

ACTIVITATEA COMPANIILOR
MASS MEDIA DIN STATELE
UNITE ALE AMERICII.
IMPACTUL GENERAT ÎN
ECONOMIE, SOCIETATE I
POLITIC

Studiu de
caz

Keywords

Mass media
S.U.A.
Impact

JEL Classification

M 37

Abstract

In the present research I will analyze the reactions and opinions of the interviewed persons regarding the efficiency of media for the United States of America and also it will be analyzed the impact of media on the economic, social and politic systems in U.S.A. At the same time, it is followed the presentation of some comparisons between the public media companies and the private ones, in which concerns the generated impact.

Thereby, I will use the interview as a qualitative research method, to confirm or infirm the hypothesis of the present research.

- a) Mass media has a strong impact on the American economy, due to the very high budgets allocated for this field
- b) Mass media has an increased influence on the American society, having the role to initiate and promote a series of social campaigns addressed to American citizens
- c) The political parties generate a negative influence on media organizations from U.S.A.

Introducere

La acest început de mileniu, mass-media rămâne unul dintre cei mai redevabili formatori de opinie. Mass-media dă tonul în ceea ce privește moda, politica, religia, știința, muzica, etc.

Cine poate să conducă sau chiar să manipuleze masele de oameni? Președintele? Guvernul? Parlamentul? Liderii religioși? Mass-media? Se spune că mass-media reprezintă a patra putere în stat. Este oare a patra putere, sau este chiar prima?

Un exemplu pozitiv este demisia președintelui american Richard Nixon. Când ziarul Washington Post, prin reporterii săi Bob Woodward și Carl Bernstein, a reușit să dezvăluie ilegalitățile comise de Nixon, acesta a fost silit să-și dea demisia.

Mass-media a fost mai puternică decât președintele și decât Casa Albă. În acest caz, mass-media a fost în slujba adevărului și a dreptății. În schimb, un exemplu profund negativ este legalizarea avortului în SUA. În istoria lumii, au existat momente când mass-media au avut de suferit cenzura autorităților de stat, mai ales în timpul războaielor sau în regimuri totalitare, numai că excesele și abuzurile politicianilor în gestionarea treburilor publice au devenit insuportabile.

De aceea, un președinte american a declarat că, în lipsa celorlalte puteri, preferă să guverneze împreună cu presa. Să nu ne facem iluzii că atunci, ca și acum, presa exprimă în totalitatea ei numai voința și idealurile populare. Ca sursă de informație, presa înseamnă putere. (ziare.com, 2014)

Rețelele de comunicare permit omenirii să treacă granițele timpului și a spațiului și de a accesa și a deschide noi frontiere de interacțiune umană. E. Noelle-Neumann apreciază că există un procent de 20% din oameni, care exprimă convingerile lor cu fermitate chiar dacă acestea sunt în contradicție cu opinia dominantă. (Almond & Verba, 1996); (Neumann, 2004)

Una dintre principalele funcții ale mass media este funcția de socializare. Mass media stabilește un mod specific de interacțiune socială, de stimulare și organizare a nevoii umane pentru socializare. (Rotariu, 2010)

Studiu de caz

În prezenta cercetare, voi analiza reacțiile și opiniile persoanelor intervievate cu privire la eficiența activității mass media în zona Statelor Unite ale Americii și totodată se va analiza și impactul mass media asupra sistemului economic, social și politic din S.U.A.

Astfel, voi utiliza interviul ca metodă de cercetare calitativ pentru a confirma sau a infirma ipotezele acestei cercetări:

- a) Mass media are un impact mare asupra economiei americane, datorită bugetelor foarte mari alocate pentru acest domeniu.
- b) Mass media are o influență foarte mare în societatea din S.U.A., având rolul de a iniția și promova o serie de campanii sociale dedicate cetățenilor americani.
- c) Partidele politice generează o influență negativă asupra organizațiilor mass media din S.U.A.

Tema interviului utilizat este: Activitatea mass media din Statele Unite ale Americii. Impactul generat în sistemul economic, social și politic.

Obiectivul principal al cercetării constă în prezentarea reacțiilor persoanelor intervievate cu privire atât la eficiența activității mass media în zona Statelor Unite ale Americii, cât și impactul mass media asupra sistemului economic, social și politic din S.U.A.

