

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI CLUJ-NAPOCA

Facultatea de Istorie și filosofie

Școala doctorală de relații internaționale și studii de securitate

T E Z Ă D E D O C T O R A T

Cond. șt.: prof. univ. dr.

Liviu-Petru Zăpîrțan

Drd.:Albu Ioan Daniel

Cluj-Napoca, 2015

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI CLUJ-NAPOCA

Facultatea de Istorie și filosofie

Școala doctorală de relații internaționale și studii de securitate

**STRUCTURAREA IDENTITĂȚILOR POLITICE CU AJUTORUL MIJLOACELOR
DE INFORMARE DE MASĂ
TEZĂ DE DOCTORAT**

Cond. șt.: prof. univ. dr.

Liviu-Petru Zăpîrțan

Drd.:Albu Ioan Daniel

Cluj-Napoca, 2015

IDENTITĂȚILE POLITICE ȘI ROLUL MASS MEDIA ÎN STRUCTURAREA ACESTORA

CUPRINS

Capitolul 1. Teoria identificării.....	1
1.1. Freud și teoria identificării.....	2
1.2. Identificarea la George Herbert Mead.....	4
1.3. Identificarea la Erik Erikson.....	5
1.4. Talcott Parsons și teoria identificării.....	6
1.5. Habermas și identificarea.....	9
1.6. O perspectivă actuală asupra identificării.....	12
Capitolul 2. Agenții politici sociali.....	16
2.1. Agenții individuali.....	16
2.2. Elitele.....	19
2.3. Masele sau mulțimile.....	24
2.4. Clasele sociale.....	25
2.5. Rasele.....	31
2.6. Popoarele și națiunile.....	32
2.7. Minoritățile etnice.....	38
Capitolul 3. Agenții politici instituționali.....	41
3.1. Statul.....	41
3.2. Partidele politice.....	50
3.3. Grupurile de interese.....	57
Capitolul 4. Rolul mass media în structurarea identităților politice.....	65
4.1. Mass media – instituție democratică.....	68
4.2. Dinamica comunității politice înțeleasă prin prisma abordării interacționiste.....	71
4.3. Rolul mass media în procesul comunicării publice democratice.....	73
4.4. Actorii politici în procesul comunicării publice democratice.....	75
4.5. Locul cetățenilor în procesul comunicării publice democratice.....	77

4.6. Mass media și globalizarea.....	79
4.7. Mass media și conturarea identității agenților politici sociali.....	82
4.8. Mass media și conturarea identității agenților politici instituționali.....	126
Capitolul 5. Manipularea.....	161
5.1. Aspecte generale referitoare la manipulare.....	161
5.2. Manipularea publică prin intermediul mass media.....	177
5.3. Manipularea mass mediei de către stat.....	186
Capitolul 6. Identitatea europeană în mijloacele media actuale.....	191
6.1. Aspecte generale referitoare la identitatea europeană.....	191
6.2. Europeanizarea mass mediei.....	203
6.3. Libertatea și pluralismul mass media în Uniunea Europeană.....	207
CONCLUZII.....	215
LISTA DE FIGURI ȘI TABELE.....	226
BIBLIOGRAFIE.....	227

CONCLUZII

Prezenta lucrare cu tema „Identitățile politice și rolul mass media în structurarea acestora” este structurată pe șase capitole fiecare dintre acestea abordând un aspect esențial demersului nostru științific.

Identitățile politice se structurează, în opinia noastră, în funcție de cei care fac parte din cele două clase mari de agenți politici: clasa agenților politici sociali și cea a celor instituționali – așa cum au fost aceștia prezentați în capitolele al II-lea și al III-lea din prezenta lucrare. Fiecare agent politic a cunoscut o evoluție particulară de-a lungul istoriei, evoluție la care au contribuit diverși factori.

Un rol important în conturarea identităților politice îl are mass media. Așa cum au arătat unii autori, mass media este deosebit de importantă în orice democrație¹, prezența acesteia în viața socială poate determina schimbări în valorile culturale ale vieții publice, atât la nivel de atitudini, cât și la nivel de comportamente.

Primul capitol intitulat „Teoria identificării” abordează identificarea prin prisma teoriilor elaborate de către: S. Freud, G.H. Mead, Erik Erikson, T. Parsons, J. Habermas și L.-P. Zăpârțan. Una dintre lucrările care au stat la baza analizei noastre a reprezentat-o lucrarea autorului William Bloom – „Identitatea personală, identitatea națională și relațiile internaționale”. Autorul prezintă în lucrarea sa diverse teorii ale identificării elaborate de către autorii amintiți mai sus. Acesta pornește de la cele două școli majore contemporane de psihologie ale căror „patroni teoretici” au fost Freud și Mead – este vorba despre școala introspectivă sau analitică și despre școala behavioristă – școli care deși diferă substanțial prin prisma ariilor teoretice abordate, ajung la un numitor comun în privința teoriei identificării. E. Erikson este important în opinia lui W. Bloom întrucât în lucrările sale acesta a plasat identitatea în centrul sănătății individuale și a adus în dezbateră contemporană două concepte cheie ale teoriei sociale: identitatea și criza identității².

Pornind de la ideea că identificarea este atât un act social cât și unul privat psihologic, W. Bloom face referire și la T. Parsons și J. Habermas a căror preocupare majoră au reprezentat-o indivizii și felul în care aceștia construiesc societatea. Natura identificării a

¹ James Miller, „Retelling the News in Central Europe: Western Journalism as Democratic Discourse”, în vol. Jan Herman Brinks, Stella Rock, Edward Timms (edit.), *Nationalist Myths and Modern Media – Contested Identities in the Age of Globalization*, Tauris Academic Studies, London, 2006, pp. 39-40.

² William Bloom, *Personal Identity, National Identity and International Relations*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, (1990) 1993, pp. 23-25.

reprezentat un element deosebit de important în construirea unei teorii generale menite să ajute la înțelegerea acțiunii sociale umane. Potrivit ambilor autori, teoria identificării explică atât structura și dinamica legăturii comune psihologice creată printr-o identitate națională comună, cât și pattern-ul circumstanțelor sociale și politice care ar putea determina crearea acestei legături și declanșarea instinctului de apărare și de consolidare asociat acestuia³.

În finalul capitolului am abordat teoria identificării prin prisma literaturii românești de specialitate dedicate acestui subiect. Liviu-Petru Zăpârțan se referă în principal la aspecte care privesc identificarea și diferențierea comunităților umane, arătând că omul – „ființă socială prin excelență (...) își precizează caracteristicile în raport cu ceilalți, de la familie la umanitate, dezvoltând raporturi complexe în sferile unor acțiuni tot mai diversificate”. Relațiile omului cu semenii săi îi permit acestuia nu numai identificarea cu sine ci și diferențierea de ceilalți care este punctul de pornire în identificarea individuală și în cea a grupurilor umane⁴.

Ne alăturăm și noi opiniei exprimate de către Liviu-Petru Zăpârțan potrivit căreia procesul identificării se observă pe tot parcursul istoriei unei comunități și că acesta prezintă numeroase asemănări cu dezvoltarea ființei individuale. Importanța identificării constă mai ales în faptul că aceasta este temeiul acțiunilor individuale și colective și „nucleul înțelegerii întregului edificiu” al unei societăți. Identitatea colectivă se construiește pornind de la identitățile individuale și odată cu afirmarea identității colective se conturează și modalitățile de apărare, de păstrare și de consolidare a acesteia. Autorul face referire la două tipuri de identificare colectivă: civică și etnică⁵.

Urs Altermath folosește sintagma de „primordialisti ai identității” pentru a arăta că identitatea este esențială pentru înțelegerea condiției umane, aceasta fiind definită prin intermediul originii comune, a culturii colectivității și a caracteristicilor biologice⁶.

În lucrarea amintită mai sus, W. Bloom face referire și la identificarea națională și la maniera în care aceasta poate fi manipulată. De asemenea, autorul abordează și aspecte referitoare la dinamica identității naționale care se concretizează în potențialul de acțiune al celor care împărtășesc aceeași identificare națională⁷.

Cel de-al doilea capitol al lucrării este dedicat analizării agenților politici sociali: agenții individuali, elitele, masele și mulțimile, clasele sociale, popoarele și națiunile și minoritățile etnice.

³ Ibidem, pp. 25-26.

⁴ Liviu-Petru Zăpârțan, *Relațiile internaționale*, Ed. Studia, Cluj-Napoca, 2001, pp. 177-184.

⁵ Ibidem, pp. 177-178.

⁶ Urs Altermath, *Previziunile de la Sarajevo. Etnonaționalismul în Europa*, Ed. Polirom, Iași, 2000.

⁷ W. Bloom, op. cit., pp. 52-53.

Agenții individuali sunt, așa cum arată și Liviu-Petru Zăpârțan într-o lucrare din anul 1992, „oameni reali, concreți, (...) persoane care constituie entități biologice-psihologice și socio-culturale”⁸. Din punct de vedere al importanței lor, T. Herseni era de părere că indivizii ca agenți politici „nu există decât în societate, iar societatea nu există decât prin indivizi”⁹. În ceea ce privește agenții individuali am considerat că se impune să facem referire și la aspecte precum: locul și rolul acestora în viața politică – aspecte care au fost analizate printre alții și de către Liviu-Petru Zăpârțan, M. Duverger și T. Adorno. Referindu-se la aceste aspecte, L.-P. Zăpârțan a arătat că problematica locului și a rolului indivizilor în viața politică a fost abordată în literatura de specialitate din perspective teoretice diferite precum: liberalismul, conservatorismul și școala psihanalitică. Concluzia la care am ajuns în urma analizei întreprinse este aceea că problematica individului a reprezentat o temă centrală a literaturii de specialitate mai ales odată cu modernizarea societății. Liberalii au fost cei care au promovat dezvoltarea și bunăstarea individului, recunoscându-l ca ființă rațională capabilă să își exprime opțiunile politice într-un cadru organizat, constituțional menit să îi respecte drepturile și libertățile definatorii ale oricărui sistem politic democratic modern. La rândul său, conservatorismul a promovat elitismul¹⁰.

