

INFLUENȚA FORMATORILOR DE OPINIE ASUPRA PUBLICULUI

Lavinia Pădurean

Comunicare și relații publice

Universitatea de Vest Timișoara

Comunicarea este, cu adevărat, definiția rasei umane. Emilian Dobrescu spune că procesul comunicării „reprezintă un principiu definitoriu al existenței umane, sine-qua-non atât pentru devenirea omului ca ființă socială, cât și pentru trăirea alături de ceilalți”. În absența comunicării, „activarea întregului nostru potențial nativ de factură emoțională, cognitivă, relațională, creativă și spirituală este practic imposibilă”.

Omul, în plenitudinea funcțiunilor sale se desăvârșește ca ființă socială doar în baza și în urma unor ample procese de comunicare. Fiecare dintre noi suntem în orice moment al existenței noastre și un rezultat agregat al tuturor comunicărilor prin care, conștienți sau nu, am trecut de-a lungul vieții.

Ansamblul relațiilor pe care le derulăm zi de zi se bazează de asemenea pe astfel de procese de comunicare. Spațiul social în esență sa este funcțional și structural legat de profilul, configurația și particularitățile proceselor de comunicare derulate în cadrul său.

Pentru analiza studiului de caz, am pornit de la premisa că formatorii de opinie au o influență extremă asupra publicului, și pot influența în mod direct comportamentul fiecărui individ. Sunt de părere că, formatori de opinie sunt niște modele de urmat, și pot influența comportamentul publicului. Astfel că, formatorii de opinie, prin influența lor asupra publicului, pot face bine comunității timișorene.

Pornind de la acest fapt, am dorit să demonstrez puterea acestora de influență, și în ce mod au influențat ei publicul. Pentru acesta, și pentru o mai bună privire de ansamblu asupra puterii de influență a acestora, am ales două arii de interes.

Astfel, din grupul targetat pentru analiza studiului de caz, am ales două arii de interes, deoarece am avut nevoie de o privire de ansamblu a oamenilor din Timișoara asupra părerii lor despre ce înseamnă formatorii de opinie în general, dar și în Timișoara. Astfel, voi face o paralelă a celor două grupe, după care o concluzie a ambelor.

În acest studiu de caz privind „*Influența formatorilor de opinie asupra publicului*”, am ales să utilizez metoda cantitativă, ca formă de cercetare sociologică. În acest sens am hotărât să realizez un chestionar care are drept scop observarea eficacității influenței formatorilor de opinie din Timișoara, dar nu numai.

Chestionarul conține 12 întrebări și a fost împărțit în două arii de interes, astfel:

- 105 studenți, cu vârsta cuprinsă între 18-24 ani, dintre care:
 - ✓ 55 studenți de la Facultatea de Științe Politice, Filosofie și Științe ale Comunicării din Timișoara (care sunt de fapt și colegii mei de facultate);
 - ✓ 30 studenți de la Facultatea de Litere din Timișoara;
 - ✓ 10 studenți de la Facultatea de Mecanică din Timișoara.
 - ✓ 10 studenți de la Facultatea de Medicină din Timișoara.
- 49 angajați, cu vârsta cuprinsă între 30-54 ani, dintre care:
 - ✓ 30 angajați de la Fabrica de Bere din Timișoara;
 - ✓ 10 angajați de la CFR Călători Timișoara;
 - ✓ 9 angajați de la Continental Automotive Timișoara.

Din grupul targetat pentru analiza studiului de caz, am ales două arii de interes, deoarece am avut nevoie de o privire de ansamblu a oamenilor din Timișoara asupra părerii lor despre ce înseamnă formatorii de opinie în general, dar și în Timișoara. Astfel, voi face o paralelă a celor două grupe, după care o concluzie a ambelor.

Model de chestionar bazat pe formatorii de opinie

Chestionarul aplicat celor două grupe, studenți și angajați se prezintă astfel:

1. Ce ocupație aveți?

- ☐ Student/ă
- ☐ Angajat/ă
- ☐ Neangajat/ă

2. Genul dumneavoastră?

- ☐ Femeiesc
- ☐ Bărbătesc

3. Considerați că formatorii de opinie sunt informatori sau manipulatori?

- ☐ Informatori
- ☐ Manipulatori
- ☐ Și informatori, și manipulatori

4. Credeți că un informator poate influența opinia publică a unei comunități?

- ☐ Da
- ☐ Nu

5. Aveți un formator de opinie preferat?

- ☐ Da
- ☐ Nu

6. Dacă da, pe ce canal media îl urmăriți? (mai multe răspunsuri posibile)

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Youtube
- ☐ Linkdln
- ☐ Twitter
- ☐ Nu îl urmăresc

7. Pe o scară de la 1 la 5, în ce măsură credeți că vă influențează formatorii de opinie viața?

- ☐ 1. Deloc
- ☐ 2.
- ☐ 3.
- ☐ 4.
- ☐ 5. Mare măsură

8. Cele mai importante 3 aspecte ale unui formator de opinie? (mai multe răspunsuri posibile)

- ☐ Discursul public
- ☐ Vestimentația și coafura

- ☐ Gesturile, mimica
- ☐ Abilitățile de comunicare
- ☐ Mediul social de proveniență
- ☐ Reputația

9. Credeți că are nevoie Timișoara de formatori de opinie?

- ☐ Da
- ☐ Nu

10. Argumentați răspunsul anterior.

11. Ați auzit de formatorii de opinie locali precum Oltea Zambori, Ana Munteanu, Roxana Sarafolean?

	Da	Nu
Oltea Zambori		
Ana Munteanu		
Roxana Sarafolean		

12. Dacă ar exista o situație de urgență (catastrofă naturală, epidemii, etc.) l-ați urma pe influencerul preferat în calitate de lider?

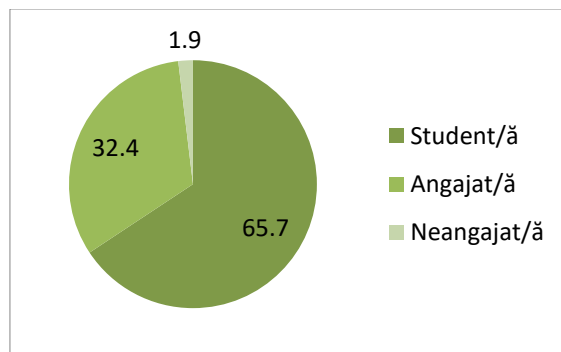
- ☐ Da
- ☐ Nu

Va mulțumesc pentru timpul acordat!

Rezultatul chestionarului bazat pe formatorii de opinie – STUDENȚII, și reprezentarea grafică a acestuia

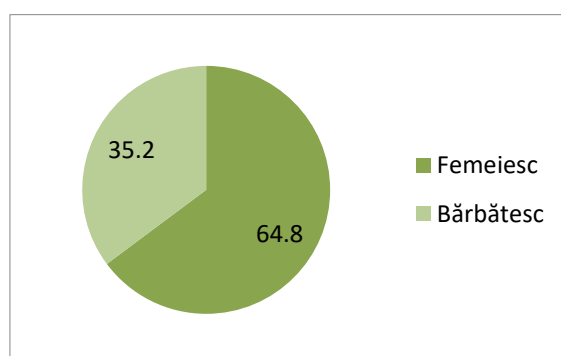
1. Ce ocupație aveți?

Student/ă	Angajat/ă	Neangajat/ă
69	34	2



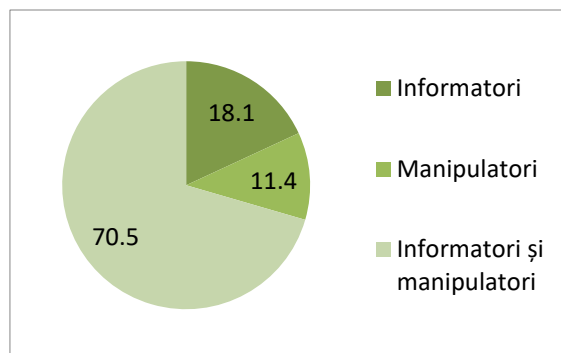
2. Genul dumneavoastră?