Interviul a avut ca țintă de subiecți persoanele fizice cu vârsta peste 20 ani, cu studii superioare, angajate în cadrul companiilor publice sau private, care au vizitat Statele Unite ale Americii, dar și numeroase țări din Europa și Asia. Cu siguranță această categorie este reprezentată de persoane care se informează foarte des din mass media și care au termen de comparație foarte clar în

cea ce privește activitatea mass media la nivel mondial. Interviuul a fost adresat unui număr de 26 de persoane.

Durata medie a desfășurării interviului este de 15 minute, incluzând răspunsuri detaliate pentru toate întrebările adresate.

Perioada în care s-au desfășurat interviurile este : 3 Martie 2014 - 8 Martie 2014.

În urma centralizării, interpretării și analizei răspunsurilor, voi răspunde celor două întrebări de cercetare formulate :

- Generează mass media o influență negativă sau pozitivă asupra sistemului economic, social și politic din S.U.A. ?
- Dacă nu ar exista mass media, cum ar fi economia, societatea și politica din S.U.A. ?

Structura interviului este următoarea: 10 întrebări care au obiectivul principal de a măsura reacțiile persoanelor interviuate cu privire atât la eficiența activității mass media în zona Statelor Unite ale Americii, cât și impactul mass media asupra sistemului economic, social și politic din S.U.A.

Totodată se urmărește și prezentarea unor comparații între : companiile mass media publice și cele private, în ceea ce privește impactul generat.

La finalul interviului, după cele 10 întrebări care urmăresc obiectivele prezentate anterior, am mai adresat încă 4 întrebări care au ca obiectiv principal confirmarea subiecților țărâți, din punct de vedere al vârstei, domeniul în care activează, localitățile unde au domiciliul în prezent și ce țări au fost vizitate de către persoanele interviuate. Am optat pentru un interviu structurat, pentru a menține același număr de întrebări și același ordin pentru toți subiecții interviuați și pentru ca abordează în profunzime temă prezentă cercetării.

Se va realiza interpretarea și analiza răspunsurilor pentru fiecare întrebare din ghidul de interviu.

1. Din punct de vedere economic, ce impact credeți că are mass media în Statele Unite ale Americii ?

În urma adresării primei întrebări din ghidul de interviu rezultă următoarele procente, în ceea ce privește încrederea persoanelor în impactul pe care îl generează mass media în economia americană :

- aproximativ 65% din persoanele interviuate consideră că mass media are un impact foarte mare asupra economiei din S.U.A.
- aproximativ 35% din persoanele interviuate consideră că mass media are un impact mare asupra economiei din S.U.A.

2. Ce bugete apreciați că se alocă în activitatea mass media din Statele Unite ale Americii ?

În urma adresării celei de-a doua întrebări din ghidul de interviu rezultă următoarele procente, în ceea ce privește volumul bugetelor alocate în S.U.A., pentru activitatea din domeniul mass media :

- aproximativ 58% din persoanele interviuate consideră că se alocă bugete foarte mari pentru desfășurarea activității mass media din S.U.A.
- aproximativ 35% din persoanele interviuate consideră că se alocă bugete mari pentru desfășurarea activității mass media din S.U.A.
- aproximativ 8% din persoanele interviuate consideră că se alocă bugete mici pentru desfășurarea activității mass media din S.U.A.

3. Din punct de vedere social, credeți că mass media poate influența societatea din Statele Unite ale Americii? Vă rog argumentați.

Răspunsurile persoanelor interviuate sunt următoarele:

- “Da. În mare măsură deoarece este o sursă continuă de informare”
- “Nu cred că mass media poate influența societatea în S.U.A., cred că mass-media stă la baza societății în S.U.A.. De aceea și bugetele alocate sunt imense. Mass media în S.U.A.