Elitele sunt indivizi cu caracteristici speciale. În analizarea elitelor ca actori politici sociali am pornit de la opiniile exprimate cu privire la teoriile elitare, făcând referire la definirea termenului de elite în literatura de specialitate, la originea etnologică a termenului, la criteriile folosite pentru a distinge aceste grupuri sociale, la tipurile de elită (închisă, deschisă), la elite ca agenți ai schimbării și la capacitățile transformatoare ale acestora. În demersul nostru am abordat în special lucrările lui L.-P. Zăpârțan¹¹, Harold D. Lasswell, Daniel Lerner și C. Easton Rothwell¹², D. Lane¹³.

Masele și mulțimile sunt cea de-a treia categorie a agenților politici sociali care constă în grupuri de oameni constituite în raport de anumite situații deosebite. În lucrarea noastră am abordat mai ales aspecte referitoare la structurarea maselor (structurarea acestora poate fi spontană sau ca urmare a stimulării instituționale, din partea partidelor politice, a mass mediei, a liderilor și sindicatelor).

⁸ Liviu-Petru Zăpârțan, *Repere în știința politicii*, Ed. Fundației „Chemarea”, Iași, 1992, p. 19.

⁹ T. Herseni, *Sociologie*, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1982, p. 515.

¹⁰ Liviu-Petru Zăpârțan, *op. cit.*, 1992, pp. 26-27.

¹¹ Liviu-Petru Zăpârțan, *Contribuții la critica teoriilor elitare*, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 1979.

¹² Harold D. Lasswell, Daniel Lerner, C. Easton Rothwell, „The Elite Concept”, în vol. *Political Elites in a Democracy*, Peter Bachrach (edit.), Transaction Publishers, New Jersey, 2010.

¹³ D. Lane, *Elites and Classes in the Transformation of State Socialism*, Transaction Publishers, New Jersey, 2011.

Clasele sociale reprezintă o altă categorie a agenților politici sociali cărora le-am dedicat o atenție specială, abordându-le prin prisma teoriilor elaborate începând cu secolul al XIX-lea de gânditori precum: Th. Hobbes, J. Locke, J.J. Rousseau, K. Marx, Max Weber. În acest context, am abordat aspecte referitoare la istoricul apariției conceptului de clase sociale, la tipurile de clase sociale identificate în societatea modernă, la criteriile de departajare a claselor sociale și la rolul politic al acestora.

Rasele au fost abordate fără a intra în detalii referitoare la problemele care s-au pus de-a lungul timpului cu privire la aspecte precum: superioritatea raselor, conflictul de rase și rasismul. Ne-am referit în schimb la faptul că începând cu evenimentele din 11 septembrie 2001 analiza relațiilor rasiale a câștigat amploare, dar și la faptul că unul dintre statele care au cea mai vastă experiență în domeniul raselor este S.U.A.

Popoarele și națiunile sunt o categorie de agenți politici sociali care au un rol hotărâtor în viața politică. Cele două concepte exprimă – așa cum arată și Liviu-Petru Zăpârțan – „aceeași realitate generică”¹⁴. Ne-am referit în special la procesul de construire a națiunii, la tiparul relației dintre masa cetățenilor și stat, la problema naționalismului și la preocupările filosofiei românești din perioada interbelică de a determina specificul poporului român.

În fine, problema minorităților etnice a fost abordată prin prisma unor aspecte referitoare la impactul răspândirii capitalismului asupra creării de noi forme de etnicitate. Pornind de la definirea conceptului am abordat și aspecte referitoare la variația etnică, la strategiile moderne folosite în relație cu minoritățile, dar și la atitudinile pe care minoritățile etnice le pot adopta în relația cu statele.

În cel de-al treilea capitol intitulat „Agenții politici instituționali” ne-am consacrat analizării: statului, partidelor politice și grupurilor de interese.

Statul ca agent politic instituțional a fost abordat prin prisma diverselor analize care se regăsesc în literatura de specialitate. În acest sens, am pornit de la analizarea termenului de „stat” din diverse perspective care s-au conturat așa cum arată și Peter J. Steinberger încă din secolul al XVI-lea¹⁵. În opinia acestui autor ideea de stat presupune distincția dintre teoriile politice prudentiale – care se referă la aspecte legate de politică, guvern, entități non-guvernamentale și quasi-guvernamentale înțelese ca instrumente ale statului; și teoriile politice filosofice care urmăresc natura statului în sine, înțeles ca o comunitate politică sau civică ce reunește în mod virtual aspectele vieții sociale organizate¹⁶. Teoria modernă despre

¹⁴ Liviu-Petru Zăpârțan, op. cit., 1992, pp. 40-41.

¹⁵ Peter J. Steinberger, *The idea of the State*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, 2004, pp. 9-10.

¹⁶ *Ibidem*, p. 41.

stat, în versiunea sa canonică, arată că o comunitate este creată atunci când un grup de indivizi „își conferă puterea unui singur om sau unei adunări de oameni care ar putea să le reducă voința”¹⁷. Din punct de vedere sociologic statul a fost analizat mai ales prin prisma ideilor exprimate de Marx și Weber. Pentru o caracterizare scurtă a situației statului de la sfârșitul anilor 70 am făcut trimitere la ideile lui Habermas și ale lui Foucault. Apoi, am arătat că începând cu anul 1990, procesul de construire a statului european în cadrul științei politice și a sociologiei a fost dominat de trei orientări teoretice importante – lucrările lui Brian Downing și Thomas Ertman; orientarea fundamentată pe teoria alegerii raționale; și orientarea concretizată în „turnura culturală” regăsită în lucrarea scrisă de Julia Adams și Philip Gorski¹⁸.

În literatura românească de specialitate, problema statului a fost abordată, printre alții, de către Liviu-Petru Zăpârțan pornind de la procesul nașterii comunităților umane înfățișat de Aristotel și continuând cu identificarea tipurilor de stat, a formelor pure și derivate ale statului¹⁹.

Problematica partidelor politice este tratată prin prisma valorii acestora care – așa cum arată și Edmond Burke – a fost recunoscută încă din secolul al XVIII-lea. Tematica importanței partidelor politice a fost reluată în literatura de specialitate la începutul secolului al XX-lea, arătându-se că partidele sunt „inevitabile”, că ele sunt specifice tuturor statelor mari și că nu se poate imagina o guvernare reprezentativă în lipsa lor²⁰. În acest context, am făcut referiri la: semnificația sintagmei de partide politice, la bazele sociale ale acestora, la originile partidelor politice și la legăturile lor cu grupurile de interese și cu cetățenii, dar și la efectele integrării europene asupra dinamicii partidelor politice din statele membre.

La rândul lor, grupurile de interese sau grupurile de presiune sunt, așa cum arată și Francesco J. Granador și David Knoke, parte a unui fenomen important al politicii orientate către stat. În literatura de specialitate au fost abordate aspecte referitoare la formarea și menținerea organizată a grupurilor de interese, impactul acestora asupra procesului politicii publice, dar și aspecte referitoare la pattern-urile de relații dintre agențiile guvernamentale și

¹⁷ Th. Hobbes, *Leviathan*, în *The English Works of Thomas Hobbes of Malmesbury*, Sir William Molesworth (edit), John Bohn, London, 1839, vol. 3, p. 157.

¹⁸ Thomas Ertman, „State Formation and State Building in Europe”, în vol. *The Handbook of Political Sociology, States, Civil Societies, and Globalization*, Thomas Janoski, Robert Alford, Alexander Hicks, Mildred A. Schwartz (edit.), Cambridge Univ. Press, Cambridge, 2005, p. 378.

¹⁹ Liviu-Petru Zăpârțan, op. cit., 1992, pp. 111-136.

²⁰ James Bryce, *Modern Democracies*, Macmillan, New York, 1921, p. 119.

organizațiile de interes, la felul în care acestea obțin accesul la cei care înfăptuiesc politicile publice și la felul influenței pe care acestea o exercită asupra politicii decizionale²¹.

În analiza noastră ne-am referit cu precădere la definirea sintagmei de grupuri organizate de interese, la corporațiile private care nu pot fi privite ca organizații de interese, la organizațiile mișcărilor sociale, la institutele de cercetare politică, la rețelele politice și la organizațiile de interese.

În cuprinsul celui de-al patrulea capitol al lucrării intitulat „Rolul mass media în structurarea identităților politice” am tratat aspecte precum: mass media ca instituție democratică; dinamica comunității politice înțelesă prin prisma abordării interacționiste; rolul mass media, actorii politici și locul cetățenilor în procesul comunicării publice democratice; mass media și globalizarea; și mass media și conturarea identității agenților politici sociali și instituționali.

Ne raliem opiniei exprimate de către J.C. Nerone, potrivit căreia puterea presei constă în capacitatea acesteia de a fi o poartă de acces către sfera publică²². În trecut, mass media a fost ignorată de către cercetările asupra democratizării deși performanțele acesteia au avut impact atât asupra funcționării instituțiilor democratice, cât și asupra viabilității procesului democratic. Katrin Voltmer a arătat că încă de la începutul secolului al XVIII-lea filosofii politici au recunoscut rolul important al dezbaterii publice și al discursului liber care ulterior s-au concretizat în libertatea presei²³.

În acest context, autoarea folosește conceptul de „piață de idei” și problemele ridicate de acesta în literatura de specialitate, arătând însă că această sintagmă ar putea fi înțelesă ca funcție de informare care se concentrează pe cetățeanul individual ca beneficiar central al comunicării publice. Calitatea procesului decizional democratic este strâns legată de calitatea informațiilor puse la dispoziție de către mass media²⁴. Pentru noile democrații calitatea informațiilor și nevoia de orientare sunt aspecte esențiale²⁵. Autoarea susține ideea că mass media este o instituție democratică, iar aceasta acționează ca un gardian, cerând răspunderea autorităților publice prin monitorizarea activității acestora și prin investigarea posibilelor

²¹ Francesco J. Granador, David Knoke, „Organized Interest Groups and Policy Networks”, în vol. *The Handbook of Political Sociology, States, Civil Societies, and Globalization*, Thomas Janoski, Robert Alford, Alexander Hicks, Mildred A. Schwartz (edit.), Cambridge Univ. Press, Cambridge, 2005, p. 287.