Femeiesc	Bărbătesc
68	37



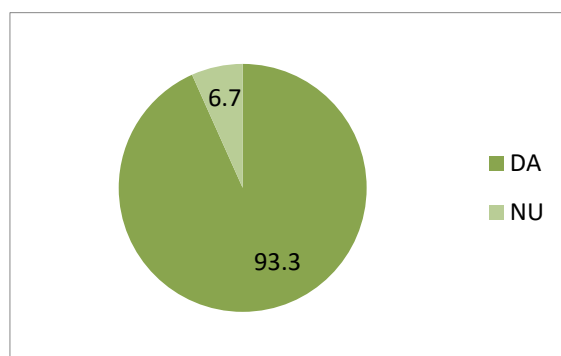
3. Considerați că formatorii de opinie sunt informatori sau manipulatori?

Informatori	Manipulatori	Informatori și manipulatori
19	12	74



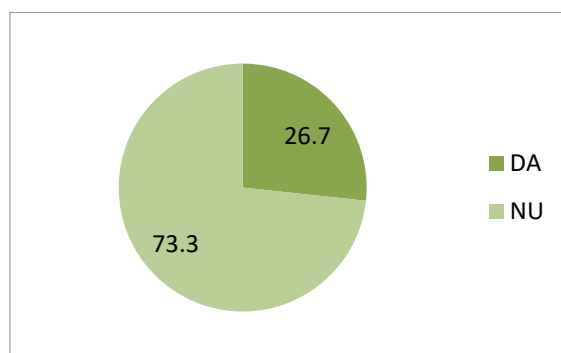
4. Credeți că un informator poate influența opinia publică a unei comunități?

Da	Nu
98	7



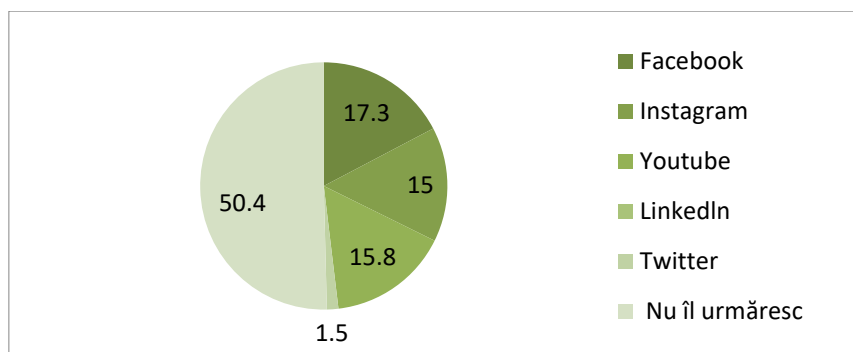
5. Aveți un formator de opinie preferat?

Da	Nu
28	77



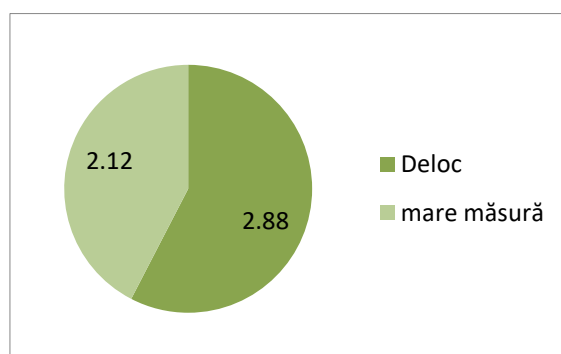
6. Dacă da, pe ce canal media îl urmăriți? (mai multe răspunsuri posibile)

Facebook	Instagram	Youtube	LinkedIn	Twitter	Nu îl urmăresc
23	20	21	0	2	67



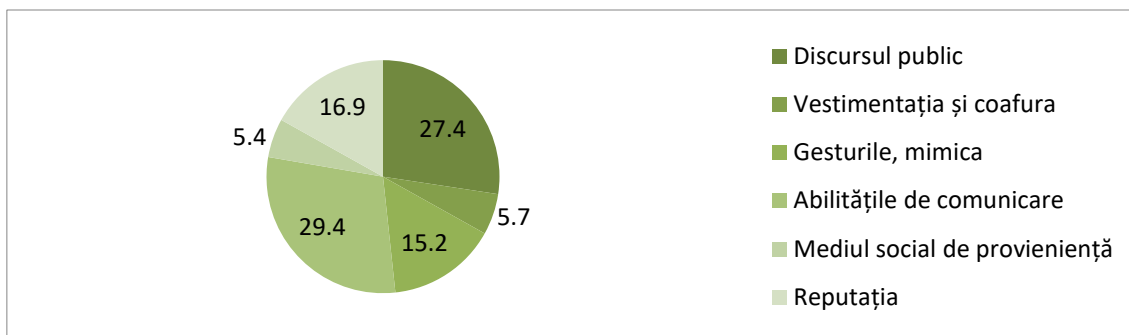
7. Pe o scară de la 1 la 5, în ce măsură credeți că vă influențează formatorii de opinie viața?

Deloc	Mare măsură
2.88	2.12

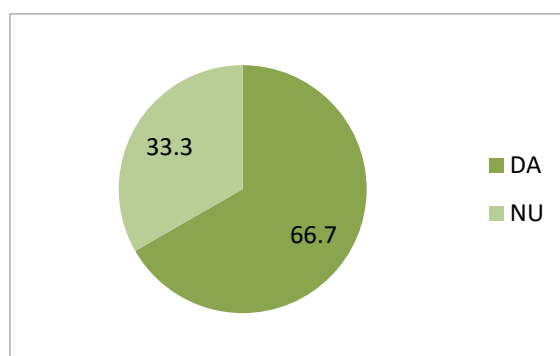


8. Cele mai importante 3 aspecte ale unui formator de opinie? (mai multe răspunsuri posibile)

Discursul public	Vestimentația și coafura	Gesturile, mimica	Abilitățile de comunicare	Mediul social de proveniență	Reputația
81	17	45	87	16	50



9. Credeți că are nevoie Timișoara de formatori de opinie?



10. Argumentați răspunsul anterior.

1) Păi oamenii de oriunde ar trebui să gândească singuri, nu să le spună altcineva ce să gândească.

2) - ...

3) Consider că ar fi nevoie de un formator de opinie pentru a promova Timișoara mai eficient.

4) Cel mai bun exemplu pentru răspunsul anterior este TEDx. Prezența acestui eveniment denotă că există suficienți formatori de opinie în Timișoara.

5) Da, cred, deoarece ar trebui oferite mult mai multe informații și explicații cetățenilor, să fie un echilibru între noi, cetățenii și cei care „ne conduc”.

6) Are nevoie pentru că aceștia să arate că Timișoara este un oraș care se remarcă prin oameni frumoși, care inspiră și pentru a promova orașul.

7) Timișoara ar trebui văzută exact așa cum e ea.

8) Timișoara are nevoie de mai mulți oameni care să ne ajute să evoluăm.

9) Poate ar deveni un oraș mai deschis din punct de vedere cultural heritage.

10) Deoarece aceștia pot influența și pozitiv, ajutând la o schimbare în bine („o evoluție”) a orașului.

11) Deoarece sunt prea mulți în țară.

12) Nu avem formatori de opinie, doar „influesări”.

13) Nu consider.

14) Din păcate, sunt prea mulți „tred setteri” care diseminează discursuri goale de conținut, avînd singurul scop de a se promova pe ei înșiși.

15) Formînd opiini, le poți oferi oamenilor ceea ce ei vor.

16) Timișoara are nevoie de formatori competenți, cu un discurs bine documentat.

17) Cred ca are nevoie de Informatori orice oraș

18) Consider că ar avea nevoie de formatori, deoarece, cred eu, că nu este valorizat la cote maxime și că nu profităm de multitudinea de oportunități pe care orașul ni le oferă. Poate un formator de opinie ar fi se folos în acest sens.