- are în target orice categorie a populației care poate exercita o influență în jur. Nici copiii nu reprezintă o excepție, dimpotrivă: în ultimii ani, mass media i-a concentrat atenția asupra acestei grupe de vârstă pentru că astfel reușesc să influențeze comportamentul unor persoane adulte care într-un context profesional ar putea fi mai raționali, s-ar autosesiza și ar putea respinge influența mass media dacă ar fi îndreptat direct spre ele. În cazul acesta, mass media alege "drumul mai lung" copil-adult, dar cu rezultate mai sigure."
- "Da, poate influența, în special în ceea ce privește folosirea armelor letale și consumul de droguri, precum și evitarea obezității."
 - "În mare măsură."
 - "Influențarea are un rol de manipulare"
 - "Da, probabil chiar într-o măsură mai mare decât în Europa."
 - "Nu știu"
 - "Da, prin campaniile sociale populația poate fi sensibilizată /influențată, îndemnată să acționeze"
 - "Da"
 - "Atât timp cât sunt exprimate opinii prin mass media, societatea poate fi influențată din punct de vedere social, indiferent de vorbim de țările din Europa ori S.U.A."
 - "Statele Unite sunt chiar un exemplu de bun practic în acest sens"
 - "Marketing-ul modern este inventat de ei."
 - "Da"
 - "Da, în S.U.A., cetățenii sunt mai naivi ca europenii."
 - "Da, cu siguranță, fiind posibilă să influențeze poziția societății față de diferite subiecte."
 - "În SUA cred că efectele sunt și mai puternice având în vedere că poporul american este unul relativ tânăr, mult mai deschis la nou și mult mai receptiv."
 - "Din punctul meu de vedere nu există o diferență foarte mare între mass media din Europa și cea din S.U.A."
 - "În opinia mea, mass media în SUA are o putere atât de mare încât influențează deciziile guvernamentale partinitoare"
 - "Sunt pattern-uri sociale și comportamentale promovate agresiv în societate prin mass-media, menite să influențeze stilul de educație formal și non-formal și în general, stilul de viață al oamenilor"
- În urma adresării celei de-a treia întrebări din ghidul de interviu rezultă următoarele procente, în ceea ce privește influența mass media asupra societății din S.U.A.:
- majoritatea persoanelor intervievate consideră că mass media influențează foarte mult societatea din S.U.A. De menționat este faptul că părerile sunt împărțite, din punct de vedere al modului în care mass media influențează societatea:
 - aproximativ 52% din persoanele intervievate apreciază modul în care mass media influențează societatea și susțin faptul că mass media influențează pozitiv. (motivele și opiniile acestora sunt prezentate mai sus)
 - aproximativ 28% din persoanele intervievate apreciază modul în care mass media influențează societatea și susțin faptul că mass media influențează pozitiv. (motivele și opiniile acestora sunt prezentate mai sus)
 - aproximativ 28% din persoanele intervievate nu apreciază modul în care mass media influențează societatea și susțin faptul că mass media influențează negativ (motivele și opiniile acestora sunt prezentate mai sus)
 - aproximativ 20% din persoanele intervievate nu motivează dacă mass media influențează pozitiv sau negativ societatea din S.U.A. Aceste persoane susțin doar simplul fapt că societatea este

influențată de mass media, fără a motiva în vreun fel această opinie.

4. Ce campanie social propuneți să fie promovată de mâine în toată mass media din Statele Unite ale Americii ?

- “Pentru diminuarea criminalității/violenței”
- “Reduceti waste-ul”
- “Fără arme letale ! Stop violenței și stop folosirea armelor de foc”
- “Campanii privind sănătatea cetățenilor, combaterea obezității și vânzarea produselor alimentare mai sănătoase.”
- “Reducerea timpului petrecut în fața televizorului”
- “Asigurările de sănătate, de viață”
- “Ai o minte, folosește-o!”
- “Anti Mc Donald’s”
- “Responsabilitate socială”
- “Campania “mâncă sănătos”
- “Ar putea fi utile exemplele actuale ale “copiilor/adolescenților vedete” care influențează prin mass media viața celor de o vârstă similară cu a lor.”
- “Cred că ar fi potrivite campanii anti-violență în rândul tinerilor”
- “Nu am nicio propunere”
- “Renunțarea la mâncare de tip fast food și la consumul de droguri.”
- “Campanie împotriva implicării S.U.A. în conflicte externe.”
- “Dreptul la servicii medicale pentru cei neasigurați.”
- “Agresiunea în familie.”
- “Acceptarea românilor fără viză”
- “O campanie pentru susținerea unei alimentații corecte”

Obiectivul principal al celei de-a patra întrebare din ghidul de interviu, este de a prezenta o serie de campanii sociale, propuse de către trei persoane interviuate. Această listă de campanii sociale a fost generată în mare proporție datorită nevoilor pe care le conștientizează persoanele interviuate. Unele campanii propuse au fost derulate în mass media americană, iar altele nu au fost niciodată

difuzate, poate pentru că nu au fost propuse niciodată.