²² John C. Nerone (edit.), *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*, Urbana, IL, 1995, p. 99.

²³ Katrin Voltmer, „The mass media and the dynamics of political communication in processes of democratization: an introduction”, în vol. *Katrin Voltmer (edit.), Mass media and Political Communication in New Democracies*, Routledge, London, 2006, pp. 2-3.

²⁴ *Ibidem*, p. 3.

²⁵ *Ibidem*, p. 4.

abuzuri ale puterii politice²⁶. În noile democrații, mass media este supusă atât schimbărilor cât și implicării în procesul de democratizare prin conturarea orientărilor și a acțiunilor diverșilor participanți la acest proces²⁷.

Relația dintre comunicarea în masă și democratizare este abordată în literatura de specialitate prin prisma modelului care conceptualizează comunicarea politică – ca sistem al interacțiunii dinamice dintre actorii politici, mass media și auditoriu. În opinia lui Katrin Voltmer, acest model poate fi folosit pentru a ghida analiza comunicării politice în orice context politic²⁸.

Mass media reprezintă principala legătură dintre guverne, partidele politice, candidați și alegători. Mass media nu este însă doar un canal de comunicare care convertește mesajele politicianilor către alegători, ci este și un participant activ la crearea mesajelor politice²⁹. În literatura de specialitate s-a arătat că deși de multe ori mass media nu este promotorul mesajelor transmise către sfera publică, aceasta are un impact deosebit asupra a ceea ce se transmite întrucât este cea care stabilește agenda dezbaterii publice³⁰. În contextul abordării problemei rolului mass media în procesul comunicării publice democratice, au fost abordate și aspecte referitoare la „logica media” înțeleasă ca strategie folosită pentru menținerea relației dintre mass media și audiența sa³¹. Katrin Voltmer insistă și asupra dependenței actorilor politici de mass media în cadrul democrațiilor occidentale³².

Relația dintre actorii politici precum partidele și presă s-a dezvoltat începând cu secolul al XIX-lea, când mass media a devenit indispensabilă în strategia de partid³³.

Cea de-a treia componentă a sistemului de comunicare politică o reprezintă cetățenii. Impactul cetățenilor asupra știrilor publice este relativ limitat, însă aceasta nu înseamnă că cetățenii nu ocupă un loc important în procesul de formare a comunicării publice³⁴.

În subcapitolul intitulat „Mass media și globalizarea” am analizat impactul mass mediei și al comunicării în dinamica socială actuală. Deși pentru o bună perioadă de timp mass media nu a reprezentat o preocupare centrală a teoriei sociale, astăzi ea reprezintă un factor constitutiv al realității sociale a societății contemporane – așa cum arată și Colin

²⁶ Idem.

²⁷ Ibidem, p. 5.

²⁸ Ibidem, pp. 5-6.

²⁹ T. E. Cook, *Governing with the News. The News Media as a Political Institution*, Chicago Univ. Press, Chicago, 1998.

³⁰ Katrin Voltmer, op. cit., 2006, p. 7.

³¹ Idem.

³² Ibidem, p. 9.

³³ Idem.

³⁴ Ibidem, p. 12.

Sparks³⁵. Am făcut, de asemenea, referire și la criza generală a statului în epoca globală care - așa cum sublinia R. Williams încă din 1980 – în formele sale europene clasice „este în același timp prea mare și prea mic pentru obiectivele sociale reale”³⁶; dar și la rolul noilor tehnologii mass media în construirea ordinii globale.

În ceea ce privește ultima parte a capitolului al patrulea, aceasta a fost dedicată analizării distincte a rolului mass media în conturarea identității fiecărui agent politic social și instituțional în parte.

În acest context, ne-am raportat la procesul de conștientizare socială și la rolul mass media în acest proces. În sprijinirea procesului de schimbare socială, mass media îndeplinește două funcții importante: este sursă de informații, dar și factor decizional. Informația are atât puterea de a construi, cât și de a distruge, prin urmare am accentuat necesitatea responsabilității mass media în procesul de informare a cetățenilor.

Conturarea identității elitelor de către mass media a fost abordată prin prisma relației adesea interdependente dintre factori precum: opinia publică, actorii externi, factorii decizionali, politica externă și mass media.

Relația dintre mass media și mase a fost analizată mai ales prin prisma apariției noilor tehnologii de comunicare care a determinat crearea de oportunități și provocări pentru mass media convențională; a noii media și a internetului. În acest sens, s-a remarcat caracterul interactiv al noii media.

Impactul mass media asupra identităților politice ale claselor sociale a fost tratat prin prisma unei analize din 2011 în care s-a insistat asupra nevoii de dezvoltare a unei teorii pentru înțelegerea felului în care textele mass media contribuie sau subminează inegalitățile care există în societățile post-industrializate³⁷.

Mass media și rolul acesteia în structurarea identității popoarelor și națiunilor a fost abordată prin prisma a două aspecte esențiale: interesul public și problema naționalistă. Tabelele introduse în cuprinsul lucrării sunt sugestive în a arăta impactul mass media asupra identității naționale în diverse state ale lumii contemporane. Concluzia la care s-a ajuns în urma acestei analize este că naționalismul bazat pe statul-națiune s-a schimbat datorită dezvoltării subculturilor și a globalizării³⁸.

³⁵ C. Sparks, *Globalization, Development and the Mass Media*, Sage Publications, London, 2007, pp. 132-133.

³⁶ Raymond Williams, *Towards 2000*, Penguin, London, 1983, pp. 197-198.

³⁷ Gail Dines, Jean M. Humez, „Representations of Gender, Race and Class”, în vol. Gail Dines, Jean M. Humez (edit.), *Gender, Race and Class in Media – A Critical Reader*, 3rd edition, Sage Publications, London, 2011, pp. 67-70.

³⁸ Yutaka Oishi, op. cit., 2008, p. 10.

Problema structurării identităților minorităților etnice prin mass media, a fost analizată prin prisma exemplului oferit de Belgia în cadrul raportului din februarie 2002 întocmit în Centrul European de Cercetare asupra Migrației și a Relațiilor Etnice în care se arată felul în care minoritățile etnice sunt reprezentate în mass media între anii 1995-2000³⁹; dar și prin prisma mass mediei etnice care s-a înființat în diverse state ale lumii.

Rolul mass media în conturarea identității statului a fost abordat prin prisma a două aspecte importante: relația dintre mass media și principiile statului democratic și relația dintre mass media și securitatea națională. În îndeplinirea rolului său de garant și de apărător al drepturilor și libertăților constituționale, statul trebuie să se opună încercărilor de monopolizare a pieței mass media și să încurajeze pluralismul mass media.

În ceea ce privește impactul mass media asupra identității partidelor politice, ne-am referit cu precădere la dezvoltarea canalelor de comunicare folosite de partidele politice pentru a își consolida legăturile cu cetățenii, dar și la dezvoltarea celei mai importante politici de comunicare pe care guvernele o pot adopta pentru a îmbunătăți o competiție liberă și dreaptă între partidele politice.

Rolul mass media în conturarea identităților grupurilor de interese a fost abordat în special prin prisma tehnicilor folosite de acestea pentru îndeplinirea obiectivelor lor, dintre care cea mai importantă este tehnica publicității prin intermediul mass media. Opinia nu este însă unitară, numeroși autori considerând că multe grupuri de interese (cum sunt cele din domeniul afacerilor) încearcă să evite mass media și mai ales publicitatea negativă. În acest context, s-a analizat și problema lobby-ului, dar și cea a implicării mass media în investigarea grupurilor de interese; și cea a neutralizării influenței anumitor grupuri speciale de interese.

Cel de-al cincilea capitol intitulat „Manipularea” conține aspecte generale referitoare la manipulare, dar și aspecte generale referitoare la manipularea publică prin intermediul mass media și la manipularea mass mediei de către stat.

Așa cum am arătat și în cuprinsul lucrării, manipularea reprezintă o metodă subtilă de influențare și, în același timp, o formă crudă de conturare a comportamentului social⁴⁰. Unii autori au făcut referiri la trei forme esențiale ale manipulării: manipularea ca fenomen social – care se referă la interacțiunea și abuzul de putere între grupuri și actorii sociali; manipularea ca fenomen cognitiv – întrucât presupune întotdeauna manipularea minții participanților; și

³⁹ European Research Centre on Migration and Ethnic Relations (ERCOMER), Jessika ter Wal (edit), *Racism and Cultural Diversity in the Mass Media, An overview of research and examples of good practice in the EU Member States, 1995-2000*, Vienna, February 2002, pp. 90-91.

⁴⁰ Marcin Kamassa, „Socio-Political Manipulation – Incidental Pathology or Immanent Component of International Realm?”, în *Przeгляд Strategiczny*, nr. 2, 2012, p. 171.

manipularea ca fenomen discursiv-semiotic – întrucât aceasta este exercitată prin intermediul textului, al vorbirii și al mesajelor vizuale⁴¹.

În ceea ce privește manipularea publică prin intermediul mass media, în literatura de specialitate se vorbește mai ales despre atitudinea părtinitoare și efectele acesteia care exercitate de către mass media devin o amenințare la adresa societății atunci când influențează oamenii și determină întreruperea, disfuncția sau schimbarea fluxului de informații⁴². În acest context, un loc aparte în analiza noastră l-a ocupat teoria stabilirii agendei mass media în vederea examinării relației dintre conținutul mass media și schimbarea atitudinii oamenilor asupra unei anumite probleme prezentate în mass media⁴³.