19) Publicul are mereu nevoie de un ghid, iar un formator de opinie respectabil ar avea o influență pozitivă.

20) Deoarece au un anumit grad de putere și influență.

21) - ...

22) Timișoara are nevoie de o persoană sau de un grup de persoane capabile să ia decizii și să le implementeze, ținînd cont de nevoile existente și părerile exprimate în mod direct și constant de către locuitori.

23) Timișoara are nevoie de formatori de opinie bine instruiți, care să promoveze în primul rînd transparența.

24) Fiecare persoană trebuie să aibe opinie proprie, fără a avea o influență.

25) Formatorul de opinie are o părere subiectivă, fapt pentru care el poate ori modela caracterele oamenilor, ori își poate crea „inamici”, contestatari. Nu este nevoie de cineva care cunoaște și deține armele manipulării, influențării. Ci este nevoie de oameni verticali.

26) Nu, deoarece nu mi se pare important.

27) Consider că orice oraș ar avea nevoie de acest lucru deoarece acesta ar putea forma opinii sau ar putea schimba anumite mentalități.

28) Timișoara are nevoie de formatori de opinie deoarece este important ca cetățenii să știe care este starea actuală a orașului. Prin ochii formatorului de opinie, vedem situația socio-culturală ce ne preocupă.

29) Nu consider că este necesar.

30) - ...

31) - ...

32) - ...

33) Deși e în trend acest concept, consider că Timișoara nu ar avea neapărat nevoie de influenceri tocmai pentru că este un oraș cu o reputație solidă.

34) Nu consider că Timișoara ar avea nevoie de formatori de opinie deoarece aceștia sunt subiectivi, iar oamenii în ziua de azi sunt deja mult prea mult manipulați și influențați de ce zic alți oameni cu influență și cred că este timpul ca oamenii să înceapă să gîndească, să aibă propriile păreri și să ia decizii personale.

35) Timișoara și oricare alt oraș al țării are nevoie de formatori de opinie, dar depinde și ce fel de formatori sunt. E nevoie de formatori de opinie cu valori morale, viziune, coloană vertebrală și prea puțin subiectivism. E nevoie pentru ca nepăsărea și „lasă ca e bine așa” sunt prea la modă, iar unii oameni reacționează teribil de bine când au un model de urmat. Din păcate și din fericire (dacă modelul e bun de urmat).

36) Oamenii trebuie să aibă discernămint în tot ceea ce fac, opiniile trebuie să fie proprii, personale.

37) Nudoresc concurență.

38) - ...

39) - ...

40) Cred că Timișoara ar avea nevoie de formatori de opinie deoarece majoritatea oamenilor petrec mult timp în online. Astfel, multe persoane caută în ziua de astăzi persoane

active în mediul online, pentru a le urmări pe diferite rețele de socializare și a afla lucruri noi de la ele.

41) - ...

42) Pentru a afla informații prețioase!

43) Oriunde este nevoie de formatori de opinie.

44) Timisoara are nevoie de formatori de opinie deoarece există publicații online care manipulează și astfel oamenii care nu au timp și aleg să citească un articol fără să se documenteze.

45) Sinceră să fiu în momentul de față consider că sunt suficienți sau poate prea mulți formatori de opinie, aceștia oricum apar ca ciupercile după ploaie.

46) Pentru mai multe informații.

47) Răspunsul este nu, deoarece nu cred că putem avea formatori de opinie obiectivi.

48) Ar fi un exemplu/mentor pentru generațiile următoare.

49) Da, pentru că avem nevoie de informații și de motivație.

50) Consider că Timișoara are nevoie de formatori de opinie pentru că nu avem și orașul ar beneficia de acești formatori de opinie.

51) Fiecare pe cont propriu.

52) Cred că formatorii de opinie există oricum, Facebook fiind o platforma deschisă, gratuită, pe care probabil activează majoritatea populației active din Timișoara.

53) Astfel orașul se poate dezvolta mai mult.

54) Cred că Timișoara a demonstrat în multe situații că deține o comunitate sănătoasă de cetățeni, care știu să aleagă adevărul de minciună și să se revolte când ceva nu e în regulă.

55) Pentru a reuși să îți formezi opinii mult mai ușor.

56) Pentru informare, aflarea opiniilor cu privire la diverse aspecte.

57) - ...

58) De ce nu?!

59) Formatori de opinie care să joace un rol de informare, în sensul de explicare a anumitor noțiuni sau mecanisme și/sau care să fie exemple în domeniul lor (role models).

60) Sunt inexistenți. Iar dacă sunt cumva, ar trebui promovați.

61) Da și nu, având în vedere deschiderea și diversitatea care există în Timișoara, deja sunt luați ca exemple și formatori de opinie, oamenii din afară, bineînțeles că sunt unii și Timișoreni, însă nu aș insista pe zona din care vine unul, pentru a nu amplifica naționalismului nonsens...

62) Ar fi un ajutor pentru alții.

63) - ...

64) - ...

65) Fiecare zonă/oraș are caracteristicile ei/lui, iar oamenii se lovesc de diferite probleme, fiind nevoie de cineva (chiar mai mulți oameni cu păreri diferite, cu ideologii diferite) care să îndemne lumea să ia atitudine, în speranța rezolvării problemelor.

66) Există afaceriști care nu cunosc necesitatea comunicării în mediul de afaceri și intră în crize, moment în care un informator de opinie ar fi binevenit.

67) Timișoara are nevoie de formatori de opinie capabili să ofere oamenilor informații utile pentru a-și forma propria părere, nu opinii induse de anumite persoane ce au interese personale.

68) Nu.

69) Unii oameni pot fi influențați pozitiv de ei.

70) Este un centru universitar important în România și o viitoare capitală culturală europeană. Un formator de opinie ar putea influența mobilizarea cetățenilor în scopul inițierii de activități care să ducă la dezvoltarea orașului.

71) Pentru a se educa ieșirea din gândirea învechită.

72) Este bine să avem formatori de opinie, pentru că așa poate se ține cont de părerea populației.

73) Cred că Timișoara are nevoie de câteva modele de urmat, cred că mai mult pentru a da încredere.

74) Sunt de părere că Timișoara are nevoie de formatori de opinie pentru că formatorii de opinii ar putea canaliza mai bine anumite idei și păreri ale populației.

75) Orașul (Timișoara) se confruntă cu o grămadă de probleme de tip administrativ, iar opinia publică este mereu supărată și pusă pe scandal. Însă, vine cu argumente puerile și deloc structurate. De aceea are nevoie de formatori de opinie, pentru a li se pune o direcție clară asupra problemelor.

76) Nu e nevoie de alți manipulanți.

77) Pentru a fii informați.

78) Oamenii în general nu știu exact ce vor.

79) De mulți. Și ar trebui să se practice cât mai des. Ideologiile vechi și comuniste nu ar trebui să mai fie în categoria opiniilor de actualitate, cum se practică acum. Vrem oameni tineri care să instruiască cu opinia lor pozitivă un public cât mai larg.

80) Cred că oamenii ar trebui să își formeze propriile opinii în funcție de context și modul lor de gândire, nu să îi lase pe alții să gândească pentru ei, să continue să fie niște marionete.

81) - ...

82) Pur și simplu nu cred că are nevoie.

83) Timișoara se poate promova prin ei.

84) N-au.

85) - ...

86) Consider că este important să vedem cum stau lucrurile și din perspectiva unor persoane care se ocupă cu asta.

87) Timișoara are nevoie de mai multe, dar și de ei pentru că pot să promoveze orașul peste tot.

88) Nu pentru că ar influența populația.

89) - ...

90) Pur și simplu.

91) Sunt multe persoane care nu au luat la cunoștință unele informații esențiale despre mersul actual al României în politică, economie, cultură etc. Și acești formatori de opinie care ar trebui să fie neutri, obiectivi, și să informeze, că oamenii să poată judeca ei.

92) Are nevoie.

