

The logo for CPD (Center for Civic Participation and Democracy) is displayed in a large, white, serif font. It is centered within a dark blue rectangular box. Below the letters, a thin red horizontal line is visible.

CPD

SNSPA
Center for Civic Participation
and Democracy

ACTORI AI SCENEI POLITICE INTERNAȚIONALE ÎN MEDIUL ONLINE ROMÂNESC

RAPORT LUNAR
FEBRUARIE 2024

Methodological limits:

In this analysis, we are interested in determining the visibility in the national online media environment (online media and social networks) of state actors or international organizations, with direct relevance for Romania, which have been in the center of globally relevant events during the analyzed period.

If the Strategic Partnership with the USA, the membership in the European Union or the war in Ukraine are clear reasons to understand the relevance of the analysis for Romania, we believe that events in the Middle East or the commercial disputes between major economic actors, whose relevance moves beyond national borders, are equally important.

In order to determine the general interest showed to states and international organizations in the Romanian online media environment, we have identified, with the use of a monitoring software, the number of mentions, their impact (views), as well as key moments (the elevated interest for the state or international organization in the Romanian online media environment).

We have chosen for the analysis the following states and international organizations: the United States of America, the European Union, Germany, Great Britain, the Russian Federation, Ukraine, France, China, NATO, Israel. The choice of subjects was not made randomly but based on previous monitoring analyses, which have shown increased visibility of said actors in the Romanian media online media environment.

The data is relevant for 1 – 29 February, 2024.

The data were extracted with a software tool (created by ZeList Monitor) for monitoring and measuring mentions in the Romanian online media. The analyzed data is not polling, but Big Data – information extracted from the online behavior of Romanian online media consumers. Consequently, the data encompasses the sweeping activity of Romania's population, which uses online media for information – approximately 12 million users - almost 55% of the population (taking into consideration both the people using exclusively online media for information and the people using both online media and TV for information). Out of these, at least 9.9 million people use Facebook (which has a penetration rate of over 87% of internet users in Romania).

The software has monitored the activity of:
over 79.000 Facebook pages,
over 860.000 Romanian Youtube accounts,
over 84.000 Romanian Instagram business accounts,
over 65.000 Romanian blogs,
over 370.000 Romanian Twitter accounts,
over 7.000 sources of the main Romanian online publications,
over 290 Romanian forums.



Cuprins

CONCLUSIONS	4
CIFRE GENERALE	5
CIFRE INDIVIDUALE	6
Ucraina	7
Uniunea Europeană	10
Federația Rusă	13
Statele Unite ale Americii	16
Germania	19
Organizația Tratatului Atlanticului de Nord	22
Franța	25
Marea Britanie	28
China	31
Israel	34

CONCLUSIONS

- **The war in Ukraine** - especially the topic of sending Western troops, as well as the assistance provided to Ukraine, the expansion of the war, or the interview given by Vladimir Putin to Tucker Carlson - **was the main theme that provided contexts for mentions and views** for the vast majority of the actors considered. Discussions about the NATO leadership (and the hypothesis of Klaus Iohannis' candidacy), the death of the incarcerated Russian opposition leader, Alexei Navalny, the conflict in the Middle East, as well as some sporting events, also mattered.
- **Ukraine returns to the top spot in the mentions ranking**, increasing from the previous month. It swaps places with the EU, which drops to second position. Russia follows closely behind the EU in the ranking. Compared to the previous month, **most of the actors included in the analysis register a decrease in the number of mentions** (EU, Germany, the United Kingdom, China, Israel), but this trend is balanced by those who are mentioned more frequently (Ukraine, Russia, NATO, France). The situation of the USA is also notable, with a relatively constant number of mentions from one month to another.
- **The top of views (impact of mentions) is led by Ukraine**, increasing from the previous month. It is followed by the EU and, at a short distance, by Russia. Compared to January, **the majority of actors are experiencing a decline in the number of views**. Exceptions are Ukraine, Russia, NATO, and the EU, the latter maintaining a relatively constant number of views (strictly numerically, there is also a slight increase for the EU).
- For half of the considered actors, **the most mentions are on social media** (especially Facebook). Exceptions are the USA, the United Kingdom, and Israel, which have more mentions in the online press. Ukraine and China also stand out with a balanced ratio of mentions between social media and the online press. Regarding the impact of mentions, **the online press continues to generate the most views** for the overwhelming majority of the analyzed actors. Exceptions are, as in the previous month, Germany and China for which mentions on social media have a greater impact compared to those in the online press.

CIFRE GENERALE

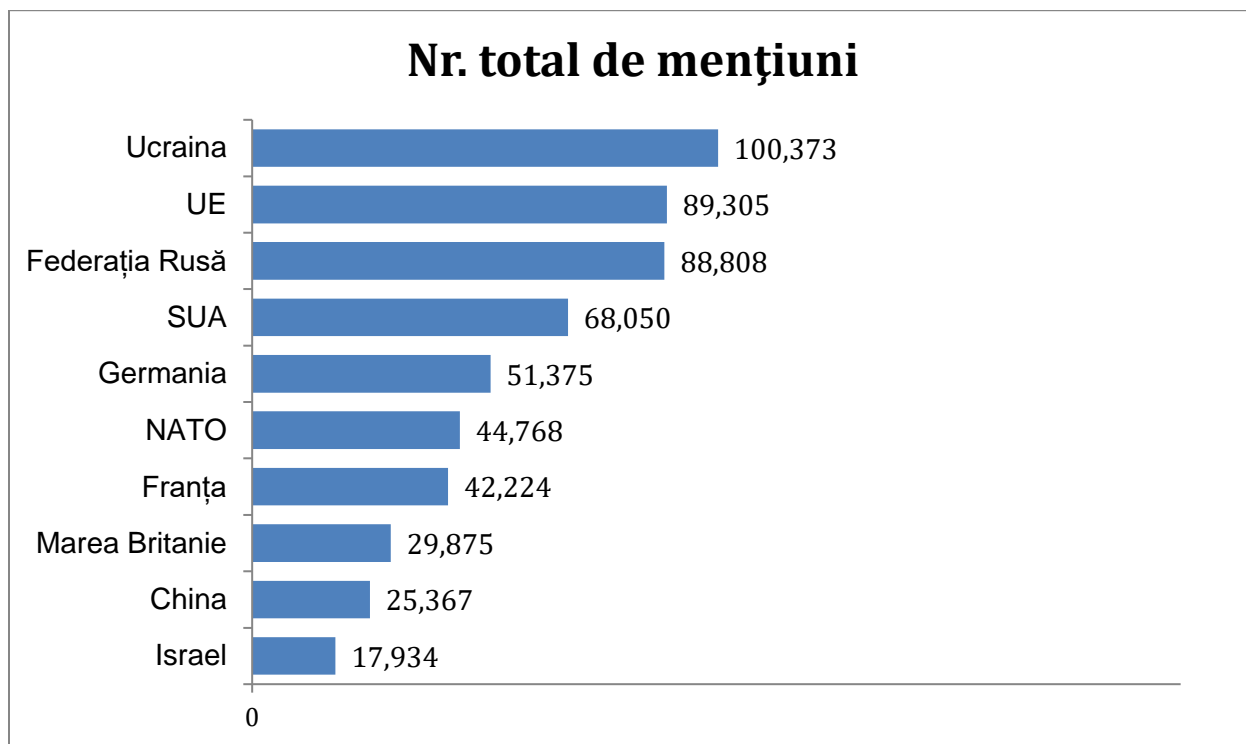


Fig. 1 Număr total de mențiuni

Ucraina revine pe primul loc în topul mențiunilor, fiind în creștere față de [luna anterioară](#). Aceasta face schimb de locuri cu UE, care coboară pe poziția a doua. Urmează în clasament Rusia, la mică distanță de UE, dar aflată în creștere și care, față de luna ianuarie, devansează SUA. Germania se află la mijlocul clasamentului și își menține poziția, fiind urmată de NATO, care urcă două locuri și surclasează Franța și Marea Britanie. Ierarhia este completată de China și Israel, aflate pe ultimele două poziții.

Comparativ cu luna precedentă, cei mai mulți dintre actorii cuprinși în analiză înregistrează scăderi ale numărului de mențiuni (UE, Germania, Marea Britanie, China, Israel), dar tendința este echilibrată de cei care sunt mai des menționați (Ucraina, Rusia, NATO, Franța). Se remarcă și situația SUA, cu un număr relativ constant de mențiuni de la o lună la alta.

CIFRE INDIVIDUALE

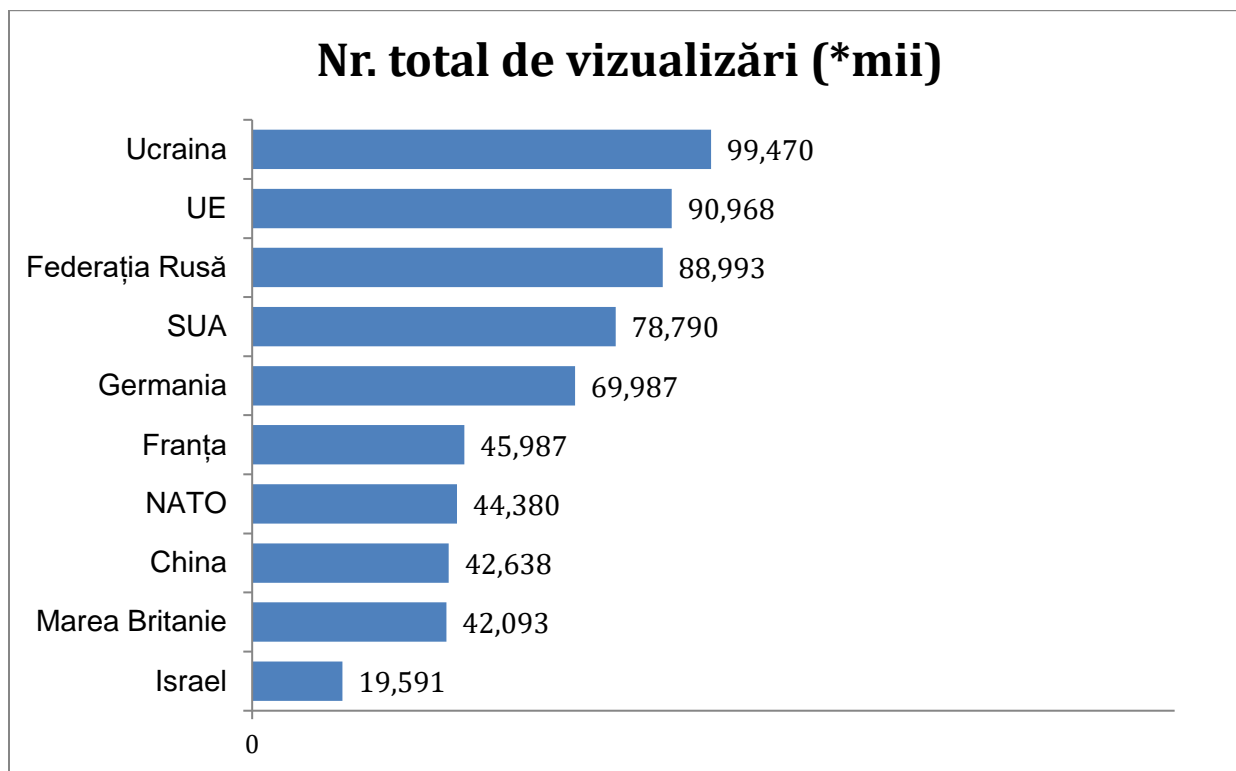
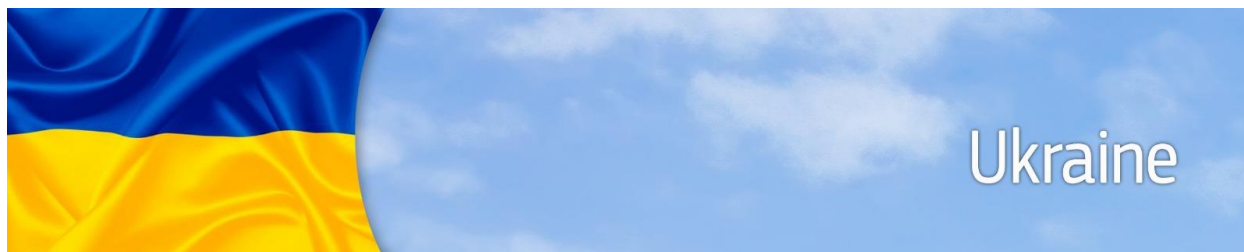


Fig. 2 Număr total de vizualizări

Topul vizualizărilor (impact al mențiunilor) este deschis de Ucraina, în creștere față de [luna anterioară](#). Aceasta este urmată de UE și, la mică distanță, de Rusia. Urmează în clasament SUA și Germania, iar apoi un grup de actori apropiați ca număr de vizualizări. Este vorba despre Franța, NATO, China și Marea Britanie. Dintre aceștia doar NATO înregistrează o creștere a acestui indicator. Clasamentul este încheiat de Israel.

