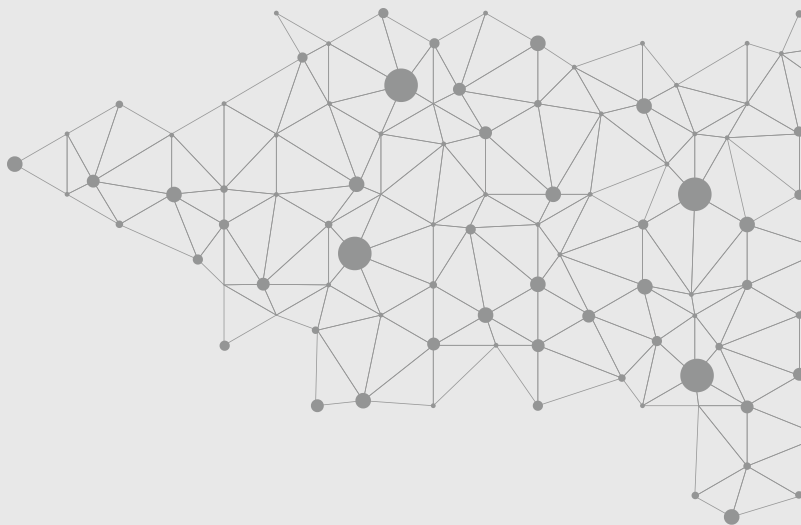


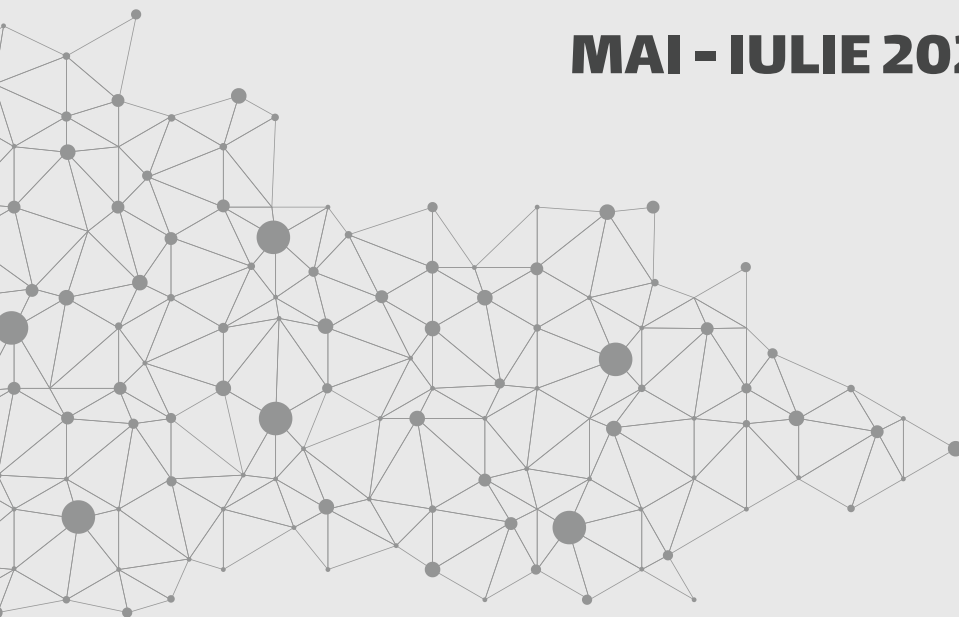


**Raport realizat de Comunitatea pentru
advocacy și politici publice
„WatchDog.MD”**



CAMPANIILE DE DEZINFORMARE ALE KREMLINULUI ȘI OLIGARHILOR FUGARI PE PLATFORMELE META ȘI YOUTUBE

MAI - IULIE 2025



Autori:

**Andrei Rusu
Andrei Curăraru**

Rezumat

În perioada 30 aprilie – 28 iulie, Federația Rusă, prin rețeaua condusă de oligarhul Ilan Șor, și mai mulți actori politici locali au sponsorizat 1.505 reclame pe platformele Meta, cu un buget total estimat la **45.000 EURO**. Pe platforma YouTube, Șor și Natalia Morari au plasat 319 reclame, suma cărora nu poate fi aflată.

Analiza relevă **concentrarea fără precedent a resurselor într-un singur nucleu: rețeaua Ilan Șor.**

- **88,1%** din reclamele Meta și **70,4%** din buget sunt atribuite acestui actor.
- **MD24** funcționează ca **nod proxy major**, rulând **~69%** din totalul reclamelor lui Șor, fiind apoi șters de Meta.
- **Diversificarea tactică** este evidentă: Șor combină pagini oficiale, proxy media și pagini anonime pentru a fragmenta riscul și a crește acoperirea. Acest model reduce vizibilitatea sursei primare și creează **redundanță operațională**: chiar și după eliminarea MD24, distribuția reclamelor continuă prin pagini anonime și conturi individuale.

Ilan Șor a crescut considerabil bugetele pentru sponsorizare, alocând **31.687 de euro pentru 1326 reclame**. Paginile finanțate de acesta aparțin politicienilor Vasile Tarlev, Victoria Furtună, Partidul „Republican INIMA Moldovei”, Partidul politic „Moldova Mare” și postului TV „MD24”. Totodată, acesta a reactivat și sponsorizările pe pagini anonime cu denumiri patriotice cum ar fi: Știri din Moldova, Сильная Молдова și News Moldova.

După cheltuieli, Șor este urmat de Andrei Năstase, care a alocat aproximativ **10.000 de euro pentru 110 reclame**. Pentru prima dată, în cadrul monitorizării apare Partidul „Mișcarea Respect Moldova”, condus de către Marian Lupu, fost președinte al Partidului Democrat din Republica Moldova. **Marian Lupu a alocat 3.373 de euro pentru 61 de reclame.**

- În perioada monitorizată principalele narrative propagandistice promovate prin intermediul reclamelor de pe Meta și YouTube au fost:
- Guvernarea PAS va fraudă alegerile parlamentare în diasporă;
- Guvernarea PAS persecută Biserica Ortodoxă din Moldova;
- Guvernarea PAS a sărăcit Moldova;
- PAS a impus cenzura în Moldova;
- UE și PAS au distrus agricultura moldovenească;
- Bugeacul aparține Republicii Moldova și nu Ucrainei;
- Moldova nu va deveni niciodată membră UE.



Aceste campanii au ca obiectiv subminarea parcursului pro-european al Republicii Moldova, destabilizarea climatului politic și erodarea încrederii în instituțiile statului. Drept consecință, comunicarea slabă a autorităților și a partidelor pro-europene contribuie la diminuarea încrederii în direcția europeană a țării. În contextul alegerilor parlamentare autoritățile, în colaborare cu societatea civilă, trebuie să-și intensifice eforturile de combatere a dezinformării, informând activ publicul și solicitând platformelor digitale să prevină ingerințele electorale.