93) Pentru o gestionare adecvată a resurselor de orice natură.

94) Da.

95) Pentru a fi la curent cu evenimentele, pentru a ne fi prezentate anumite lucruri într-o manieră directă.

96) Timișoara are nevoie de o educație asupra auto-informării. Preluând informații de la alții asupra unui subiect ajungi foarte ușor să preiei și prejudecăți. Într-o societate unde există doar 2-3 idei care sunt reciclate se poate doar ajunge la o stagnare culturală.

97) Timișoara are nevoie de formatori de opinie corecți pentru a îndrepta masele spre decizii bune pentru cei mulți.

98) Toate orașele au, deci trebuie ca și Timișoara să aibă.

99) - ...

100) Ar informa și clarifica publicul prin diferite puncte de vedere.

101) Contează și părerea celorlalți uneori.

102) Informația e multă, trebuie filtrată și transmisă.

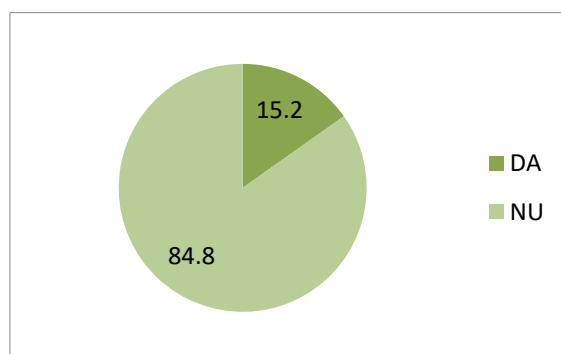
103) Nu consider că are nevoie.

104) - ...

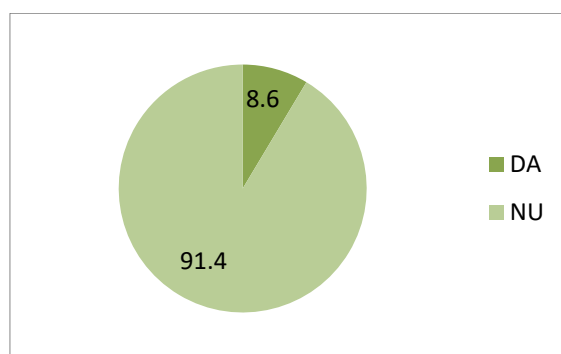
105) Ar fi nevoie de formatori de opinie creștini. Iar media să îi asculte.

11. Ați auzit de formatorii de opinie locali precum Oltea Zambori, Ana Munteanu, Roxana Sarafolean?

Oltea Zambori?

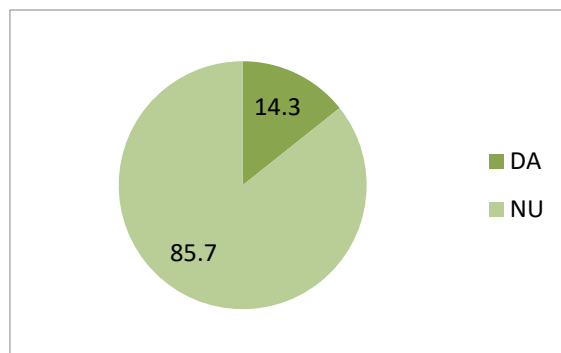


Ana Munteanu?

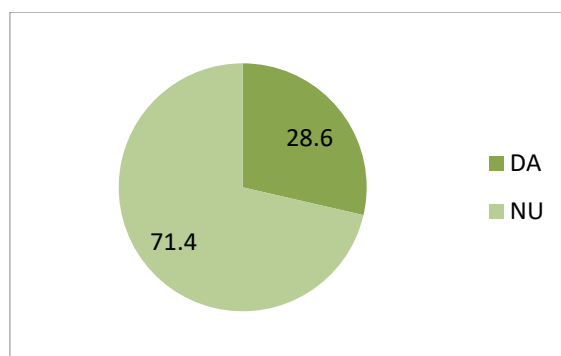


Roxana Sarafolean?



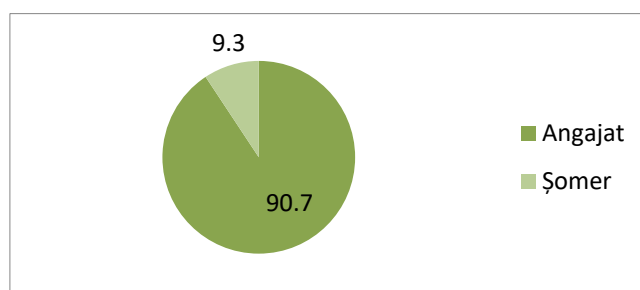


12. Dacă ar exista o situație de urgență (catastrofă naturală, epidemii, etc.) l-ați urma pe influencerul preferat în calitate de lider?

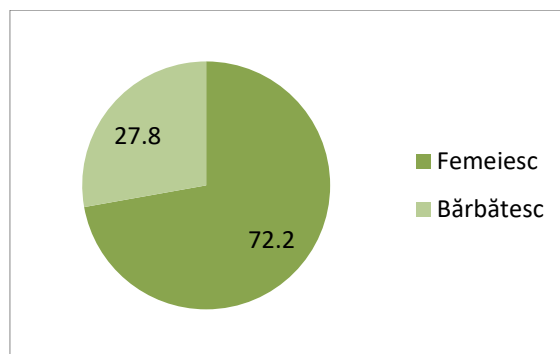


Rezultatul chestionarului bazat pe formatorii de opinie – ANGAJAȚI, și reprezentarea grafică a acestuia

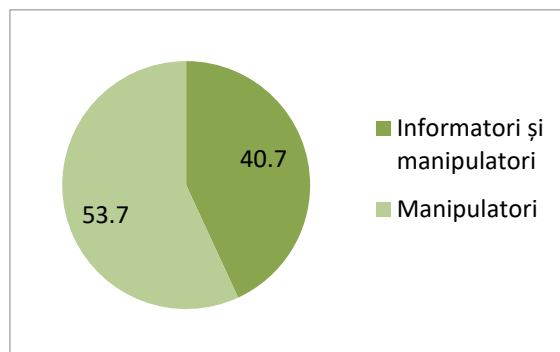
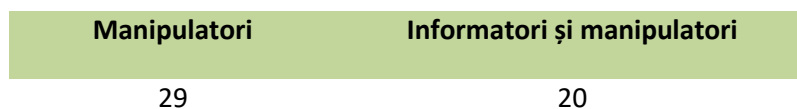
1. Ce ocupație aveți?



2. Genul dumneavoastră?

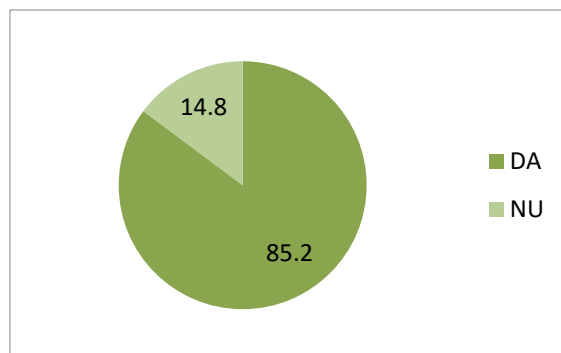


3. Considerați că formatorii de opinie sunt informatori sau manipulatori?



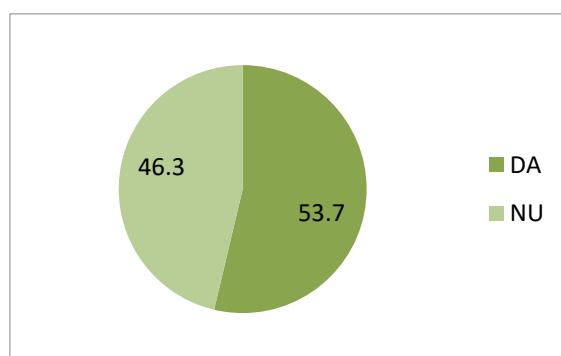
4. Credeți că un informator poate influența opinia publică a unei comunități?





