

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 'CPD' is a thin red horizontal line.

**CPD**

SNSPA  
Center for Civic Participation  
and Democracy

**ACTORI  
AI SCENEI POLITICE  
INTERNAȚIONALE  
ÎN MEDIUL ONLINE  
ROMÂNESC**

---

RAPORT LUNAR

MARTIE 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 – 31 March, 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
Federația Rusă	10
Uniunea Europeană	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 remains the main theme** that provided contexts for mentions and views for many of the considered actors. Added to this, in March, is also the announcement by President Klaus Iohannis regarding the candidacy for the leadership of NATO, as well as themes with punctual/internal relevance, such as Romania's accession to Schengen and the EPP congress in Bucharest, the presidential elections in Russia, the 20th anniversary of Romania's accession to NATO, the extradition of Cătălin Cherecheș from Germany, etc.
- **Ukraine remains in the top position** in the mentions ranking. It is followed by Russia and the EU, which swap places. The differences between the top three are not very large. Except for the swap between Russia and the EU, the hierarchy remains unchanged from February. Compared to the previous month, the overall picture reflects a numerical balance between the actors recording increases in mentions (Russia, EU, Germany, NATO, Great Britain) and those that decrease in this aspect (Ukraine, USA, France, China, Israel).
- **The views ranking (impact of mentions) is dominated by the EU.** In second place is Russia, with Ukraine closely behind. Russia and Ukraine are quite close in terms of the number of views. Compared to the previous month, **the majority of the analyzed actors are increasing in number of views.** The exceptions are Ukraine, China, and Israel, with a lower impact of mentions, as well as the USA, which remains at the previously recorded level.
- **The online press generates the most mentions** for the majority of the actors analyzed. Exceptions are Russia, the EU, Germany, and NATO, which have more mentions on social media. **Regarding the impact of mentions, the online press is also above social media** for the vast majority of the considered actors. The exceptions are Germany, NATO, and China, for which mentions on social media have a greater impact compared to those in the online press.

## CIFRE GENERALE

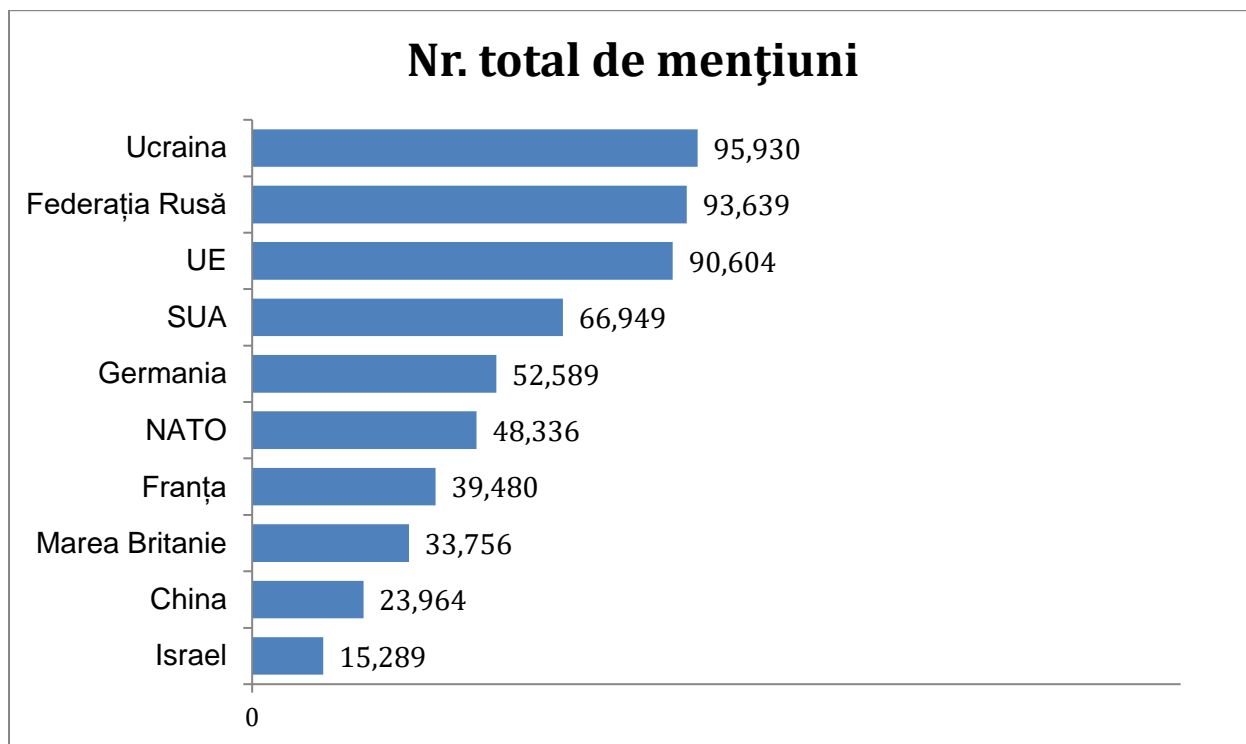


Fig. 1 Număr total de mențiuni

Ucraina se menține pe prima poziție în topul mențiunilor, dar scade ușor față de luna anterioară. Este urmată de Rusia și UE, care fac schimb de locuri (Rusia urcă pe poziția a doua, surclasând UE, ambii actori fiind, însă, în creștere). Diferențele dintre primii trei clasai nu sunt foarte mari. Cu excepția rocadei dintre Rusia și UE, ierarhia rămâne neschimbată față de luna februarie.

Tabloul general reflectă, prin comparație cu luna precedentă, un echilibru numeric între actorii care înregistrează creșteri ale mențiunilor (Rusia, UE, Germania, NATO, Marea Britanie) și cei care scad la acest capitol (Ucraina, SUA, Franța, China, Israel).

## CIFRE INDIVIDUALE

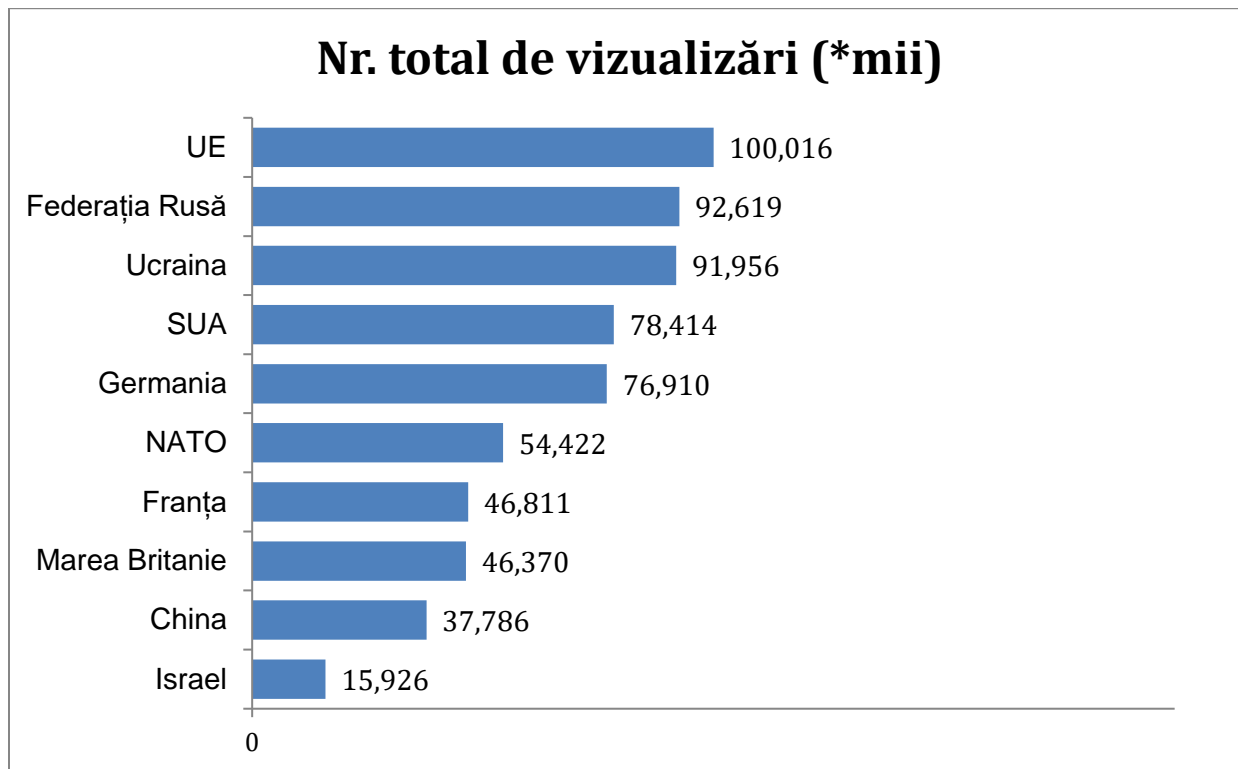


Fig. 2 Număr total de vizualizări

Topul vizualizărilor (impact al mențiunilor) este dominat de UE, în creștere față de luna anterioară. Pe poziția a doua se află Rusia, iar la mică distanță în spatele acesteia, Ucraina. Practic, în raport cu luna februarie, Ucraina coboară două locuri în clasament, iar UE și Rusia urcă în fața acesteia. Se remarcă și faptul că Rusia și Ucraina sunt destul de apropiate ca număr de vizualizări.

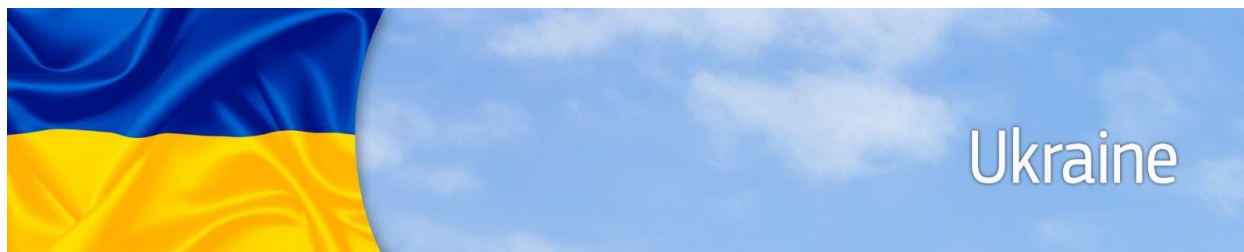
Clasamentul este continuat de SUA și Germania, care își mențin pozițiile și care sunt situate la o distanță relativ mică una de cealaltă.

Și în partea a doua a topului există schimbări față de luna anterioară: NATO și Marea Britanie urcă fiecare câte o poziție și fac schimb de locuri cu Franța, respectiv China. Clasamentul este încheiat de Israel.

Comparativ cu luna februarie, majoritatea actorilor analizați sunt în creștere ca număr de vizualizări. Excepție fac Ucraina, China și Israel, cu un impact mai scăzut al mențiunilor, dar și SUA, care se menține la nivelul înregistrat anterior.