În încheierea capitolului al cincilea am abordat aspecte referitoare la manipularea mass mediei de către stat prin intermediul următoarelor mijloace: controlul direct prin intermediul trusturilor mass media de stat; controlul indirect prin intermediul infrastructurii trusturilor, al presiunilor financiare și al licențelor. Conform literaturii de specialitate, mass media manipulată de către stat se prezintă în una din următoarele forme: refuzarea informației și dezinformarea. În primul caz, statul împiedică trusturile mass media de la a dezbate informațiile nefavorabile puterii. În cel de-al doilea caz, statul își folosește controlul pentru ca mass media să prezinte informații care să favorizeze clasa politică aflată la putere⁴⁴.

În fine, în ultimul capitol al prezentei lucrări – „Identitatea europeană în mijloacele media actuale” – ne-am concentrat pe prezentarea câtorva aspecte generale referitoare la identitatea europeană, pe aspecte referitoare la europenizarea mass mediei și pe prezentarea libertății și a pluralismului mass media în Uniunea Europeană.

În literatura de specialitate se vorbește că cel puțin până în prezent nu se poate pune problema unei singure identități europene, ci eventual a mai multor identități europene care pot fi concepute atât ca procese sociale, cât și ca proiecte politice⁴⁵. De asemenea, se arată că nici politicile de identitate europeană nu se aseamănă cu cele ale statelor națiuni în care procesele de unificare politică preced asimilarea culturală. Identitățile europene sunt sprijinite de factori care nu au un impact semnificativ pentru a putea determina reproducerea proceselor de formare a identității statului națiune. Posibilitatea creării unei identități europene colective

⁴¹ Teun A. Vandijk, op. cit., 2006, p. 361.

⁴² Mitchell Jay Malcheff, Public Perception or Media Manipulation: The Power of the Agenda-Setting Function of the Press Examined, An Exploratory Pilot Study of Media Bias, Liberty University, 2010, p. 6.

⁴³ Ibidem, pp. 8-9.

⁴⁴ Peter T. Leeson, Christopher J. Coyne, op. cit., pp. 20-23.

⁴⁵ Peter J. Katzenstein, Jeffrey T. Checkel, „Conclusion – European identity in context”, în vol. Jeffrey T. Checkel, Peter J. Katzenstein (edit.), European Identity, Cambridge University Press, Cambridge, 2009, pp. 213-214.

este fragmentată de numeroși factori determinați de accelerarea procesului de integrare a pieței europene⁴⁶.

În ciuda dificultăților economice și sociale cu care se confruntă și a unor curente de gândire și acțiune care o contestă, Uniunea Europeană continuă însă să se consolideze și să își afirme identitatea. Aceasta este incontestabil determinată de un ansamblu de valori spirituale prezente și structurate într-un mod specific. Identitatea europeană este determinată complex prin limitele geografice ale continentului, prin istoria comună a popoarelor europene care au creat strânse relații interumane de natură economică, politică și spirituală.

Un loc aparte în discuția noastră l-au ocupat referirile la spațiul social european, la societatea civilă europeană și la conceptul de cetățenie europeană.

Procesul de europeanizare a comunicării mass media a fost analizat în literatura de specialitate prin prisma următoarelor aspecte: „europeanizarea ca mediere” – prin difuzarea discursurilor politice despre politicile Uniunii Europene, a politicilor și a procesului decizional de la actorii instituționali la auditoriu, prin selectarea, încadrarea și amplificarea informațiilor politice și a comunicării; „europeanizarea ca proces de formare a opiniei publice” – prin conferirea de opinii publice despre rezultatele instituțiilor politice europene prin intermediul mass mediei; și „europeanizarea ca o contestare publică” – prin sublinierea opozițiilor și a criticilor politice⁴⁷. Pentru evaluarea dinamicii europeanizării este necesară articularea cadrelor instituționale și a modelelor informale de comunicare politică⁴⁸. În acest sens, am prezentat indicatorii empirici ai comunicării publice în politicile Uniunii Europene.

În fine, ultima parte a lucrării a fost dedicată analizării libertății și pluralismului mass media în Uniunea Europeană. Aceste aspecte au fost intens dezbătute în ultimii ani la nivel politic european, reprezentând o preocupare constantă a Parlamentului European, a grupurilor de interese, a instituțiilor profesionale și a societății civile. Aspectele principale se referă la necesitatea de a combate procesele de centralizare a mass mediei și de a consolida dreptul cetățenilor de a primi informații de la surse diverse și independente. După adoptarea Tratatului de la Lisabona dezbaterile asupra pluralismului mass media a fost consolidată prin introducerea inițiativei cetățenești europene⁴⁹. Tratatul de la Lisabona a avut și alte consecințe benefice pentru dezbaterile asupra pluralismului și a libertății mass media în cadrul legislativ

⁴⁶ Ibidem, p. 216.

⁴⁷ Hans-Jörg Trenz, *Europeanization of the Mass Media: Normative Assessment and Empirical Analysis*, Paper prepared for Panel „The EU and the Member States”, chaired by Paolo R. Graziano and Maarten P. Vink, ECPR Fifth Pan-European Conference on EU Politics, Porto, 24-26 June 2010, pp. 9-10, <http://www.jhubc.it/ecpr-porto/virtualpaperroom/113.pdf>.

⁴⁸ Ibidem, pp. 12-14.

⁴⁹ Elda Brogi, Paula Gori, „Legal Analysis of the EU Instruments to Foster Media Pluralism and Media Freedom”, op. cit., 2013, pp. 60-62.

europene. Am amintit aici prevederile articolului 11 din Carta Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene potrivit cărora „libertatea și pluralismul mass media trebuie respectate”. Deși stipulate de o manieră generală, prevederile acestui articol reprezintă un instrument legal fundamental deoarece introduce un principiu ca sursă legislativă pentru interpretarea și conturarea legislației europene existente la nivel european⁵⁰. Mai trebuie amintit și faptul că în domeniul libertății și pluralismului mass media, Uniunea Europeană a acționat prin stabilirea unui cadru comun pentru operatorii pieței și a unor standarde comune care se referă la libera circulație a bunurilor și a serviciilor în interiorul pieței interioare⁵¹.

⁵⁰ Elda Brogi, Paula Gori, „European Commission Soft and Hard Law Instruments for Media Pluralism and Media Freedom”, în *European Union Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom*, RSCAS Paper Policy 2013/01, European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, The Centre for Media Pluralism and Media Freedom, CMPF, Badia Fiesolana, 2013, p. 66, <http://cmpf.eui.eu/documents/cmpfpolicyreport2013.pdf>

⁵¹ *Ibidem*, pp. 71-72.

BIBLIOGRAFIE

1. Adorno, T., *The Culture Industry*, Routledge, London, 2001.
2. Adorno, Th. W., Frenkel-Brunswik, Else, Levinson, Daniel J., Sanford, R. Nevitt, Aron, Betty, Levinson, M. H., Marrow, W., *The Authoritarian personality*, Harper and Row, New York, 1950.
3. Ake, Claude, *A Theory of Political Integration*, Dorsey Press, Illinois, 1967.
4. Alexander, J. C., *The civil sphere*, Oxford University Press, Oxford, 2006.
5. Altermath, Urs, *Previziunile de la Sarajevo. Etnonaționalismul în Europa*, Ed. Polirom, Iași, 2000.
6. Amersfoort, Philippe van, „European civil society”, în *Asia Europe Journal*, vol. 3, 2005.
7. Ancheș, Diana-Ionela, *Preocupări Juridice privind Uniunea Europeană*, Ed. Eikon, Cluj-Napoca, 2014.
8. Appelbaum, David, *Is Social media Really Social?*
<http://www.time.com/time/magazine/article/091711205362.html>.
9. Barker, C., *Television, Globalization and Cultural Identities*, Open University Press, Buckingham, 1999.
10. Barthelemy, S., Bethell, M., Christiansen, T., Jarsvall, A., Koinis, K., „The Future of Print Media”, în *Capstone Report*. Retrieved 9 December, 2011 - www.sipa.columbia.edu/academics/workshops/documents/WorldNewsmediaInnovationsStudy-CapstoneWorkshopSpring2011-ABRIDGED.pdf.
11. Barton, Michal, „Pluralism of mass media as a constitutional principle”, în *The VIIIth Congress of the IACL*, December 2010, Workshop 3 – Media and Constitutional Principles, <http://www.juridicas.unam.mx/wccl/ponencias/3/55.pdf>.
12. Bauman, Z., *Modernity and the Holocaust*, Polity Press, Cambridge, 1991.
13. Baum, Matthew A., Potter, Philip B.K., „The Relationships Between Mass Media, Public Opinion, and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis”, în *Annu. Rev. Polit. Sci.*, vol. 11, 2008.
14. Beck, U., „Zombie Categories: An Interview with Ulrich Beck”, în U. Beck, E. Beck-Gersheim, *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*, Sage, London, 2002.
15. Bernays, Ed. L., *Propaganda*, New York 1928.