Comparativ cu luna ianuarie, majoritatea actorilor sunt în scădere ca număr de vizualizări. Excepție fac Ucraina, Rusia, NATO, dar și UE, aceasta din urmă înregistrând un număr relativ constant de vizualizări (strict numeric, și în dreptul UE există o ușoară creștere).

Ucraina

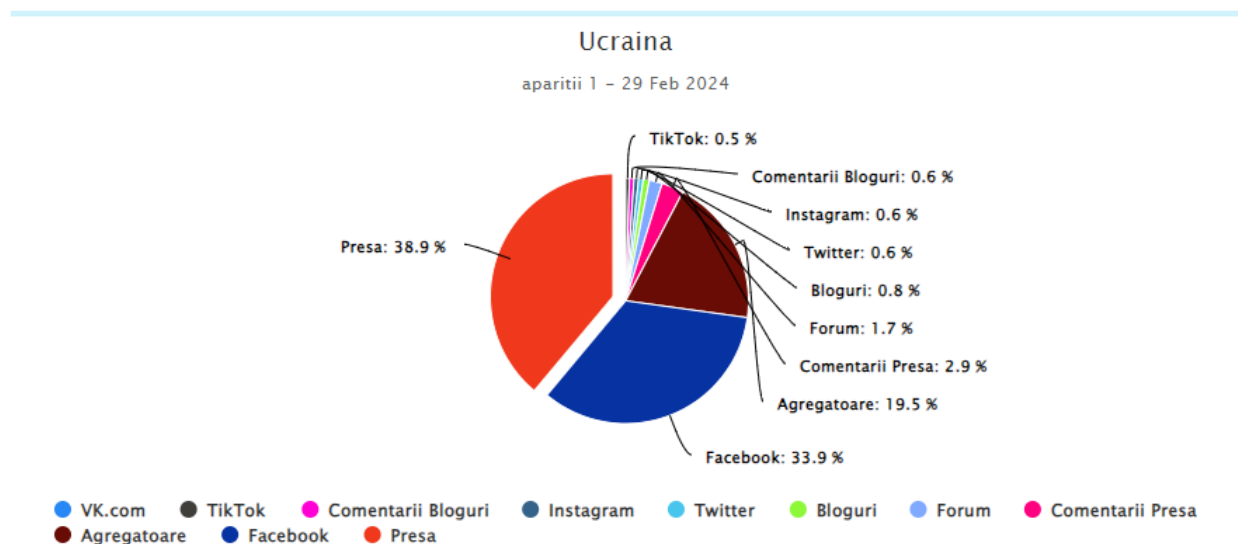


SOCIAL MEDIA	APARITII	VIEWERSHIP	PRESA	APARITII	VIEWERSHIP
Bloguri	833	562K	Presa online	40235	61128K
Twitter	621	1221K	Agregatoare	20124	239K
Comentarii bloguri	574	59K	Comentarii presa	3040	1367K
Facebook	35105	22098K	PRESA PE REGIUNI		
Forumuri	1766	1905K	Presa locala	9144	1379K
Instagram	612	3303K	Presa nationala	27470	51314K
VK.com	0	0	Presa regionala	1601	385K
TikTok	503	8951K	PRESA PE CATEGORII		
Total aparitii in social media	40014	38103K	Generalist	19794	39405K
			Economic	2817	7172K
			Actualitate	1969	342K
			Autoritati nationale	1382	1081K
			Politica	1017	267K
			Tabloid/monden	702	1150K
			Sportiv	525	580K

Fig. 3 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

Mențiunile pentru Ucraina sunt destul de echilibrate între social media și presa online, dar ca impact, presa online este mult peste rețelele sociale. Față de luna ianuarie, atât mențiunile, cât și vizualizările cresc în cazul ambelor tipuri de surse.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:



Audiența Estimată pe fiecare canal:

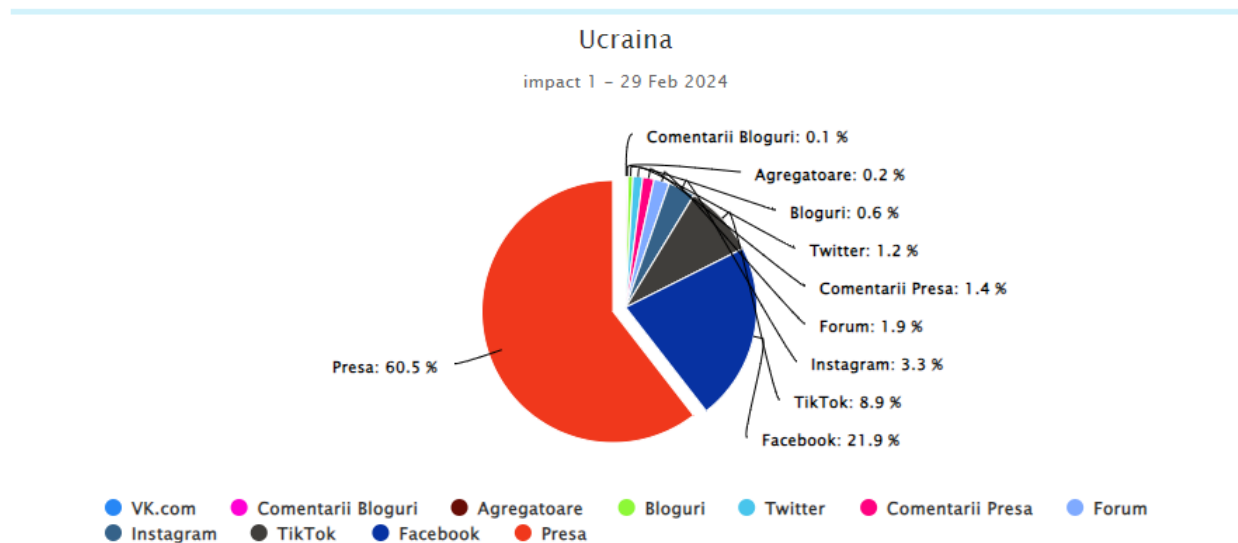


Fig. 4 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Presă online generează cele mai multe mențiuni (cca. 39%), fără evoluții majore față de luna ianuarie. Este urmată de Facebook, care scade ușor, de la aproape 37% în ianuarie, la cca. 34%. Cele două surse rămân destul de apropiate.

Din perspectiva impactului, presa online își menține dominația (cca. 60%), la același nivel din luna precedentă, fiind cu mult peste Facebook, care crește nesemnificativ, de la 20%, la aproape 22%.

Deși agregatoarele de știri (site-uri care reunesc diferite tipuri de conținut, pe care îl prezintă într-o listă ușor accesibilă) generează un număr important de mențiuni, impactul lor este limitat.

Tagcloud

ajuta Andrei ATACMS bani bravo castiga cauta distrus Doamne drone Europa exista fermierii financiar Forta Forza front Glorie granita incapabil lupta Mars Moldova Muie NATO pachet pregatesc **razboi razboiul razboiului** Republica Romania Romanii RUSI **Rusia** Rusiei rusii Sclava **Slava** SUA Traiasca treaba trimita trupe **Ucraina** ue valideze voteze ZELENSKI ziua

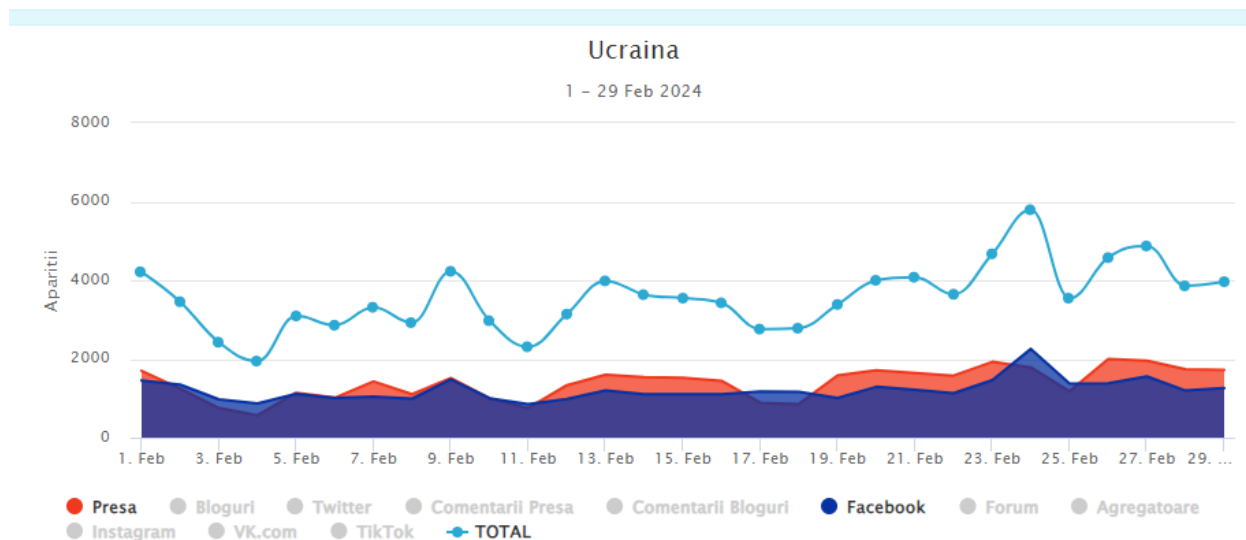


Fig. 5 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Mențiunile pentru Ucraina au o evoluție sinusoidală, cu vârfuri relativ constante. Excepție face ultima parte a lunii, când frecvența mențiunilor și amplitudinea vârfurilor cresc. Se remarcă zilele de 26 și 27 februarie, pe fondul discuțiilor despre sprijinul financiar și militar al Occidentului pentru Kiev, al declarațiilor președintelui Macron despre trimiterea de trupe occidentale în Ucraina și al evoluției frontului.

Cele mai puternice asocieri pentru Ucraina rămân cele cu Rusia și cu termeni precum „slava” sau „război”.

Uniunea Europeană



SOCIAL MEDIA	APARIȚII	VIEWERSHIP	PRESA	APARIȚII	VIEWERSHIP
Bloguri	630	402K	Presa online	35923	50178K
Twitter	2903	5240K	Agregatoare	11897	150K
Comentarii bloguri	493	46K	Comentarii presa	2200	1061K
Facebook	34010	23034K	PRESA PE REGIUNI		
Forumuri	2111	2412K	Presa nationala	23740	42248K
Instagram	829	3285K	Presa locala	8473	1560K
VK.com	0	0	Presa regionala	1774	533K
TikTok	509	6218K	PRESA PE CATEGORII		
Total aparitii in social media	41485	40640K	Generalist	16045	28838K
			Economic	3964	9245K
			Actualitate	1558	216K
			Autoritati nationale	1441	1035K
			Politica	1174	387K
			Agricultura	389	48K
			Tabloid/monden	363	672K

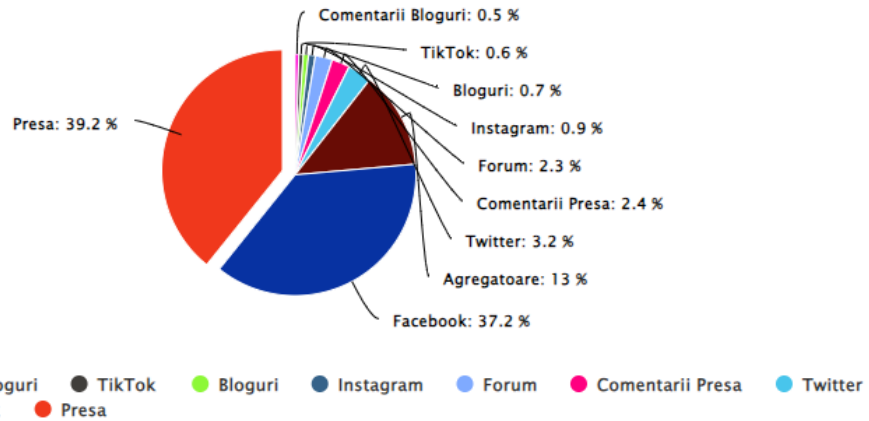
Fig. 6 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

În cazul UE, cele mai multe mențiuni sunt pe rețelele sociale, dar, cele din presa online au, ca și până acum, un impact mai mare. Față de luna ianuarie, se înregistrează scăderi în social media, deopotrivă mențiuni și vizualizări, și creșteri ale ambilor indicatori, în cazul presei online.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:

UE OR "Uniunea Europeana"

aparitii 1 - 29 Feb 2024



Audiența Estimată pe fiecare canal:

UE OR "Uniunea Europeana"

impact 1 - 29 Feb 2024

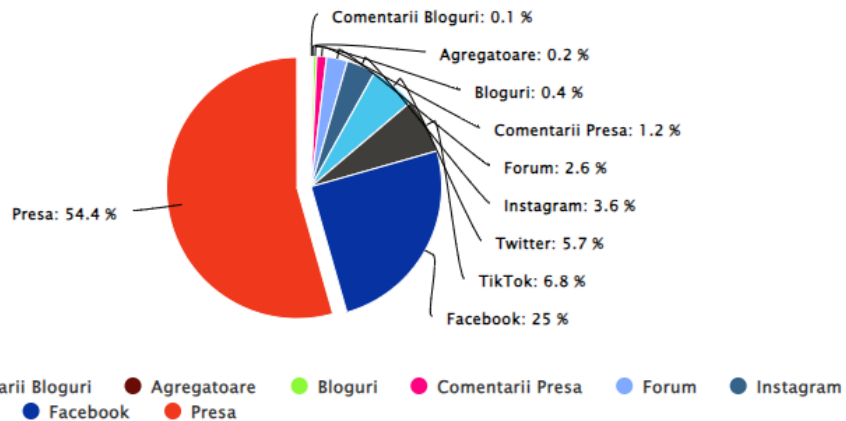


Fig. 7 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Presa online generează cele mai multe mențiuni (39%) și, față de luna anterioară, trece în fața Facebook (care scade de la cca. 41% la 37%). Diferența dintre cele două tipuri de surse nu este, însă, foarte mare.