## Ucraina

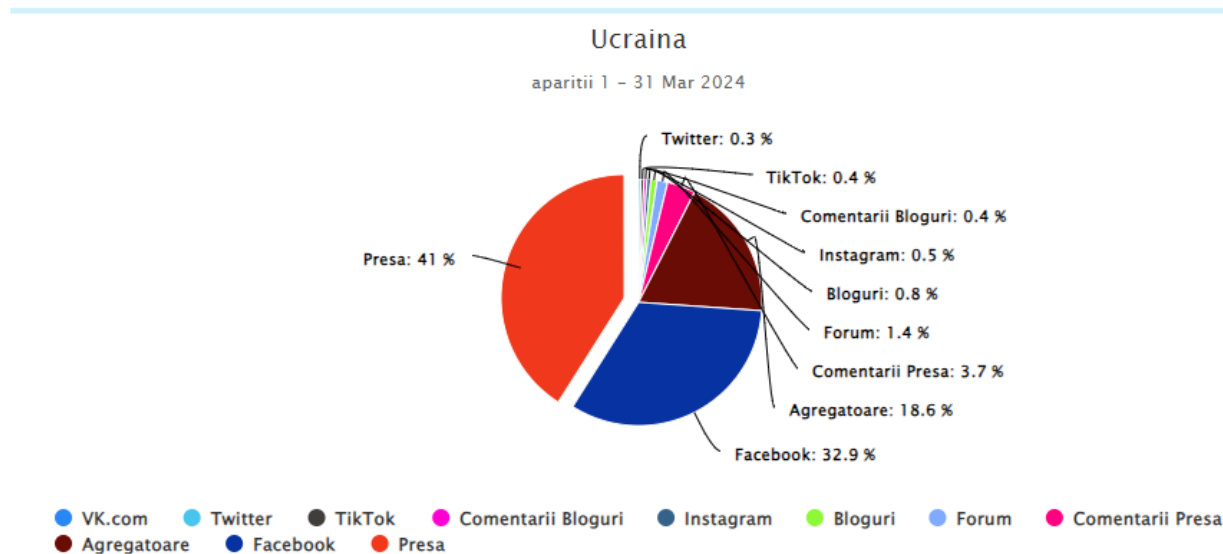


SOCIAL MEDIA	APARITII	VIEWERSHIP	PRESA	APARITII	VIEWERSHIP
Bloguri	795	557K	Presa online	40882	60148K
Twitter	326	1399K	Agregatoare	18488	217K
Comentarii bloguri	398	37K	Comentarii presa	3660	1614K
Facebook	32776	16817K	<b>PRESA PE REGIUNI</b>		
Forumuri	1419	2320K	Presa locala	9926	1403K
Instagram	468	2298K	Presa nationala	27564	51484K
VK.com	0	0	Presa regionala	1563	392K
TikTok	378	8160K	<b>PRESA PE CATEGORII</b>		
<b>Total aparitii in social media</b>	<b>36560</b>	<b>31591K</b>	Generalist	19488	40163K
			Actualitate	2539	325K
			Economic	2472	5966K
			Autoritati nationale	1301	989K
			Sportiv	1064	1484K
			Politica	953	216K
			Tabloid/monden	774	1263K

**Fig. 3 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei**

Cele mai multe mențiuni pentru Ucraina sunt în presa online. Acestea au și cel mai mare impact (aproape dublu față de cele din social media). Față de luna februarie, numărul de apariții în social media scade, iar cel din presa online crește ușor (mai degrabă nesemnificativ). Impactul scade în cazul ambelor tipuri de surse, dar mai accentuat în zona rețelelor sociale.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:



Audiența Estimată pe fiecare canal:

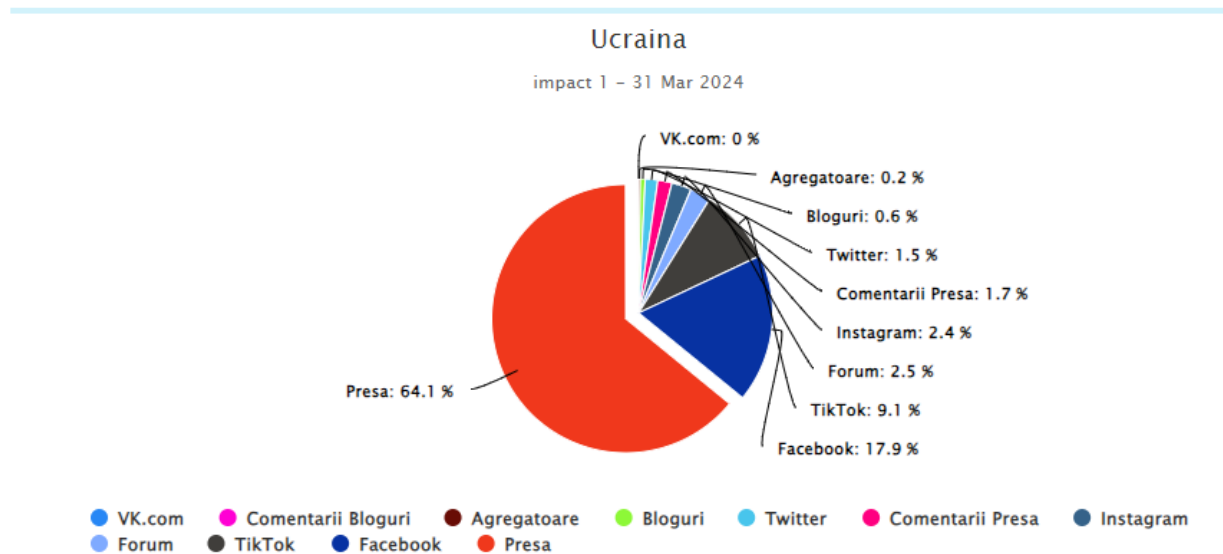


Fig. 4 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Presă online continuă să aibă cea mai mare contribuție la numărul de mențiuni pentru Ucraina (41%), în ușoară creștere față de luna precedentă. Este urmată de Facebook, care se menține pe un trend descendent (aproape 37% în ianuarie, cca. 34% în februarie și aprox. 33% în martie).

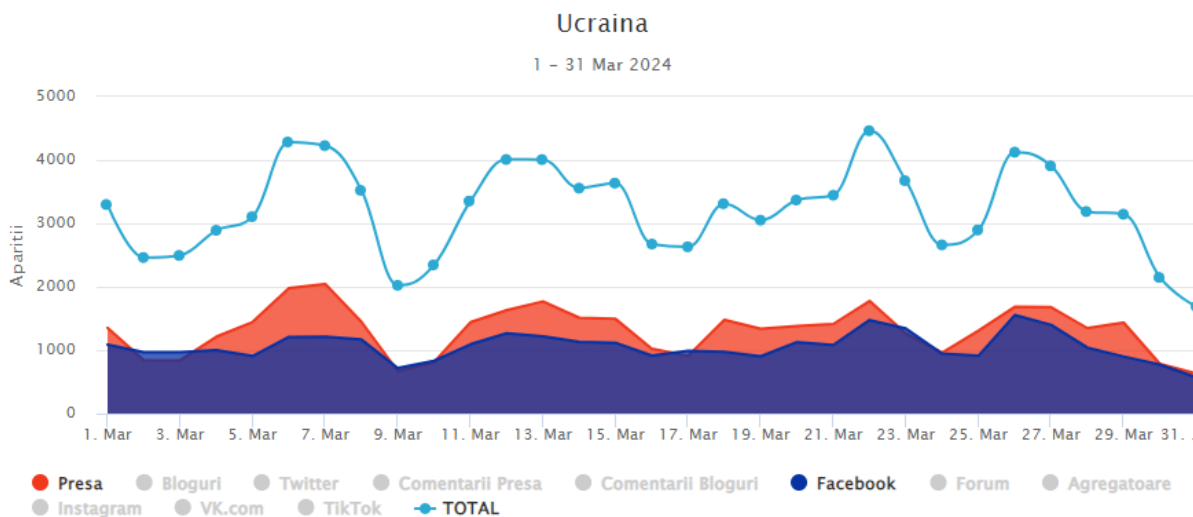
Deși agregatoarele de știri (site-uri care reunesc diferite tipuri de conținut, pe care îl prezintă într-o listă ușor accesibilă) generează un număr important de mențiuni, impactul lor este limitat.



Din perspectiva impactului, cea mai mare contribuție o are, ca și până acum, presa online, fiind în creștere față de luna anterioară (de la cca. 60%, la 64%). La mare distanță se află Facebook, în scădere, de la aproape 22% în februarie, la cca. 18% în martie.

### Tagcloud

acordurilor afirma ajuns apara Apararii atacat Bosnia Bravo castiga cutremur diplomatiei Emmanuel Europa Europeana Europei Finlanda fortelor front Glorie Islanda Israel lupta Macron militare Moldova NATO neconceput Pace poloneze presedintele prezenta ptr Razboi Razboiul ROMANIA romanii rusesc rusi Rusia rusii rutier Seful Slava SUA transportul trupe Ucraina UE zelenski ziua

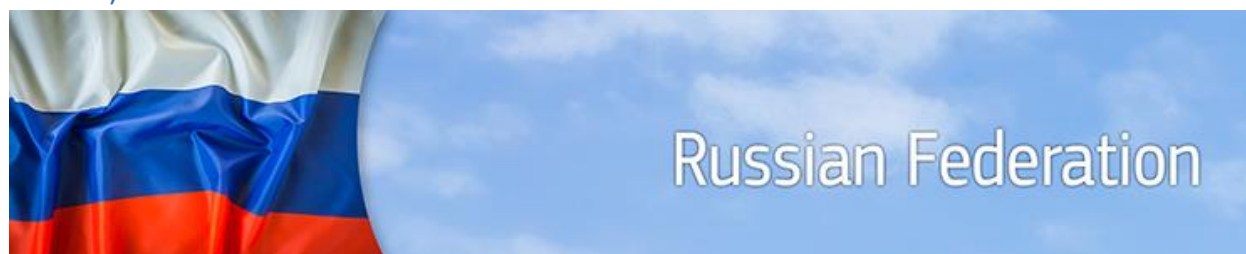


**Fig. 5 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor**

Mențiunile pentru Ucraina au o evoluție sinusoidală, cu vârfuri relativ constante. Cele mai multe mențiuni se înregistrează în data de 22 martie, în contextul unui amplu val de lovituri aeriene rusești care au avariat infrastructura energetică a Ucrainei, a informațiilor vehiculate mediatic în legătură cu o solicitare a SUA către Ucraina, de a opri atacurile asupra rafinăriilor rusești, dar și a unor informații din sport, referitoare la revenirea în antrenorat a lui Mircea Lucescu, fostul tehnician de la Dinamo Kiev. Se remarcă și vârful din 6-7 martie, cu mențiuni diverse asociate războiului din Ucraina, dar și cel din 26 martie, pe fondul acuzațiilor Rusiei de implicare a Ucrainei în atentatul de la Moscova sau al procedurilor din Parlamentul României, care a luat act de informarea președintelui Klaus Iohannis cu privire la aprobarea tranzitării teritoriului național a echipamentelor și bunurilor materiale donate Ucrainei de către Finlanda și instruirea unui număr de aproximativ 50 de militari ucraineni.

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

## Federația Rusă

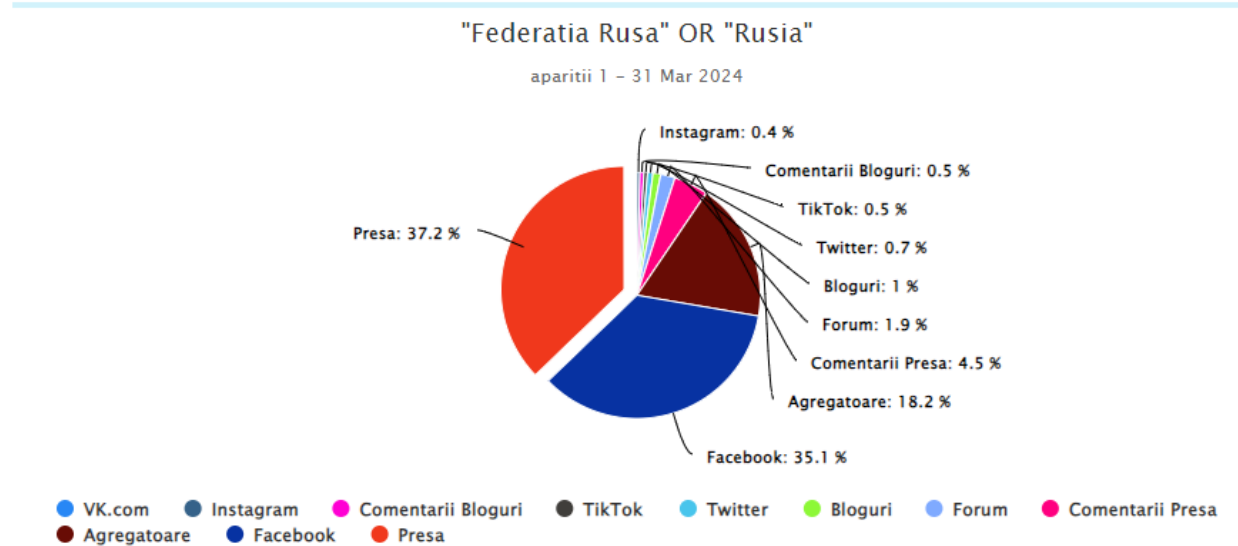


SOCIAL MEDIA	APARIȚII	VIEWERSHIP	PRESA	APARIȚII	VIEWERSHIP
Bloguri	973	653K	Presa online	36547	54103K
Twitter	652	1573K	Agregatoare	17821	209K
Comentarii bloguri	486	46K	Comentarii presa	4434	2051K
Facebook	34383	16830K	<b>PRESA PE REGIUNI</b>		
Forumuri	1822	2750K	Presa nationala	24828	48087K
Instagram	441	2854K	Presa locala	8512	1104K
VK.com	0	0	Presa regionala	1519	266K
TikTok	514	13599K	<b>PRESA PE CATEGORII</b>		
<b>Total aparitii in social media</b>	<b>39271</b>	<b>38307K</b>	Generalist	17779	38717K
			Actualitate	2362	323K
			Economic	2036	4959K
			Autoritati nationale	973	771K
			Politica	817	176K
			Tabloid/monden	793	1378K
			Sportiv	448	564K