16. Bertoincini, Y., Koenig, N., Euroscepticism or Europhobia: Voice vs. Exist?, Notre Europe, Jacques Delors Institute, Paris, Policy paper 121, 27 nov. 2014.
17. Biedenkopf, Kurt, „United in Diversity: What holds Europe Together?“, în vol. Krzysztof Michalski (edit.), What holds Europe Together?, CEU Press, Budapest, 2006.
18. Billig, Michael, Banal Nationalism, London, Sage Publications, Thousand Oaks and New Delhi, 1995.
19. Biocca, F. A., „Opposing conceptions of the audience. The active and passive hemisphere of mass communication theory“, în vol. J. A. Anderson (edit.) Communication Yearbook, vol. 11, Sage, Newbury Park, 1988.
20. Blaga, L., Opere, vol. 9, Editura Minerva, București, 1984.
21. Bloom, William, Personal Identity, National Identity and International Relations, Cambridge Univ. Press, Cambridge, (1990) 1993.
22. Blumler, J. G., Gurevitch, M., The Crisis of Public Communication, Routledge, New York, 1995.
23. Bodin, J., The Six Bookes of the Commonweale, Richard Knolles (trad.), Cambridge University Press, Cambridge, 1962.
24. Boulding, Kenneth E., „National Images and International Systems“, în Journal of Conflict Resolution, III, June 1959.
25. Bourdon, Jérôme, „La télévision est-elle un média global? Une perspective historique“, (Is television a global medium ? A historical perspective), în vol. Télévision, mémoire et identités nationales, L'Harmattan, Paris, 2003.
26. Bottomore, T. B., Elites and Society, Basic Books, 1954.
27. Brogi, Elda, Gori, Paula, „Legal Analysis of the EU Instruments to Foster Media Pluralism and Media Freedom“, în European Union Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom, RSCAS Paper Policy 2013/01, European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, The Centre for Media Pluralism and Media Freedom, CMPF, Badia Fiesolana, 2013, <http://cmpf.eui.eu/documents/cmpfpolicyreport2013.pdf>.
28. Brogi, Elda, Gori, Paula, „European Commission Soft and Hard Law Instruments for Media Pluralism and Media Freedom“, în European Union Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom, RSCAS Paper Policy 2013/01, European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, The Centre for

- Media Pluralism and Media Freedom, CMPF, Badia Fiesolana, 2013, <http://cmpf.eu.eu/documents/cmpfpolicyreport2013.pdf>.
29. Bryce, James, *Modern Democracies*, Macmillan, New York, 1921.
 30. Bunce, Valerie, *Subversive Institutions*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, 1999.
 31. Burstein, Paul, „Social movements and public policy”, în vol. Marco Giugni, Doug McAdam, Charles Tilly (edit.), *How Social Movements Matter*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 1999.
 32. Carafano, J., *Social Networking and National Security: How to Harness Web 2.0 to Protect the Country*, Family Security Matters, Washington DC, 2009.
 33. Carter, Elisabeth, Luther, Kurt Richard, Poguntke, Thomas, „European integration and internal party Dynamics”, în vol. *The Europeanization of National Political Parties - Power and organizational adaptation*, Thomas Poguntke, Nicholas Aylott, Elisabeth Carter, Robert Ladrech, Kurt Richard Luther (edit.), Routledge, London, 2007.
 34. Charter of Fundamental Rights of the European Union, http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf.
 35. Chouliaraki, L., „The Soft Power of War: Legitimacy and Community in Iraq War Discourses”, special issue of *Journal of Language and Politics*, vol. 4, nr. 1, 2005.
 36. Cohen, B. C., *The press and foreign policy*, Princeton University Press, Princeton, 1963.
 37. Coleman, R., McCombs, M., „The young and agenda-less? Exploring age-related differences in agenda-setting on the youngest generation, baby boomers, and the civic generation”, în *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 84, nr. 3, 2007.
 38. Communication from the Commission, Services of General Interest in Europe, Brussels, 20.09.2000, COM(2000) 580 final, http://aei.pitt.edu/45890/1/com2000_0580.pdf.
 39. Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting, (2001/C 320/04), Official Journal C 320 , 15/11/2001 P. 0005 – 0011, http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2001.320.01.0005.01.ENG.
 40. Connor, Walker, „Nation-Building or Nation-Destroying”, în *World Politics*, XXIV, April 1972.
 41. Cook, T. E., *Governing with the News. The News Media as a Political Institution*, Chicago University Press, Chicago, 1998.

42. Cooper, Mark, Media Ownership and Democracy in the Digital Information Age, Promoting Diversity with First Amendment Principles and Market Structure Analysis, Center for Internet and Society, Stanford Law School, <https://cyberlaw.stanford.edu/attachments/mediabooke.pdf>.
43. Cooper, Christopher A., Nownes, Anthony J., Johnson, Martin, „Interest Groups and Journalists in the States”, în State Politics and Policy Quarterly, Vol. 7, No. 1, Spring 2007.
44. Coronel, Sheila, „Corruption and the watchdog role of the news media”, în vol. Pippa Norris (edit.), Public Sentinel: News Media and Governance Reform, World Bank Publications, Washington D.C., 2010, <http://issuu.com/world.bank.publications/docs/9780821382004>.
45. Cottle, Simon, „Introduction: Media Research and Ethnic Minorities: Mapping the Field”, în vol. Ethnic Minorities and the Media – Changing Cultural Boundaries, Simon Cottle (edit.), Open University Press, Philadelphia, 2000.
46. Croteau, D., Hoynes, W., The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest, Pine Forge Press, Thousand Oaks, 2001.
47. Curran, J., „Mass media and democracy. A reappraisal”, în vol. J. Curran, M. Gurevitch (edit.), Mass Media and Society, Arnold, London, .
48. Curran, J., Park, M. J., (edit.), De-Westernizing Media Studies, Routledge, London, 2000.
49. Dayan, Ilana, în D. Wisenhaus, Media and Politics: Role and Responsibilities, www.jrnsc.hku.hk.
50. Dahl, R., Democracy and its Critics, Yale University Press, New Haven, 1989.
51. Dalton, Russell J., Wattenberg, Martin P., „The Not So Simple Act of Voting”, în vol. Ada Finifter (edit.), Political Science: The State of the Discipline II, American Political Science Association, Washington, 1993.
52. Danielian, Lucig H., Page, Benjamin I., „The Heavenly Chorus: Interest Group Voices on TV News”, în American Journal of Political Science, nr. 38, 1994.
53. Dearing, J. W., Rogers, E. M., Communication Concepts 6: Agenda-Setting, Sage Publications, Thousand Oaks, 1996.
54. Deutsch, Karl, Nationalism and Social Communication: An inquiry into the foundations of nationality, MIT Press, Cambridge, 1953.
55. Deutsch, Karl, Foltz, William (edit.), Nation-Building, Atherton Press, 1963.

56. Diamond, John, *The Media: „Witness to the National Security Enterprise”*, în Roger Z. George, *The National Security Enterprise*, Georgetown University Press, 2011.
57. Diamond, L., Gunther, R. (edit.), *Political Parties and Democracy*, Johns Hopkins University Press, Baltimore, 2001.
58. Dijk, T.A. Van, „Discourse, Power and Access”, în vol. C.R. Caldas-Coulthard, M. Coulthard (edit.), *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*, Routledge, London, 1996.
59. Dijk, T.A. Van, „Context Models in Discourse Processing”, în vol. H. van Oostendorp, S.R. Goldman (edit.), *The Construction of Mental Representations during Reading*, Erlbaum, Mahwah, 1999.
60. Dijk, Teun A. van, „The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity”, în *Javnost/The Public Ljubljana*, vol. 2, nr. 2, 1995, <http://www.discourses.org/download/articles/>.
61. Dillard, J.P., Pfau, M., *The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice*, Sage, Thousand Oaks, 2002.
62. Dines, Gail, Humez, Jean M., „Representations of Gender, Race and Class”, în vol. Gail Dines, Jean M. Humez (edit.), *Gender, Race and Class in Media – A Critical Reader*, 3rd edition, Sage Publications, London, 2011.
63. Djankov, Simeon, La Porta, Rafael, Lopez-de-Silanes, Florencio, Shleifer, Andrei, „The Regulation of Entry”, în *Quarterly Journal of Economics*, vol. 117, 2002.
64. Domingo, D., Heinone, A., „Weblogs and Journalism: A Typology to Explore the Blurring Boundaries”, în *Nordicom Review*, vol. 29, nr. 1, 2008.
65. Downing, Brian M., *The Military Revolution and Political Change. Origins of Democracy and Autocracy in Early Modern Europe*, Princeton University Press, Princeton, 1992.
66. Drake, Michael S., *Political Sociology for a Globalizing World*, Polity Press, Cambridge, 2010.
67. Durkheim, E., *Professional Ethics and Civic Morals*, Routledge, London, 1992.
68. Duverger, M., *Sociologie politique*, PUF, Paris, 1968.
69. Duverger, Maurice, *Political Parties: Their Organization and Activity in the Modern State* (Barbara și Robert North, trad.), JohnWiley and Sons, New York, 1963.
70. Eder, Klaus, „The making of a European civil society: “Imagined”, “practised” and “staged””, în *Policy and Society*, vol. 28, 2009.
71. Elder, Charles D., Cobb, Roger W., *The Political Uses of Symbols*, Longman, 1983.

72. Emerson, Rupert, *From Empire to Nation*, Harvard University Press, 1962.
73. Encyclopaedia Britannica, în *Social Class*, Editors of the Encyclopaedia Britannica, <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/550940/social-class>.
74. Entman, R. M., „Framing bias: Media in the distribution of power”, în *Journal of Communication*, vol. 57, 2007.
75. Eriksen, Thomas Hylland, „Nationalism and the Internet”, în *Nations and Nationalism*, vol. 13, nr. 1, January 2007.
76. Eriksen, Thomas Hylland, *Ethnicity and Nationalism, Anthropological Perspectives*, Pluto Press, London, 1993.
77. Erikson, E., *Identity and the Life Cycle, Psychological Issues, I*, Indiana University Press, 1959.
78. Erikson, Erik, „Identity”, în *The personal identity. National identity and the International relations*, Cambridge Univ. Press, London, 1993.
79. Ertman, Thomas, „State Formation and State Building in Europe”, în vol. *The Handbook of Political Sociology, States, Civil Societies, and Globalization*, Thomas Janoski, Robert Alford, Alexander Hicks, Mildred A. Schwartz (edit.), Cambridge Univ. Press, Cambridge, 2005.
80. Ertman, Thomas, *Birth of the Leviathan: Building States and Regimes in Medieval and Early Modern Europe*, Cambridge University Press, Cambridge, 1997.
81. EU, *European Governance*, Brussels, EU, 2001.
82. EU, *Broadening and Enriching Public Debate on European Matters*, Brussels, EU, 2001.
83. EU, *European Communication Policy*, Brussels, EU, 2006.
84. European Research Centre on Migration and Ethnic Relations (ERCOMER), Jessika ter Wal (edit.), *Racism and Cultural Diversity in the Mass Media, An overview of research and examples of good practice in the EU Member States, 1995-2000*, Vienna, February 2002.
85. European Union Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom, RSCAS Paper Policy 2013/01, European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, The Centre for Media Pluralism and Media Freedom, CMPF, Badia Fiesolana, 2013, <http://cmpf.eui.eu/documents/cmpfpolicyreport2013.pdf>.
86. Fan, Ying, „Soft power: Power of attraction or confusion?”, în *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 4, nr. 2, 2008.