Din punct de vedere al impactului, presa online se impune și crește ușor, mai degrabă nesemnificativ, de la cca. 53% în ianuarie, la puțin peste 54%. Este urmată, la distanță, de Facebook, cu un impact de 25%.

Tagcloud

-lea aderare **aderarea** Afaceri anuala anuntat Apple aprobat asistent AUR China Comisia declarat diplomele energie euro European
Europeana Europene generalist inflatiei masuri medical membre miercuri milioane moartea **Moldova** Navalnii obtinute
 pachet pregateste rata recunoaste Republica Republicii romanesti **Romania** Rusia Rusiei sanctiuni statele tara tari tarile trebui
 Ucraina Ucrainei **UE Uniunea**

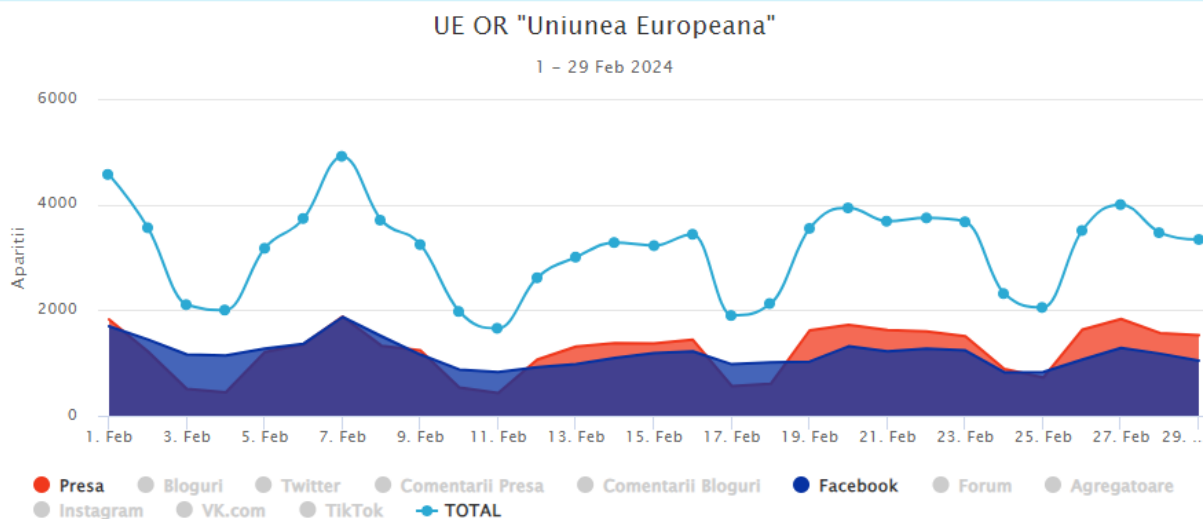
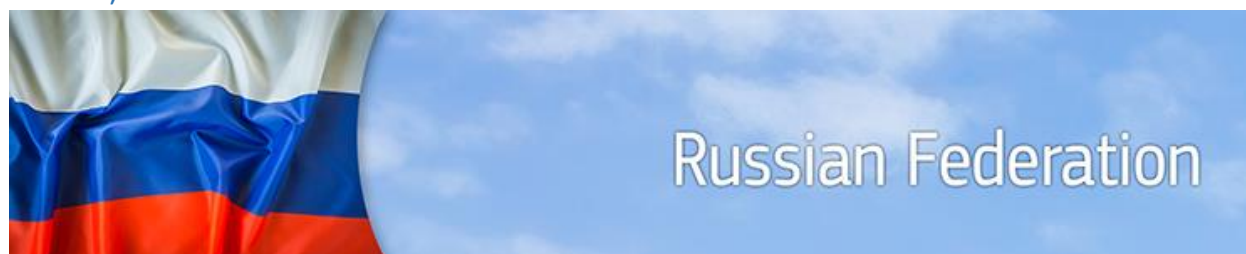


Fig. 8 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Vârful de mențiuni pentru UE se înregistrează la începutul lunii. Ulterior, frecvența mențiunilor scade, dar amplitudinea vârfurilor se menține relativ constantă. Se remarcă mențiunile din: 1 februarie, în contextul în care liderii celor 27 de țări membre s-au înțeles în privința ajutorului multianual de 50 de miliarde de euro pentru Ucraina, depășind blocajul Ungariei, dar și al declarațiilor șefului Armatei Române privind nevoia ca populația din UE să se „îngrijoreze” și să se pregătească în eventualitatea extinderii războiului din Ucraina; 7 februarie, când președintele Iohannis ține un discurs în plenul Parlamentului European, Comisia Europeană notifică Ungaria că noua lege privind „protejarea suveranității naționale” încalcă reglementările UE, iar Parlamentul European ridică imunitatea fostei sale vicepreședinte Eva Kaili, deschizând calea unei anchete privind presupusa implicare a eurodeputatei într-un caz de fraudă.

Cele mai importante asocieri ale UE sunt cu Republica Moldova, România și Rusia.

Federația Rusă



SOCIAL MEDIA	APARIȚII	VIEWERSHIP	PRESA	APARIȚII	VIEWERSHIP
Bloguri	873	540K	Presa online	32759	52198K
Twitter	544	907K	Agregatoare	16071	195K
Comentarii bloguri	615	55K	Comentarii presa	3929	1890K
Facebook	34935	17761K	PRESA PE REGIUNI		
Forumuri	2060	2144K	Presa locala	7036	984K
Instagram	447	2858K	Presa nationala	23107	44630K
VK.com	0	0	Presa regionala	1180	234K
TikTok	504	12331K	PRESA PE CATEGORII		
Total aparitii in social media	39978	36600K	Generalist	16318	34546K
			Economic	2100	5447K
			Actualitate	1582	304K
			Autoritati nationale	924	729K
			Politica	840	245K
			Tabloid/monden	721	1150K
			Sportiv	489	854K

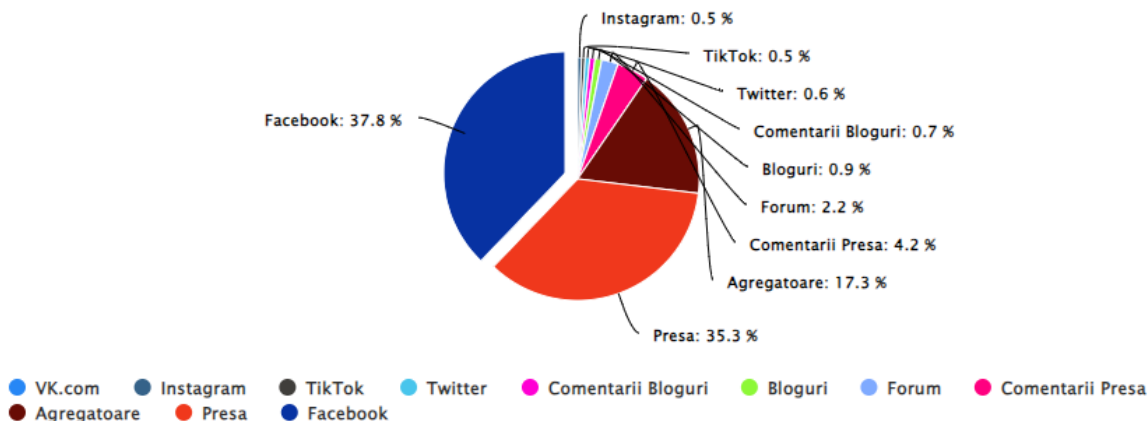
Fig. 9 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

Ca și până acum, Rusia înregistrează mai multe mențiuni pe rețelele sociale, dar cele din presa online au un impact mai mare. Față de luna ianuarie, ambii indicatori sunt în creștere, atât în cazul social media, cât și al presei online.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:

"Federatia Rusa" OR "Rusia"

aparitii 1 - 29 Feb 2024



Audiența Estimată pe fiecare canal:

"Federatia Rusa" OR "Rusia"

impact 1 - 29 Feb 2024

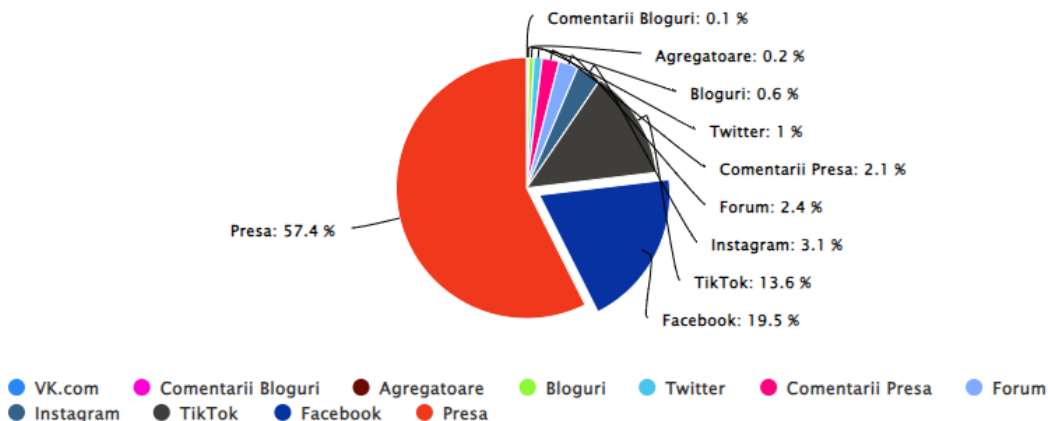


Fig. 10 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Facebook rămâne sursa principală de mențiuni (în ușoară scădere, de la aproape 40% în ianuarie, la cca. 38%), dar nu este cu mult în fața presei online (cca. 35%). Cele două surse sunt destul de apropiate. Ca impact, însă, presa online continuă să domine (cca. 57%, în ușoară scădere de la aprox. 59% în ianuarie), generând mult mai multe vizualizări decât social media, în general și Facebook, în particular (19,5%).