Fig. 6 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

Cele mai multe mențiuni pentru Rusia sunt pe rețelele sociale, dar cele din presa online au un impact mai mare. Față de luna februarie, aparițiile în social media rămân la un nivel relativ constant (strict numeric, există o ușoară scădere), iar cele din presa online cresc. Impactul mențiunilor este ascendent, în cazul ambelor tipuri de surse.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:



Audiența Estimată pe fiecare canal:

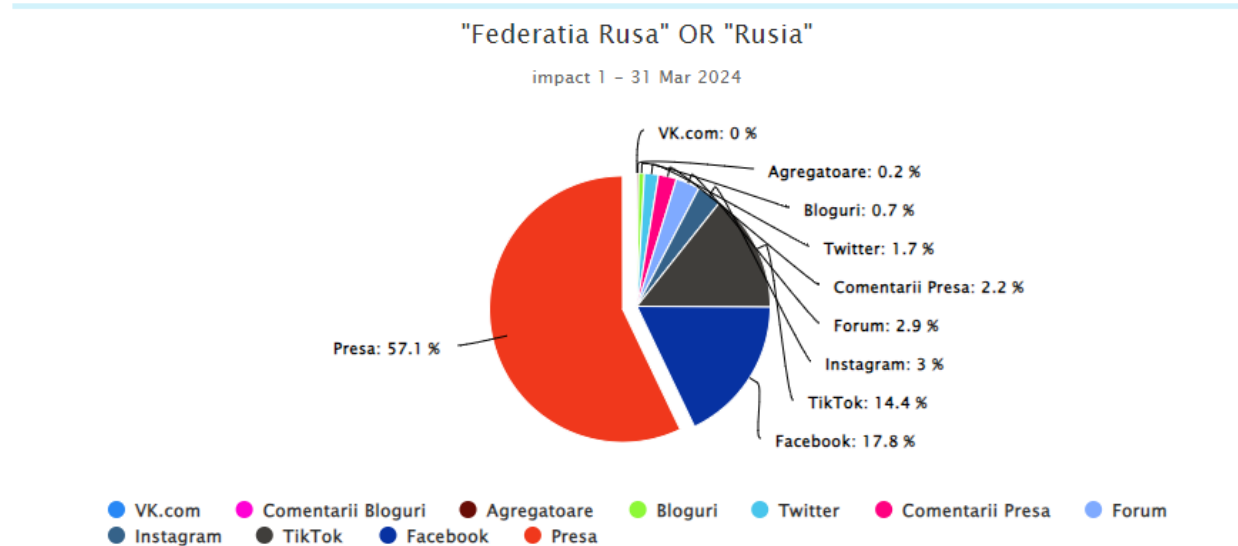
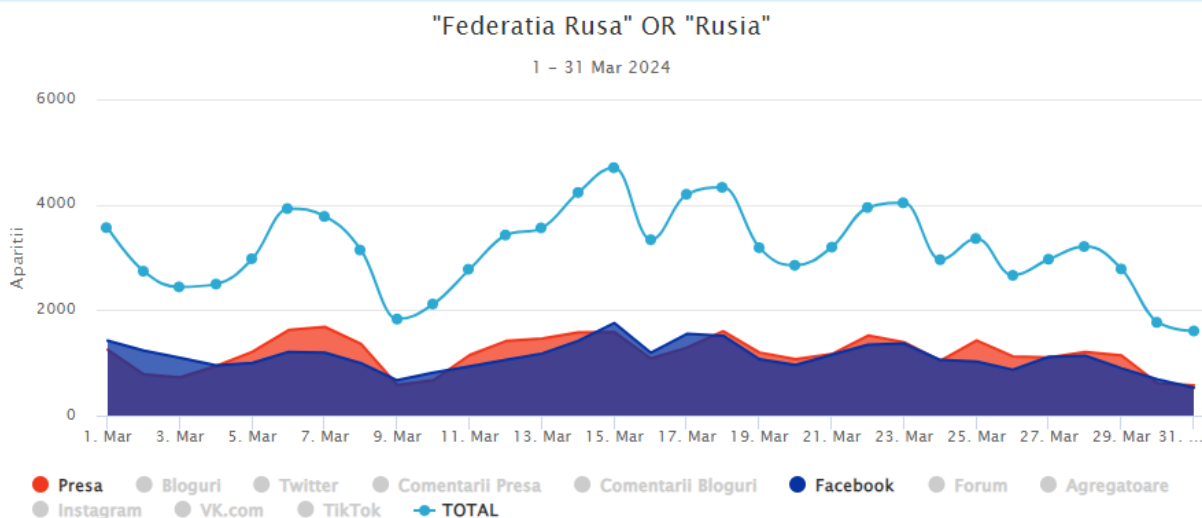


Fig. 7 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Cea mai mare contribuție la numărul total de mențiuni aparține presei online, care este în creștere (de la cca. 35% în februarie, la 37%) și, spre deosebire de luna anterioară, depășește Facebook. Rețeaua socială care generează cele mai multe mențiuni (Facebook) continuă să scadă (de la aproape 40% în ianuarie, la cca. 38% în februarie și 35% în martie). Din perspectiva impactului, presa online își menține poziția dominantă (cca. 57%, la același nivel din februarie), urmată, la distanță, de Facebook (în ușoară scădere, de la 19,5% luna anterioară, la aproape 18%).

## Tagcloud

actiuni Afacerilor agresiva alegerile alegerilor Autoritatile Bell Chisinau continua Danielle declarat externe Federatia  
financiar ilegal MAE Maia Ministerul Moldova Moscova NATO ocupate ONU organizarea pregateste  
prezidentiale razboi razboiului regiunea Republica Republicii Romania rus Rusa Ruse Rusia Rusiei sectii  
sistemul Sud teritoriile teritoriul terorist Transnistria Ucraina Ucrainei ucrainene Unite Vladimir votare



**Fig. 8 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor**

Mențiunile pentru Rusia cresc până spre mijlocul lunii, iar apoi înregistrează o scădere graduală. Cele mai multe se înregistrează în data de 15 martie, în contextul alegerilor prezidențiale din Rusia (desfășurare în perioada 15-17 martie) și a declarațiilor președintelui Macron, care a avertizat că, dacă Ucraina pierde războiul, „atunci Rusia va amenința Moldova, România și Polonia”. Se remarcă și vârful de mențiuni din 18 martie, pe fondul anunțării rezultatelor alegerilor prezidențiale din Rusia, al reacțiilor internaționale față de acestea, precum și al primelor declarații din partea lui Vladimir Putin după câștigarea alegerilor.

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

## Uniunea Europeană



SOCIAL MEDIA	APARITII	VIEWERSHIP	PRESA	APARITII	VIEWERSHIP
Bloguri	708	408K	Presa online	37798	51072K
Twitter	2474	4571K	Agregatoare	11346	142K
Comentarii bloguri	441	42K	Comentarii presa	2200	1074K
Facebook	34180	30085K	<b>PRESA PE REGIUNI</b>		
Forumuri	2174	3315K	Presa nationala	24621	45463K
Instagram	1049	4891K	Presa locala	9450	1671K
VK.com	0	0	Presa regionala	1767	530K
TikTok	434	5487K	<b>PRESA PE CATEGORII</b>		
<b>Total aparitii in social media</b>	<b>41460</b>	<b>48802K</b>	Generalist	16867	32319K
			Economic	3889	9191K
			Actualitate	1939	249K
			Autoritati nationale	1573	1118K
			Politica	1164	328K
			Tabloid/monden	336	569K
			Agricultura	271	47K

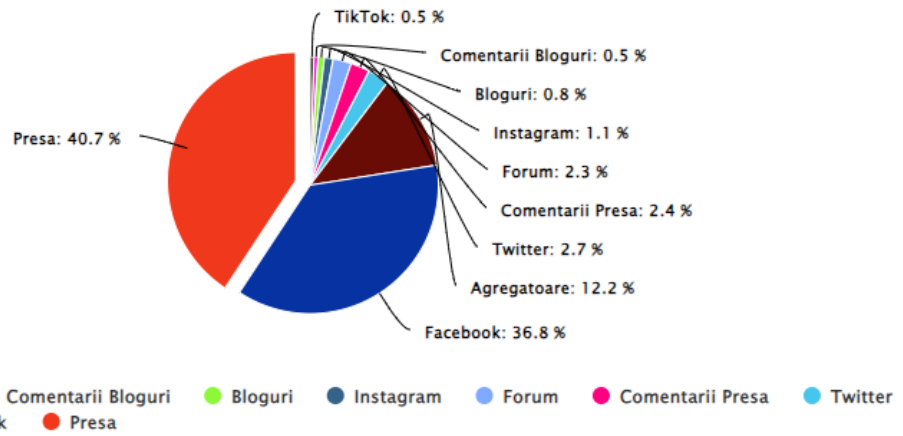
Fig. 9 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

Și 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 februarie, nu există fluctuații semnificative în ceea ce privește numărul de mențiuni din social media. În cazul presei online, indicatorul este în creștere. Și impactul mențiunilor are o evoluție ascendentă, pentru ambele tipuri de surse.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:

### UE OR "Uniunea Europeana"

aparitii 1 - 31 Mar 2024



Audiența Estimată pe fiecare canal:

### UE OR "Uniunea Europeana"

impact 1 - 31 Mar 2024

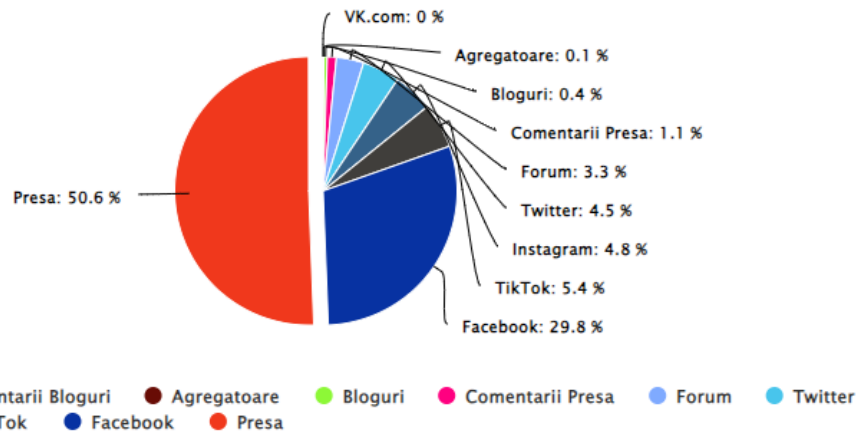


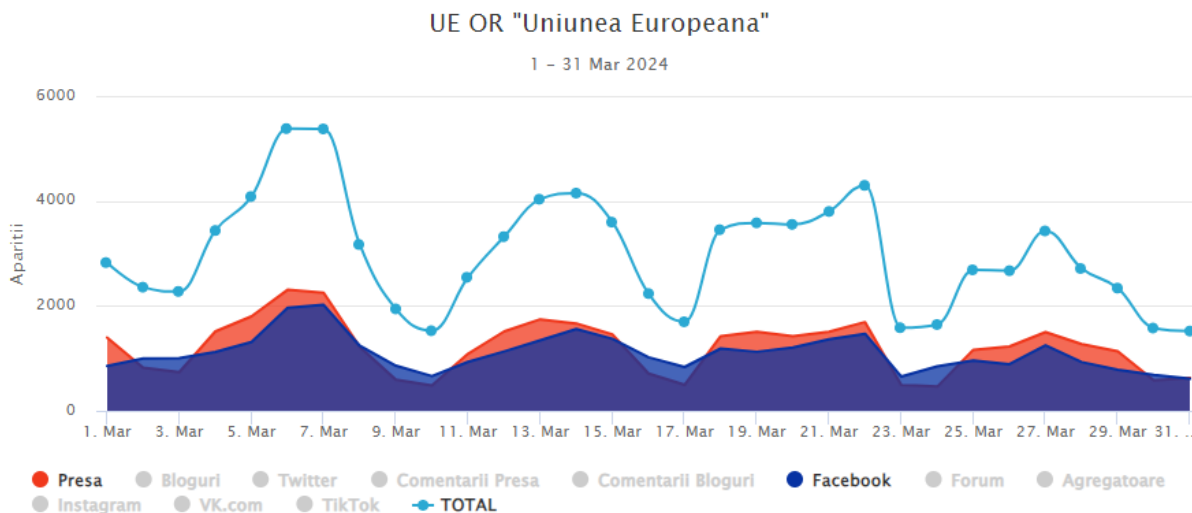
Fig. 10 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Deși presa online generează cele mai multe mențiuni (în ușoară creștere, de la 39% în februarie, la aproape 41%), există un relativ echilibru în raport cu Facebook (care se menține la cca. 37%). Din punct de vedere al impactului, presa online domină (cca. 50%, în ușoară scădere), chiar dacă Facebook crește de la 25% în februarie, la aproape 30%.



