EFFICIENT GOVERNANCE THE INTERNATIONAL IFAG CONFERENCE

NEW OPPORTUNITIES TO DEVELOP ROMANIAN CULTURAL INDUSTRY

Tamara Simon

Institute Nationale du Recherche -Developpment en Tourisme, Bucharest

Olimpia State

Departament du Tourisme et Geographie,

Academie des Etudes Economiques, Faculte du Commerce, Bucharest

Doru Marian Tudorache

Institute Nationale du Recherche- Developpment en Tourisme, Bucharest

ABSTRACT

The concept of Cultural Industry has become more and more up-to-date during the 3-4 decades in the field of Culture; it works to equal human talents with their way of expression. Within UNESCO and OMC organizations, thy cultural industries, also called creative, are based on a combination between creation, production, distribution and promotion of goods and services typical for culture, due to their origin and structure; they are protected by their rights of intellectual property.

This concept has also appeared due to UNESCO, even since 1986. It has been defined as related to the cultural means of expression, in the context of the 2005 UNESCO Convention regarding the protection and promotion of the different ways to emphasize cultural.

Still, these cultural ways of expression are directly influenced by the multiple demographic characteristics of a nation. The choice of the cultural action is made both by the majority of the population and the ethnic groups according to the number of inhabitants, density, age, group distribution, education, profession, living area and quality of life.

After 1989, Romania has been crossing both a period of economic and demographic transition, with negative implied accents.

In May the 1th 2014, the population number was of 19.517.953, 44% living in the country, respectively. 69.7% represents the group of 15-64 age, 14.7% the over 65 age and the rest are the 0-14 age. The main ethnic groups are represented by the Romanians who are the majority, Hungarians, Gypsies, Ukrainians, Lipovenians, Serbs, Slovenians, Bulgarians and Turks. Within this context we can find modern cultural manifestations, as well as traditional ones. After 1990, the freedom of expression and cultural manifestation is reflected in Romania by the multiple cultural activities which have been determined just by the creative industry itself. The present research emphasizes the way by which the creative industry has appeared and developed according to the main demographic characteristics for a longer period of time.

Keywords: culture, demographic change, creative industry.

During the 19th-20th September 2014, in Sophia (Bulgaria) it took place The International IFAG Conference under de name of “Administration of Resources and Efficient Governance”. This event was organized with the support of the Institute of Economic Research within the Bulgarian Academy of Science, the New Bulgarian University and the Bulgarian-French Chamber of Commerce and Industry.

80 participants, from 10 countries of Eastern and Central Europe, also from Northern and Central Africa, took part into this Conference.

The present paper intended to mainly emphasize the up-to-date problems of the cultural creative industry, which could bring value for many cultural targets, so that to enable real profits for Tourism, by means of presentation and interpretation of historical places and monuments.