Tagcloud

afila alegerile Alexei alipirea anexarea atac Ciolacu condamna declarat drepturilor exista Externe Federatia Geoana Ilan incalcarile inchisoare intentionat international Interpol militar Moldova Moscova NATO Navalnii niciun omului prezidentiale razboi razboiului Regiunea regiunii repetate Republica Republicii Romania Romaniei rus Rusa ruse Rusia Rusiei separatiste Sor tara Transnistria Transnistriei Ucraina Ucrainei Vladimir

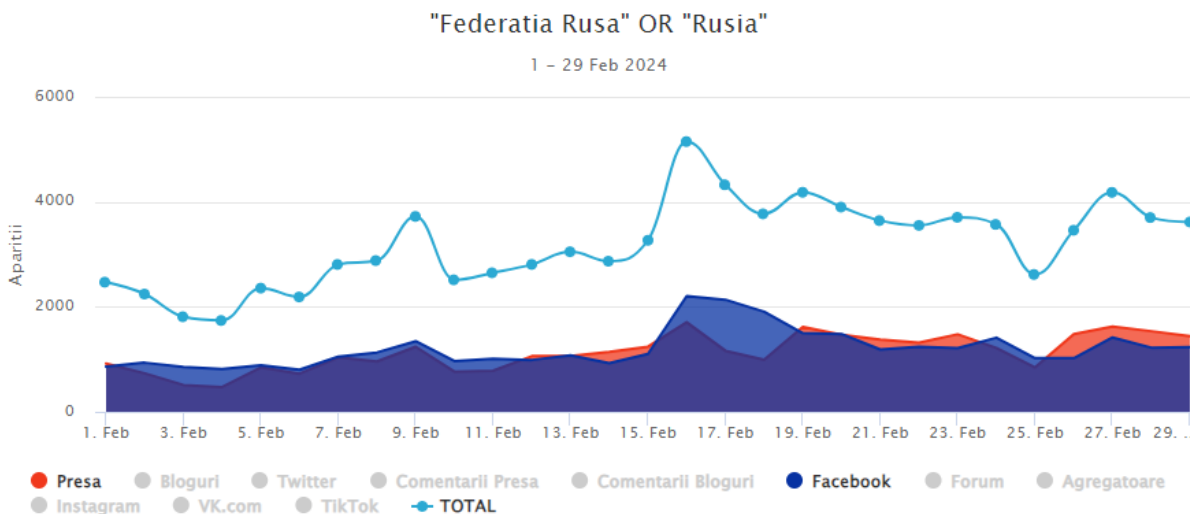


Fig. 11 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Mențiunile pentru Rusia cresc treptat, atingând un vârf maxim la mijlocul lui februarie și, ulterior, rămân la un nivel mai ridicat decât în prima parte a lunii, cu vârfuri relativ constante. Iese în evidență ziua de 16 februarie, când Alexei Navalnîi, cel mai cunoscut adversar politic al președintelui Vladimir Putin, moare în închisoare, generând reacții la nivel internațional. Se remarcă și vârful din 27 februarie, când încep să fie preluate și comentate declarațiile președintelui Franței, care nu a exclus trimiterea de trupe occidentale în Ucraina și când, în spațiul public/mediatic, continuă să apară comentarii în legătură cu un avertisment transmis de un opozant transnistrean, privind alipirea regiunii separatiste la Rusia.

Cele mai puternice asocieri pentru Federația Rusă sunt cu Republica Moldova, Ucraina și Transnistria.

Statele Unite ale Americii



SOCIAL MEDIA	APARIȚII	VIEWERSHIP	PRESA	APARIȚII	VIEWERSHIP
Bloguri	903	638K	Presa online	31600	51596K
Twitter	345	738K	Agregatoare	14419	168K
Comentarii bloguri	412	44K	Comentarii presa	1519	745K
Facebook	18051	19228K	PRESA PE REGIUNI		
Forumuri	1614	1761K	Presa locala	6166	1011K
Instagram	519	2347K	Presa nationala	22852	44514K
VK.com	0	0	Presa regionala	765	199K
TikTok	187	2268K	PRESA PE CATEGORII		
Total aparitii in social media	22031	27026K	Generalist	14105	31217K
			Economic	3027	7923K
			Actualitate	1243	234K
			Sportiv	916	1205K
			Autoritati nationale	883	837K
			Tabloid/monden	667	1068K
			Politica	506	111K

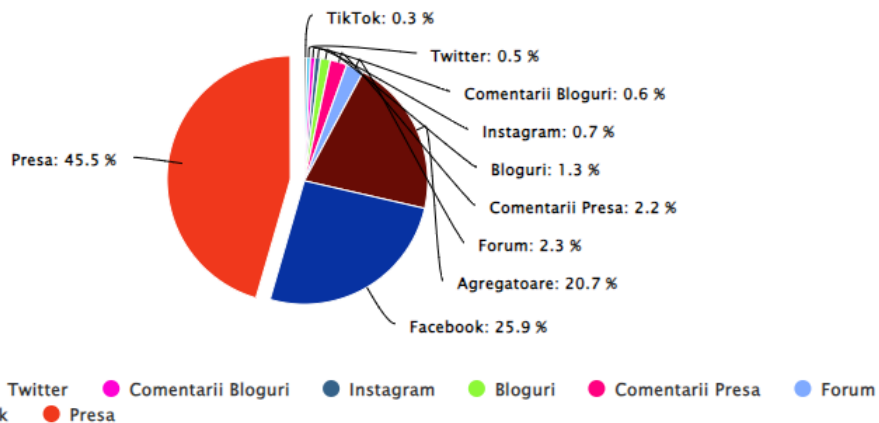
Fig. 12 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

În cazul SUA, presa online se menține peste social media, atât ca număr de mențiuni, cât și ca vizualizări. Față de luna precedentă, aparițiile în presa online, dar și impactul acestora sunt în creștere. În social media, numărul de mențiuni rămâne relativ constant (strict numeric, există o ușoară scădere, dar aceasta este mai degrabă ne semnificativă), dar impactul lor scade.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:

SUA OR "Statele Unite ale Americii"

aparitii 1 - 29 Feb 2024



Audiența Estimată pe fiecare canal:

SUA OR "Statele Unite ale Americii"

impact 1 - 29 Feb 2024

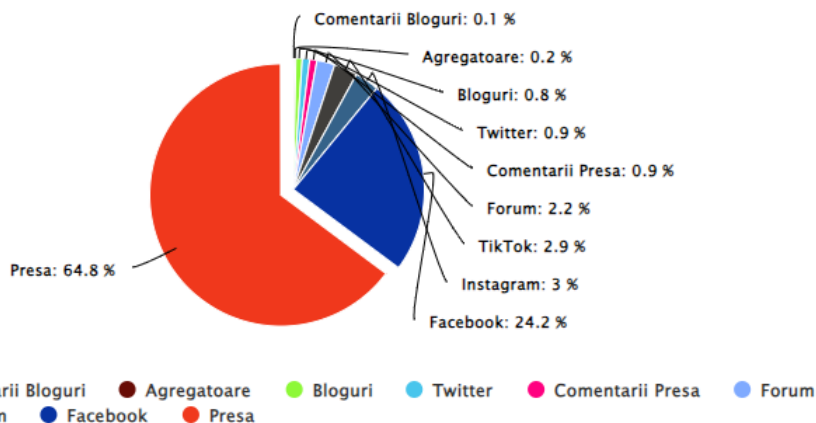


Fig. 13 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Diagrama întărește faptul că presa online generează cele mai multe mențiuni (45,5%, în ușoară creștere față de ianuarie), surclasând categoric Facebook (aproape 26%). Se observă, de asemenea, impactul semnificativ pe care îl au mențiunile din presa online (aproape 65%, în creștere de la cca. 59% în ianuarie).

Tagcloud

adopta aerian aeriana aeroportul Air Airways Americii anunta anuntat bagaje Bucuresti Burduja calatorie Ciolacu Coanda
Compania completarea destinatii dus-intors Europa George Henri incepand incluse ITA majore Moldova national Navalnii
opereaza OTP plan Romania Romaniei rutelor sanctiuni Simion Statele SUA TAROM Tauber Trump Ucraina
Unite vineri viza York zbor zboruri zilnice

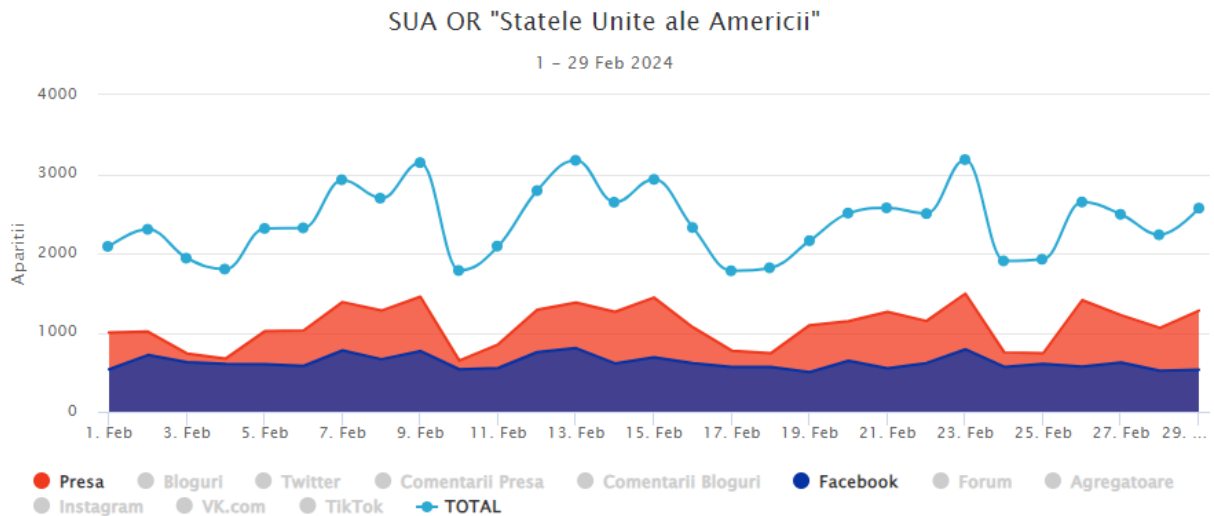


Fig. 14 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Mențiunile pentru SUA au o evoluție sinusoidală, ușor mai accentuată în prima parte a lunii. Se remarcă vârfurile din: 9 februarie, în contextul interviului acordat de Vladimir Putin lui Tucker Carlson, a speței aflate pe masa Curții Supreme a SUA privind eligibilitatea lui Donald Trump de a candida la alegerile prezidențiale și a acuzațiilor aduse președintelui Biden privind carențele de memorie; 13 februarie, pe fondul adoptării, de către Senatul american, a unui pachet de ajutor de 95,34 miliarde de dolari pentru Ucraina, Israel și Taiwan, a semnalelor legate de planurile lui Donald Trump în relația cu NATO și Europa și a avarierii de către ruși a două sisteme lansatoare de rachete HIMARS, din dotarea Ucrainei; 23 februarie, când SUA au anunțat peste 500 de sancțiuni împotriva Rusiei, un modul spațial american a ajuns cu succes pe Lună, pentru prima dată după mai bine de jumătate de secol, în spațiul mediatic se discută despre intenția președintelui Iohannis de a candida la șefia NATO și, în presă, apar informații despre calendarul Formula 1 pentru anul 2024 (cu trei curse în SUA), în contextul achiziționării de către posturile Antena, a dreptului de transmitere a curselor.

Cele mai puternice asocieri pentru SUA sunt cu România și Tarom.

Germania

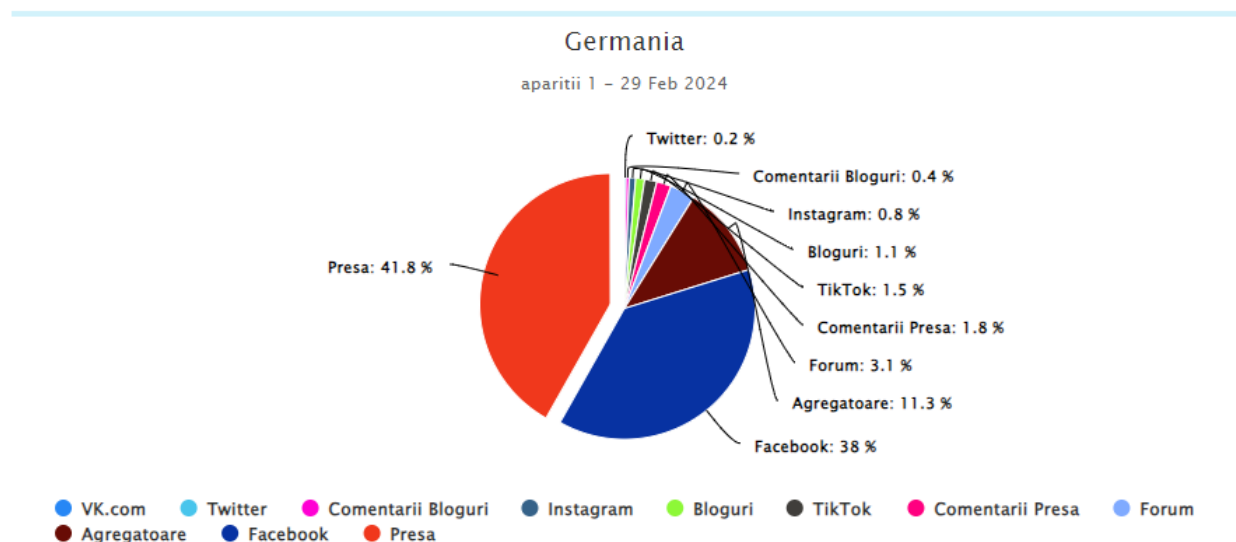


SOCIAL MEDIA	APARITII	VIEWERSHIP	PRESA	APARITII	VIEWERSHIP
Bloguri	560	380K	Presa online	21788	33541K
Twitter	88	159K	Agregatoare	5927	74K
Comentarii bloguri	234	19K	Comentarii presa	947	437K
Facebook	19908	17259K	PRESA PE REGIUNI		
Forumuri	1633	1632K	Presa nationala	13583	27749K
Instagram	436	2021K	Presa locala	4689	2187K
VK.com	0	0	Presa regionala	625	341K
TikTok	801	14899K	PRESA PE CATEGORII		
Total aparitii in social media	23660	36372K	Generalist	8428	18280K
			Economic	1944	5043K
			Sportiv	1126	2159K
			Actualitate	719	310K
			Autoritati nationale	612	513K
			Politica	390	201K
			Tabloid/monden	356	791K