Foarte important este următorul aspect: 70% din persoanele interviuate au propus cel puțin o campanie prezentată anterior, ceea ce arată că majoritatea persoanelor interviuate consider necesar ca mass media să se implice în societate, să promoveze campanii sociale diverse, în folosul comunității.

5. Considerați că partidele politice pot influența activitatea mass media din Statele Unite ale Americii ? dacă DA, care sunt influențate ?

În urma adresării celei de-a cincea întrebări din ghidul de interviu rezultă următoarele procente, în ceea ce reprezintă influența factorului politic în desfășurarea activității organizațiilor mass media:

- toate persoanele interviuate consider că mass media din S.U.A. este influențată în prezent de către trei partidele politice, cu următoarele mențiuni:

- 62% din persoanele interviuate consider că partidele politice influențează în cea mai mare măsură instituțiile mass media private

- 38% din persoanele interviuate consider că partidele politice influențează în cea mai mare măsură instituțiile mass media publice.

Din răspunsurile primite la această întrebare, putem conchizi că o mare parte dintre instituțiile mass media din S.U.A. sunt influențate de către partidele politice, în special cele private, conform persoanelor interviuate.

6. Cât contează prezența liderilor politici din Statele Unite ale Americii în mass media ? În ceea ce privește imaginea lor publică .

Întrebarea cu numărul 6 are rolul de a prezenta importanța imaginii publice a liderilor politici din S.U.A., din perspectiva prezenței lor în mass media. Rezultatele sunt următoarele :

- aproximativ 65% din persoanele interviuate consider că prezența liderilor politici în mass media contează

foarte mult, sau decisiv pentru imaginea lor public

- aproximativ 35% din persoanele intervievate consider că prezența liderilor politici în mass media contează mult pentru imaginea lor public.

Concluzia este că mass media oferă tuturor liderilor politici o oportunitate foarte mare pentru ca ei să fie vizibili pentru populație, pentru alegători. Implicit, mass media influențează imaginea publică a fiecăruia, pozitiv sau negativ.

7. Cum credeți că ar fi societatea, economia și politica din Statele Unite ale Americii fără mass media ?

- “Mai slab ”
- “La fel! Nu mass media dă unează acțiunile oamenilor.”
- “Oarb ”
- “Societatea cred că ar fi mai puțin informat , economia ar fi mai puțin speculant iar politica ar fi mai corect pentru cetățeni, fiindcă cetățeanul ar vota mai mult rezultatele obținute și mai puțin promisiunile”
- “Totul ar fi manipulat de către politic”
- “Cu siguranță dacă au ceva bun de prezentat și demonstrează această , mai devreme sau mai târziu mass media se va sesiza și va prezenta părțile bune vs părțile rele, iar în lipsa acestor reacții ale mass media, cetățenii vor amenda fiecare mutare greșită împotriva lor sunt interpuși deci nu poate exista.”
- “Opinia publică este o componentă activă a democrației. Ca un motor fără ambreiaj.”
- “Probabil că nu ar avea cel mai mare sprijin. Însă nu cred că poate exista o lume fără mass media.”
- “Mai puțin animată. Informațiile ar ajunge mai greu la cetățeanul de rând.”
- “ tears ”
- “Primitiv ”
- “Mai puțin influențată dar și mai puțin informat ”

- “Mass media reprezintă unul din elementele care contribuie la punerea economiei în mișcare, creșterea consumului în societate, a adărilor din punct de vedere economic, mass media au o contribuție pozitivă. La fel și în plan politic, contribuind la diminuarea corupției.”
- “Nu există dezvoltare în nici un plan socio-economic fără mass media.”
- “Cu probleme mari nerezolvate, cu multe încălcări de lege”
- “Societatea-mai puțin atrasă de senzational, economia-s-ar accentua asimetria informației, politic - ar fi mai puțină nevoie de înfrumusețarea adevărului”
- “Neinformat ”
- “La fel cum ar fi mass media fără politic , societate, economie, adică cu un vid imens.”
- “Mai puțin coruptibilă, iar oamenii mai fericiți; cu un drob de sare deasupra capului mai puțin”
- “S-ar crea haos, ar fi amorțită și confuză. Tocmai pentru că mass media este atât de prezent în viața fiecăruia în cât a provocat o dependență pe care nu cred că o conștientizăm.”
- “Mai puțin coruptă”
- “Destul de greu, nu pot să concep.”
- “Prea puțin informat ”