## Tagcloud

Activele aderare aderarea ajuns anuntat Armenia cereale China Chisinau Ciuca Comertului Comisia declarat depline deveni drepturi euro Europa european **Europeana** europene Eurostat importurile inghetate Maia marfuri membre membru miliarde milioane Moldova momentul NATO Parlamentul Republica Republicii **Romania** Romaniei rusesti Rusia Rusiei Sandu tara tari trecut Ucraina **UE Uniunea** Uniunii vineri



**Fig. 11 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor**

Cele mai multe mențiuni pentru UE se înregistrează în prima săptămână a lunii martie. Ulterior, volumul acestora scade, iar vârfurile sunt relativ constante. Spre finalul lunii, există o nouă scădere. Se remarcă zilele de 6 și 7 martie, în contextul desfășurării, la București, a congresului PPE și a adoptării de către popularii europeni a unui manifest electoral care stipulează, printre altele, aderarea deplină a României la Schengen.

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

## Statele Unite ale Americii



SOCIAL MEDIA	APARITII	VIEWERSHIP	PRESA	APARITII	VIEWERSHIP
Bloguri	914	578K	Presa online	32382	51506K
Twitter	261	536K	Agregatoare	13164	152K
Comentarii bloguri	274	25K	Comentarii presa	1532	756K
Facebook	17655	17478K	<b>PRESA PE REGIUNI</b>		
Forumuri	1655	2166K	Presa nationala	22969	43521K
Instagram	504	3077K	Presa locala	7014	1158K
VK.com	0	0	Presa regionala	774	199K
TikTok	140	2893K	<b>PRESA PE CATEGORII</b>		
<b>Total aparitii in social media</b>	<b>21403</b>	<b>26756K</b>	Generalist	14169	30992K
			Economic	2861	7461K
			Actualitate	1602	204K
			Sportiv	910	1307K
			Autoritati nationale	854	755K
			Tabloid/monden	658	1096K
			Politica	536	112K

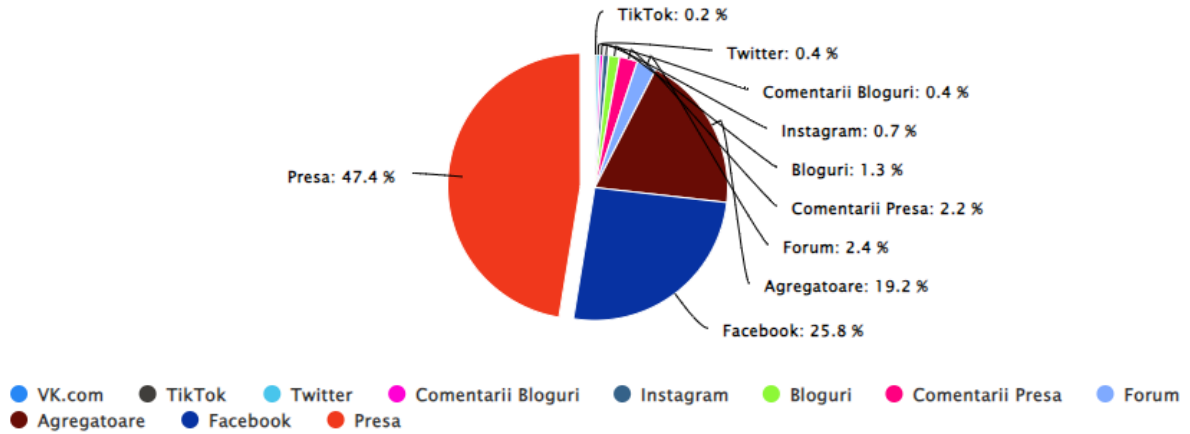
Fig. 12 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

În cazul SUA, presa online se menține peste social media, atât ca număr de mențiuni, cât și ca vizualizări. Față de luna precedentă, există o ușoară creștere a aparițiilor în presa online, dar impactul acestora este relativ constant. În privința rețelelor sociale, ambii indicatori înregistrează o ușoară scădere.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:

### SUA OR "Statele Unite ale Americii"

aparitii 1 - 31 Mar 2024



Audiența Estimată pe fiecare canal:

### SUA OR "Statele Unite ale Americii"

impact 1 - 31 Mar 2024

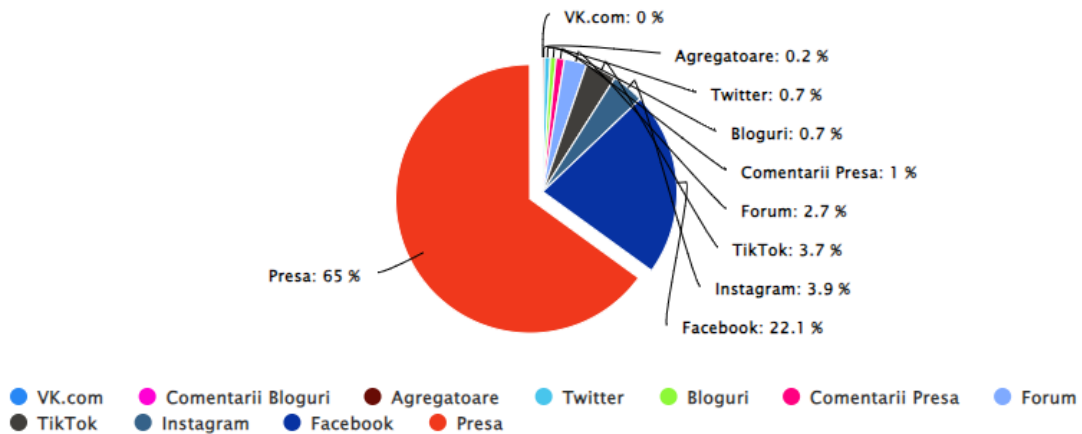
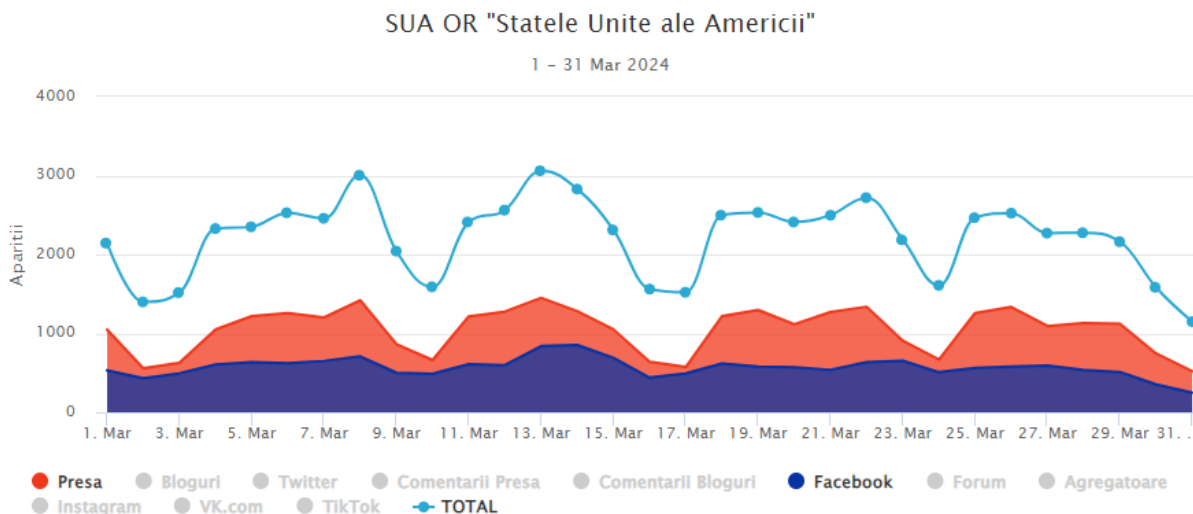


Fig. 13 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Presa online generează aproape jumătate dintre mențiuni (cca. 47%), în creștere față de luna februarie (45,5%), în vreme ce Facebook se menține la același nivel (aproape 26%). Din perspectiva impactului, presa online își menține statutul dominant (de aproape trei ori peste Facebook), fără evoluții majore (65%).

## Tagcloud

Ambasadorul american Americii anuntat aur Canada corespondenta crestere declarat dolari domeniul Erdogan Europa FMI Halep iarna International Iohannis Israel Kathleen Kavalec lume miliarde Moldova NATO partener presedinte presedintele Proiectul puternic Recep Republica **Romania** Romaniei Rusia securitatii **Statele** Statelor Strategic **SUA** Suceava Tayyip trecut turc Ucraina UE **Unite** vineri vizita votului



**Fig. 14 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor**

Volumul mențiunilor pentru SUA este mai mare în prima jumătate a lunii, cele mai multe dintre acestea înregistrându-se în data de 13 martie, când ambasadoarea Kathleen Kavalec răspunde unei întrebări cu privire la intenția declarată a lui Klaus Iohannis de a candida pentru funcția de Secretar general al NATO și când SUA reacționează față de retorica nucleară a lui Vladimir Putin. Se remarcă și vârful din 8 martie, când președintele Joe Biden a susținut, în fața Congresului, discursul despre Starea Uniunii.

Cele mai puternice asocieri pentru SUA sunt cu România.

## Germania

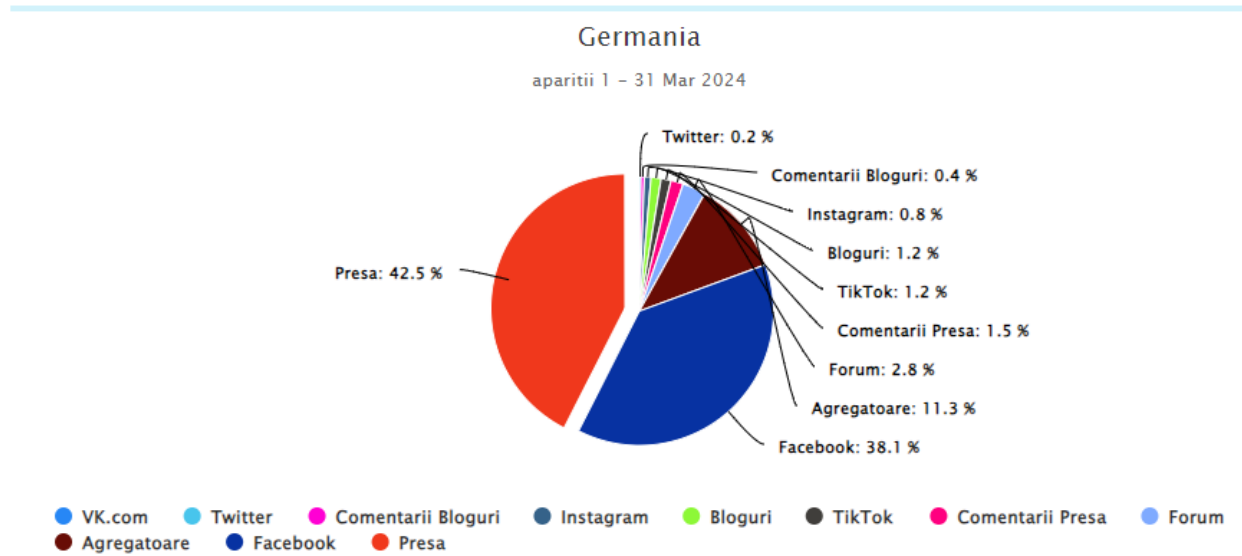


SOCIAL MEDIA	APARITII	VIEWERSHIP	PRESA	APARITII	VIEWERSHIP
Bloguri	642	339K	Presa online	22661	35443K
Twitter	81	85K	Agregatoare	6038	72K
Comentarii bloguri	240	18K	Comentarii presa	806	360K
Facebook	20356	19763K	<b>PRESA PE REGIUNI</b>		
Forumuri	1498	1803K	Presa nationala	15670	29337K
Instagram	422	1909K	Presa locala	5273	1037K
VK.com	0	0	Presa regionala	626	219K
TikTok	651	17474K	<b>PRESA PE CATEGORII</b>		
<b>Total aparitii in social media</b>	<b>23890</b>	<b>41395K</b>	Generalist	9487	19209K
			Sportiv	1957	3076K
			Economic	1903	4724K
			Actualitate	896	113K
			Autoritati nationale	681	583K
			Tabloid/monden	422	678K
			Politica	399	117K