Fig. 15 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

Cele mai multe mențiuni pentru Germania, dar și cel mai mare impact al acestora se înregistrează, ca și în luna ianuarie, în social media. Diferențele între cele două tipuri de surse nu sunt, însă, foarte mari. Toți indicatorii sunt în scădere, atât în cazul rețelelor sociale, cât și al presei online.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:



Audiența Estimată pe fiecare canal:

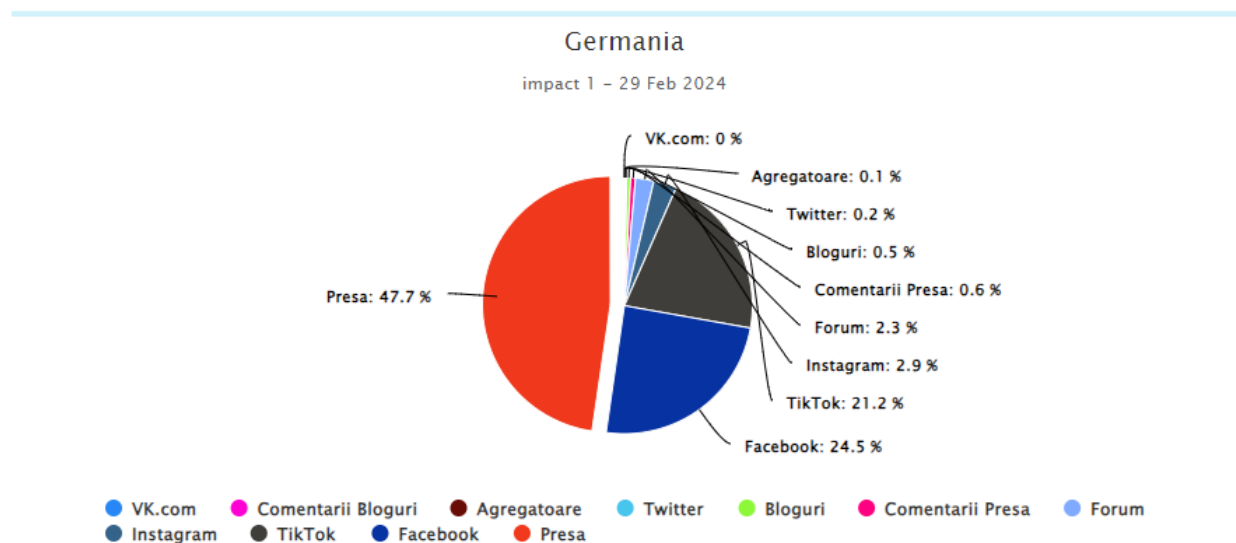


Fig. 16 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Presa online generează cele mai multe mențiuni (aproape 48%, în creștere de la cca. 38% în ianuarie) și depășește ușor Facebook, care scade de la 43% luna trecută, la 38%. Diferența dintre presa online și Facebook este mult mai mare în cazul impactului mențiunilor, aproape jumătate din acesta (cca. 48%, în creștere semnificativă față de luna precedentă) fiind generat de presa online. Acest indicator este în creștere și în cazul Facebook (de la cca. 18% în ianuarie, la 24,5%).

Tagcloud

Alianta AUR Austria avere Belgia Bravo carat Chereches Daniel diaspora **dimineata** drag EURO Felicitari Franta fy fyp
germania germaniamoldova Italia locuri Masuri Memmingen MNCHEN munca Munchen nazista Neata pensia pensie plece
 respect **Romania** Rusia **salut** Salutare **Salutari seara** Spania succes Super tara traieste UE Unirea
urmaresc vazut veniti Vezi ziua

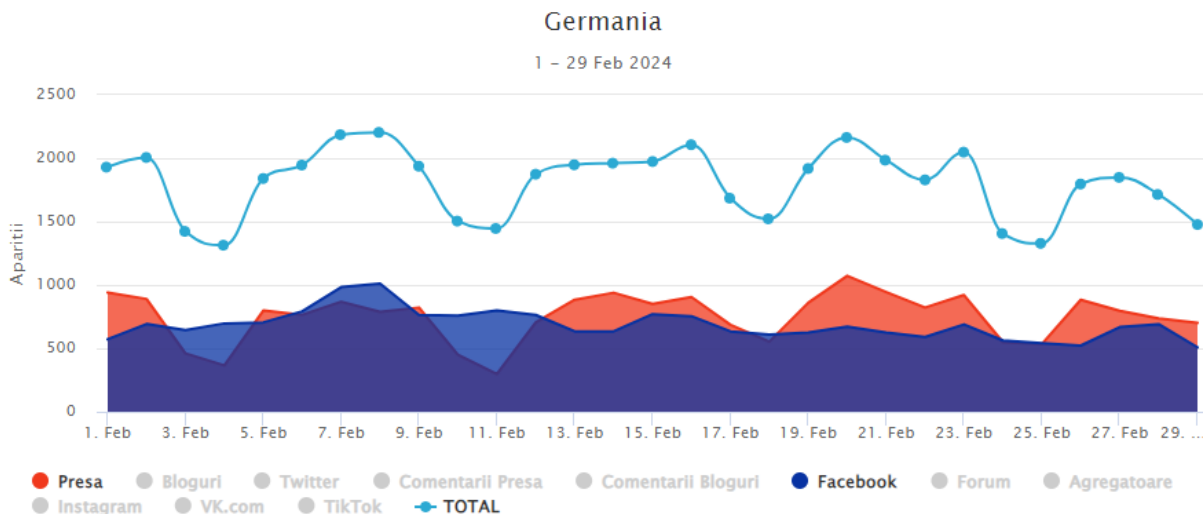


Fig. 17 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Mențiunile pentru Germania nu înregistrează variații semnificative pe parcursul lunii, iar vârfurile sunt relativ constante. Se remarcă cele din: 8 februarie, când presa prezintă povestea unui român întors din Germania după 36 de ani și reflectă confuzia președintelui Joe Biden, care i-a încurcat pe Angela Merkel și Helmut Kohl; 16 februarie, când, în contextul morții opozantului rus Aleksei Navalnîi, presa reamintește de momentul otrăvirii acestuia, în 2020, și tratarea lui Germania; 20 februarie, cu noi reacții în urma morții lui Aleksei Navalnîi, dar și a preocupării marilor producători auto din Europa de a găsi soluții în competiția cu SUA și China.

Cele mai puternice asocieri pentru Germania sunt cu România și cu diverse forme de salut folosite pe rețelele sociale.

Organizația Tratatului Atlanticului de Nord



SOCIAL MEDIA	APARIȚII	VIEWERSHIP	PRESA	APARIȚII	VIEWERSHIP
Bloguri	393	293K	Presa online	16080	24068K
Twitter	631	1378K	Agregatoare	7485	90K
Comentarii bloguri	347	31K	Comentarii presa	2309	1150K
Facebook	17958	12234K	PRESA PE REGIUNI		
Forumuri	1412	1434K	Presa nationala	11321	20809K
Instagram	211	1341K	Presa locala	3620	525K
VK.com	0	0	Presa regionala	381	81K
TikTok	251	3508K	PRESA PE CATEGORII		
Total aparitii in social media	21203	20222K	Generalist	8179	16537K
			Economic	931	2576K
			Actualitate	813	167K
			Autoritati nationale	494	404K
			Politica	482	102K
			Tabloid/monden	281	443K
			Militar	160	17K

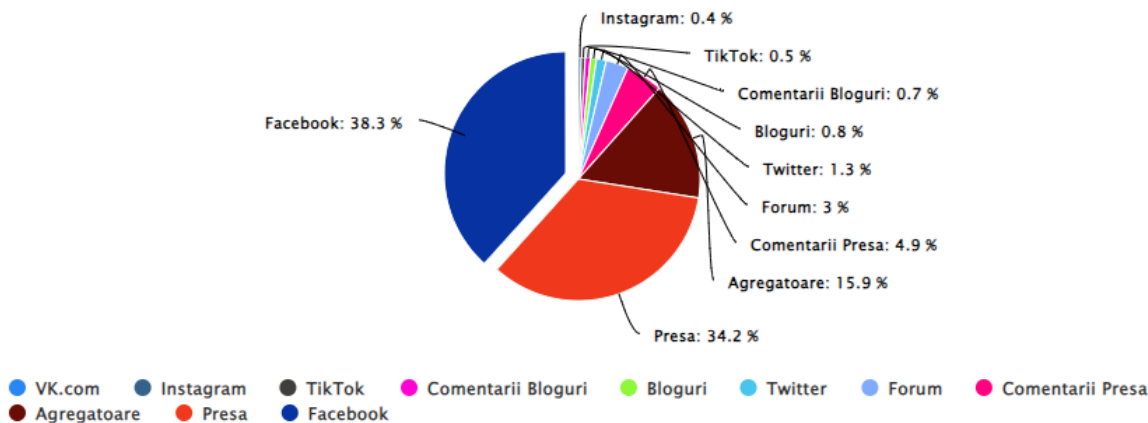
Fig. 18 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

În cazul NATO, ca și luna anterioară, cele mai multe mențiuni sunt în social media, dar cele din presa online au un impact mai mare. Față de luna ianuarie, atât mențiunile, cât și vizualizările cresc, pe ambele tipuri de surse.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:

NATO OR "Organizatia Tratatului Atlanticului de Nord"

aparitii 1 - 29 Feb 2024



Audiența Estimată pe fiecare canal:

NATO OR "Organizatia Tratatului Atlanticului de Nord"

impact 1 - 29 Feb 2024

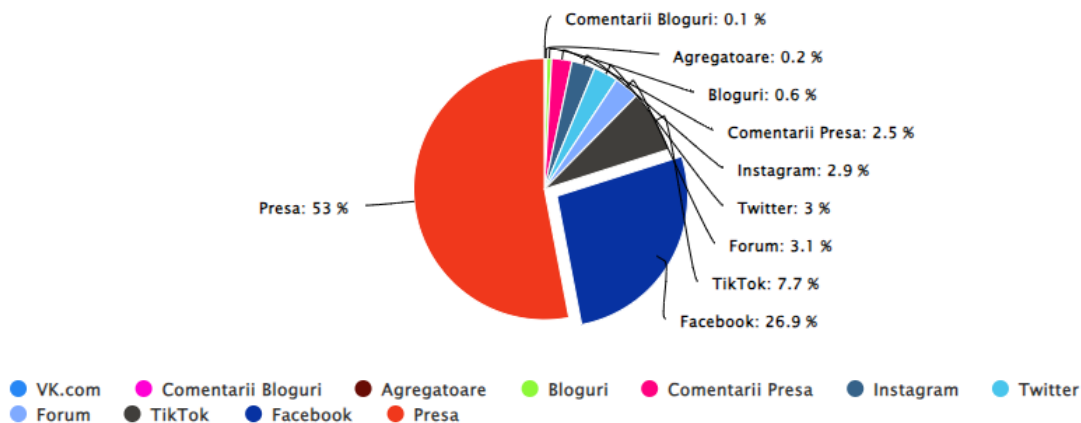


Fig. 19 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Facebook generează cele mai multe mențiuni pentru NATO (cca. 38%), ușor peste presa online (aprox. 34%). Față de luna anterioară, nu există evoluții consistente. Din perspectiva impactului, presa online continuă să domine (53%, în creștere față de ianuarie). Și Facebook crește ușor, de la cca. 24%, la aproape 27%, dar rămâne la distanță mare (aproape dublă) sub presa online.

Tagcloud

aderarea alianta aliantei aliatii american analiza anuntat apara aparare aprobat Atlanticului centru declarat Donald general impreuna
 infiinteze institutiei Iohannis Klaus militare **NATO** nord Organizatia parlamentul Polonia presedinte razboi Romania Romaniei
 ruse **Rusia** Rusiei securitatea sefii stat SUA sud Suedia Suediei tacticilor tara tarile timpul Tratatului Trump **Ucraina** UE
 Ungariei urmeaza

NATO OR "Organizatia Tratatului Atlanticului de...