87. Fergusson, Leopoldo, „Media Markets, Special Interests, and Voters”, în Documentos CEDE, Ediciones Uniades, Bogota, 2012, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2104297.
88. Fligstein, Neil, Sweet, Alec Stone, „Constructing politics and markets: An institutionalist account of European integration”, în American Journal of Sociology, vol. 107, 2001.
89. Farrell, D. M., Schmitt-Beck, R., Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums, Routledge, London, 2002.
90. Freud, Group Psychology and the Analysis of the Ego, vol VIII of the Standard Edition of the Complete Works, Hogarth Press, 1921.
91. Freud, New Introductory Lectures, Vol. XXII of the Standard Edition of the Complete Works, Hogarth Press.
92. Friedman, Lawrence Jacob, Identity's Architect: A Bibliography of Erik H. Erikson, Harvard Univ. Press, London, 2000.
93. Gans, Herbert J., Democracy and the News, New York, 2003.
94. Gellner, Ernest, Nations and nationalism: New perspectives on the past, Basil Blackwell, Oxford, 1983.
95. Graber, D. A., Mass Media & American Politics, CQ Press, Washington, 2002.
96. Granados, Francisco J., Knoke, David, „Organized Interest Groups and Policy Networks”, în vol. The Handbook of Political Sociology, States, Civil Societies, and Globalization, Thomas Janoski, Robert Alford, Alexander Hicks, Mildred A. Schwartz (edit.), Cambridge Univ. Press, Cambridge, 2005.
97. Grice, H., „Logic and Conversation”, în P. Cole, J. Morgan (edit.) Syntax and Semantics, Vol. 3: Speech Acts, Academic Press, New York, 1975.
98. Grossman, G.M., Helpman, E., Special Interest Politics, The MIT Press, Cambridge, 2001.
99. Grossman, Sanford, Hart, Oliver, „The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration”, în Journal of Political Economy, vol. 94, 1986.
100. Grugel, J., Democratization. A Critical Introduction, Palgrave, Basingstoke, 2002.
101. Gutmann, A., Thompson, D., Democracy and Disagreement, Harvard University Press, Cambridge, 1996.
102. Haas, Ernst B., The Uniting of Europe: Political Social and Economic Forces 1950–1957, Stevens and Son, London, 1958.

103. Habermas, J., Legitimation Crisis, Heinemann, 1976.
104. Habermas, J., Legitimation Crisis, 2nd edn, Polity Press, Cambridge, 1988.
105. Habermas, J., The Theory of Communicative Action, Beacon Press, Boston, 1984.
106. Habermas, J., „On Social Identity”, Telos, 19, Spring 1974.
107. Habermas, J., Communication and the Evolution of Society, Heinemann, 1979.
108. Hafez, Kai, „Arab Satellite Broadcasting: An Alternative to Political Parties?”, Cambridge Arab Media Project: The Media and Political Change in the Arab World, 29-30 September 2004, https://www.uni-erfurt.de/fileadmin/user-docs/philmak/kommunikationswissenschaft/files_publicationen/hafez/Cambridge-Speech.pdf
109. Hannerz, U., „Cosmopolitans and locals in world culture”, în vol. M. Featherstone (edit.), Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity, Sage, London, 1990.
110. Harik, Ilya, „Pluralism in the Arab World”, în Nicholas S. Hopkins, Saad Eddin Ibrahim (edit.), Arab Society. Class, Gender, Power and Development, The American University Press, Cairo, 1997.
111. Hassim, Nazir, The Role of media in National Security: A case Study of 1998 Nuclear Explosions by Pakistan, www.sassi.uk.com.
112. Hegasy, Sonja, „They Dare to Speak Out. Changes in the Political Culture of Egypt, Morocco and the Arab World”, în Kai Hafez (edit.), The Islamic World and the West. An Introduction to Political Cultures and International Relations, Brill Academic Publishers, Leiden, 2000.
113. Herseni, T., Sociologie, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1982.
114. Hjarvard, S., „Mediated encounters: an essay on the role of communication media in the creation of trust in the ‘global metropolis’”, în vol. G. Stald, T. Tufte (edit.), Global Encounters: Media and Cultural Transformation, University of Luton Press, Luton, 2002.
115. Hobbes, Thomas, Leviathan, în The English Works of Thomas Hobbes of Malmesbury, Sir William Molesworth (edit.), John Bohn, London, 1839, vol. 3.
116. Hollifield, C., „News Media Performance in Hypercompetitive Markets: An Extended Model of Effects”, în vol. International Journal on Media Management, vol. 8, nr. 2.

117. Hou, Xiaoshuo, *Community Capitalism in China: The State, the Market, and Collectivism*, Cambridge University Press, New York, 2013.
118. Howard, Melanie, „How to get more ‘soft power’ to your elbow”, in *Market Leader*, vol. 2, 2011.
119. Inglehart, Ronald, *Modernization and Post-Modernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*, Princeton University Press, Princeton, 1997.
120. Jean, C., Savona, P., *Intelligence economica*, Quaderni ICISA, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2011.
121. Johnston, Mescal, „Can mass media change behavior?”, in vol. *Journal of Extension*, May-June, 1982, <http://www.joe.org/joe/1982may/82-3-a2.pdf>.
122. Kamassa, Marcin, „Socio-Political Manipulation – Incidental Pathology or Immanent Component of International Realm?”, in *Przegląd Strategiczny*, nr. 2, 2012, <http://studiastrategiczne.amu.edu.pl/wp-content/uploads/2010/10/15-kamassa.pdf>.
123. Katz, Richard S., Mair, Peter, „Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party”, in *Party Politics*, vol. 1, nr. 5, 1995.
124. Katzenstein, Peter J., Checkel, Jeffrey T., „Conclusion – European identity in context”, in vol. Jeffrey T. Checkel, Peter J. Katzenstein (edit.), *European Identity*, Cambridge University Press, Cambridge, 2009.
125. Kelley, D., Donway, R., „Liberalism and free speech”, in vol. J. Lichtenberg (edit.) *Democracy and the Mass Media*, Cambridge University Press, Cambridge, 1990.
126. Knoke, David, *Changing Organizations: Business Networks in the New Political Economy*, Westview, Boulder, 2001.
127. Kollman, Ken, *Outside Lobbying: Public Opinion and Interest Group Strategies*, Princeton University Press, Princeton, 1998.
128. Kovach, Bill, Rosenstiel, Tom, *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, New York, 2001.
129. Kramberger, Taja, Mihelj, Sabina, Rotar, Drago B., *Obravnavanje kulture v slovenskih medijih: končno poročilo CRP (The treatment of culture in Slovenian media: final research project report)*, Institutum Studiorum Humanitatis, Ljubljana, 2002.
130. Kuypers, J. A., *Press Bias and Politics: How the Media Frame Controversial Issues*, Praeger, Westport, 2002.

131. Lane, David, *Elites and Classes in the Transformation of State Socialism*, Transaction Publishers, New Jersey, 2011.
132. Lasswell, Harold D., Lerner, Daniel, Rothwell, C. Easton, „The Elite Concept”, în vol. *Political Elites in a Democracy*, Peter Bachrach (edit.), Transaction Publishers, New Jersey, 2010.
133. Leeson, Peter T., Coyne, Christopher J., „Manipulating the Media”, în *Institutions and Economic Development*, Vol. 1, No. 2, 2005.
134. Leeuwen, T. Van, *Introducing Social Semiotics*, Routledge, London, 2005.
135. Leigh, Robert D. (edit.), *A Free and Responsible Press*, Chicago, 1947.
136. Lemert, J.B., *Criticizing the Media. Empirical Approaches*, Sage, Newbury Park, 1989.
137. Levi, Margaret, *Of Rule and Revenue*, University of California Press, Berkeley, 1988.
138. Liang, Q., Xiangsui, W., *Guerra senza limiti*, Libreria Editrice Goriziana, Gorizia, 2001.
139. Lipset, Seymour Martin, Rokkan, Stein, „Cleavage structures, party systems, and voter alignments: An introduction”, în vol. S. M. Lipset, Stein Rokkan (edit.), *Party Systems and Voter Alignments*, Free Press, New York, 1967.
140. Lis, Wojciech, „The Freedom of the Press and Other Mass Media as a Constitutional Principle”, în *Studia Medioznawcze, Media Studies*, vol. 4, nr. 51, 2012, http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2012_4_51/lis-en.pdf.
141. Livingstone, S., „On the continuing problem of media effects”, în vol. J. Curran, M. Gurevitch (edit.), *Mass Media and Society*, 2nd edn, Arnold, London, 1996.
142. Magleby, David B., O’Brian, David M., Light, Paul C., Paltason, J.W., Cronin, Thomas E., *Government by the People, National, State and Local Edition*, Prentice Hall, 22nd edition, 2007.
143. Malcheff, Mitchell Jay, *Public Perception or Media Manipulation: The Power of the Agenda-Setting Function of the Press Examined, An Exploratory Pilot Study of Media Bias*, Liberty University, 2010, <http://digitalcommons.liberty.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1128&context=masters>.
144. Manza, Jeffrey, Brooks, Clem, *Social Cleavages and Political Change: Voter Alignments and U.S. Party Coalitions*, Oxford University Press, New York, 1999.
145. Marga, A., *Filosofia unificării europene*, Ed. Apostrof, Cluj-Napoca, 1997.