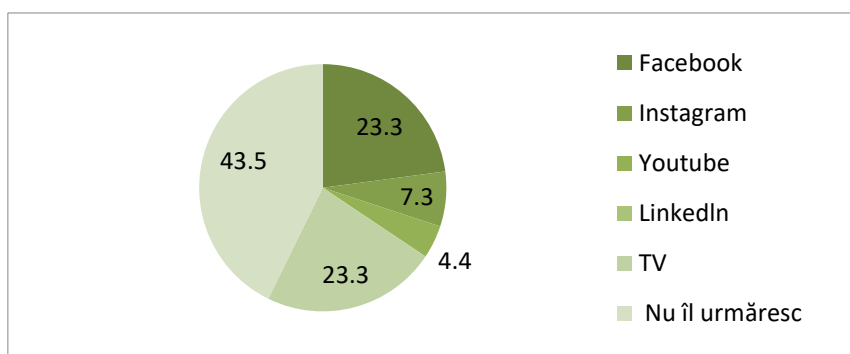
5. Aveți un formator de opinie preferat?

Da	Nu
26	23



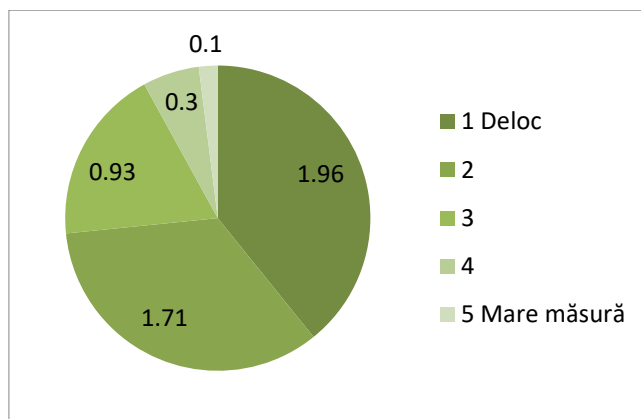
6. Dacă da, pe ce canal media îl urmăriți? (mai multe răspunsuri posibile)

Facebook	Instagram	Youtube	LinkedIn	TV	Nu îl urmăresc
11	4	2	0	11	21



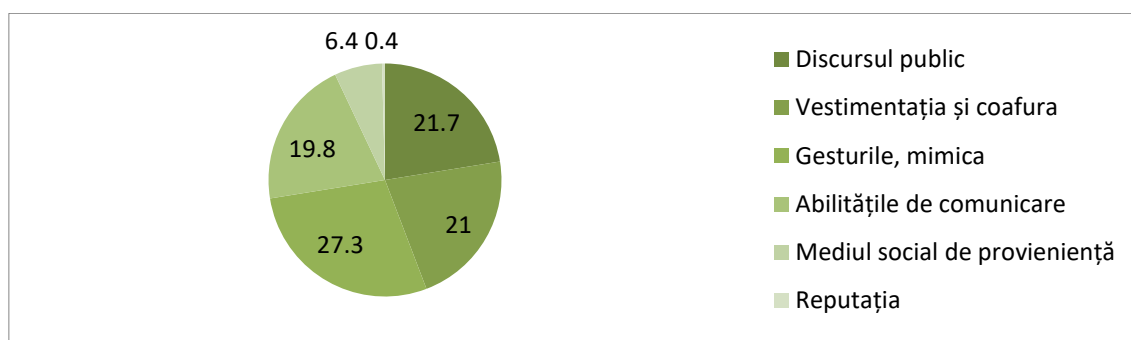
7. Pe o scară de la 1 la 5, în ce măsură credeți că vă influențează formatorii de opinie viața?

1. Deloc	2	3	4	5. Mare măsură
23	13	9	3	1



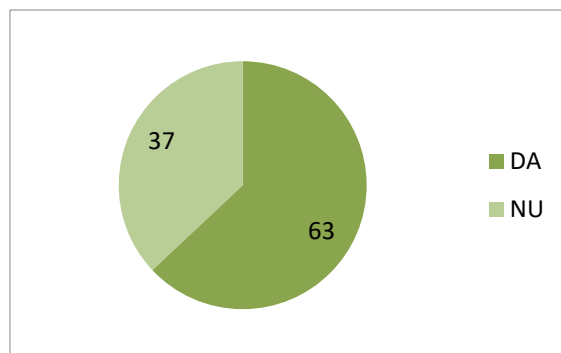
8. Cele mai importante 3 aspecte ale unui formator de opinie? (mai multe răspunsuri posibile)

Discursul public	Vestimentația și coafura	Gesturile, mimica	Abilitățile de comunicare	Mediul social de proveniență	Reputația
11	10	13	10	4	1



9. Credeți că are nevoie Timișoara de formatori de opinie?

DA	NU
31	18



10. Argumentați răspunsul anterior.

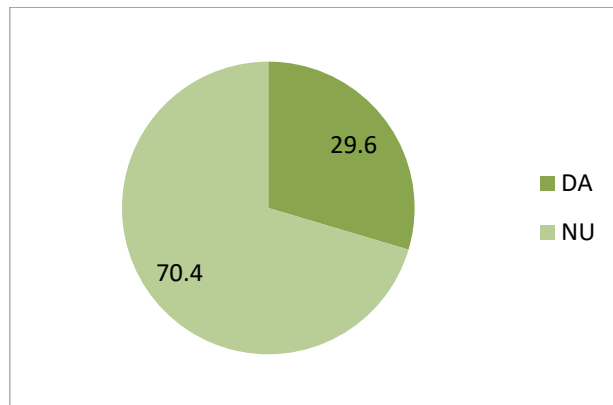
- 1). Ca sa crească.
- 2) Sunt oameni care ne pot aduce faimă orașului.
- 3) E necesar.
- 4) Are nevoie de un primar bun!
- 5) Ca să se dezvolte mai ușor prin oameni.
- 6) Pot să colaboreze cu alți și să facă treabă bună.
- 7) Că e oraș mare.
- 8) Pentru că ne pot dezvolta pe mai multe planuri.
- 9) Pentru că are nevoie în primu rând de un primar bun!!!!!!
- 10) Sp fie recunoscutp.
- 11) Nu are.
- 12) Pentru tineri să dezvolte orașul.
- 13) Pentru dezvoltare.
- 14) Da, are, dar mai mult, are nevoie de alte chestii prioritare: infrastructură, cultură.
- 15) Așa au primele orașe din România.
- 16) Nu știu.
- 17) Pentru a fi informați, la modă și în trend.
- 18) Toți proștii sunt acum influenceri!
- 19) Pentru că cineva trebuie să fie din rândul nostru și să ne reprezinte.
- 20) Pentru a ne reprezenta în fața autorităților.
- 21) Pentru că are nevoie de altceva nu de influencer.
- 22) Ca să existe o conexiune între oamenii de rând și ăialalți.
- 23) Nu știu dacă are neaparat nevoie, dar ei există.
- 24) Pentru ca sunt falși.

- 25) N-are.
- 26) Pentru dezvoltare culturală mai ales.
- 27) Are nevoie de alte lucruri mai importante.
- 28) Ca să se dezvolte mai ușor.
- 29) Nu cred că are ca falșiăștia.
- 30) Pentru dezvoltare.
- 31) Că nu sunt ei cele mai importante lucruri ce ne lipses, la drept vorbind.
- 32) Da, pentru dezvoltare.
- 33) Pentru informare și mai multe cunoștințe.
- 34) Pentru că sunt niște modele pentru noi.
- 35) Nu am, nu urmăresc.
- 36) Oamenii ar trebui săl ce vor și ce să ceară.
- 37) Oameniiăștia ne pot duce unde trebuie, au în cap ce trebuie și ne pot ajuta la dezvoltarea orașului!
- 38) Că se dezvolte orașul
- 39) Are nevoie de ORICE ce este cât de cât bun!
- 40) Da, orașul trebuie dezvoltat.
- 41) Pentru că sunt populari.
- 42) Nu are nevoie de papagali.
- 43) Ca să ne fie la îndemână unele informații. Și că sunt populari.
- 44) Pentru că orașul merge prost și fără ei.
- 45) Că oricum orașul e praf, pentru ce papagali fără creiere????
- 46) Eu nu îi urmăresc dar cred că sunt buni.
- 47) Că toate orașele mari au oameni ce se aud mai mult decât alții.
- 48) Orașul nu are nevoie de ei.
- 49) Mentalitate diferită, idei proaspete, sincere, maleabile.