1 - 29 Feb 2024

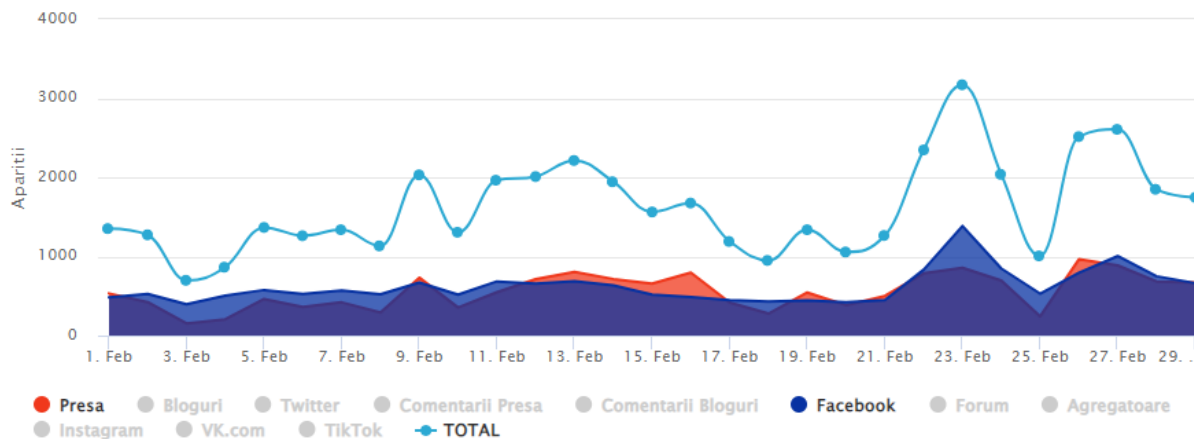


Fig. 20 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Mențiunile pentru NATO au o evoluție ușor crescătoare pe parcursul lunii, aceasta accentuându-se în ultima săptămână din februarie. Vârful de mențiuni se înregistrează în data de 23 februarie, în contextul discuțiilor despre candidatura președintelui Iohannis la șefia NATO. Se remarcă și vârfurile din 26 și 27 februarie, pe fondul ratificării, de către Parlamentul Ungariei, a aderării Suediei la NATO, a declarațiilor premierului slovac Robert Fico și ale președintelui francez Emmanuel Macron privind trimiterea de trupe NATO/ europene în Ucraina și a discuțiilor privind posibilitatea ca Transnistria să ceară alipirea la Rusia.

Cele mai puternice asocieri pentru NATO sunt cu Rusia, Ucraina, Suedia și UE.

Franța

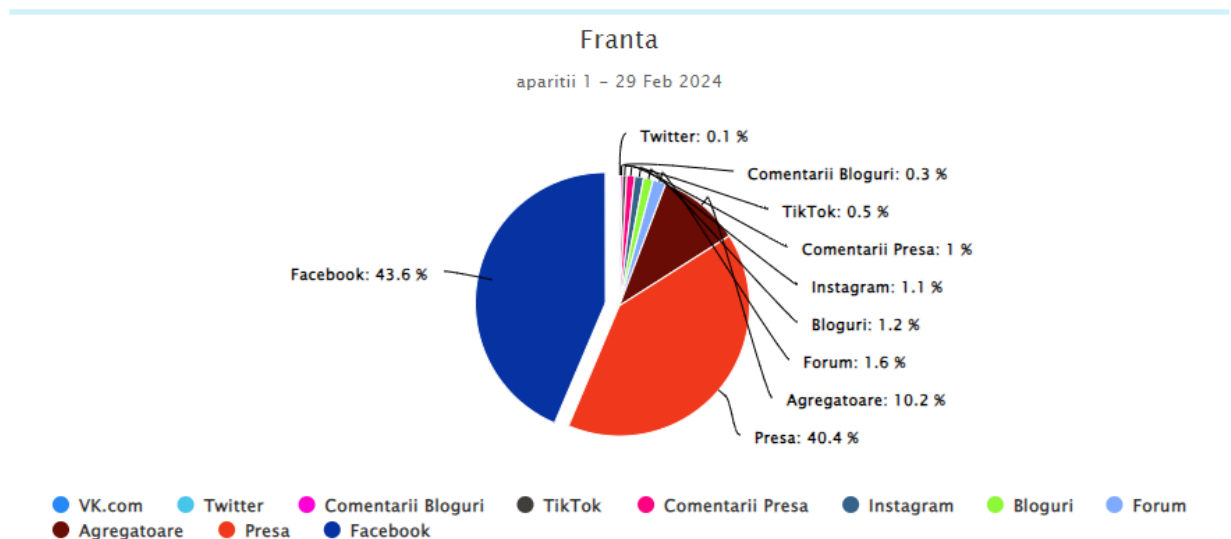


SOCIAL MEDIA	APARIȚII	VIEWERSHIP	PRESA	APARIȚII	VIEWERSHIP
Bloguri	498	312K	Presa online	17226	25778K
Twitter	49	95K	Agregatoare	4335	53K
Comentarii bloguri	138	11K	Comentarii presa	408	191K
Facebook	18638	13198K	PRESA PE REGIUNI		
Forumuri	690	791K	Presa națională	10792	21570K
Instagram	458	2235K	Presa locală	3754	1552K
VK.com	0	0	Presa regională	401	205K
TikTok	192	3510K	PRESA PE CATEGORII		
Total apariții în social media	20663	20156K	Generalist	6666	14461K
			Economic	1364	3359K
			Sportiv	970	1820K
			Actualitate	540	211K
			Autorități naționale	524	557K
			Politică	319	159K
			Tabloid/monden	269	530K

Fig. 21 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

În cazul Franței, sunt mai multe mențiuni în social media decât în presa online, dar cele din urmă au un impact mai mare. Față de luna ianuarie, numărul de apariții în social media crește, dar impactul lor scade. Presa online generează un număr relativ similar de mențiuni (strict numeric, există o scădere minoră față de luna precedentă), dar și în acest caz, impactul scade.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:



Audiența Estimată pe fiecare canal:

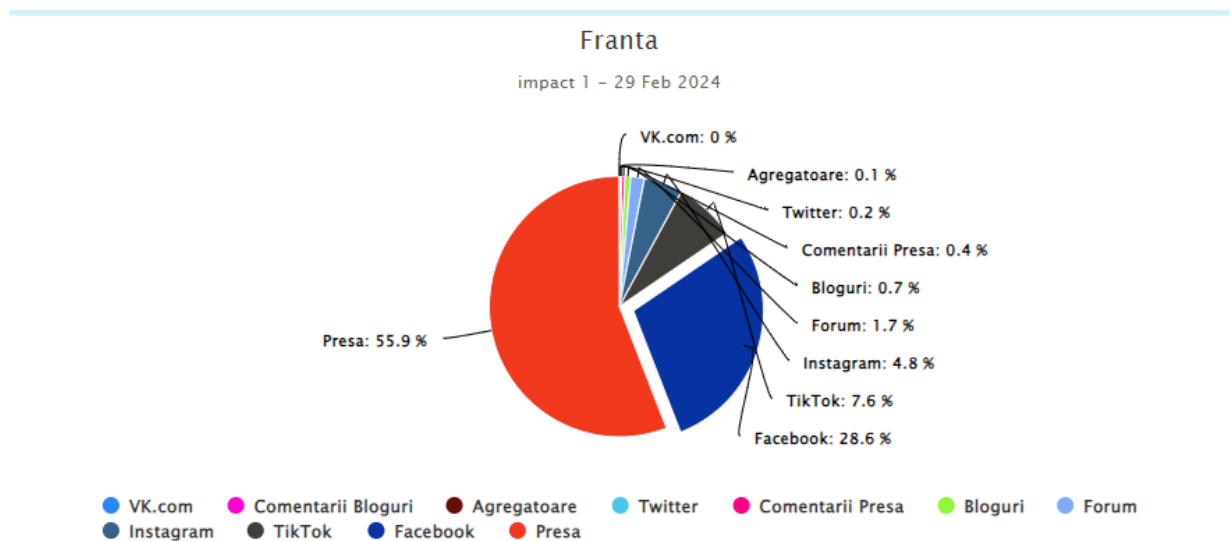


Fig. 22 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Facebook generează cele mai multe mențiuni (aproape 44%, în creștere de la 40% în ianuarie) și devansează presa online, care scade ușor (de la puțin peste 42% în ianuarie, la cca. 40%). Ca impact, însă, presa online își menține poziția dominantă (cca. 56%).

Tagcloud

anglia aproape auto **Belgia** Bravo calatorie catalizatoare cheltuielile colet dori euro Europa Felicitari **Franta** furat
Germania guvernamentale Horoscop INIMA internat internata italia LICOPPE MAE miliarde milioane Ministerul numesc Paris
 PATRICIA prezent prins raman reduce RITA roman romani **Romania** Rusia seara spania tara tari trimit Ucraina urmaresc
 vin VINERI ziua Zodiile

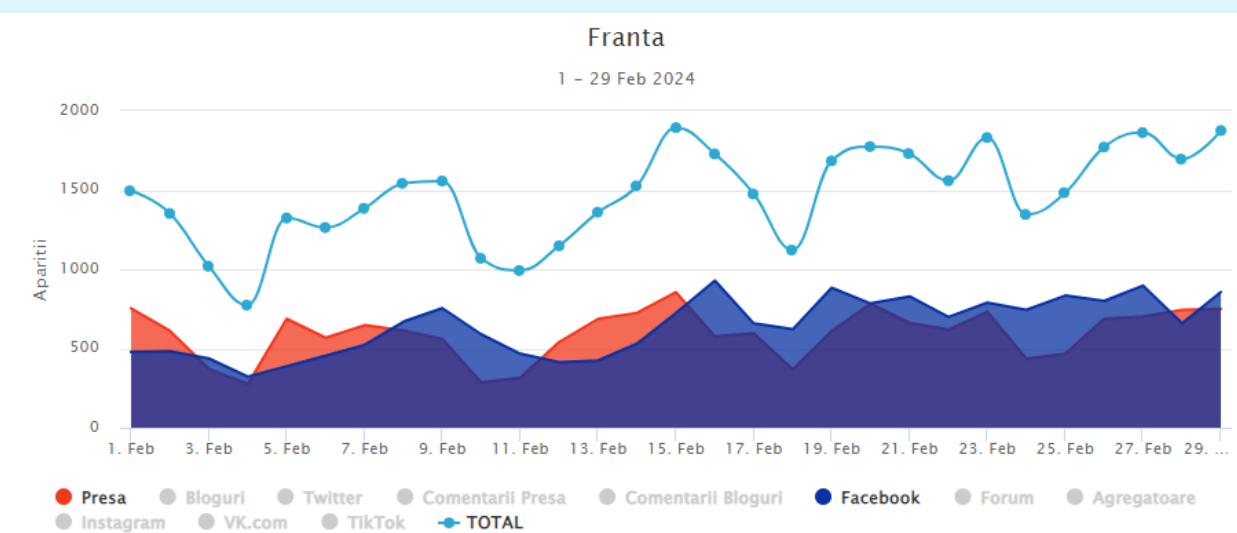


Fig. 23 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Mențiunile pentru Franța au o evoluție sinusoidală și cresc ușor în a doua parte a lunii. Cele mai multe se înregistrează în data de 15 februarie și sunt asociate în special războiului din Ucraina. Se remarcă și vârfurile de mențiuni din 23 februarie, pe fondul discuțiilor despre șefia NATO și 27 februarie, în contextul reacțiilor față de ipoteza privind trimiterea de trupe occidentale în Ucraina, evocată de Emmanuel Macron.

Cele mai puternice asocieri pentru Franța sunt cu Germania și România.