- Între **30 aprilie și 28 iulie 2025**, au fost identificate **1.505 reclame** sponsorizate pe platformele Meta, cu un buget total de aproximativ **45.000 EUR**. **Ilan Șor** domină sponsorizările: **1.326 reclame** ($\approx 88\%$ din volum), cu **31.687 EUR cheltuiți**. Urmează **Andrei Năstase** (**110 reclame**, ~ 10.000 EUR) și **Partidul „Respect Moldova” al lui Marian Lupu** (**61 reclame**, **3.373 EUR**). **Natalia Morari** a mutat activitatea pe YouTube, unde a sponsorizat doar 4 reclame pe **Meta** (~ 399 EUR), dar a promovat masiv conținut video (vezi secțiunea YouTube). **Lipsesc datele oficiale** privind cheltuielile și audiențele pentru YouTube, din cauza neactivării etichetei „political ads” de către Google.



Introducere

În Kremlinul își intensifică campaniile de dezinformare în spațiul online din Republica Moldova pentru a deturna rezultatul alegerilor parlamentare din 28 septembrie. Unul din instrumentele utilizate de Moscova în războiul hibrid este sponsorizarea reclamelor ce promovează dezinformarea pe platformele Meta și YouTube. Principalul finanțator al reclamelor pe aceste platforme rămâne în continuare a fi oligarhul fugar Ilan Șor, ascuns la Moscova de justiția moldovenească.

Pe lângă paginile anonime folosite pentru a răspândi dezinformare și a promova imaginea grupării pe care o conduce, Ilan Șor continuă să investească masiv în reclame sponsorizate. Acestea sunt difuzate prin pagini asociate cu politicienii Irina Vlah, Victoria Furtună și Vasile Tarlev, candidați susținuți de oligarh la alegerile prezidențiale.

Publicația „Ziarul de Gardă” a demonstrat, într-o investigație, că Victoria Furtună a fost susținută deschis de rețeaua criminală Șor la alegerile prezidențiale. Conform surselor „Ziarului de Gardă”, rețeaua Șor a primit, în ziua tăcerii, indicații să voteze pentru Vasile Tarlev sau Irina Vlah, în cazul în care Victoria Furtună ar fi fost exclusă din cursa electorală pentru funcția de președinte al țării. Furtună a fost inclusă în lista de sancțiuni a Uniunii Europene alături de alți membri ai grupării Șor pentru acțiuni de destabilizare a Republicii Moldova, manifestate în special prin cumpărarea de voturi și încercarea de influențare a rezultatelor prezidențialelor și referendumului din toamna trecută.

Publicația „Cu SENS” a demonstrat, într-o altă investigație, cum rețeaua criminală Șor i-a organizat lui Vasile Tarlev întâlniri cu simpatizanți plătiți pentru a participa la evenimente cu acest candidat. Tarlev, alături de propagandista Natalia Morari și primarul de Chișinău, Ion Ceban, au interdicția de a intra pe teritoriul spațiului Schengen „din motive ce țin de considerente de siguranță națională a României”.

Toți cei trei candidați și-au înființat partide cu care intenționează să participe la alegerile parlamentare din acest an:

- **Partidul „Viitorul Moldovei”**, condus de Vasile Tarlev. Formațiunea pledează pentru relații apropiate cu Federația Rusă și critică parcursul european al Republicii Moldova. Totodată, partidul promovează ideea că „Moldova își pierde valorile tradiționale din cauza Occidentului”.
- **Partidul Republican „Inima Moldovei”**, condus de Irina Vlah. Potrivit lui Vlah, partidul său pledează pentru „neutralitatea” Republicii Moldova. Aceasta acuză guvernarea PAS, UE și NATO că „militarizează Moldova pentru a o implica în războiul din Ucraina”.



Formațiunea nu a condamnat niciodată Rusia pentru încălcarea neutralității Republicii Moldova prin ocuparea regiunii transnistrene.

- **Partidul Politic „Moldova Mare”**, condus de Victoria Furtună. Formațiunea se declară a fi una „cu vocație europeană”, deși Furtună critică Uniunea Europeană și a pledat împotriva aderării Republicii Moldova la spațiul comunitar.

Oligarhul Veaceslav Platon a fost mai puțin vizibil în perioada 30 aprilie - 28 iulie, pe platforma Meta, ca urmare a reținerii sale de către autoritățile britanice la data de 14 martie. Însă, contul de YouTube al Nataliei Morari, cu care are împreună un copil și pe care o finanța anterior și pe Facebook, și-a crescut considerabil numărul de reclame pe platforma YouTube. Odată cu eliberarea sub cauțiune a lui Platon de către autoritățile britanice, presupunem că acesta va începe să reia finanțarea reclamelor pe YouTube și Meta ale conturilor asociate propagandistei Nataliei Morari.

Pentru prima dată, în cadrul monitorizării apare Partidul „Mișcarea Respect Moldova”, condus de către Marian Lupu, fost președinte al Partidului Democrat din Republica, funcție pe care a preluat-o ulterior oligarhul Vladimir Plahotniuc și a deținut-o până la fuga sa din Republica Moldova în iunie 2019. Formațiunea politică a fost înființată de către Eugeniu Nichiforciuc, acuzat de ex-președintele țării, Vladimir Voronin, că ar fi încercat să o corupă pe deputata comunistă, Elena Bondarenco, să treacă în fracțiunea controlată de Vladimir Plahotniuc.

Andrei Năstase, care candidează la alegerile parlamentare din 28 septembrie drept candidat independent, a devenit liderul absolut al cheltuielilor de pe un singur cont pe platforma Meta în perioada monitorizată. Năstase, care în trecut a fost liderul protestelor împotriva regimului Plahotniuc, astăzi a ajuns să promoveze manipulări despre foștii săi colegi din Blocul ACUM, despre procesele democratice din Republica Moldova și procesul de integrare europeană a țării.

Această analiză evidențiază interconectarea surselor de propagandă: pagini oficiale de partid, proxy media (ex. MD24, Canal5) și pagini anonime. Folosirea sincronizată a acestor canale reduce costul de moderare și crește exponențial acoperirea narativelor.

În raportările viitoare, această arhitectură va fi monitorizată printr-o **hartă de infrastructură digitală** pentru a urmări fluxurile dintre sponsori, conturi și platforme.



Se conturează un **ecosistem coordonat** cu trei niveluri distincte:

- **Nivel 1** – actori vizibili (Șor, Tarlev, Furtună, Vlah, Lupu) → furnizează legitimitate publică;
- **Nivel 2** – **proxy media** (MD24, Canal5) → maximizează volum, sacrificabile dacă sunt blocate;
- **Nivel 3** – **pagini anonime** („Știri din Moldova”, „Сильная Молдова”, „News Moldova”, „Believe Media”, „Moldoshow”) → testare de narațiuni, targetare segmentată, evitare moderare.