În urma adresării celei de-a șaptea întrebări din ghidul de interviu, persoanele intervievate apreciază că mass media are o importanță deosebită în economie, societate, politic , precum și în alte domenii. Majoritatea persoanelor intervievate, aproximativ 75% consideră că economia, societatea și politica ar avea de suferit dacă mass media nu ar fi existat. Aproximativ 15% dintre persoanele intervievate consideră că mass media dă unează economiei, societății și politicii. Iar aproximativ 5% dintre persoanele intervievate nu au avut nicio părere legată de acest subiect, sau au susținut că nu pot

concepe o lume fără mass media, în secolul 21.

8. Credeți că poate exista mass media în Statele Unite ale Americii, fără organizațiile care investesc bugete foarte mari în publicitate ?

Obiectivul principal al celei de a opta întrebare din ghidul de interviu, este de a prezenta importanța publicității și implicit a veniturilor provenite din publicitate. În foarte multe cazuri, mai ales în cazul organizațiilor mass media private, veniturile din publicitate reprezintă singura variantă de finanțare. Fără publicitate, foarte multe organizații mass media din S.U.A. și din lume nu și-ar putea desfășura activitatea. Persoanele interviuate au avut următoarele răspunsuri:

- aproximativ 73% din persoanele interviuate consider că organizațiile mass media nu pot exista fără veniturile provenite din publicitate. Venituri încasate de la companii publice și private.

- aproximativ 27% din persoanele interviuate consider că organizațiile mass media pot exista și fără veniturile provenite din publicitate. În acest caz, menționez faptul că persoanele interviuate probabil s-au gândit la companii mass media publice, care beneficiază de finanțare din partea guvernelor. În cazul companiilor mass media private, fără publicitate nu poate exista aproape nicio companie.

8. Care credeți că sunt cele mai importante două obiective pentru mass media în Statele Unite ale Americii?

Întrebarea cu numărul 9 are rolul de a prezenta obiectivele principale pe care le are mass media în S.U.A. Persoanele interviuate au avut posibilitatea să aleagă din următoarele obiective: publicitate, social, economic, politic și militar. Rezultatele sunt următoarele :

- aproximativ 31% din persoanele interviuate consider că obiectivul principal pe care îl are mass media în S.U.A. se referă la sistemul politic

- aproximativ 29% din persoanele interviuate consider că obiectivul principal pe care îl are mass media în S.U.A. se referă la sistemul economic

- aproximativ 16% din persoanele interviuate consider că obiectivul principal pe care îl are mass media în S.U.A. se referă la atragerea bugetelor pentru publicitate locală și națională.

- aproximativ 14% din persoanele interviuate consider că obiectivul principal pe care îl are mass media în S.U.A. se referă la sistemul social

- aproximativ 10% din persoanele interviuate consider că obiectivul principal pe care îl are mass media în S.U.A. se referă la sistemul militar.

Concluzia este că mass media din S.U.A. se axează în cea mai mare parte către sistemul politic, economic, dar și către atragerea bugetelor pentru publicitate locală și națională.

9. Care credeți că sunt cele mai importante două obiective pentru mass media din România?

Întrebarea cu numărul 10 are rolul de a prezenta obiectivele principale pe care le are mass media în România, fiind necesară o comparație între organizațiile mass media din S.U.A. și România. Persoanele interviuate au avut posibilitatea să aleagă din următoarele obiective: publicitate, social, economic, politic și militar. Rezultatele sunt următoarele :

- aproximativ 41% din persoanele interviuate consider că obiectivul principal pe care îl are mass media în România se referă la sistemul politic

- aproximativ 15% din persoanele interviuate consider că obiectivul principal pe care îl are mass media în România se referă la atragerea bugetelor pentru publicitate locală și națională.

- aproximativ 11% din persoanele interviuate consider că obiectivul principal pe care îl are mass media în România se referă la sistemul economic

- aproximativ 4% din persoanele interviuate consider că obiectivul

principal pe care îl are mass media în România se refer la sistemul social - nicio persoană interviuată nu a considerat că obiectivul principal pe care îl are mass media în România se refer la sistemul militar.

Concluzia este că mass media din România se axează în cea mai mare parte pe trei sisteme: politic și atragerea bugetelor pentru publicitate națională.