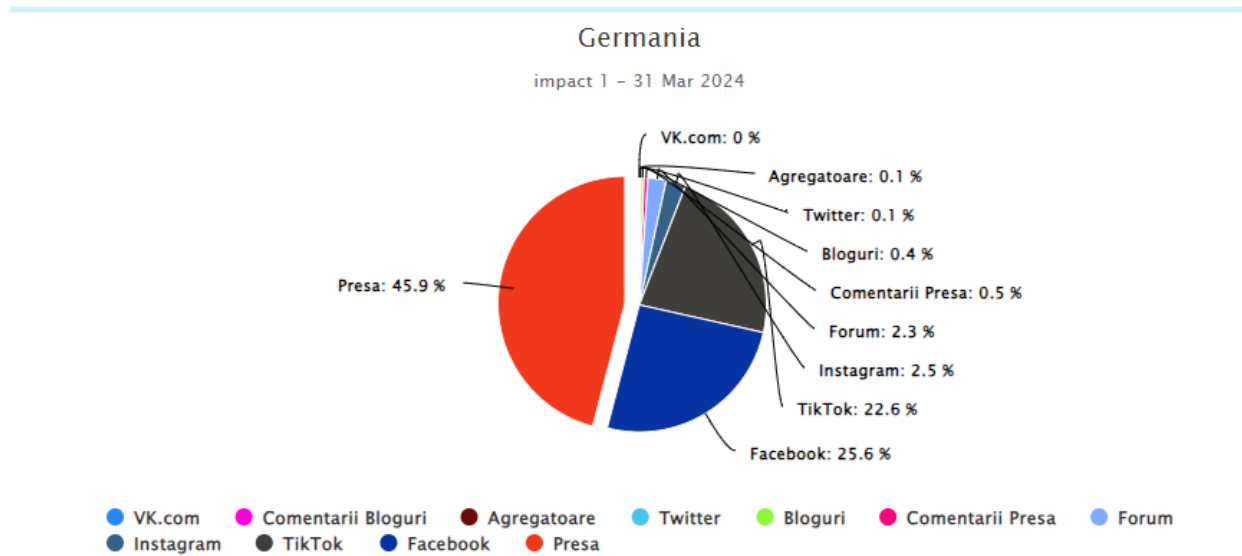
Fig. 15 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

Cele mai multe mențiuni pentru Germania se înregistrează, în continuare, în social media. Acestea au și cel mai mare impact. În raport cu luna precedentă, nu există evoluții semnificative ale mențiunilor pe rețelele sociale, dar, în cazul presei online se constată o ușoară creștere. Impactul, însă, este în creștere în cazul ambelor tipuri de surse.

## Numarul de aparitii pe tipul sursei:



## Audiența Estimată pe fiecare canal:



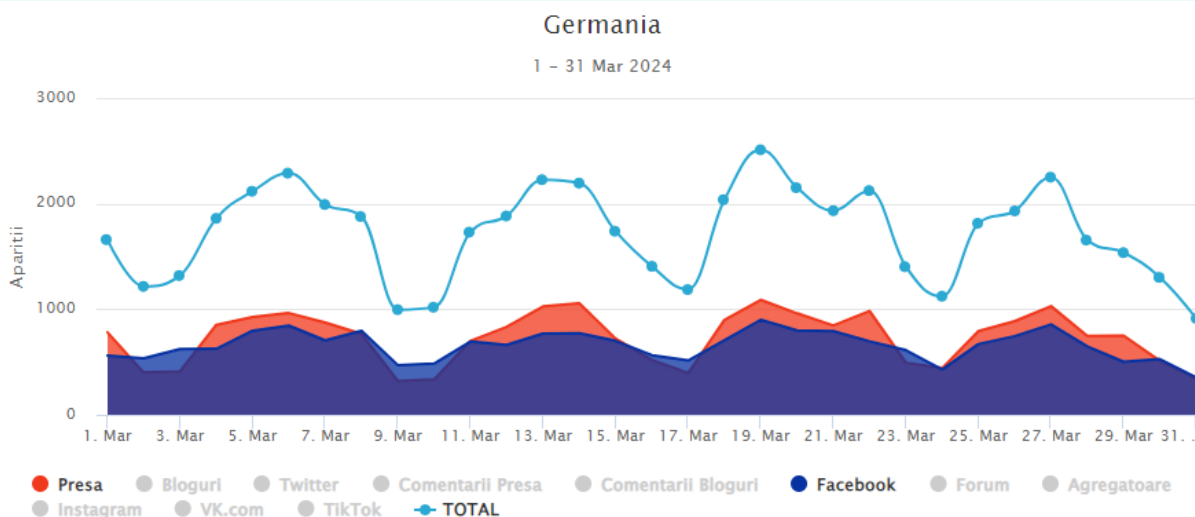
**Fig. 16 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă**

Prin comparație cu toate celelalte surse, presa online continuă să genereze cele mai multe mențiuni (42,5%, în scădere de la aproape 48%, în februarie) și se menține în fața Facebook (38%, la fel ca în februarie) chiar dacă diferența nu este foarte mare. Din perspectiva impactului, presa online este mult peste celelalte surse (cca. 46%, în ușoară scădere de la cca. 48%), inclusiv peste Facebook, care are o creștere mai degrabă nesemnificativă (de la 24,5% în februarie, la 25,6%).



## Tagcloud

ajuta Anglia Austria bani Belgia Bravo contine costa dimineata drag Duminica euro Europa fabricat Felicitari Florin Formula  
Franta Gaza George **Germania** inchise inclusiv ingrediente Italia Locul locuri Maria munca naturale Persoane  
razboi Respect Romani **Romania** Rusia salut **Salutari** seara sticla Super tara Timisoara traiesti Transport UE  
urmaresc veniti vezi ziua



**Fig. 17 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor**

Mențiunile pentru Germania au o evoluție sinusoidală, cu vârfuri relativ constante. Cele mai multe se înregistrează în data de 19 martie, în contextul extrădării din Germania a fostului primar Cătălin Cherecheș și aducerii acestuia în țară, pentru executarea pedepsei cu închisoarea, a mediatizării cheltuielilor lunare ale unui român care locuiește în Germania, precum și a datelor unui sondaj de opinie care evidențiază suportul electoral pentru extrema dreaptă în România (AUR) și Germania (AfD), realizând o proiecție a mandatelor acestor partide în viitorul Parlament European.

Cele mai puternice asocieri pentru Germania sunt cu România.

## Organizația Tratatului Atlanticului de Nord



SOCIAL MEDIA	APARITII	VIEWERSHIP	PRESA	APARITII	VIEWERSHIP
Bloguri	441	337K	Presa online	16057	22632K
Twitter	692	2086K	Agregatoare	6884	82K
Comentarii bloguri	407	41K	Comentarii presa	2616	1246K
Facebook	22120	17339K	<b>PRESA PE REGIUNI</b>		
Forumuri	1229	2130K	Presa nationala	11221	19521K
Instagram	250	1650K	Presa locala	3672	535K
VK.com	0	0	Presa regionala	392	91K
TikTok	256	8122K	<b>PRESA PE CATEGORII</b>		
<b>Total aparitii in social media</b>	<b>25395</b>	<b>31708K</b>	Generalist	7975	15789K
			Actualitate	1035	136K
			Economic	857	2245K
			Autoritati nationale	603	469K
			Politica	522	97K
			Tabloid/monden	254	371K
			Militar	166	20K

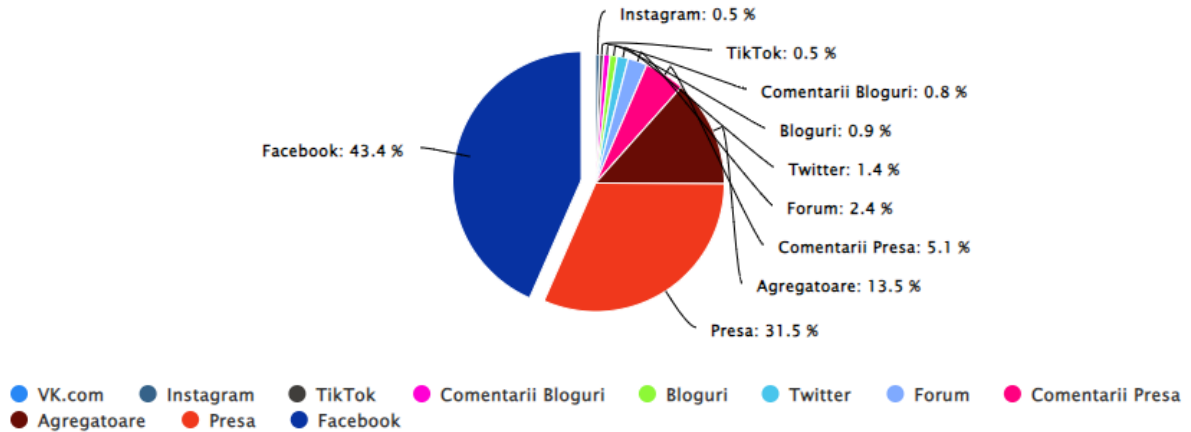
Fig. 18 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

În cazul NATO, ca și până acum, cele mai multe mențiuni sunt în social media, și, pentru prima dată de la începutul anului 2024, acestea au și cel mai mare impact. Practic, rețelele sociale depășesc presa online ca număr de vizualizări. Față de luna februarie, se înregistrează mai multe mențiuni în social media, iar în presa online numărul acestora rămâne relativ constant. Ca impact, însă, există o creștere în cazul social media și o scădere la nivelul presei online.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:

### NATO OR "Organizatia Tratatului Atlanticului de Nord"

aparitii 1 - 31 Mar 2024



Audiența Estimată pe fiecare canal:

### NATO OR "Organizatia Tratatului Atlanticului de Nord"

impact 1 - 31 Mar 2024

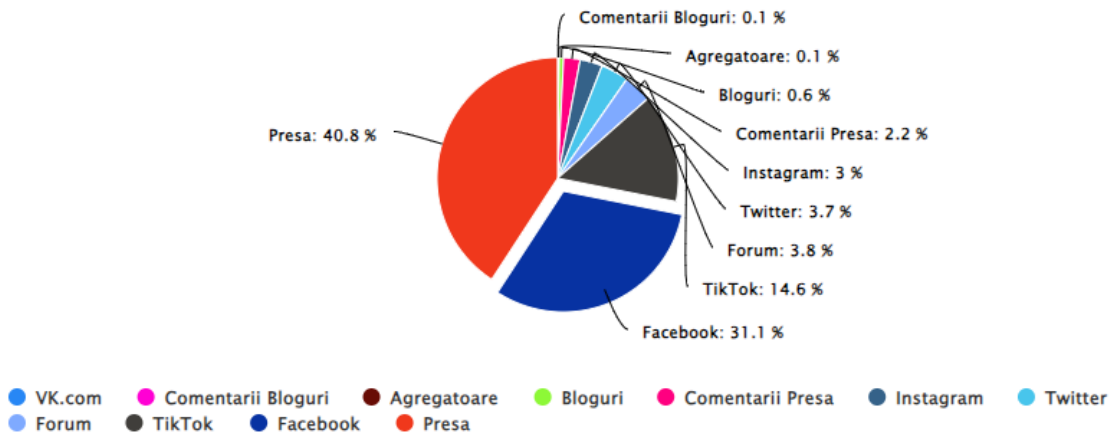


Fig. 19 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Facebook rămâne principala sursă de mențiuni pentru NATO (în creștere, de la cca. 38% în februarie, la 43%), fiind urmată de presa online (în scădere, de la aprox. 34% în februarie, la 31,5%). Din perspectiva impactului, raportul se inversează: presa online domină, dar scade semnificativ, de la 53% în februarie, la aproape 41%. Facebook continuă să crească (de la cca. 24% în ianuarie, la aproape 27% în februarie și 31% în martie).