Corelarea fluxurilor de sponsorizare sugerează o strategie deliberată de compartimentare a riscului.”

Cheltuieli pe platforma Meta în perioada 30 aprilie - 28 iulie

Oligarhul fugar Ilan Șor a cheltuit, în perioada 30 aprilie - 28 iulie, circa 32.000 de euro pentru promovarea a 1326 de reclame pe Facebook și Instagram. Paginile finanțate de acesta aparțin politicienilor Vasile Tarlev, Victoria Furtună, Partidul „Republican INIMA Moldovei”, Partidul politic „Moldova Mare” și postului TV „MD24”. Totodată, acesta a reactivat și sponsorizările pe pagini anonime cu denumiri patriotice cum ar fi: Știri din Moldova, Сильная Молдова și News Moldova. Paginile anonime utilizează categoriile „Site web media/de știri”, „Ziar” sau „Companie de producție media și difuzare” pentru a crea iluzia că aparțin unor instituții media legitime. Paginile afiliate postului TV „MD24” au fost șterse ulterior de către Meta, însă au reușit să sponsorizeze în perioada monitorizată 916 reclame pentru care s-au cheltuit 12.866 de euro.

Dintre politicienii afiliați lui Ilan Șor, Irina Vlah și Partidul „*Republican INIMA Moldovei*” au cheltuit **10.125 de euro** pentru **185 de reclame**. Aceștia sunt urmați de **Victoria Furtună** și **Partidul politic „Moldova Mare”**, care au cheltuit **5480 de euro** pentru **77 de reclame**. **Vasile Tarlev** a cheltuit de pe pagina sa oficială doar **2604** pentru **139 de reclame**.

Analiza datelor Meta arată **pachete distincte de tactici**:

- **Rețele-purtătoare (ex. MD24)** → volum masiv, risc de sacrificare după detectare.
- **Paginile anonime** → testare de narațiuni cu risc scăzut.
- **Pagini oficiale de partid** → legitimează mesajele.

Această structură permite coordonatorilor să distribuie riscurile și să maximizeze impactul.



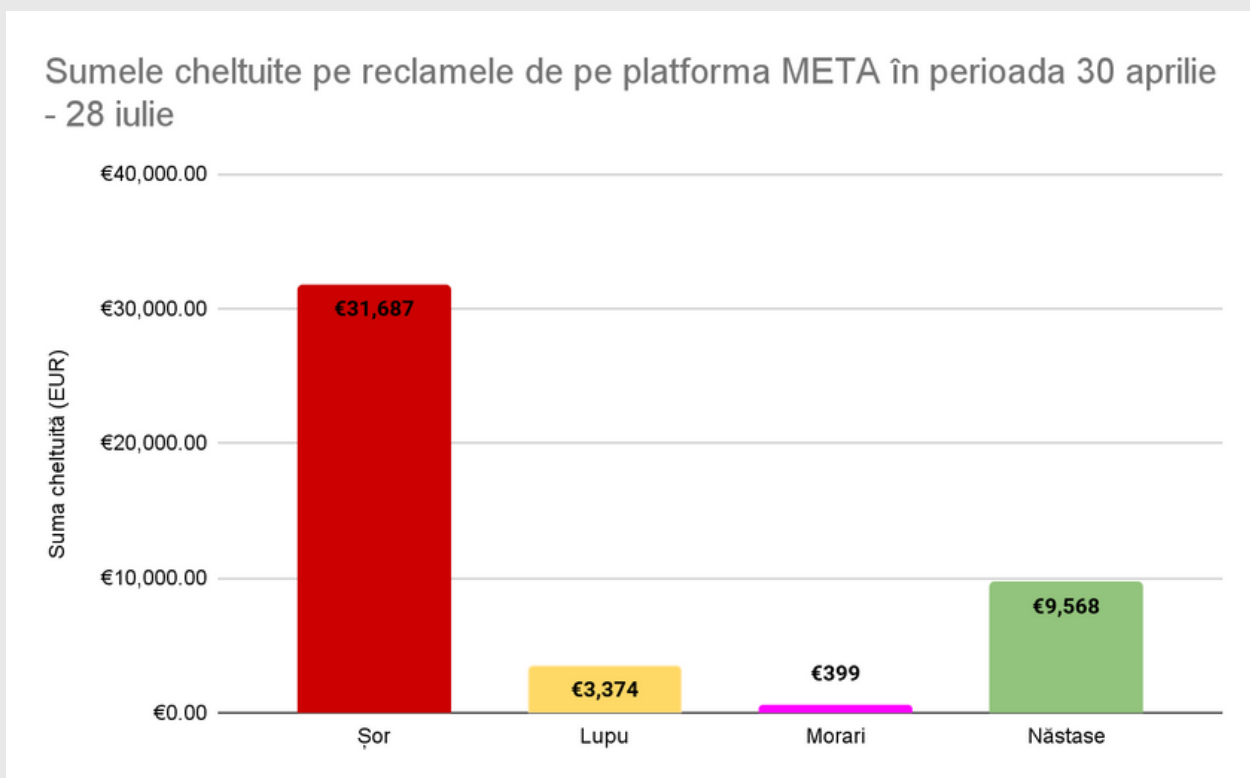


Fig.1 - Comparație între cheltuielile paginilor afiliate lui Ilan Șor, Marian Lupu, Nataliei Morari și Andrei Năstase în perioada 30 aprilie - 28 iulie.

Andrei Năstase este unicul personaj politic din Moldova, care într-o perioadă de **90 de zile** a reușit să promoveze de pe un singur cont **110 reclame** în valoare de aproximativ **10.000 de euro**.

Partidul „Respect Moldova” și liderul acestuia, Marian Lupu, au preluat tactica lui Ilan Șor de a se promova prin intermediul paginilor anonime, pe lângă paginile oficiale. Astfel, Lupu și partidul său au fost promovați de către paginile anonime „***Believe Media***” și „***Moldoshow***”, care se prezintă în descriere ca „Organizație non-guvernamentală (ONG)” și „Emisiune sau serial TV”. În total, paginile afiliate lui Marian Lupu și partidul pe care îl conduce au sponsorizat **61 de reclame** pentru suma de **3373 de euro**.

În cazul sponsorizărilor lui Nataliei Morari, asociată cu oligarhul Veaceslav Platon, sumele alocate pentru reclame au scăzut în comparație cu perioada 01 - 30 martie. Astfel, în perioada 30 aprilie - 29 iulie, Morari a cheltuit **399 de euro pentru 4 reclame**. Aceasta se datorează faptului că Morari și-a mutat activitatea în mare parte pe platforma YouTube, unde își promovează conținutul.