146. Marinetto, M., *Social Theory, the State and Modern Society*, Open University Press, Maidenhead, 2007.
147. Marks, Gary, McAdam, Doug, „On the relationship of political opportunities to the form of collective action: The case of the European Union”, în vol. D. d. Porta, H. Kriesi, D. Rucht (edit.), *Social Movements in a Globalizing World*, St. Martin's Press, New York, 1999.
148. Massey, Douglas, *Categorically Unequal*, Russell Sage, New York, 2007.
149. Massey, Douglas, Denton, Nancy, *American Apartheid: Segregation and the Making of the Underclass*, Harvard University Press, Cambridge, 1993.
150. Matsaganis, Matthew D., Katz, Vikki S., Ball-Rokeach, Sandra J. (edit), *Understanding Ethnic Media, Producers, Consumers, and Societies*, Sage Publications, 2011.
151. McCombs, M., „New frontiers in agenda setting: Agendas of attributes and frames”, în *Mass Communication Review*, vol. 24, nr. 1-2, 1997.
152. McCombs, M. E., Shaw, D. L., „The agenda-setting function of mass media”, în *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, nr. 2, 1972.
153. McCullagh, C., *Media Power: a Sociological Introduction*, Palgrave, New York, 2002.
154. McNair, Brian, *Journalism and Democracy: Evaluation of the Political Public Sphere*, Routledge, London, 1999.
155. McQuail, D., *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*, Sage, London, 1992.
156. *Media Sustainability Index*, Washington, D.C., IREX, 2002.
157. Megheşan, Karin, Mihalache, Veronica, „The national security – Media power linkage. A theoretical framework”, *International Conference: CKS - Challenges of the Knowledge Soc*, 2013, <http://www.jourlib.org/paper/2953561#.VQHX6OF8tLA>.
158. Mihelj, Sabina, „The Media and Nationalism, East and West: A Critical Revision of Existing Debates”, în Karol Jakubowicz, Miklos Sükösd (edit.), *Nationalism, the Media and European Identity*, Central European University Press, Budapest, 2011, <https://dspace.lboro.ac.uk/dspacejspu/bitstream/2134/14249/3/NationalismMediaEastWestAcceptedVersion.pdf>.
159. Mill, J.S., *On Liberty*, Penguin, London, (1859) 1974.

160. Miller, James, „Retelling the News in Central Europe: Western Journalism as Democratic Discourse”, în vol. Jan Herman Brinks, Stella Rock, Edward Timms (edit.), *Nationalist Myths and Modern Media - Contested Identities in the Age of Globalization*, Tauris Academic Studies, London, 2006.
161. Montagnese, Alfano, *Impact of the Social Media on National Security*, Research Paper, 2011 STEPI – AE – U – 3, February 2012, http://www.difesa.it/SMD/CASD/IM/CeMiSS/Documents/Ricerche/2012/Stepi/social_media_20120313_0856.pdf.
162. Morley, D., Robbins, K., *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*, Routledge, London, 1995.
163. Morris, J. S., „Slanted objectivity? Perceived media bias, cable news exposure, and political attitudes”, în *Social Science Quarterly*, vol. 88, nr. 3, 2007.
164. Moscovici, S., *Social Representations: Explorations in Social Psychology*, New York University Press, New York, 2001.
165. Mucchielli, A. R., *Lexique des sciences sociales, Entreprise moderne d'Editions*, Paris, 1969.
166. Mungiu-Pippidi, Alina, „From State to Public Service: The Failed Reform of State Television in Central Eastern Europe”, în vol. *Reinventing Media: Media Policy Reform in East Central Europe*, Miklós Sükösd, Péter Bajomi-Lázár (edit.), CEU Press, Budapest, 2003.
167. Myria Georgiou, „Diaspora in the Digital Era: Minorities and Media Representation”, în *Journal on Ethnopolitics and Minority Issues in Europe*, vol. 12, nr. 4, 2013, <http://www.ecmi.de/fileadmin/downloads/publications/JEMIE/2013/Georgiou.pdf>
168. Nam, Ja-Young, „Does the Internet Promote Nationalism in East Asia?: A Comparative Research on the Correlation of Internet Use and National Identity”, 2010, http://ricas.ioc.u-tokyo.ac.jp/aasplatform/achivements/pdf/2010_ab_nam.pdf
169. Nancherla, Aparna, „Future Leaders Expected to Wield Soft Power”, în *T+D*, Vol. 63, nr. 12, 2009.
170. Gasper, Des, Staveren, Irene, „Development as freedom – and as what else?”, în *Feminist Economics*, vol. 9, nr. 2-3, 2003, <http://www.collinsdictionary.com>.
171. Napoli, P.M., „Issues in Media Management and the Public Interest”, în vol. A.B. Albarran (edit.), *Handbook of Media Management and Economics*, L. Erlbaum Associates, Mahwah, 2006.

172. Nayyeri, Shahrzad, Amiri, Mojtaba, „Explanation of Mass Media’s Function for the Trust Building as Soft Power of States”, International Conference on Communication, Media, Technology and Design, ICCMTD, 09-11 May 2012, Istanbul – Turkey, Conference Proceedings, <http://www.cmdconf.net/2012/Proceedings/Proceedings.pdf>.
173. Neisser, U., Fivush, R. (edit.), *The Remembering Self: Construction and Accuracy in the Self-Narrative*, Cambridge University Press, Cambridge, 1994.
174. Nerone, John C. (edit.), *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*, Urbana, IL, 1995.
175. Neumann, Sigmund (edit.), *Modern Political Parties*, University of Chicago Press, Chicago, 1956.
176. Noelle-Neumann, E., „Turbulences in the climate of opinion: Methodological applications of the spiral of silence theory”, în *Public Opinion Quarterly*, vol. 41, nr. 2, 1977.
177. Norris, Pippa, *Political Parties and Democracy in Theoretical and Practical Perspectives – Developments in Party Communications*, National Democratic Institute for International Affairs, Washington DC, 2005, https://www.ndi.org/files/1950_polpart_norris_110105.pdf.
178. North, Douglass, *Structure and Change in Economic History*, W. W. Norton, New York, 1981.
179. Nownes, Anthony J., Freeman, Patricia, „Interest Group Activity in the States”, în *Journal of Politics*, nr. 60, 1998.
180. Nye, Joseph, „Soft Power: Why you now need it”, în *Leadership Excellence*, Vol, 26, nr. 9, 2009.
181. Oishi, Yutaka, „A Consideration of Media-Nationalism: A Case Study of Japan after the Second World War”, în vol. *Keio Communication Review*, no. 30, 2008.
182. Paletz, David L., Owen, Diana, Cook, Timothy E., *American Government and Politics in the Information Age, Flat World Knowledge*, 2011, <http://www.saylor.org/site/textbooks/American%20Government%20and%20Politics%20in%20the%20Information%20Age.pdf>.
183. Panebianco, Angelo, *Political Parties: Organization and Power*, Cambridge University Press, Cambridge, 1988.
184. Parsons, T., *Family, Socialization and Interaction Process*, Free Press, 1955.

185. Parsons, T., *Social Structure and Personality*, Free Press, 1964.
186. Parsons, T., „The Position of Identity in the General Theory of Action”, în vol. Chad Gordon, K.J. Gergen (edit.), *The Self in Social Interaction*, John Wiley, 1968.
187. Parsons, Talcott, Shils, Edward, *Toward A General Theory of Action*, Harvard University Press, 1962.
188. Patterson, T. E., *Out of Order*, Knopf, New York, 1993.
189. Paul, Virginia, Singh, Priyanka, John, Sunita B., „Role of Mass Media in Social Awareness”, în vol. *International Journal of Humanities & Social Sciences*, vol. 1, nr. 1, August, 2013.
190. Plasser, F., Plasser, G., *Global Political Campaigning. A Worldwide Analysis of Campaign Professionals and Their Practices*, Praeger, Westport, 2002.
191. Poster, Mark, „National Identities and Communications Technologies”, în *The Information Society*, vol. 15, nr. 4, 1999.
192. Putnam, R. D., „Bowling alone. America’s declining social capital”, în vol. *Journal of Democracy*, nr. 6, 1995.
193. Raghavan, G. N. S., „Do mass media reach the masses? The Indian experience”, în vol. *Prospects*, vol. 10, nr. 1, 1980, <http://link.springer.com/article/10.1007/BF02193959>.
194. Raven, Bertram, French, John, „Legitimate Power, Coercive Power, and Observability in Social Influence”, în *Sociometry*, Vol. 21, nr. 2, 1958.
195. Rosen, Jay, *What Are Journalists For?*, New Haven, CT, 1999.
196. Sajo, Andras, „From corruption to extortion: Conceptualization of post-communist corruption”, în *Crime, Law and Social Change*, vol. 40, 2003.
197. Salman, Ali, Ibrahim, Faridah, Hj.Abdullah, Mohd Yusof, Mustaffa, Normah, Mahbob, Maizatul Haizan, „The Impact of New Media on Traditional Mainstream Mass Media”, în vol. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Sector*, vol. 16, nr. 3, 2011, http://www.innovation.cc/scholarly-style/ali_samman_new+media_impac116v3i7a.pdf.
198. Sartori, Giovanni, *Parties and Party Systems: A Framework for Analysis*, Cambridge University Press, Cambridge, 1976.
199. Sassen, S., *Territory, Authority, Rights: From Medieval to Global Assemblages*, Princeton University Press, Princeton, 2006.