## Tagcloud

actor aderarea Aliantei angajamentele apartenenta Atlanticului Ciolacu colectiva consolidarii constructiv continua devenit dezvoltarii  
 garantie garantiile Hawaii implinesc influent instrumentelor interiorul Iohannis Marcel NATO Negre Nord Organizatia  
 Premierul Presedintele ratificare razboi reprezinta roman Romania Romaniei romanilor Rusia Rusiei securitate siguranta  
 stabilitatea SUA Suediei fara Tratatului Trump Ucraina UE vederea vineri Ziua

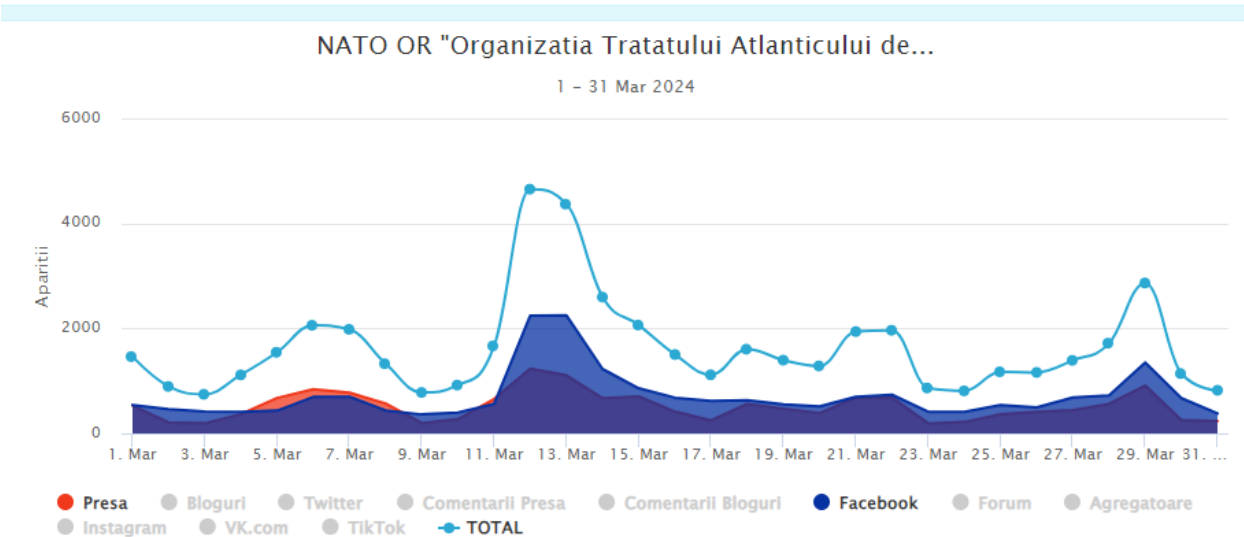


Fig. 20 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Cu excepția a două momente, unul în prima parte a lunii și unul la finalul acesteia, mențiunile pentru NATO sunt relativ constante. Vârful de mențiuni se înregistrează în perioada 12-13 martie, pe fondul anunțului președintelui Iohannis privind candidatura la șefia NATO. Se remarcă și vârful din 29 martie, când România a aniversat 20 de ani de la depunerea oficială a instrumentelor de aderare la NATO, avioane poloneze și aliate au fost mobilizate în urma unui atac intens cu rachete al Rusiei asupra teritoriului ucrainean și, în spațiul mediatic, se discută despre un raport al Bundestagului care arată că Dreptul internațional îi permite unei țări NATO să trimită trupe în Ucraina.

Cele mai puternice asocieri pentru NATO sunt cu România și cu termeni precum „securitate”, „apartenență”, „garanție”.

## Franța

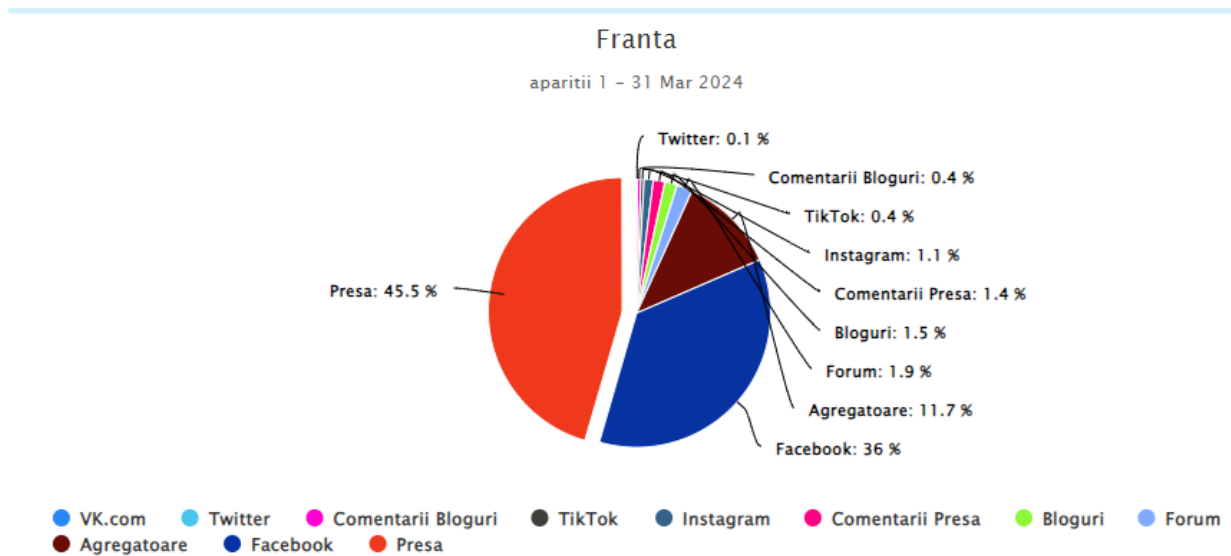


SOCIAL MEDIA	APARIȚII	VIEWERSHIP	PRESA	APARIȚII	VIEWERSHIP
Bloguri	584	386K	Presa online	18270	28505K
Twitter	46	39K	Agregatoare	4690	58K
Comentarii bloguri	159	12K	Comentarii presa	560	258K
Facebook	14398	12279K	<b>PRESA PE REGIUNI</b>		
Forumuri	747	986K	Presa nationala	11725	24408K
Instagram	427	2308K	Presa locala	4064	1806K
VK.com	0	0	Presa regionala	453	307K
TikTok	159	2235K	<b>PRESA PE CATEGORII</b>		
<b>Total aparitii in social media</b>	<b>16520</b>	<b>18248K</b>	Generalist	7494	17292K
			Economic	1302	3409K
			Sportiv	952	1779K
			Actualitate	753	217K
			Autoritati nationale	569	622K
			Politica	332	114K
			Tabloid/monden	300	614K

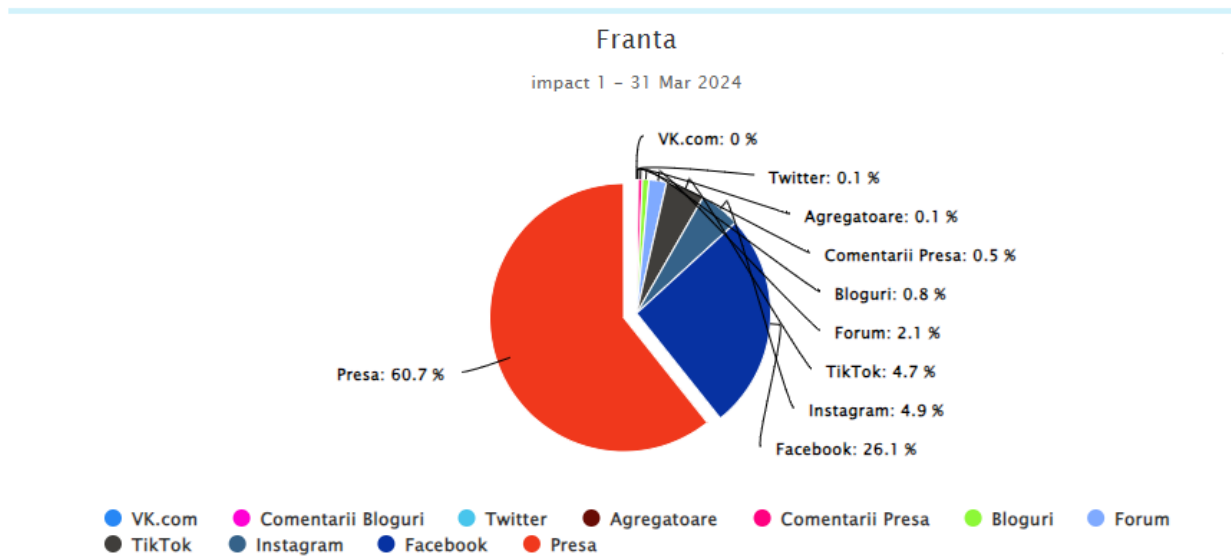
Fig. 21 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

Cele mai multe mențiuni pentru Franța sunt în presa online; acestea au și cel mai mare impact. Față de luna februarie, numărul de apariții, dar și impactul acestora scad în cazul rețelelor sociale, dar cresc în cazul presei online.

## Numarul de aparitii pe tipul sursei:



## Audiența Estimată pe fiecare canal:



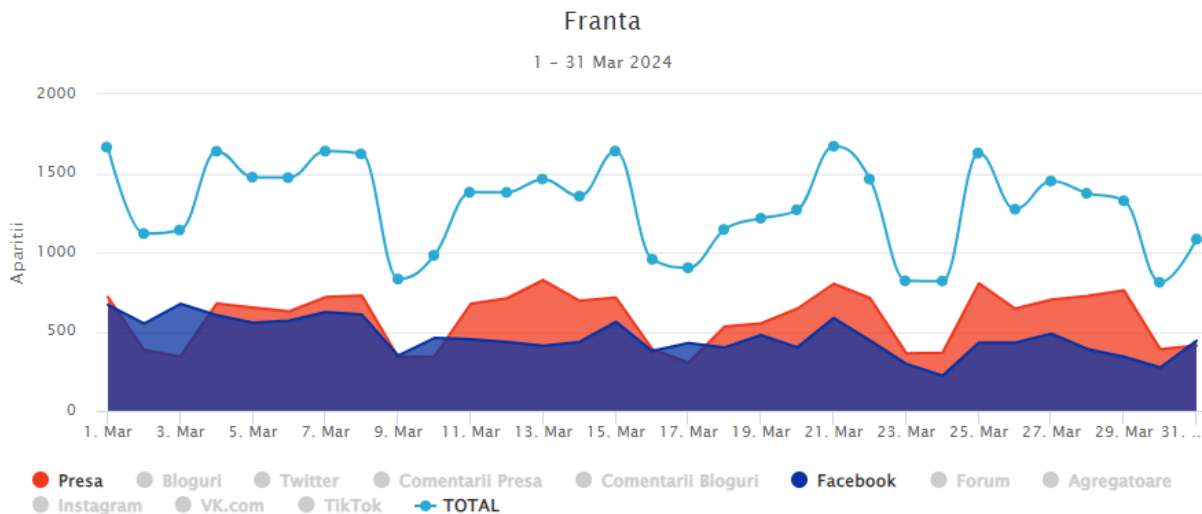
**Fig. 22 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă**

Presă online surclasează Facebook și generează cele mai multe mențiuni (45,5%, în creștere de la cca. 40% în februarie). Contribuția Facebook la numărul total de mențiuni scade semnificativ, de la aproape 44% în februarie, la 36%. Din perspectiva impactului, presa online își consolidează poziția (aproape 61%, în creștere de la cca. 56% în februarie), fiind la mare distanță de Facebook (26%).



## Tagcloud

alerta amplificata ANGLIA apararii atacuri avort avortul blinde Constituție departamente devenit devine dreptul duminica Emmanuel euro francez **Franta Germania** inscrie Italia locuiesc lume Macron MAE Maia milioane ministrul Moldova Moscova nivelul Paris pat plosnitelor post prezent Psihoza rachete romani **Romania** Rusia Sandu Spania tara trimite Ucraina Ucrainei UE vehicule vineri



**Fig. 23 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor**

Mențiunile pentru Franța au o evoluție sinusoidală, amplitudinea vârfurilor fiind relativ constantă pe parcursul lunii. Se remarcă cele din: 1 martie, cu mențiuni asociate în principal războiului din Ucraina, pe fondul discuțiilor din Franța pe tema susținerii Kievului; 15 martie, în contextul unei întâlniri, la Berlin, dintre Olaf Scholz și Emmanuel Macron, vizând compatibilizarea pozițiilor și identificarea unor soluții pentru a susține Ucraina; 21 martie, pe fondul unor informații diverse privind războiul din Ucraina, dar și domenii precum economia, turismul, piața auto, piața de retail etc.

Cele mai puternice asocieri pentru Franța sunt cu Germania. Se remarcă și asocierile cu Ucraina, Rusia sau Moldova.