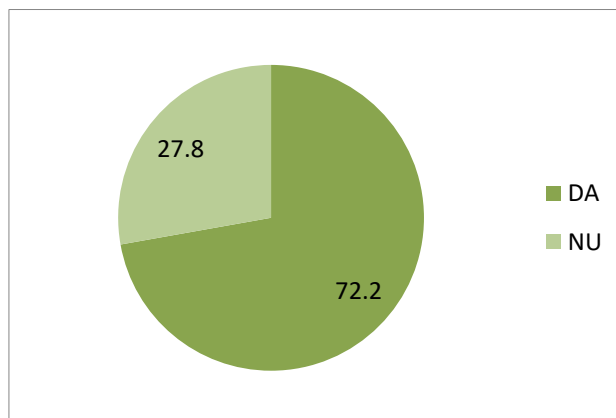
11. Ați auzit de formatorii de opinie locali precum Oltea Zambori, Ana Munteanu, Roxana Sarafolean?

Oltea Zambori?

DA	NU
15	26

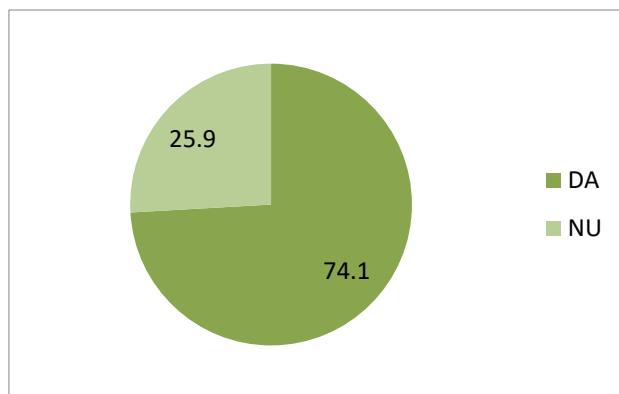


Ana Munteanu?



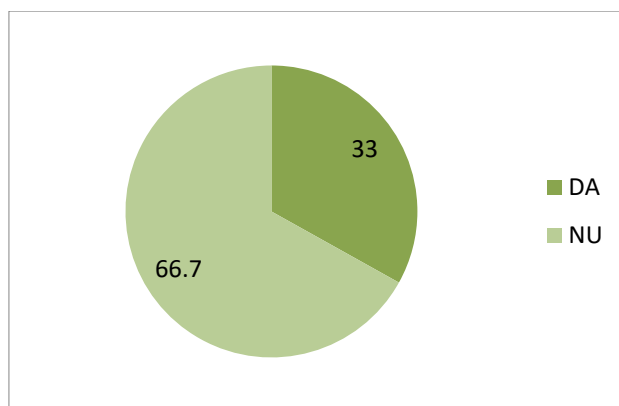
Roxana Sarafolean?





12. Dacă ar exista o situație de urgență (catastrofă naturală, epidemii, etc.) l-ați urma pe influencerul preferat în calitate de lider?

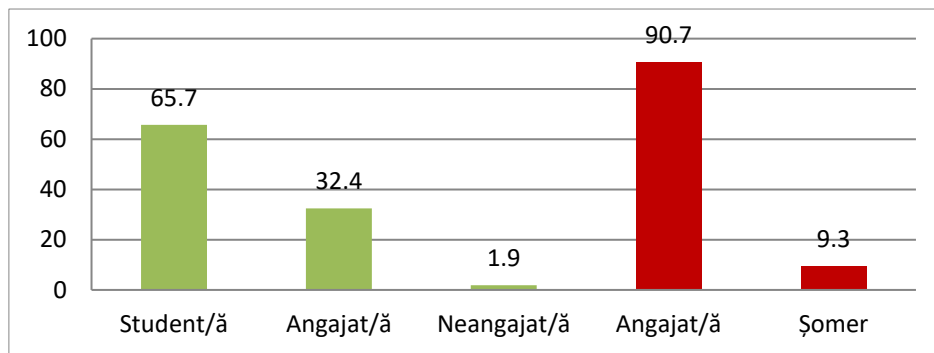
DA	NU
16	33



Interpretarea rezultatelor de la cele două grupuri targetate, studenți și angajați

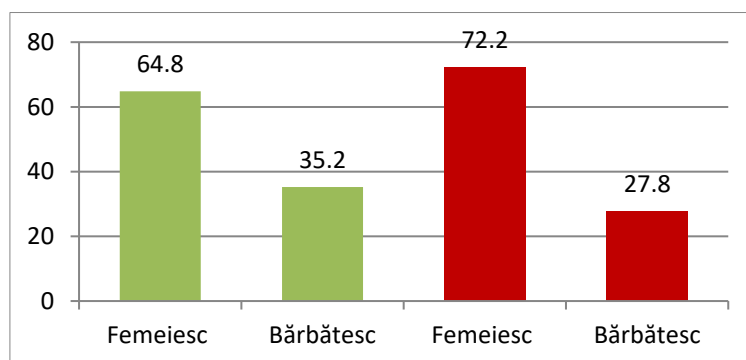
În urma prezentării rezultatelor chestionarului bazat pe formatorii de opinie – ANGAJAȚI și STUDENȚI, și reprezentarea grafică a acestora, voi face o comparație privind răspunsurile date de cele două grupuri.

1. Ce ocupație aveți?



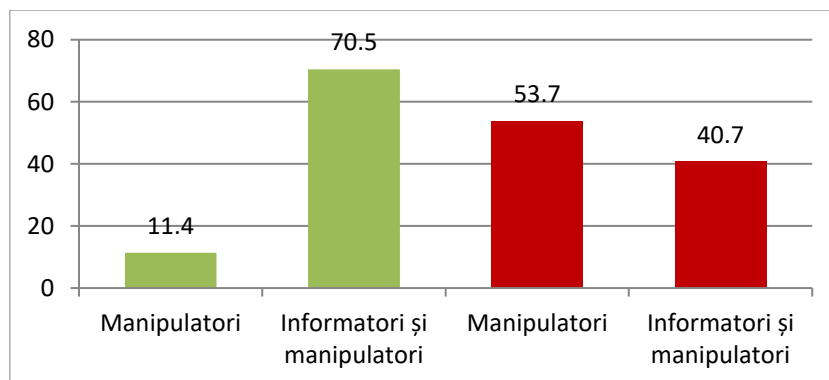
La întrebarea 1 din chestionar, este normal ca răspunsurile să fie diferite, deoarece ei provin din arii diferite, respectiv, studenți sau angajați.

2. Genul dumneavoastră?



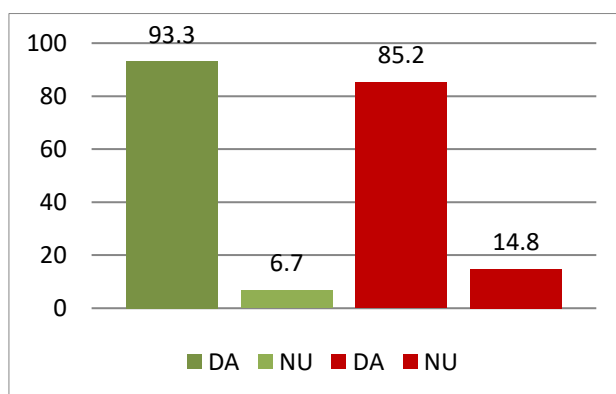
Referitor la genul respondenților, în ambele cazuri femeile au fost majoritare (peste 70%), însă, în grupul angajaților femeile au fost cu 7,4% mai multe decât în grupul studenților.