Marea Britanie



SOCIAL MEDIA	APARITII	VIEWERSHIP	PRESA	APARITII	VIEWERSHIP
Bloguri	451	291K	Presa online	15626	24968K
Twitter	18	8K	Agregatoare	4770	57K
Comentarii bloguri	66	7K	Comentarii presa	225	102K
Facebook	8004	9482K	PRESA PE REGIUNI		
Forumuri	374	420K	Presa nationala	11072	23303K
Instagram	266	1660K	Presa locala	3255	1307K
VK.com	0	0	Presa regionala	384	170K
TikTok	300	5197K	PRESA PE CATEGORII		
Total aparitii in social media	9479	17068K	Generalist	6566	15268K
			Economic	1289	3473K
			Sportiv	1017	2402K
			Actualitate	480	159K
			Autoritati nationale	410	420K
			Tabloid/monden	403	707K
			Politica	207	76K

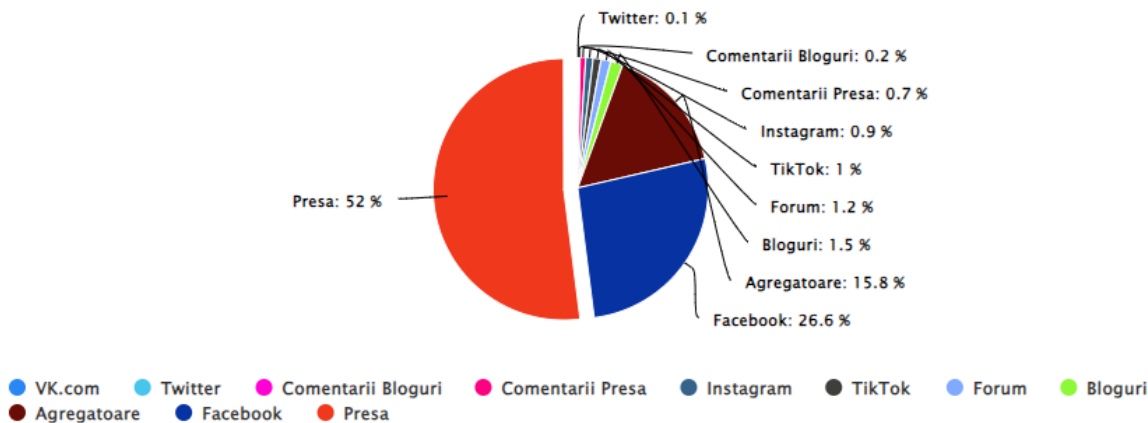
Fig. 24 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

Ca și în ianuarie, cele mai multe mențiuni pentru Marea Britanie sunt în presa online. Acestea au și cel mai mare impact. Față de luna precedentă, atât mențiunile, cât și vizualizările scad, în cazul ambelor tipuri de surse.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:

"Marea Britanie" OR "Regatul Unit" OR Anglia

aparitii 1 - 29 Feb 2024



Audiența Estimată pe fiecare canal:

"Marea Britanie" OR "Regatul Unit" OR Anglia

impact 1 - 29 Feb 2024

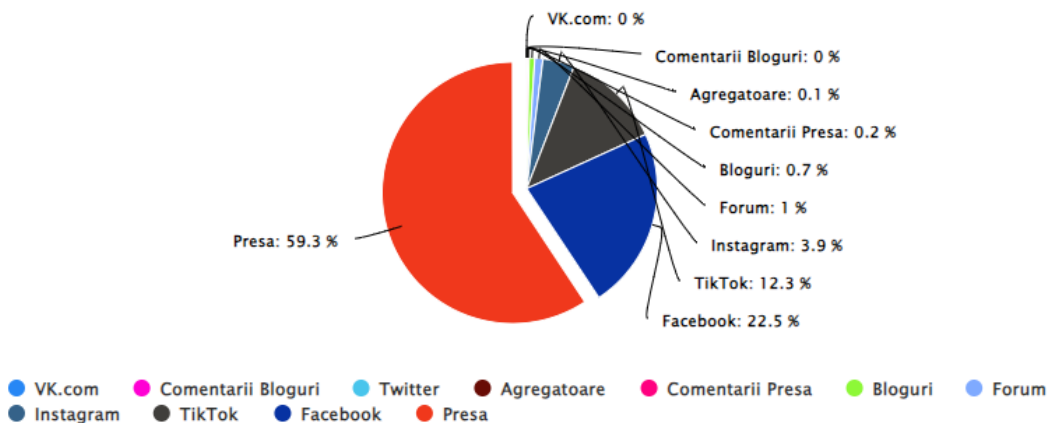


Fig. 25 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Presă online generează peste jumătate din mențiuni (52%, în creștere de la aprox. 49% în ianuarie), aproape dublu față de Facebook (cca. 27%). Din punct de vedere al impactului, presa online își întărește statutul dominant, fiind în creștere, de la cca. 56% în ianuarie, la 59%. Contribuția Facebook este de 22,5%, în creștere de la aprox. 18% luna precedentă.

Tagcloud

alimentate Anglia anuntat arata baterii britanic **Britanie** cancer Charles declarat electrice Harry Houthi lire Londra
Marea marti masini milioane milion mobila Navalnii partea Printul rachete razboi rebelilor Regatul regele Revolut Romania
 sambata securitate SMMT Statele sterline SUA tara total telefonie tinte Ucraina Ucrainei UE Unit unitati Unite Yemen zile zilei

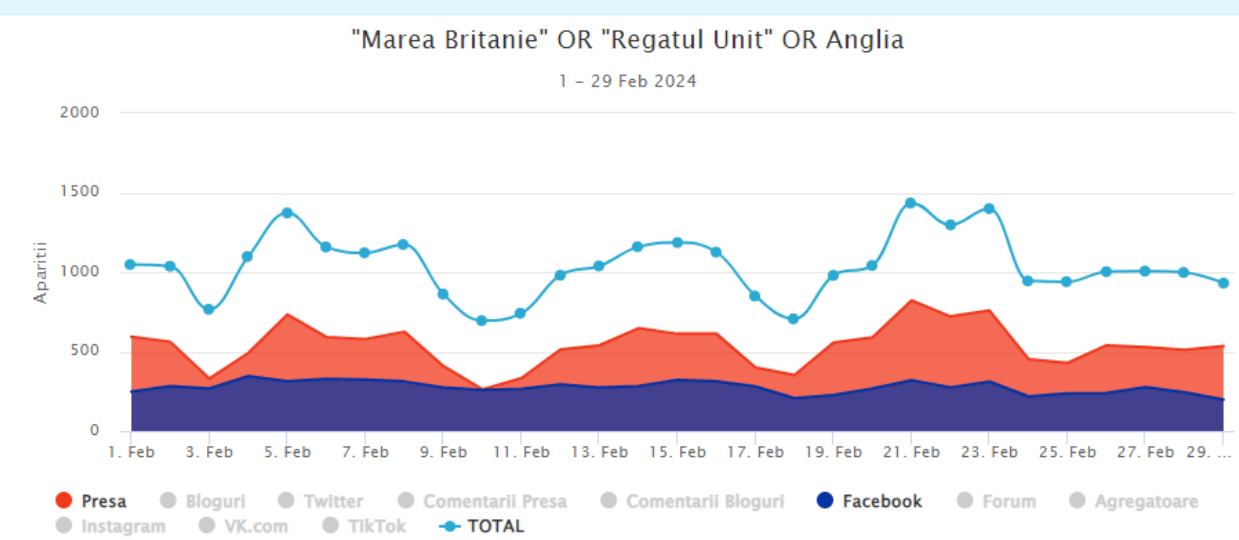


Fig. 26 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Mențiunile pentru Marea Britanie nu au o evoluție foarte oscilantă. De aceea, ies în evidență două momente, unul la începutul lunii, iar celălalt spre finalul acesteia. Este vorba despre: 5 februarie, pe fondul informațiilor despre starea de sănătate a Regelui Charles al III-lea; 21 februarie, când șefii închisorii în care a murit Navalnii au fost sancționați de Marea Britanie (bunuri înghețate și interdicție în UK) și când echipa masculină a României s-a calificat în optimile CM de Tenis de masă, după ce a învins reprezentativa Angliei; 23 februarie, în contextul discuțiilor despre șefia NATO, al războiului din Ucraina și al informațiilor despre transmisiunea în România a sezonului de Formula 1 (cu o cursă în Marea Britanie).

Cele mai puternice asocieri pentru Marea Britanie sunt cu SUA și cu membri ai familiei regale.

China

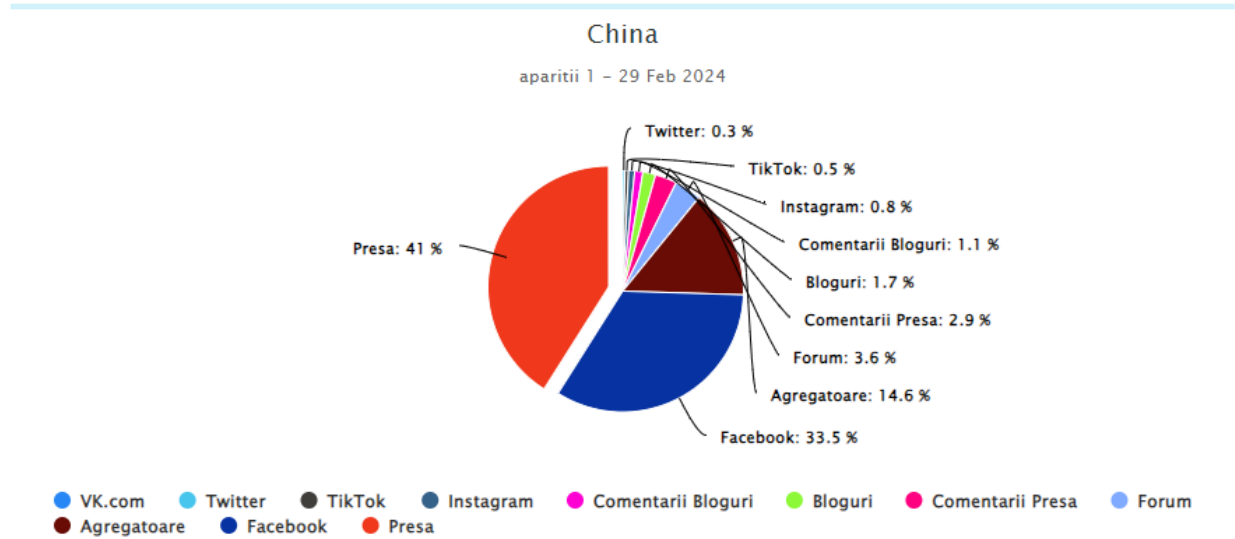


SOCIAL MEDIA	APARTII	VIEWERSHIP	PRESA	APARTII	VIEWERSHIP
Bloguri	440	274K	Presa online	10726	17658K
Twitter	71	172K	Agregatoare	3804	42K
Comentarii bloguri	278	19K	Comentarii presa	750	315K
Facebook	8746	19604K	PRESA PE REGIUNI		
Forumuri	948	1163K	Presa locala	1661	451K
Instagram	214	1246K	Presa nationala	7349	15611K
VK.com	0	0	Presa regionala	154	74K
TikTok	140	2457K	PRESA PE CATEGORII		
Total aparitii in social media	10837	24938K	Generalist	3892	9575K
			Economic	1288	3406K
			Sportiv	690	1264K
			Actualitate	240	85K
			Autoritati nationale	233	190K
			Auto-moto	179	125K
			Politica	159	75K

Fig. 27 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

Presa online și social media generează un număr aproape egal de mențiuni pentru China. Impactul celor din social media este, însă, mai mare. Față de luna ianuarie, ambii indicatori sunt în scădere, indiferent de sursă.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:



Audiența Estimată pe fiecare canal:

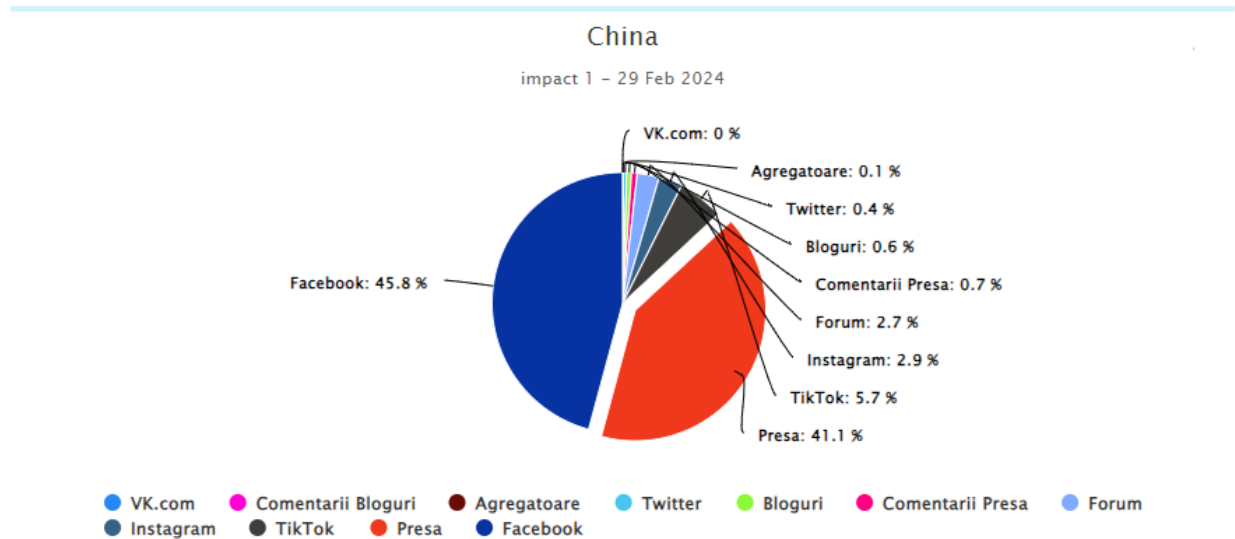


Fig. 28 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Cele mai multe mențiuni pentru China sunt în presa online (41%, ca și în ianuarie), dar Facebook se menține aproape (33,5%, în ușoară creștere, de la 32% în ianuarie). Din perspectiva impactului, raportul se inversează, cea mai mare contribuție revenind Facebook (aproape 46%, în creștere de la aprox. 40% în ianuarie). Urmează, la mică distanță, presa online (41%, în scădere de la cca. 48% luna precedentă).