## Marea Britanie



SOCIAL MEDIA	APARITII	VIEWERSHIP	PRESA	APARITII	VIEWERSHIP
Bloguri	480	309K	Presa online	17042	27049K
Twitter	28	99K	Agregatoare	5479	60K
Comentarii bloguri	76	6K	Comentarii presa	250	105K
Facebook	9607	10395K	<b>PRESA PE REGIUNI</b>		
Forumuri	458	391K	Presa nationala	11983	21992K
Instagram	272	1373K	Presa locala	3821	781K
VK.com	0	0	Presa regionala	372	140K
TikTok	314	6686K	<b>PRESA PE CATEGORII</b>		
<b>Total aparitii in social media</b>	<b>11235</b>	<b>19261K</b>	Generalist	7081	14800K
			Sportiv	1431	2177K
			Economic	1203	3043K
			Actualitate	692	98K
			Tabloid/monden	463	640K
			Autoritati nationale	406	359K
			Politica	233	67K

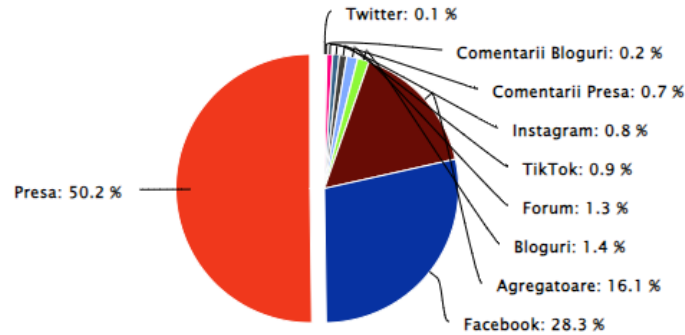
Fig. 24 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

În continuare, 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 cresc, în cazul ambelor tipuri de surse.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:

### "Marea Britanie" OR "Regatul Unit" OR Anglia

aparitii 1 - 31 Mar 2024

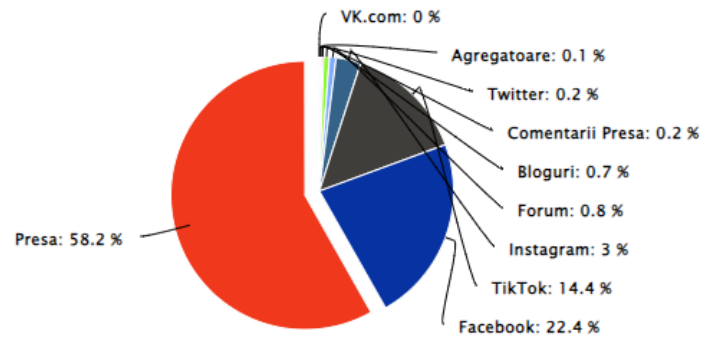


● VK.com    ● Twitter    ● Comentarii Bloguri    ● Comentarii Presa    ● Instagram    ● TikTok    ● Forum    ● Bloguri  
● Agregatoare    ● Facebook    ● Presa

Audiența Estimată pe fiecare canal:

### "Marea Britanie" OR "Regatul Unit" OR Anglia

impact 1 - 31 Mar 2024



● VK.com    ● Comentarii Bloguri    ● Agregatoare    ● Twitter    ● Comentarii Presa    ● Bloguri    ● Forum  
● Instagram    ● TikTok    ● Facebook    ● Presa

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

Presă online generează jumătate din mențiuni (50%, în ușoară scădere, de la 52% în februarie), fiind urmată, la distanță, de Facebook (cca. 28%, puțin peste procentul înregistrat luna anterioară - cca. 27%). Presă online domină și din punct de vedere al impactului (cca. 58%, față de 59% în februarie) și se menține cu mult (mai mult decât dublu) în fața Facebook (puțin peste 22%, fără o evoluție semnificativă față de luna precedentă).

Tagcloud

ambasador Andrew Anglia armatei autoritatilor britanic britanici **Britanie** Britanii copii copiii declarat drag drone fostul Germania Kate lire Londra mama **Marea** Marii Moscova Nord numit obligata persoane plasament recent **Regatul** retinuti roman **Romania** scoala stabilit Statele sterline strainatate SUA tara Tate trimita Tristan Ucraina Ucrainei ucrainene **Unit** Unite Valeri Zalujni

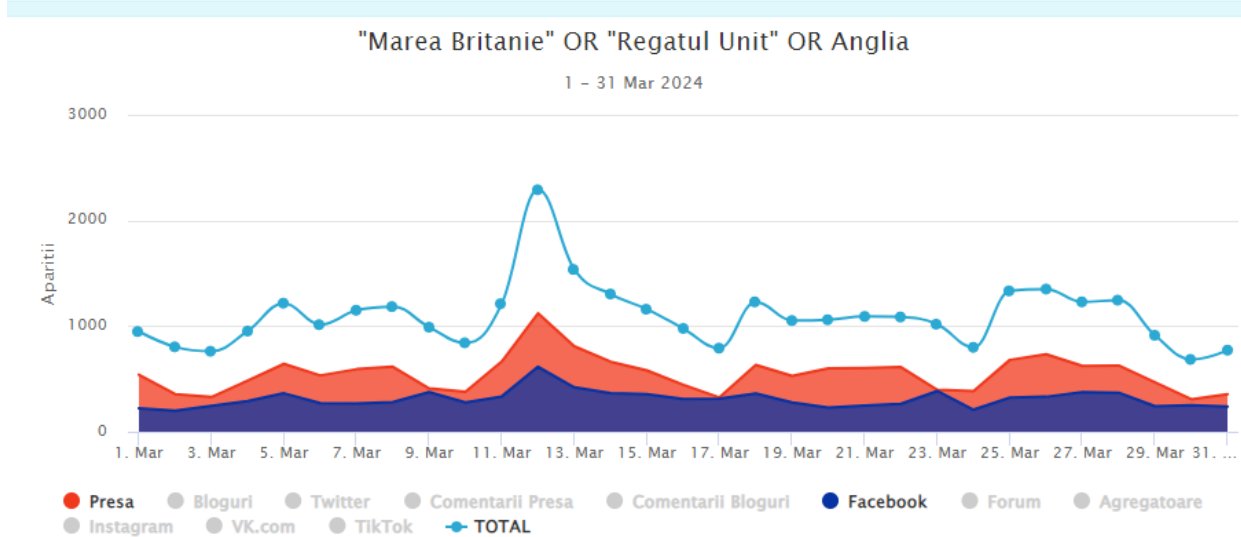


Fig. 26 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor

Mențiunile pentru Marea Britanie sunt relativ constante, cu excepția vârfului din 12 martie, când Curtea de Apel București a decis să pună în executare mandatele europene de arestare emise de autoritățile din Marea Britanie pe numele fraților Tate, dar după soluționarea dosarului în care cei doi au fost trimiși în judecată în România, președintele Klaus Iohannis a anunțat că va candida la șefia NATO și presa sportivă discută despre un posibil transfer în Premier League al unui jucător de la Rapid.

Cele mai puternice asocieri pentru Marea Britanie sunt cu Ucraina, România și frații Tate.

## China

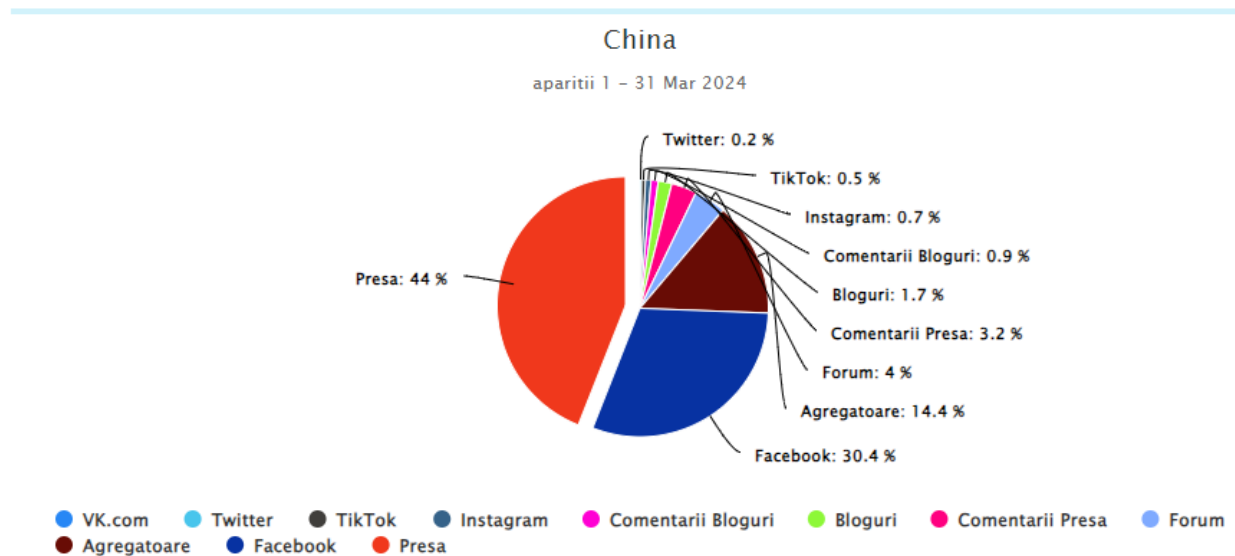


SOCIAL MEDIA	APARITII	VIEWERSHIP	PRESA	APARITII	VIEWERSHIP
Bloguri	419	252K	Presa online	10910	17076K
Twitter	52	103K	Agregatoare	3561	40K
Comentarii bloguri	211	14K	Comentarii presa	798	359K
Facebook	7526	17399K	<b>PRESA PE REGIUNI</b>		
Forumuri	993	1380K	Presa nationala	7779	15987K
Instagram	171	720K	Presa locala	2059	768K
VK.com	0	0	Presa regionala	208	131K
TikTok	121	799K	<b>PRESA PE CATEGORII</b>		
<b>Total aparitii in social media</b>	<b>9493</b>	<b>20670K</b>	Generalist	4060	10104K
			Economic	1375	3506K
			Actualitate	383	103K
			Sportiv	280	977K
			Autoritati nationale	241	199K
			IT&C	197	278K
			Auto-moto	182	164K

Fig. 27 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

Cele mai multe mențiuni pentru China sunt în presa online, dar cele din social media au un impact mai mare. Față de luna februarie, numărul de mențiuni din social media scade ușor, iar cel din presa online rămâne relativ constant (deși, strict numeric, există o ușoară creștere). Din perspectiva impactului, presa online rămâne la același nivel (deși, la rigoare, există o ușoară scădere), în timp ce rețelele sociale înregistrează o scădere (mai accentuată decât presa online).

Numarul de aparitii pe tipul sursei:



Audiența Estimată pe fiecare canal:

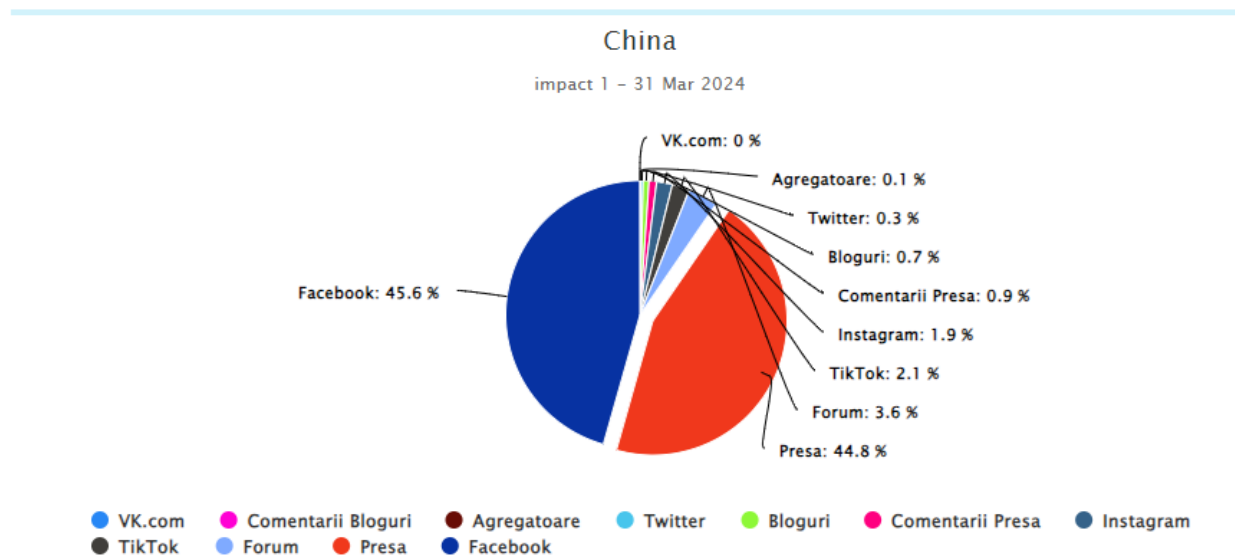


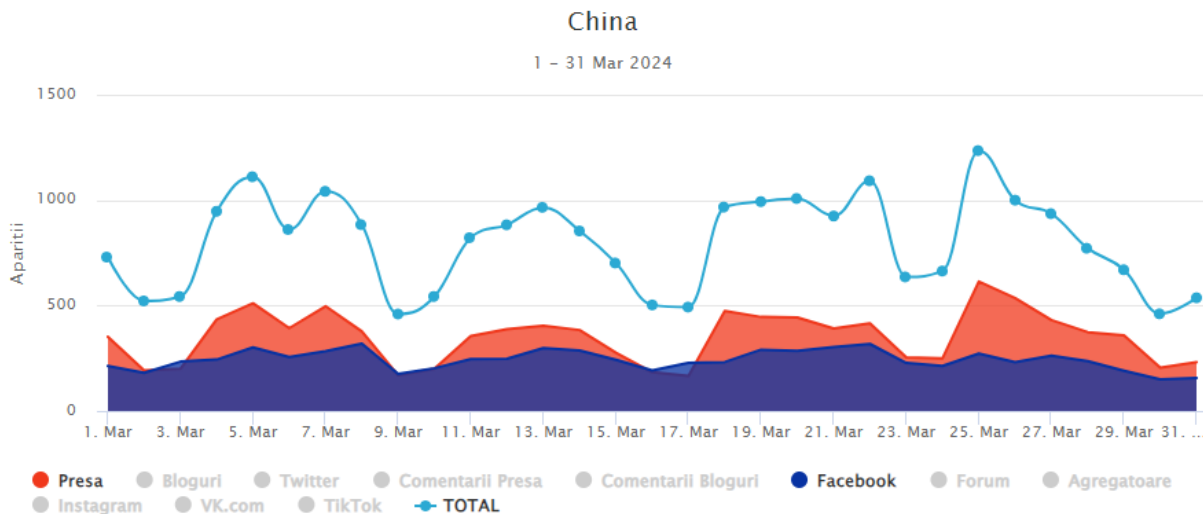
Fig. 28 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Presă online continuă să genereze cele mai multe mențiuni, în creștere de la 41% în ianuarie și februarie, la 44%. Este urmată de Facebook, care scade de la 33,5% în februarie, la cca. 30%. Ca impact, Facebook și presa online sunt foarte apropiate, Facebook menținându-se la 45-46%, iar presa online fiind în creștere de la 41% în februarie, la aproape 45%.



## Tagcloud

AMD americane Andrea ataca australia Britanie **China** Chinei Compagno computerele Coreea declarat electrice Europa gol guvernamentale hainelor India instaleze Intel International Iranul is Lege Made Marea NATO Nord nuclear piata produse produsele reactor refugiatii Romania **Rusia** Stirea SUA taiwan tara tari taxa trecut tube Ucraina UE Vin viza vizita Zilei



**Fig. 29 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor**

Vârfurile de mențiuni pentru China sunt relativ constante ca amplitudine, deși au o ușoară scădere la mijlocul lunii martie, urmată de o creștere și un vârf maxim în data de 25 martie, pe fondul competiției tehnologice dintre China și Occident și a discuțiilor din spațiul mediatic despre rol geopolitic și economic al Beijingului.

Cele mai puternice asocieri pentru China sunt cu Rusia.

## Israel

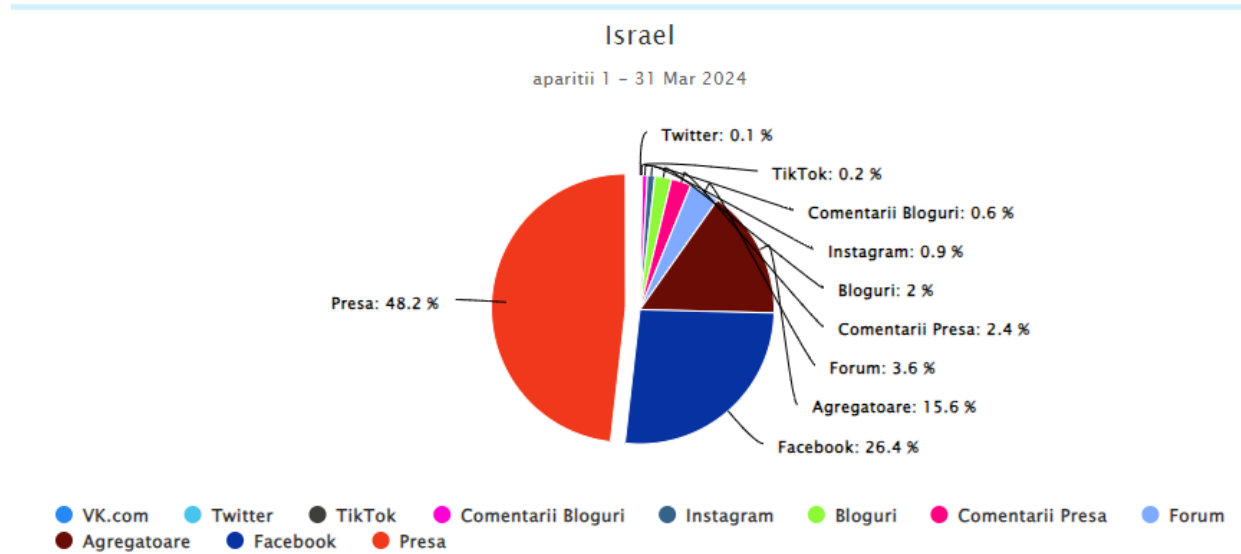


SOCIAL MEDIA	APARITII	VIEWERSHIP	PRESA	APARITII	VIEWERSHIP
Bloguri	309	173K	Presa online	7562	11395K
Twitter	20	43K	Agregatoare	2438	30K
Comentarii bloguri	98	6K	Comentarii presa	378	160K
Facebook	4134	2541K	<b>PRESA PE REGIUNI</b>		
Forumuri	562	563K	Presa nationala	5640	9880K
Instagram	134	617K	Presa locala	1484	305K
VK.com	0	0	Presa regionala	136	39K
TikTok	32	553K	<b>PRESA PE CATEGORII</b>		
<b>Total aparitii in social media</b>	<b>5289</b>	<b>4501K</b>	Generalist	3281	7516K
			Sportiv	428	657K
			Actualitate	356	62K
			Autoritati nationale	351	275K
			Economic	332	733K
			Politica	134	46K
			Tabloid/monden	121	249K

Fig. 30 Mențiuni și vizualizări în funcție de tipul sursei

În continuare, presa online este peste social media, atât ca număr de mențiuni, dar mai ales ca vizualizări (impact mai mult decât dublu în presa online comparativ cu rețelele sociale). Față de luna precedentă, ambii indicatori sunt în scădere, atât în cazul presei online, cât și al social media.

Numarul de aparitii pe tipul sursei:



Audiența Estimată pe fiecare canal:

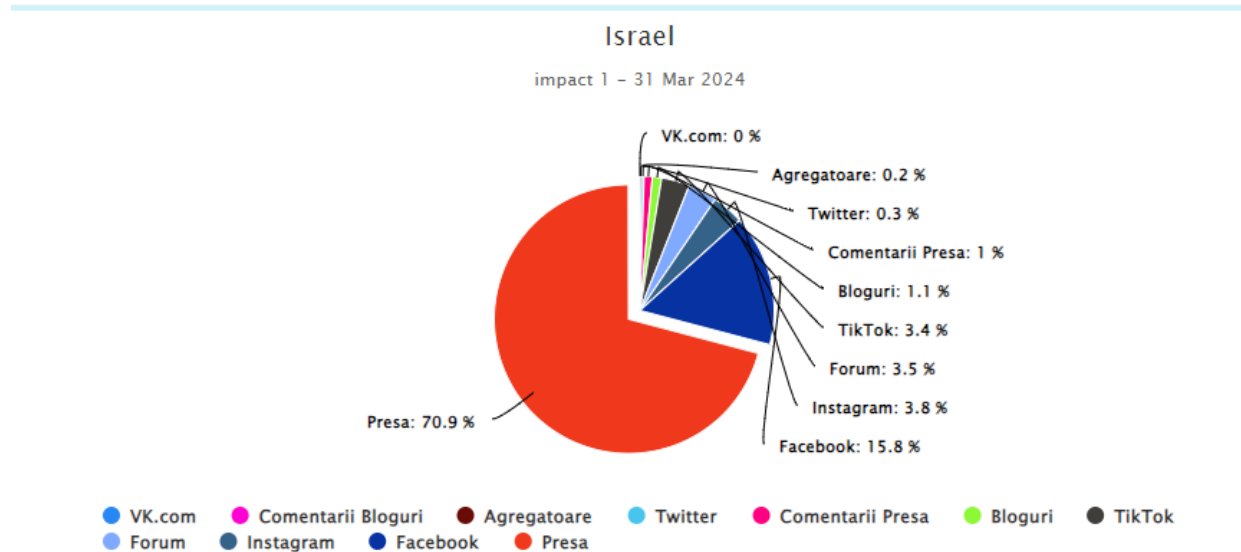
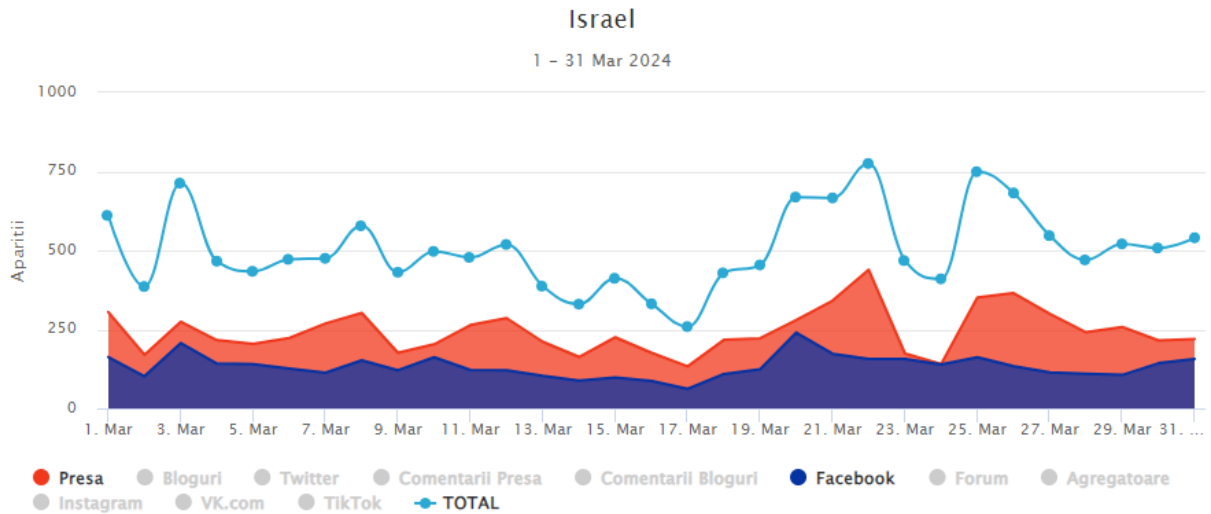


Fig. 31 Apariții și audiența estimată (%) în funcție de sursă

Presa online contribuie cu aproape jumătate din numărul de mențiuni pentru Israel (cca. 48%, în creștere de la 44,5% în februarie), fiind urmată, la distanță, de Facebook (cca. 26%, în ușoară creștere de la aproape 25% în februarie). În privința impactului, presa online își menține dominația, dar continuă să scadă, de la 76% în ianuarie, la aproape 74% în februarie și cca. 71% în martie.

## Tagcloud

alegeri american arme armistițiu autorizat avioane Biden bombe Bosnia Cairo Christians Chuck Conferința Danemarca declarat domnul  
duminica Dumnezeu Eurovision Fasia focului Gaza Hamas International is Islanda Israel Israel-Hamas judecata lupta  
ministrul Mossad negocierile Netanyahu on ONU Palestina palestinieni poporul război războiul reluate România Rugaciune Schumer stat  
statul SUA Ucraina Unite



**Fig. 32 Asocieri ale mențiunilor. Evoluția mențiunilor**

Mențiunile pentru Israel cresc în două parte a lunii, cu un volum maxim în data de 22 martie, pe fondul acțiunii militare israeliene în Fâșia Gaza, a semnalelor internaționale privind încetarea focului, precum și a unor informații din sport (meciul de fotbal dintre Islanda și Israel, în semifinalele play-off-ului pentru Euro 2024) sau din domeniul cultural-artistic (biografia actriței Tora Vasilescu la împlinirea vârstei de 73 de ani). Se remarcă și vârful din 25-26 martie, în contextul adoptării de către Consiliul de Securitate al ONU a unei rezoluții care solicită încetarea focului în Fâșia Gaza și a tensionării relațiilor dintre Israel și SUA, după ce partea americană s-a abținut de la vot (nu a folosit dreptul de veto, așa cum a făcut-o în alte ocazii).

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