3. Considerați că formatorii de opinie sunt informatori sau manipulatori?



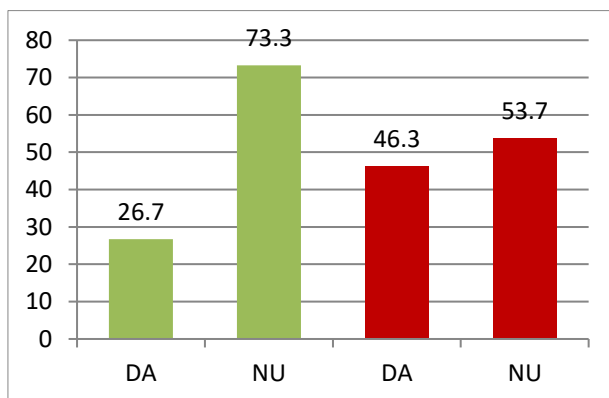
Respondenții din rândul angajaților au răspuns în număr mai mare, afirmativ, la întrebarea „Considerați că formatorii de opinie sunt manipulatori”, respectiv, cu 42,3% mai mult decât studenți. Însă, la întrebarea „Considerați că formatorii de opinie sunt informatori și manipulatori”, numărul studenților este mai mare, cu 29,8% decât cel al angajaților, rezultând faptul că studenții consideră că informatorii de opinie sunt în foarte mare măsură informatori.

4. Credeți că un informator poate influența opinia publică a unei comunități?



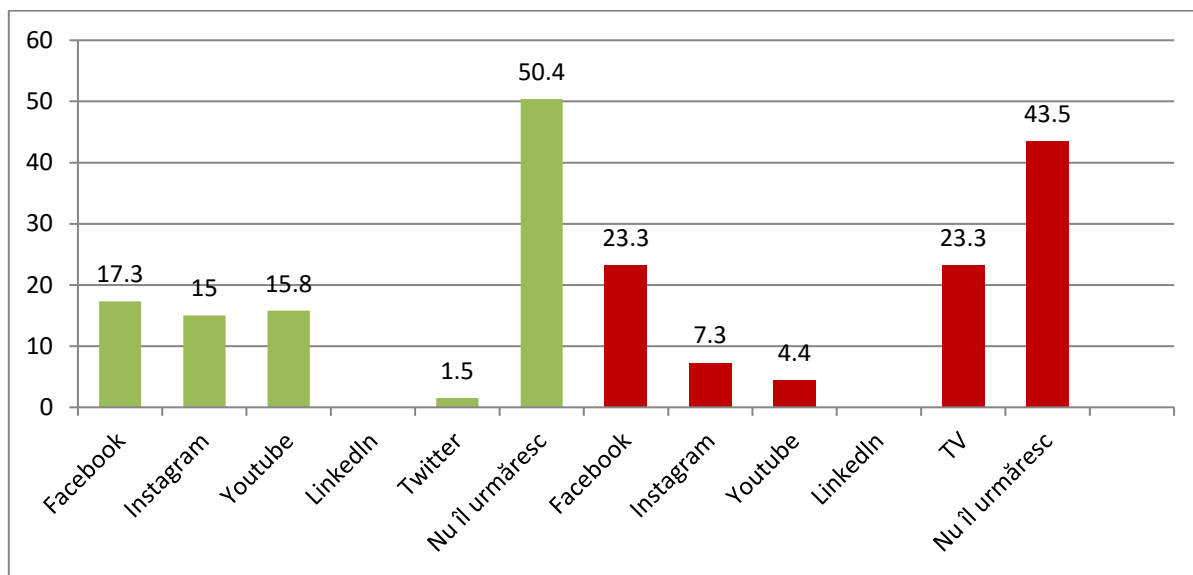
La această întrebare, cei care au răspuns afirmativ în număr mai mare, au fost respondenți din rândul studenților, cu 8,1% mai mult decât angajați.

5. Aveți un formator de opinie preferat?



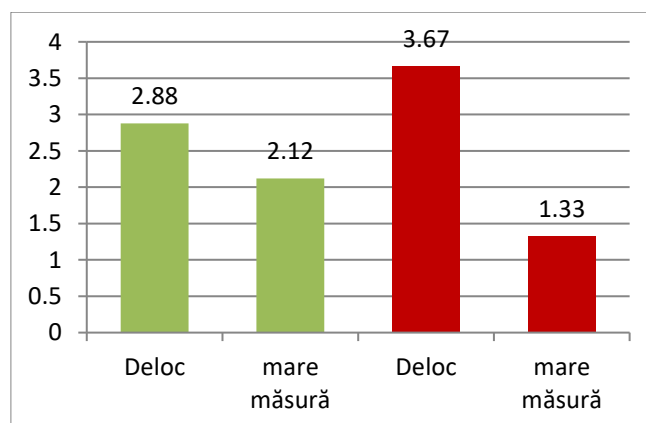
La această întrebare, însă, numărul celor care au răspuns afirmativ în număr mai mare a fost cel al angajaților, cu 19,6% mai mult decât studenți, dar mai mult de jumătate din angajați au spus că nu au un informator de opinie.

6. Dacă da, pe ce canal media îl urmăriți? (mai multe răspunsuri posibile)



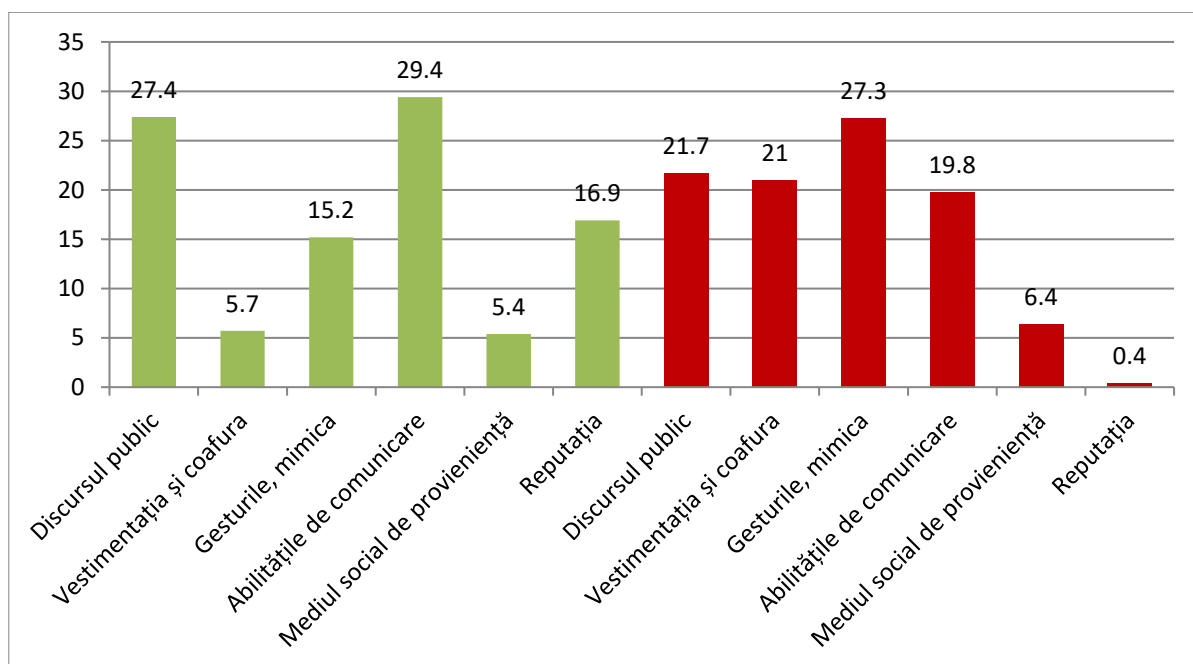
La această întrebare, la ambele grupuri răspunsul predominant este cel de „nu îl urmăresc”. În rândul studenților, canalele preferate prin care își urmăresc formatorii de opinie sunt facebook-ul, urmat de youtube și instagram. În rândul angajaților, canalele prin care își urmăresc formatorii de opinie sunt facebook-ul și TV-ul.