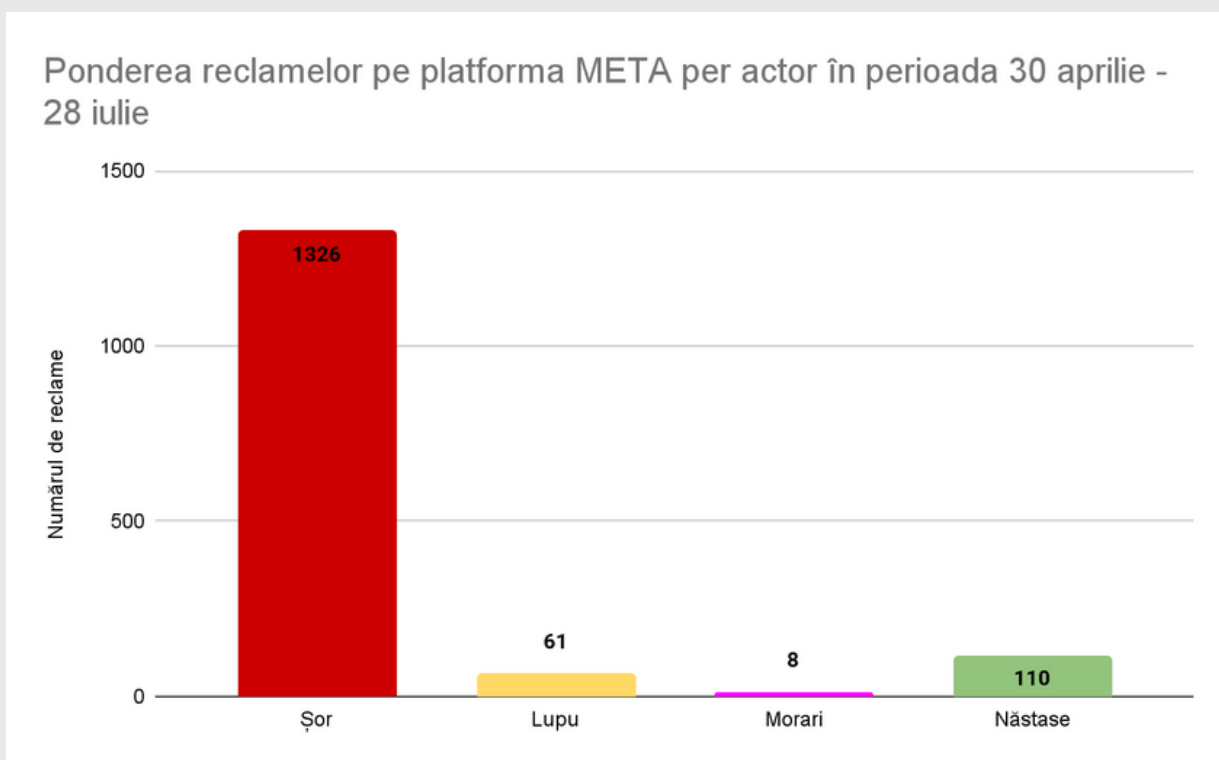


Fig.2 - Comparație între numărul de reclame sponsorizate de paginile afiliate lui Ilan Șor, Marian Lupu, Nataliei Morari și Andrei Năstase în perioada 30 aprilie - 28 iulie.

În ceea ce privește numărul reclamelor sponsorizate, oligarhul Ilan Șor rămâne în continuare lider, depășind de aproximativ 7 ori restul personajelor politice monitorizate.

Promovarea dezinformării pe YouTube

Pe platforma YouTube, doar conturile Nataliei Morari și cele asociate fugarului Ilan Șor (Partidul Politic Partidul Republican "INIMA MOLDOVEI" și Media Content Distribution s.r.l., cont afiliat postului TV „Canal5”) au promovat reclame în perioada 30 aprilie - 28 iulie. Fugarul Veaceslav Platon a încetat să sponsorizeze conținut pe YouTube odată cu încheierea alegerilor prezidențiale. Ilan Șor este lider absolut și la sponsorizările pe YouTube, promovând în perioada monitorizată peste 283 reclame cu conținut manipulatoriu.



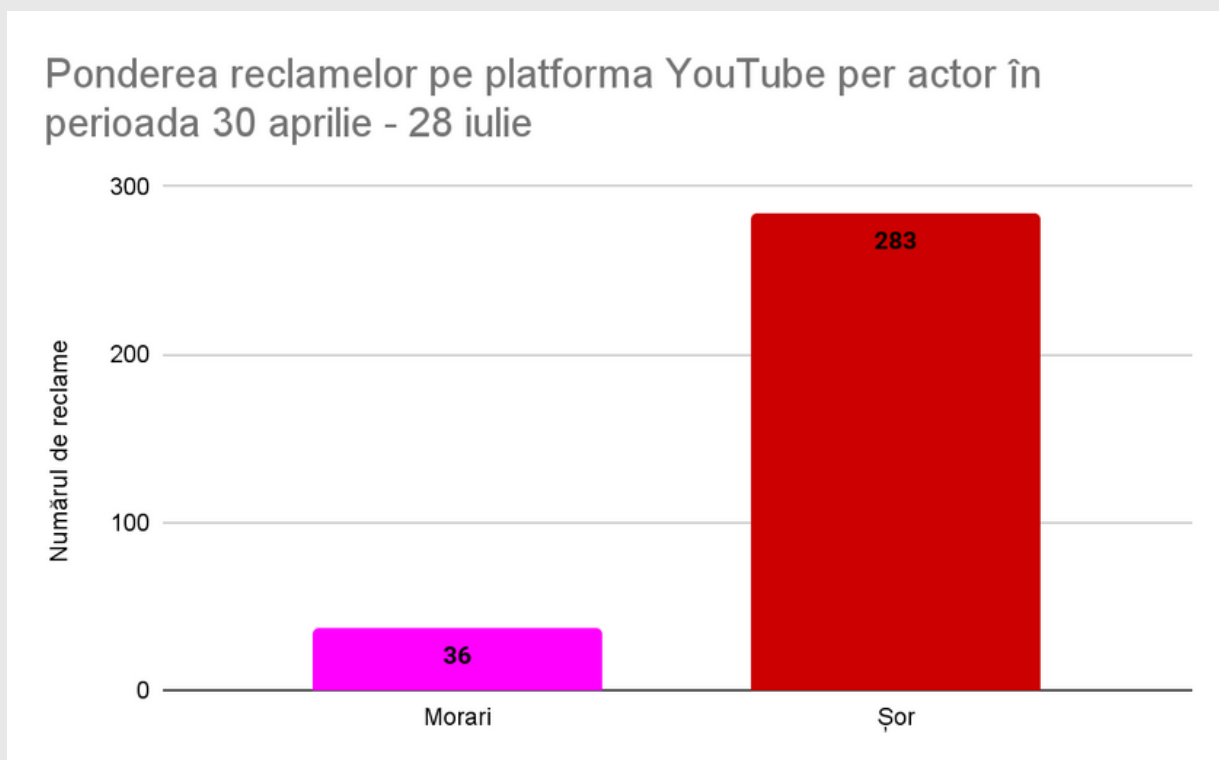


Fig.3 - Comparație între numărul de reclame sponsorizate de conturile de YouTube afiliate lui Ilan Șor și Nataliei Morari în perioada 30 aprilie - 28 iulie.