Tagcloud

America Andrea arme ataca australia auto brawl **China** Compagno Dan discutii domenii Europa europeana FCSB germane granita inceput India Investitiile Ionita is Japonia luat lume made masini militare nato nivel on piata prime purtat razboiul record Romania Rusia Rusiei serie sprijine stars SUA Sud tara tari Ucraina UE Ungaria Uniunea

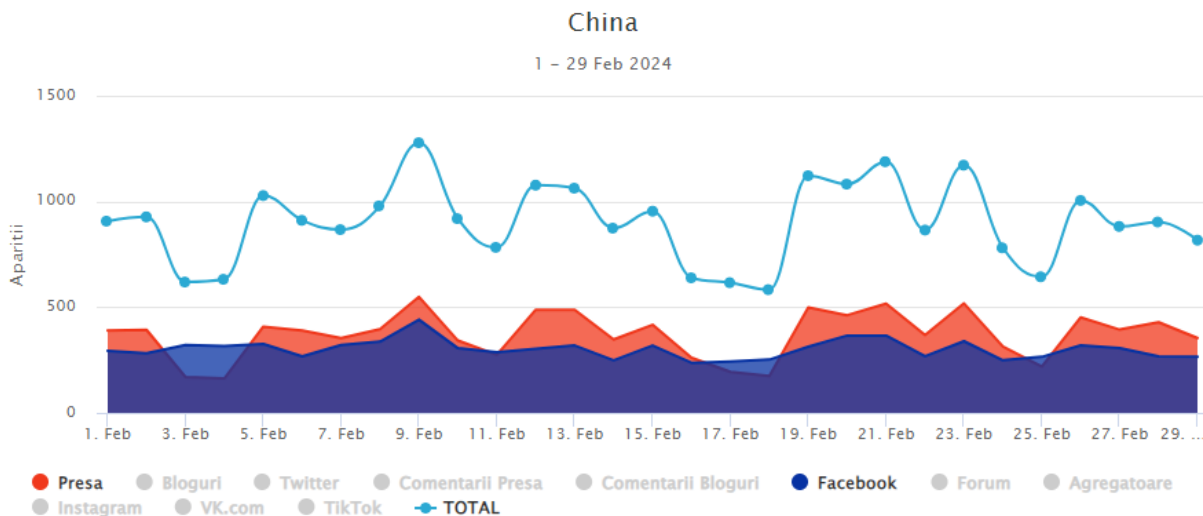


Fig. 29 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Mențiunile pentru China au o evoluție sinusoidală, cu vârfuri destul de apropiate (ca amplitudine). Se remarcă cele din: 9 februarie, în contextul interviului acordat de Vladimir Putin lui Tucker Carlson și a referirilor președintelui rus la China și BRICS, dar și al sărbătorilor dedicate intrării în noul an chinezesc; 21 februarie, pe fondul criticilor Chinei la adresa SUA pentru votul din cadrul Consiliului de Securitate al ONU pe tema conflictului din Gaza, dar și al calificării echipei masculine de tenis de masă a României într-o fază a Campionatului Mondial în care urma să întâlnească principala favorită, China; 23 februarie, cu mențiuni legate de competiția spațială (în contextul aselenizării cu succes a unui modul american) și de diverse competiții sportive (fotbal, Formula 1).

Cele mai puternice asocieri pentru China sunt cu Rusia și SUA.

Israel

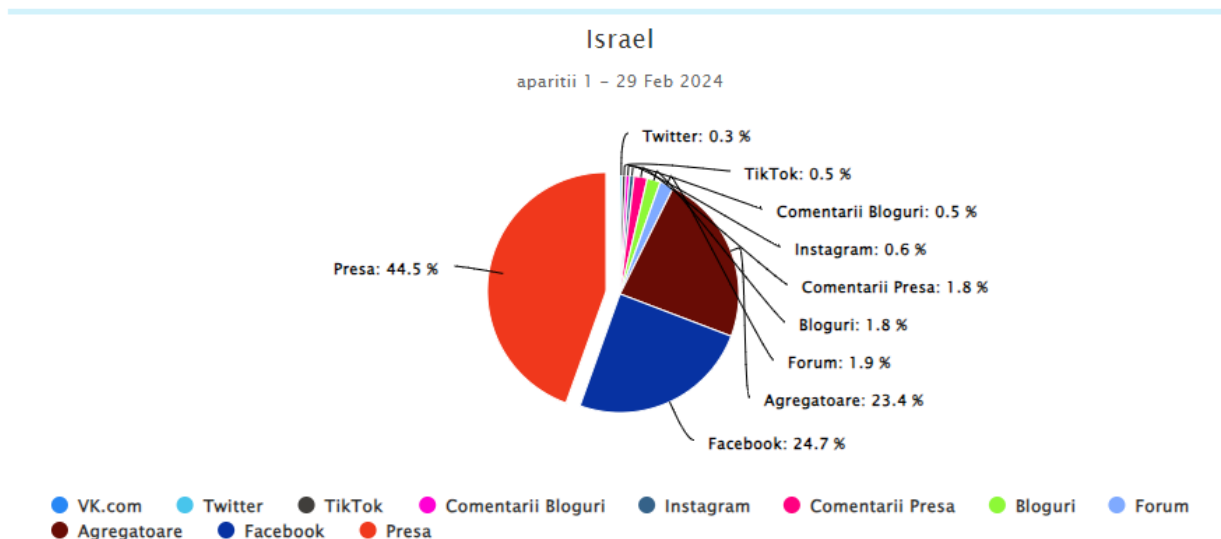


SOCIAL MEDIA	APARIȚII	VIEWERSHIP	PRESA	APARIȚII	VIEWERSHIP
Bloguri	335	437K	Presa online	8135	14512K
Twitter	47	152K	Agregatoare	4265	46K
Comentarii bloguri	95	7K	Comentarii presa	321	152K
Facebook	4505	3321K	PRESA PE REGIUNI		
Forumuri	351	362K	Presa nationala	5489	12456K
Instagram	115	665K	Presa locala	1368	471K
VK.com	0	0	Presa regionala	131	48K
TikTok	86	85K	PRESA PE CATEGORII		
Total aparitii in social media	5534	5033K	Generalist	3516	9591K
			Economic	415	996K
			Sportiv	358	736K
			Autoritati nationale	345	304K
			Actualitate	213	81K
			Tabloid/monden	123	313K
			Politica	123	37K

Fig. 30 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

Presa online se menține, și în luna februarie, peste social media, atât ca număr de mențiuni, dar mai ales ca vizualizări. Față de luna precedentă, numărul de mențiuni din presa online este mai mic, iar cel din social media rămâne relativ constant (dar tendința este descrescătoare). Impactul acestora scade, în cazul ambelor tipuri de surse.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:



Audiența Estimată pe fiecare canal:

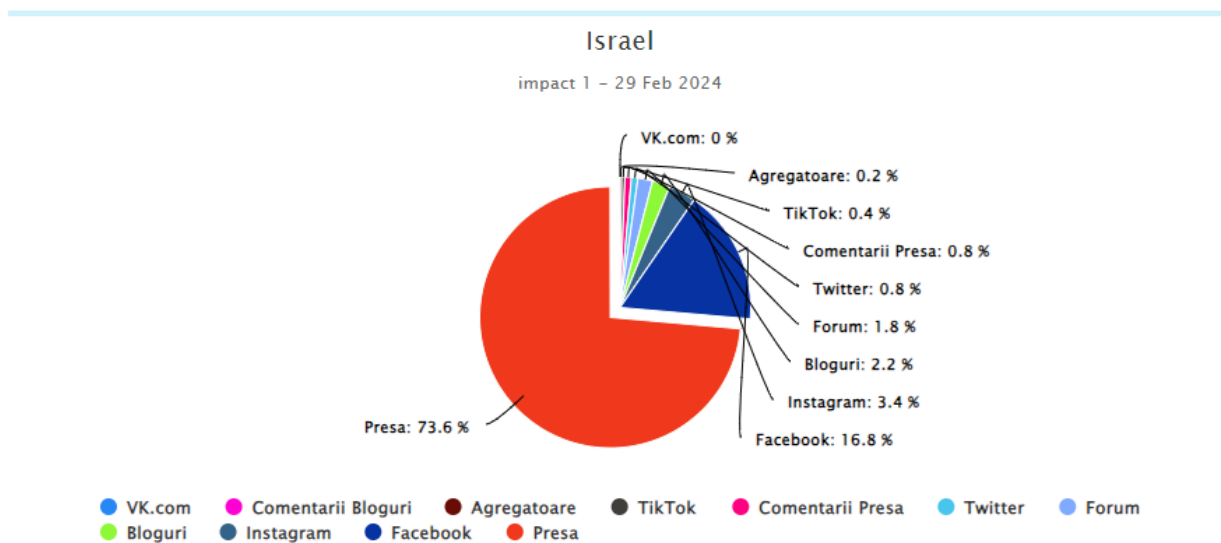


Fig. 31 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

În comparație cu celelalte surse, presa online generează cele mai multe mențiuni (44,5%, fără evoluții semnificative față de luna ianuarie). Este urmată, la distanță, de Facebook (aproape 25%). În privința impactului, mențiunile din presa online domină categoric (aproape 74%, în ușoară scădere de la 76% în ianuarie).

Tagcloud

ajutor american antisemitismul Antony Armata armistițiu Biden Blinken conflictul declarat diplomatiei dolari Dumnezeu Fasia focului Francisc
Gaza Hamas Hezbollah inceputul incetare is **Israel** Israel-Hamas Joe Liban miercuri miliarde Netanyahu on Orientul
 Palestina palestinian Papa poporul Rafah razboi razboiul razboiului Romania scrisoare Senatul stat Statele SUA Taiwan Tara Times
 Ucraina Unite

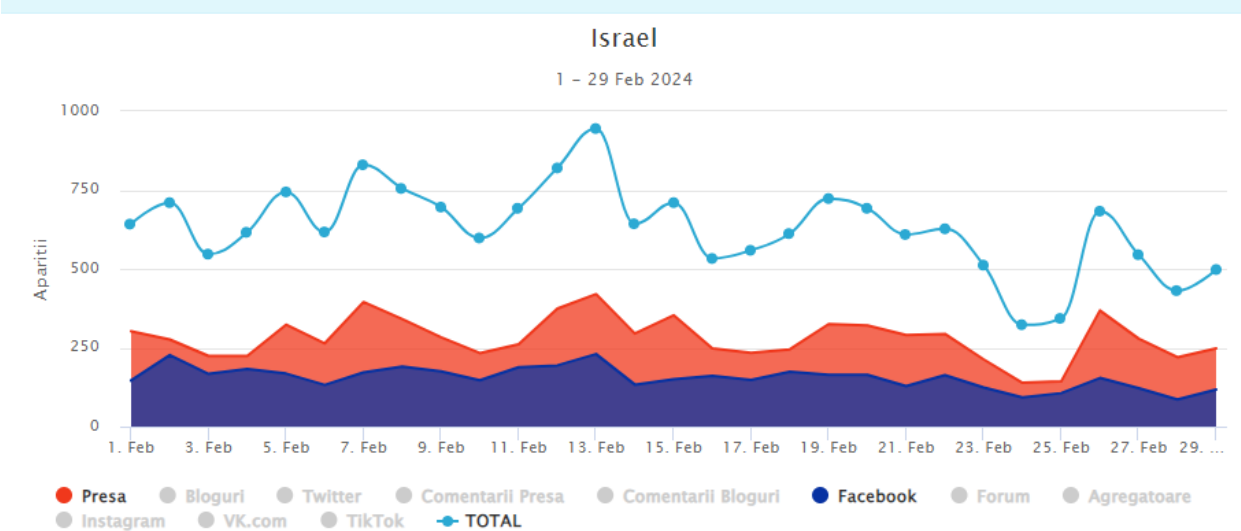


Fig. 32 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Mențiunile pentru Israel cresc în prima parte a lunii, ulterior având o tendință ușor descendentă. Vârful de mențiuni, care separă cele două momente opuse ca evoluție, se înregistrează în 13 februarie, pe fondul războiului din Fâșia Gaza și a adoptării de către Senatul american a unui pachet de ajutor pentru Israel, în valoare de 14 miliarde de dolari.

Cele mai puternice asocieri pentru Israel sunt cu Hamas, Gaza și SUA.