7. Pe o scară de la 1 la 5, în ce măsură credeți că vă influențează formatorii de opinie viața?



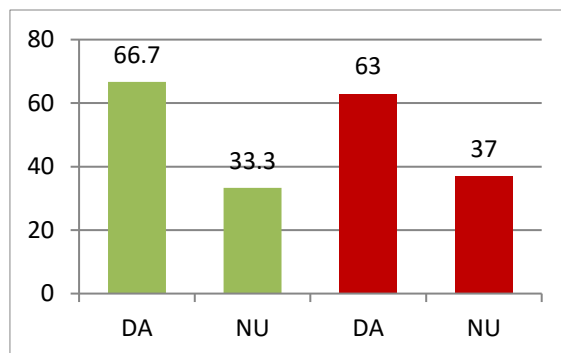
Grupul angajaților este cel care a răspuns, în proporție mai mare, cu 15,8% mai mult decât grupul studenților, că formatorii de opinie nu le influențează viața. Același gen de proporții au fost și la întrebarea în care măsură sunt influențați de formatori.

8. Cele mai importante 3 aspecte ale unui formator de opinie? (mai multe răspunsuri posibile)



Respondenți din rândul studenților consideră că cele mai importante aspecte ale un informator de opinie sunt: abilitățile de comunicare, discursul public și reputația. Însă, respondenți din rândul studenților, consideră că: gesturile, mimica; discursul public și vestimentația și coafura, sunt elementele cele mai importante pe care trebuie să le dețină un formator de opinie pentru a avea succes.

9. Credeți că are nevoie Timișoara de formatori de opinie?

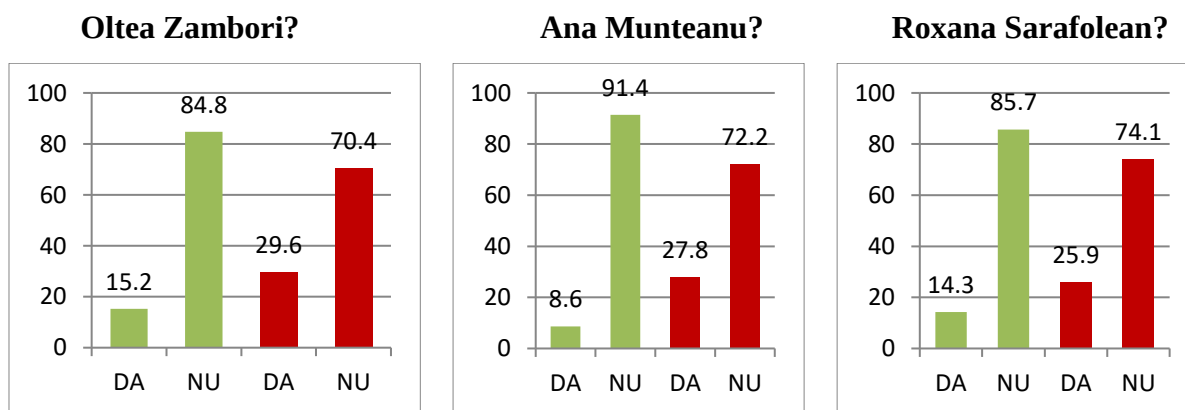


La acest gen de întrebare, ambele grupuri sunt de părere că Timișoara are nevoie de formatori de opinie, proporțiile fiind apropiate la ambele răspunsuri.

10. Argumentați răspunsul anterior.

La această întrebare fiecare respondent a dat propriul răspuns, iar părerile cu privire la necesitatea unui formator de opinie și la genul de influență al acestuia asupra populației sunt foarte variate.

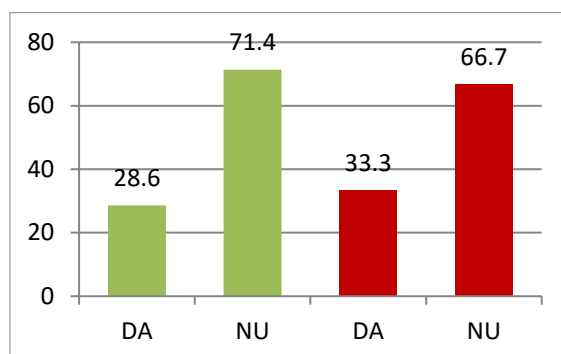
11. Ați auzit de formatorii de opinie locali precum Oltea Zambori, Ana Munteanu, Roxana Sarafolean?



Cel mai cunoscut formator de opinie de către studenți este Oltean Zambori, urmat de Roxana Sarafolean, și doar de către 8,6%, Ana Munteanu.

Însă, de către angajați, cel mai cunoscut formator de opinie este tot, este Oltean Zambori, urmat însă de Ana Munteanu, și de Roxana Sarafoleanu, cu 25,9%.

12. Dacă ar exista o situație de urgență (catastrofă naturală, epidemii, etc.) l-ați urma pe influencerul preferat în calitate de lider?



La această întrebare, ambele grupuri au răspuns, în proporție destul de mare, că nu ar urma influencerul nici dacă ar exista o situație de urgență.

CONCLUZII

În urma răspunsurilor primite, și a interpretărilor grafice a rezultatelor, reiese faptul că ambele grupe cred că formatorii de opinie pot să influențeze opinia publică a unei comunități. Astfel, studenții cred că formatorii de opinie sunt „și manipulatori, și informatori”, iar angajații cred că aceștia sunt „doar manipulatori”.

Majoritatea studenților și adulților nu au un formator de opinie favorit, însă cei care au, din partea stundenților îl urmăresc pe Facebook și Youtube, iar cei din partea angajaților pe TV și Facebook.

Angajații sunt de părere ca formatorii de opinie nu le influențează „deloc” viața personală, în timp ce studenții înclină către „da”.

Studenții apreciază cel mai mult la un formator de opinie discursul public, abilitățile de comunicare și reputația, iar angajații, pe lângă discursul public și abilitățile de comunicare, gesturile și mimica.

Majoritatea respondenților din ambele grupe au răspuns că Timișoara are nevoie de formatori de opinie din variate motive. De pildă, studenții au spus că formatorii de opinie în Timișoara ar trebui să existe pentru a promova orașul, pentru a face trecerea de la „cei ce ne conduc” la oamenii de rând. Ei spun că un formator de opinie trebuie să fie un ghid care să conducă o comunitate. Angajații cred că Timișoara are nevoie de formatori de opinie deoarece

ei sunt modele pentru societate pe care unii sau alții le urmează. Chiar și așa, majoritatea respondenților din ambele grupe nu și-ar urma formatorul de opinie favorit în situații de urgență (calamități, cutremure, etc.).

În concluzie, deși ambele grupe nu au o părere foarte bună și clară asupra a ceea ce înseamnă un formator de opinie și se lasă îndemnați de unele prejudecăți (că „doar manipulează”) totuși, ei cred cumva, că aceștia au un scop real în societate. Acela de a fi model pentru ceilalți și o punte de legătură între oamenii de rând și cei ce dețin puterea.

Așadar, balanța se înclină în favoarea formatorilor de opinie, deoarece, chiar dacă oamenii nu cred neapărat în ei ca persoane, cred în calitățile și abilitățile pe care le au. Deși există persoane care nu urmăresc formatori de opinie, ei cred totuși că „sunt buni la ceva”, deci, fac bine comunității.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Dobrescu, Emilian, „*Sociologia comunicării*”, Editura Victor, București, 1998
2. Sandu, Anton, „*Metode de cercetare în știința comunicării*”, Editura Lumen, Iași, 2012
3. Note de curs - „Metode și metologii de cercetare în științele sociale” – Maria Micle
4. Note de seminar - „Redactarea materialelor de relații publice” – Simona Bader
5. Note de curs - „Tehnici de redactare” – Marcel Tolcea