Din păcate, Google Ads Transparency nu oferă informații despre sumele cheltuite pe reclame și perioada de difuzare. Aceasta se explică prin faptul că, pe teritoriul Republicii Moldova, Google nu a activat categoria reclamelor politice, care ar oferi date despre buget, durată și numărul de vizualizări.

Principalele subiecte manipulate în perioada 30 aprilie - 28 iulie

În perioada monitorizată principalele narative propagandistice promovate prin intermediul reclamelor de pe Meta și YouTube au fost:

- **Guvernarea PAS va fraudă alegerile parlamentare în diasporă:** Canal5 a promovat pe YouTube un clip video cu membrul Partidului Politic „Moldova Mare”, Igor Hlopețchi, că guvernarea PAS ar pregăti fraudarea alegerilor parlamentare în diasporă. Vasile Tarlev a acuzat PAS că apelează la UE pentru a fraudă alegerile. Potrivit lui Tarlev, declarația „Kajei Kallas, privind trimiterea în Moldova a unui grup hibrid de reacție rapidă constituie o încălcare gravă a suveranității țării noastre, iar cetățenilor li se ascunde amploarea reală a prezenței consilierilor, specialiștilor și curatorilor străini în domeniul securității, care coordonează de facto întreaga politică a Moldovei”.



Pagina anonimă „Știri din Moldova” a promovat falsul că „diaspora ucraineană din Italia presează moldovenii să voteze pentru PAS la alegeri”. Pagina „Сильная Молдова” a acuzat guvernarea PAS că ar discrimina diaspora moldovenească din Rusia pentru că deschide doar două secții de votare. Partidul Mișcarea „Respect Moldova” a acuzat PAS că „a dat startul fraudării alegerilor, iar instituțiile politizate asistă în tăcere la acest derapaj antidemocratic”.

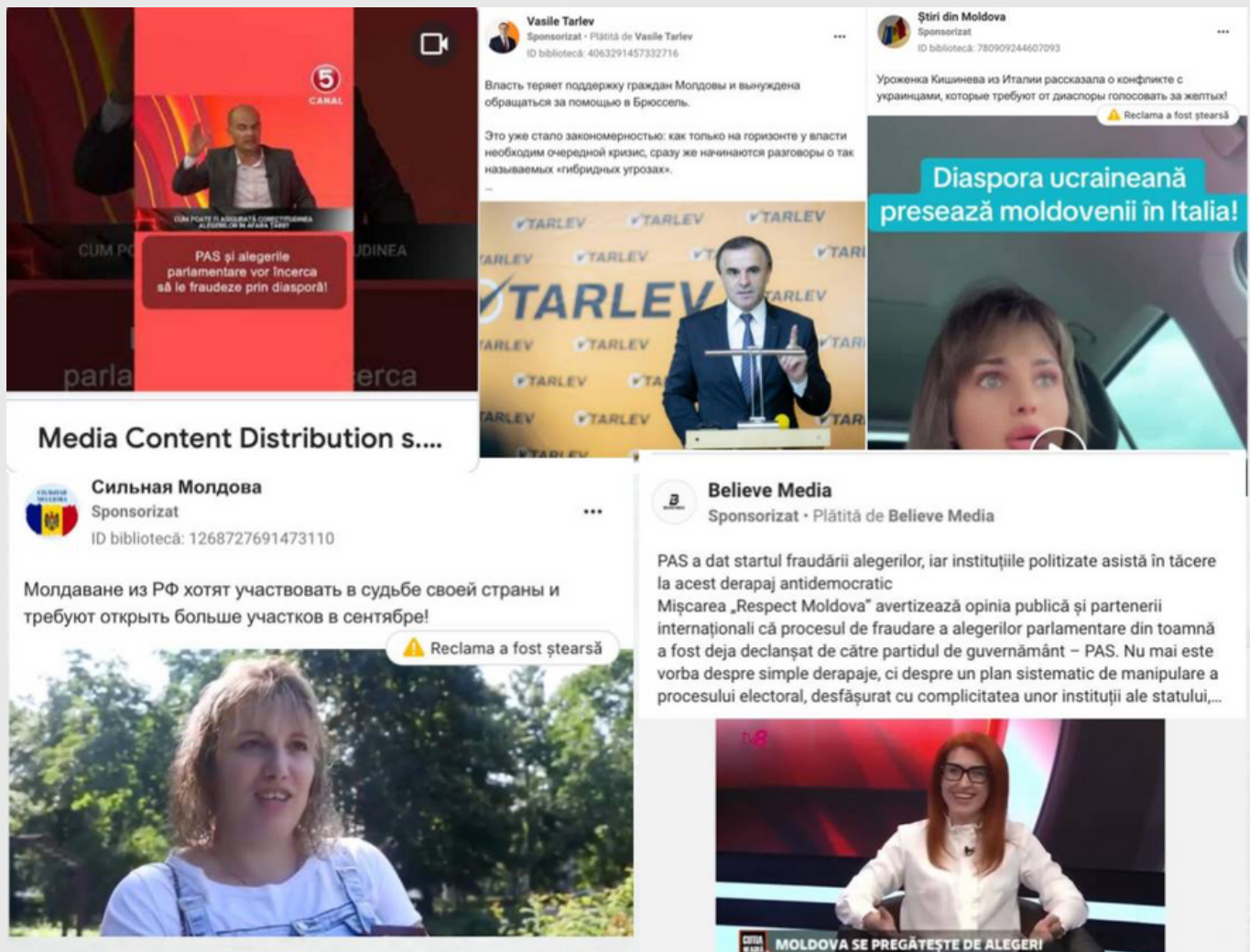


Fig.4 - Narativul promovat „Guvernarea PAS va frauda alegerile parlamentare în diasporă” promovat prin intermediul reclamelor pe YouTube și Meta de sursele afiliate lui Ilan Șor.

- **Guvernarea PAS persecută Biserica Ortodoxă din Moldova:** Canal5 a promovat un clip video cu un preot de la Mitropolia Moldovei, în care acuza actuala guvernare pro-europeană că ar persecuta biserica după modelul ucrainean. Aceeași idee a fost promovată și de postul TV „MD24” prin intermediul unui clip cu activistul Mihail Vlah, afiliat lui Ilan Șor. Partidul „Moldova Mare”, condus de Victoria Furtună, susține că „globaliștii mai au de distrus doar familia și credința ortodoxă”. În altă postare sponsorizată, partidul numește Europa „dușman” care își dorește „să fure credința” moldovenilor.