200. Schein, E., *Coercive Persuasion: A socio-psychological analysis of the „brainwashing” of American civilian prisoners by the Chinese Communists*, New York, 1971.
201. Scheufele, D. A., Tewksbury, D., „Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models”, în *Journal of Communication*, vol. 57, 2007.
202. Schlesinger, Joseph, „Party units”, în vol. *International Encyclopedia of the Social Sciences*, Macmillan, New York, 1968.
203. Schlesinger, Philip, *Media, State and Nation: Political violence and collective identities*, Sage, London, 1991.
204. Schudson, Michael, „Notes on Scandal and the Watergate Legacy”, în *American Behavioral Scientist*, vol. 47, nr. 9, 2004.
205. Schumpeter, J., *Capitalisme, Socialisme et Démocratie*, Payot, Paris, 1951.
206. Schwartz, Mildred A., Lawson, Kay, „Political Parties: Social Bases, Organization, and Environment”, în vol. *The Handbook of Political Sociology, States, Civil Societies, and Globalization*, Thomas Janoski, Robert Alford, Alexander Hicks, Mildred A. Schwartz (edit.), Cambridge Univ. Press, Cambridge, 2005.
207. Schwartzberg, R. G., *Sociologie politique*, Edition Montchrestien, Paris, 1971.
208. Scott, James C., *Seeing Like a State*, Yale University Press, New Haven, 1998.
209. Seckinelgin, Hakan, „Peoples’ Europe and the Limits of the European Public Sphere and Civil Society”, în *Journal of Civil Society*, vol. 8, nr. 3, 2012.
210. Seton-Watson, Hugh, *Nations and States*, Methuen, 1977.
211. Shea, Daniel M., *Campaign Craft: The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management*, Praeger, Westport, 1996.
212. Shoemaker, P. J., Reese, S.D., *Mediating the message: Theories of influence on mass media content*, Longman, White Plains, 1991.
213. Shmykova, Ekaterina, *Effects of Mass Media Ownership on Serving Public Interest*, http://web.mit.edu/comm-forum/mit5/papers/Ekaterina_Shmykova.pdf.
214. Siebert, Frederick S., Schramm, Wilbur, Peterson, Theodore, *Four Theories of the Press*, University of Illinois Press, Urbana, 1956.
215. Silke Adam, *Bringing the mass media in, The contribution of the mass media for understanding citizens’ attitudes towards the European Union*, KFG Working

- Paper Series, No. 4, September 2009, Kolleg-Forschergruppe (KFG) „The Transformative Power of Europe”, Free University Berlin, 2009.
216. Simone, M. A., „Processes, Principles and Policies: The Public Interest Standard in U.S. Media Policy”, în Conference Papers - International Communication Association, 2005 Annual Meeting, New York, 2005.
217. Simons, Greg, *Mass Media and Modern Warfare: Reporting on the Russian War on Terrorism*, Ashgate Publishing Limited, Surrey, 2010.
218. Skinner, Quentin, *The Foundations of Modern Political Thought*, vol. 2, Cambridge University Press, Cambridge, 1978.
219. Sklair, Leslie, *The Transnational Capitalist Class*, Blackwell, Oxford, 2001.
220. Slater, M.D., „Reinforcing spirals: The mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behavior and social identity”, în *Communication Theory*, vol. 17, 2007.
221. Smismans, Stijn, „European civil society and citizenship: Complementary or exclusionary concepts?”, în *Policy and Society*, vol. 28, 2009.
222. Smith, Anthony D., *National Identity*, Penguin Books, London, 1991.
223. Smith, A., „Nationalism”, în vol. *Nationalism*, J. Hutchinson, L. A. Smith (edit.), Oxford Univ. Press, London, 1994.
224. Smith, Philip, Phillips, Tim, „Collective Belonging and Mass Media Consumption: Unravelling how technological medium and cultural genre shape the national imaginings of Australians”, în *The Sociological Review*, vol. 54, nr. 4, 2006.
225. Son, Y. J., Weaver, D.H., „Another look at what moves public opinion: Media agenda setting and polls in the 2000 election”, în *International Journal of Public Opinion Research*, vol.18, nr. 2, 2005.
226. Sparks, Colin, *Globalization, Development and the Mass Media*, Sage Publications, London, 2007.
227. Stefancic, Jean, Delgado, Richard, *No Mercy: How Conservative Think Tanks and Foundations Changed America's Social Agenda*, Temple University Press, Philadelphia, 1996.
228. Steinberger, Peter J., *The idea of the State*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, 2004.
229. Štětka, Václav, *Evolution and Transformations of the Nation-Integrative Function of the Mass Media within the Context of Globalisation*, Dissertation Thesis. School of Social Sciences, Masaryk University, Brno, 2005.

230. Stone, John, Rizova, Polly, *Racial Conflict in Global Society*, Polity Press, Cambridge, 2014.
231. Surel, Yves, „The E.U. and the Challenges of Populism”, în *Notre Europe*, Jacques Delors Institute, nr. 2, Paris, 2011, Policy Brief, nr. 27.
232. Tan, Y., Weaver, D.H., „Agenda setting effects among the media, the public, and Congress, 1946-2004”, în *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 84, nr. 4, 2007.
233. Teschke, B., „Theorizing the Westphalian system of states: International relations from absolutism to capitalism”, în vol. *European Journal of International Relations*, vol. 8, nr. 1, 2002.
234. Thompson, J. B., *Political Scandal. Power and Visibility in the Media Age*, Polity, Cambridge, 2000.
235. Thrall, A. Trevor, „The Myth of the Outside Strategy: Mass Media News Coverage of Interest Groups”, în *Political Communication*, vol. 23, no. 4, 2006.
236. Trenez, Hans-Jorg, „European civil society: Between participation, representation and discourse”, în *Policy and Society*, vol. 28, 2009.
237. Trenez, Hans-Jörg, *Europeanization of the Mass Media: Normative Assessment and Empirical Analysis*, Paper prepared for Panel „The EU and the Member States”, chaired by Paolo R. Graziano and Maarten P. Vink, ECPR Fifth Pan-European Conference on EU Politics, Porto, 24-26 June 2010, <http://www.jhubc.it/ecpr-porto/virtualpaperroom/113.pdf>.
238. Trenez, Hans-Jörg, „Understanding Media Impact on European Integration: Enhancing or Restricting the Scope of Legitimacy of the EU?”, în *European Integration*, vol. 30, nr. 2.
239. Tuchman, G., „Objectivity as strategic ritual. An examination of newsmen’s notions of objectivity”, în vol. *American Journal of Sociology*, nr. 77, 1972.
240. Tuchman, Gaye, *Making News: A Study in the Construction of Reality*, Free Press, New York, 1978.
241. Tulving, E., *Elements of Episodic Memory*, Oxford University Press, Oxford, 1983.
242. Tumbler, Howard, Waisbord, Silvio, „Political Scandals and Media across Democracies: Introduction”, în *American Behavioral Scientist*, vol. 47, nr. 7-8, 2004.

243. Ullman, Richard, „Redefining Security”, în *International Security*, vol.8, no.1, 1983.
244. US Government, *National Security Strategy 2010*, Washington, DC, 2010.
245. Vandijk, Teun A., „Discourse and manipulation”, în *Discourse and Society*, vol. 17, nr. 2, 2006.
246. Voltmer, Katrin, „The mass media and the dynamics of political communication in processes of democratization: an introduction”, în vol. Katrin Voltmer (edit.), *Mass Media and Political Communication in New Democracies*, Routledge, London, 2006.
247. Voltmer, K., „Structures of diversity in press and broadcasting systems. The institutional context of public communication in Western Democracies”, în vol. WZB Discussion Papers, FSIII 00– 201, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin, 2000.
248. Waarden, Frans Van, „Dimensions and types of policy networks”, în *European Journal of Political Research*, vol. 21, 1992.
249. Walgraave, S., „Again, the almighty mass media? The media’s political agenda-setting power according to politicians and journalists in Belgium”, în *Political Communication*, vol. 25, 2008.
250. Weaver, R. Kent, McGann, James G., „Think tanks and civil societies in a time of change”, în vol. J. G. McGann, R. K. Weaver (edit.), *Think Tanks and Civil Societies*, Transaction, New Brunswick, 2000.
251. Weber, M., *From Max Weber: Essays in Sociology*, H. H. Gerth, C. Wright Mills (edit.), Oxford University Press, New York, 1946.
252. Weber, M., *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*, University of California Press, Berkeley, 1978.
253. Weber, Max, *Economy and Society*, Guenther Roth, KlausWittich (edit.), University of California Press, Berkeley, 1978.
254. Weber, Max, *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriß der verstehenden Soziologie*, Mohr, Tübingen, 1980.
255. Wekkin, Gardy D., Whistler, Donald E., Kelley, Michael A., Maggiotto, Michael A., *Building Democracy in One-Party Systems: Theoretical Problems and Cross-Nation Experiences*, Praeger, Westport, 1993.
256. Williams, Raymond, *Towards 2000*, Penguin, London, 1983.

257. Wright, John R., *Interest Groups and Congress: Lobbying, Contributions, and Influence*, Allyn and Bacon, Boston, 1996.
258. Zaller, John R., *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge University Press, New York, 1992.
259. Zannoni, Paolo, „Conceptul de elită”, în *Spațiu, Timp, Politică – caiet documentar*, ASSP, nr. 7, București, 1977.
260. Zăpârțan, Liviu-Petru, *Relațiile internaționale*, Ed. Studia, Cluj-Napoca, 2001.
261. Zăpârțan, Liviu-Petru, *Repere în știința politicii*, Ed. Fundației „Chemarea”, Iași, 1992.
262. Zăpârțan, Liviu-Petru, *Contribuții la critica teoriilor elitare*, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 1979.
263. Zăpârțan, Liviu-Petru, „Cuvânt înainte”, în vol. Adrian Chircă, *Promovarea mediatică a modelului european*, Ed. Mediamira, Cluj-Napoca, 2012.
264. Zăpârțan, Liviu-Petru, *Reflecții despre Europa Unită*, Ed. Eikon, Cluj-Napoca, 2011.
265. Zăpârțan, Liviu-Petru, *Sociologia politicii*, Ed. Eikon, Școala Ardeleană, Cluj-Napoca, 2014.