10. Ce vârstă aveți ?

Întrebările au fost adresate persoanelor care au vârsta de minim 20 ani, după cum urmează :

- 69% din persoanele interviuăte au vârstă cuprinsă între 20 - 30 ani
- 31% din persoanele interviuăte au vârstă cuprinsă între 31 - 40 ani

11. Unde locuiți în prezent ?

Întrebările au fost adresate persoanelor care locuiesc în Europa, în special România, Anglia și Germania.

12. În ce domeniu vă desfășurați activitatea ?

Răspunsurile în legătură cu domeniile în care își desfășoară activitatea persoanele interviuăte sunt următoarele : publicitate, financiar, turism, asigurări, vânzări, bancar, comerț, educație, resurse umane, cercetare, automotive, IT, economic, media, sănătate, administrație, contabilitate.

Sunt domenii și departamente foarte variate, tocmai pentru că fiecare din aceste persoane are o abordare diferită față de mass media și totodată o legătură directă sau indirectă distinctă cu mass media.

13. Ați vizitat țări din S.U.A. / Europa / Asia ?

Această întrebare a fost utilizată cu scopul de a prezenta mai amănunțit persoanele care au răspuns tuturor întrebărilor și de a accentua faptul că răspunsurile provin de la persoane care au avut și au în continuare o legătură directă cu mass media din Statele Unite ale Americii, Asia și Europa. Obiectivul principal este de a realiza o listă cu țările vizitate de către persoanele interviuăte, din care amintim următoarele: Wisconsin,

Illinois, Afganistan, China, Turcia, Japonia, Qatar, Ungaria, Cehia, Grecia, Germania, Austria, Franța, Olanda, Spania, Bulgaria, Italia, Elveția, Letonia, Lituania, Israel, Belgia, Serbia, Portugalia, Scoția, Slovacia, Finlanda, Cipru, Luxemburg, Anglia și Norvegia.

Practic, au fost adresate întrebările prezentate anterior către trei persoane care au luat legătură cu mass media din peste 30 țări din S.U.A., Asia și Europa.

Rezultate și concluzii :

Majoritatea persoanelor interviuăte consideră că mass media are un impact foarte mare asupra economiei din S.U.A.

Majoritatea persoanelor interviuăte consideră că se alocă bugete mari și foarte mari pentru desfășurarea activității mass media din S.U.A.

Majoritatea persoanelor interviuăte consideră că mass media influențează foarte mult societatea din S.U.A. De menționat este faptul că părerile sunt împărțite, din punct de vedere al modului în care mass media influențează societatea: o mare parte din persoanele interviuăte apreciază modul în care mass media influențează societatea și susțin faptul că mass media influențează pozitiv.

Majoritatea persoanelor interviuăte au propus cel puțin o campanie socială, ceea ce demonstrează că este necesar ca mass media să se implice în societate, să promoveze campanii sociale diverse, în folosul comunității.

Toate persoanele interviuăte consideră că mass media din S.U.A. este influențată în prezent de către partidele politice și totodată prezența liderilor politici în mass media contează foarte mult, sau decisiv pentru imaginea lor publică.

Majoritatea persoanelor interviuăte apreciază că mass media are o importanță deosebită în economie, societate, politic, precum și în alte domenii. Majoritatea persoanelor interviuăte, aproximativ 75% consideră

c economia, societatea și politica ar avea de suferit dacă mass media nu ar fi existat.

Majoritatea persoanelor intervievate consider că organizațiile mass media nu pot exista fără veniturile provenite din publicitate. Venituri încasate de la companii publice și private.

Mass media din S.U.A. se axează în cea mai mare parte către sistemul politic, economic, dar și către atragerea bugetelor pentru publicitate locală și națională. În comparație directă cu S.U.A., mass media din România se axează în cea mai mare parte către sistemul politic și către atragerea bugetelor pentru publicitate națională.

Referințe

- [1] Almond G., Verba S., (1996,2004) *Cultură civică*, București, Editura Du style
- [2] Noelle-Neumann, E. (2004), *Spirala tăcerii. Opinia publică*, București, Editura „Comunicare.ro”
- [3] Rotariu I. (2010) *Comunicare și relații publice în afaceri, Sibiu, Editura ULBS*
- [4] www.ziare.com, articol 19.01.2014