Fig.5 - Narativul promovat „Guvernarea PAS persecută Biserica Ortodoxă din Moldova” promovat prin intermediul reclamelor pe YouTube și Meta de sursele afiliate lui Ilan Șor.

- **Guvernarea PAS a sărăcit Moldova:** Partidul condus de Irina Vlah, a promovat falsul că din cauza actualei guvernări pro-europene, copiii moldoveni ar muri de foame din cauza prețurilor mari la alimente. Natalia Morari a manipulat pe subiectul sărăciei din Moldova, acuzând guvernarea că a distrus economia. Totodată, Morari a acuzat-o pe Maia Sandu că „i-a numit pe moldoveni debili, deoarece nu au văzut cum guvernarea a reparat un drum”. Andrei Năstase a acuzat PAS că „a dublat datoria internă a țării de când a venit la guvernare și a împins statul spre o dependență față de fonduri internaționale”.

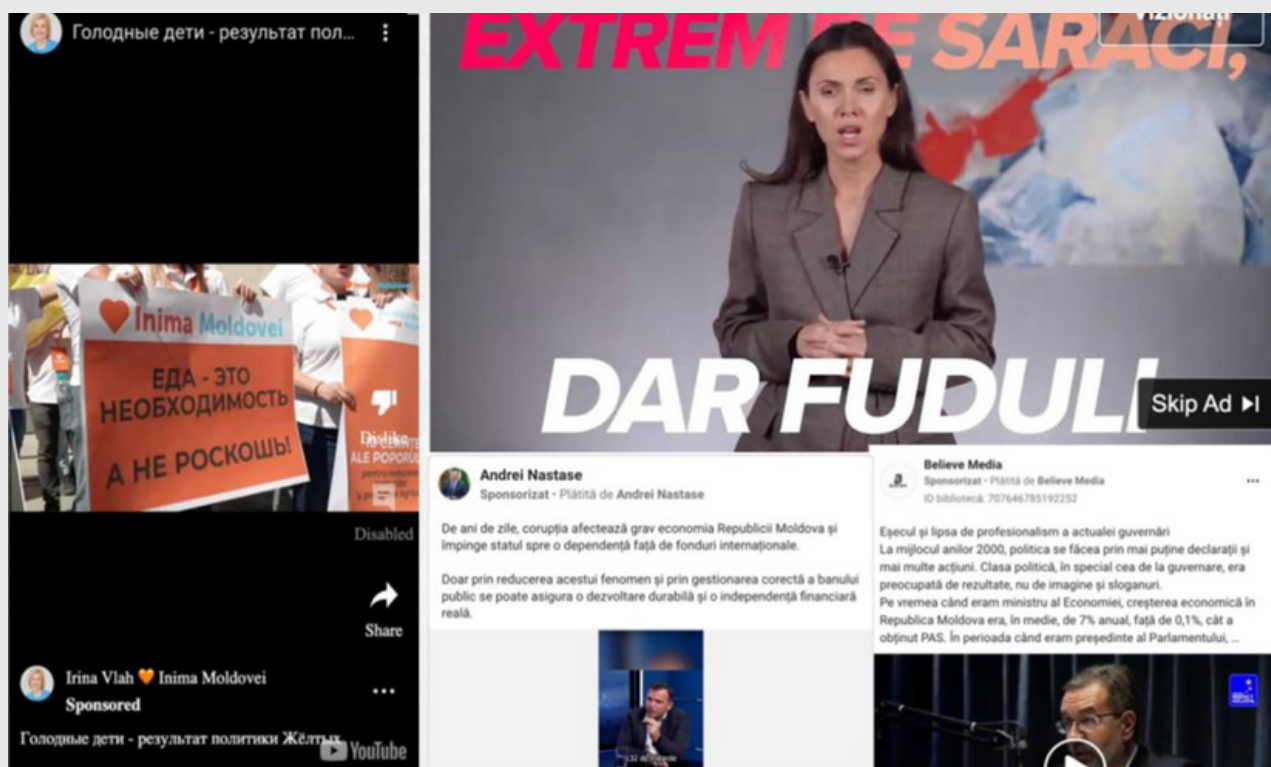


Fig. 6 - Narativul promovat „Guvernarea PAS a sărăcit Moldova” promovat prin intermediul reclamelor pe YouTube și Meta de sursele monitorizate.



Pagina anonimă „Believe Media”, a promovat un clip video cu Marian Lupu, în care PAS de incompetență în domeniul economic și că pe vremea când a fost ministru al Economiei „exporturile creșteau constant atât pe piețele din Vest, cât și pe cele din Est”.

- **PAS a impus cenzura în Moldova:** Partidul Republican „Inima Moldovei”, a promovat în perioada monitorizată narativul propagandei ruse că PAS a impus cenzura în Moldova, referindu-se la închiderea posturilor TV afiliate oligarhilor Ilan Șor și Vladimir Plahotniuc.

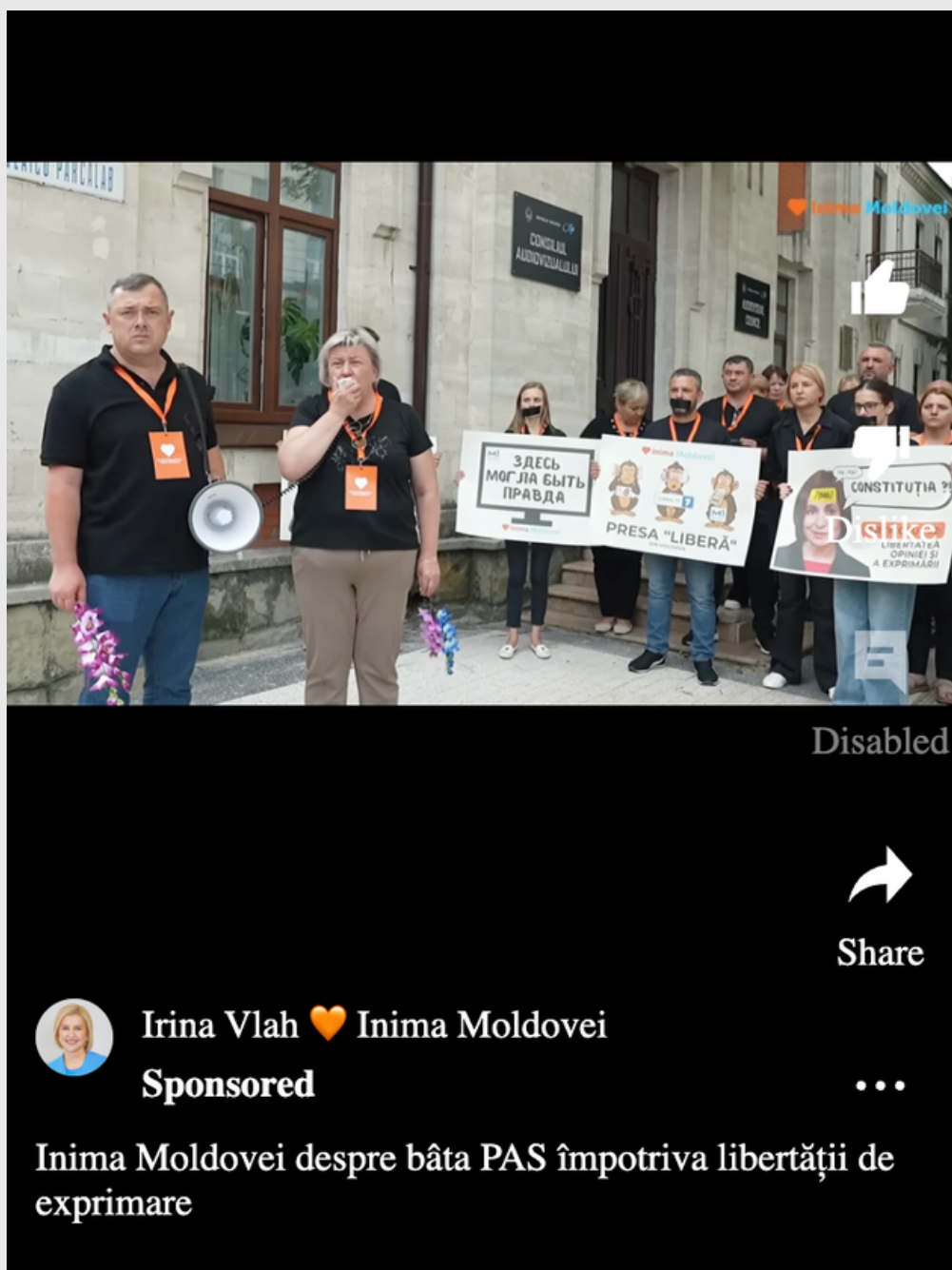


Fig.7 - Contul de YouTube al Irinei Vlah promovează un clip video de la protestul Partidului Republican Inima Moldovei, care a acuzat PAS de cenzură după ce a închis posturile TV afiliate oligarhilor Ilan Șor și Vladimir Plahotniuc.

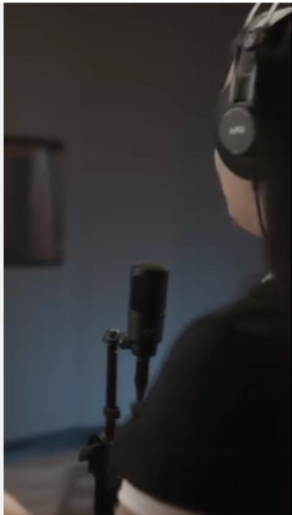
- **UE și PAS au distrus agricultura moldovenească:** Partidul Republican „Inima Moldovei”, a acuzat „PAS și UE că au distrus agricultura moldovenească, iar produsele agricultorilor locali nu ajung pe piețele europene”.



Partidul Republican INIMA Moldovei
 Sponsorizat • Plătită de **Partidul Republican INIMA Moldovei**

Am visat Europa, cu legume la piață,
 Acum cerem ajutor, cu durere pe față.
 Fermierul e-n faliment, satul se prăbușește,
 Iar Maia deoparte privește?

PAS! Duceți-vă naiba!
 #inimamoldovei



PAS, duceți-vă naiba!
 Political Party

Trimite mesaj

Fig.8 - Pagina de Facebook a Partidului Republican „Inima Moldovei”, condus de Irina Vlah, promovează falsul că din cauza Maiei Sandu și UE, agricultura moldovenească a fost distrusă.

- **Bugeacul aparține Republicii Moldova și nu Ucrainei:** Victoria Furtună a declarat că „Moldova are toate motivele să ceară revizuirea granițelor pentru a-și recupera Bugeacul” de la Ucraina. În postarea sponsorizată, Furtună a îndemnat să „recuperăm ceea ce ne-a fost furat”, inclusiv ieșirea directă la mare.

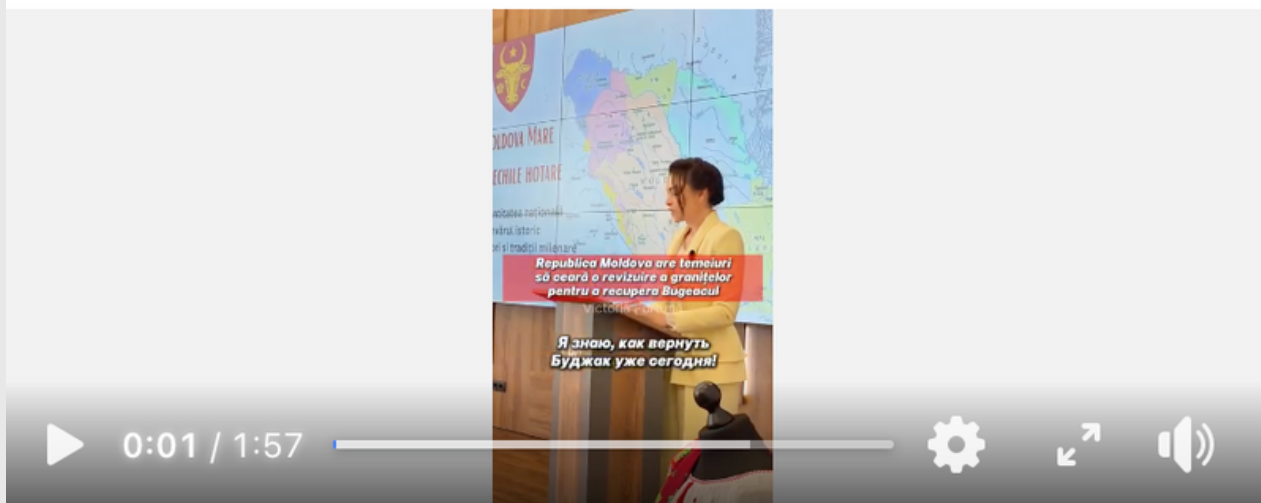


Victoria Furtună cu Partidul politic Moldova Mare

Sponsorizat • Plătită de Partidul politic Moldova Mare

Victoria Furtună: Moldova are toate motivele să ceară revizuirea granițelor pentru a-și recupera Bugeacul.

„Nu există niciun tratat internațional ratificat de Republica Moldova care să recunoască pierderea Bugeacului”, a declarat lidera partidului MOLDOVA MARE, în cadrul mesei rotunde „Identitatea națională. Adevărul istoric. Valorile și tradițiile milenare”



Victoria Furtună
Консультант

Trimite mesaj

Fig.9 - Pagina de Facebook a Victoriei Furtună promovează revizionismul teritorial față de regiunea Bugeac, parte a statului ucrainean, recunoscută și Republica Moldova.

- **Moldova nu va deveni niciodată membră UE:** Pagina anonimă „Moldoshow” a promovat declarația lui Marian Lupu, potrivit căruia „guvernanții ne promit în 2027, în timp ce unii europarlamentari indicau 2030, iar mai nou, au îndepărtat perspectiva la 2035”.





Fig.10 - Pagina anonimă „Moldoshow” promovează un clip video cu Marian Lupu în care acesta susține că Moldova nu va deveni membră UE până în 2030.

Cele 7 narațiuni identificate se distribuie pe **trei axe strategice**:

Axa 1 – Decredibilizare instituțională: „fraudarea alegerilor în diaspora”, „cenzură”, „PAS persecută Biserica”;

Axa 2 – Vulnerabilizare socio-economică: „PAS a sărăcit Moldova”, „UE/PAS au distrus agricultura”;

Axa 3 – Redefinire geopolitică: „Bugeacul aparține Moldovei”, „Moldova nu va adera la UE”.

Inferență: axa 1 vizează **eroziunea încrederii electorale**, axa 2 mobilizează **nemulțumiri sociale**, iar axa 3 alimentează **temeri identitare**.



Constatări

Pe fundalul alegerilor parlamentare din 28 septembrie, Rusia își intensifică retorica de divizare a societății moldovenești și atacurile asupra integrării europene, proceselor democratice și instituțiilor de stat. Prin sponsorizări online, Moscova testează un ecosistem paralel de propagandă electorală.

Sursele monitorizate au promovat intens narativul potrivit căruia „guvernarea fraudează alegerile parlamentare”. Ținta principală a acestor mesaje a fost diaspora moldovenească din Occident, acuzată că ar fi terenul pregătit de PAS pentru fraudare.

În paralel, odată cu formarea Blocului Electoral Patriotic, care reunește Partidul Socialiștilor, Partidul Comuniștilor, Partidul Republica „Inima Moldovei” și Partidul „Viitorul Moldovei”, se observă o sincronizare tot mai evidentă a mesajelor promovate de formațiunile conduse de Vasile Tarlev și Irina Vlah. Deși aceste partide, alături de Partidul „Moldova Mare”, fac parte din rețeaua controlată de Ilan Șor, Victoria Furtună se evidențiază printr-o linie de mesaje mult mai radicale, inclusiv narrative care pun sub semnul întrebării integritatea teritorială a Ucrainei.

Dacă în analizele din luna martie paginile anonime nu erau vizibile, începând cu luna iunie, Șor a început să le reactiveze și să le folosească pentru răspândirea mesajelor toxice.

Sumele considerabile investite de Andrei Năstase în reclame online ridică suspiciuni serioase privind proveniența fondurilor utilizate de către acesta, care depășesc inclusiv cheltuielile oficiale ale Partidului Acțiune și Solidaritate. Absența unei strategii de comunicare eficiente din partea guvernării și a partidelor pro-europene lasă teren liber propagandei oligarhice, care se dovedește a fi mai bine calibrată atât la nivel retoric, cât și vizual. Pericolul este amplificat totodată și de inacțiunea sau pe alocuri, acțiunile insuficiente ale platformelor Meta și YouTube, care permit sponsorizarea masivă a conținutului manipulator, contribuind astfel la erodarea încrederii în procesele democratice și în orientarea europeană a Republicii Moldova.



Metodologie

Scopul monitorizării

Scopul analizei a fost de a identifica cheltuielile Kremlinului și oligarhilor fugari pentru a sponsoriza narativele propagandistice despre Moldova și UE pe platformele YouTube și Meta. Totodată, am atras atenția la cazuri excepționale când o anumită pagină a sponsorizat într-un timp scurt un număr mare de reclame pentru o sumă mare.

Obiectivele monitorizării

Ținând cont de scopul propus, exercițiul de monitorizare are următoarele obiective:

- Identificarea conturilor ce promovează și distribuie conținutul manipulatoriu prin intermediul reclamelor pe platformele Meta și YouTube;
- Clasificarea paginilor identificate dacă sunt anonime sau reprezintă un partid și pe cine promovează;
- Prezentarea cheltuielilor și a numărului de reclame per actor politic în urma clasificării paginilor;
- Analiza narativelor propagandei ruse promovate de către sursele monitorizate.

Definiții

Pentru a clasifica tipurile de pagini utilizate de sursele monitorizate pe teritoriul Moldovei au fost atribuite următoarele definiții:

- Pagină anonimă - pagină de Facebook care promovează un politician, partid politic, narative ale propagandei ruse, dar nu oficial nimeni nu-și atribuie rolul de administrator. În majoritatea cazurilor, aceste pagini rulează fără disclaimer.
- Disclaimer - Un disclaimer pe Facebook este o declarație prin care îți limitezi responsabilitatea legală pentru anumite riscuri sau rezultate asociate cu conținutul, produsele sau serviciile pe care le oferi. Aceasta informează utilizatorii despre ce se poate și ce nu se poate aștepta, clarifică limitele unor promisiuni și poate reduce riscul de a fi tras la răspundere în caz de dispute sau acțiuni legale.

Perioada monitorizării

Perioada de monitorizare a fost intervalul **30 aprilie - 28 iulie**, pe parcursul căreia s-a analizat tipul de conținut promovat, numărul de reclame și sumele cheltuite de fiecare pagină/cont monitorizat, actorii politici care promovează mesajele manipulatorii în spațiul public.



Metodologie

Etapele cercetării

Pentru elaborarea metodologiei au fost stabilite 5 etape de lucru:

- Identificarea paginilor/conturilor care promovează prin intermediul reclamelor mesaje toxice;
- Clasificarea tipologiei conturilor identificate după definițiile descrise în metodologie;
- Analiza sumelor cheltuite de pagini și numărul de reclame promovate de fiecare;
- Analiza principalelor subiecte manipulate în perioada monitorizată;
- Raportare.

În prezent, analiza are câteva limitări importante.

Pe **Meta** avem date complete despre numărul de reclame și bugete, dar nu există informații despre reach și impressions.

Pe **YouTube**, lipsesc cu totul datele despre bugete, durata difuzării și audiențe, ceea ce face dificilă estimarea impactului real.

De asemenea, **Telegram** și **TikTok** nu sunt acoperite de acest raport, deși sunt canale tot mai relevante pentru distribuirea conținutului manipulator.

Pentru a consolida analiza, recomandăm integrarea datelor disponibile din bibliotecile de reclame și testarea unor metode suplimentare de monitorizare cross-platform.

