CZU: 659.11:324

ROLUL ȘI LOCUL CAMPANIEI DE INFORMARE, CAMPANIEI ELECTORALE ȘI AGITAȚIEI ELECTORALE ÎNTR-UN STAT DEMOCRATIC

THE ROLE AND PLACE OF INFORMATION CAMPAIGN, ELECTION CAMPAIGN AND ELECTION AGITATION IN A DEMOCRATIC STATE

Mariana PAVLENCU,
doctor în drept, conferențiar universitar
Academia „Ștefan cel Mare" a Ministerului Afacerilor Interne
ORCID: 0000-0003-0074-5267
mariana.pavlencu@mai.gov.md

Igor SOROCEANU,
doctorand,
Academia „Ștefan cel Mare" a Ministerului Afacerilor Interne
ORCID: 0000-0002-8719-0454
soroceanuuuigor@gmail.com

Tema supusă investigării *„Campania de informare. Campania electorală. Agitația electorală"* are scopul de a arăta și descoperi importanța strategiilor electorale pentru comunicarea eficientă cu cetățenii, pentru activitățile de agitație electorală care sunt esențiale pentru a crea o conexiune cât mai strânsă și cu un efect cât mai puternic între candidați electorali și alegători.

Prin aceste campanii, se urmărește nu doar prezentarea programelor politice și a viziunilor candidaților, ci și stimularea participării active a cetățenilor la procesul democratic, consolidând astfel fundamentul unei societăți informate și implicate. Prin urmare, în cadrul unei societăți democratice, alegerile reprezintă un moment crucial în care cetățenii își exercită dreptul de a-și alege reprezentanții și de a-și exprima voința politică. Pentru ca acest proces să se desfășoare în mod corect și trans-

parent, conceptele de campanie de informare, campanie electorală și agitație electorală joacă roluri esențiale.

Campania de informare, campania electorală și agitația electorală asigură participarea activă a cetățenilor în procesul democratic și în consolidarea valorilor democratice din societate, acesta este și scopul campaniei și agitației electorale, de a mobiliza oamenii într-un număr cât mai mare de a alege singuri viitorul pe care îl vor avea.

Gradul de investigare a problemei la momentul actual, scopul cercetării. La momentul actual, importanța și scopul de elaborare a prezentului demers științific, apare din intenția autorului de a releva în prim-plan rolul și locul campaniei de informare, campaniei electorale și agitației electorale într-un stat de drept. Totodată este şi necesitatea stringentă de efectuare a unei analize ample referitor la esenţa subiectului cercetării.

Materiale utilizate și metode aplicate. În procesul elaborării articolului științific ne-am ghidat de mai multe și diverse metode de cercetare științifică care au făcut posibilă investigarea corespunzătoare a subiectului titulativ, dintre care putem enumera: metoda analizei, metoda sintezei, metoda deducției, metoda sistemică, metoda istorică, precum și metoda comparativă.

Baza teoretico-juridică a demersului științific cuprinde materialul definitoriu precum ar fi literatura de specialitate internațională, legislația națională și internațională, precum și unele surse deschise din mediul online – care direct sau indirect, abordează esența și conținutul subiectului supus cercetării.

Rezultatele obţinute în baza analizelor ştiinţifice efectuate. *Campania electorală* reprezintă perioada oficială în care candidații și partidele politice își promovează platformele, mesajele și candidații în vederea obținerii voturilor alegătorilor. Scopul unei campanii electorale este de a câștiga sprijinul și voturile alegătorilor pentru a obține mandate politice, fie la nivel local, național sau internațional. Activitățile din cadrul unei campanii electorale includ organizarea de mitinguri, dezbateri, distribuirea de materiale de campanie și plasarea de reclame în diverse medii.

Campania de informare, este etapa inițială și fundamentală a procesului electoral, în care cetățenii sunt informați cu privire la alegeri, candidați, platforme politice și proceduri de votare. Scopul său este de

a asigura că alegătorii sunt bine informați și conștienți de importanța exercitării dreptului lor de vot în mod informat și responsabil. Prin intermediul diverselor canale de comunicare, campania de informare își propune să ofere cetățenilor cunoștințele necesare pentru a lua decizii informate în momentul votării.

Agitația electorală reprezintă activitățile intense și publice desfășurate în perioada imediat premergătoare alegerilor, în special în ultimele zile sau săptămâni, în care candidații și susținătorii lor își intensifică eforturile de mobilizare a votanților. Scopul agitației electorale este de a mobiliza cât mai mulți alegători să participe la vot și să își exprime opțiunea electorală în favoarea candidaților sau partidelor politice respective. Activitățile specifice din cadrul agitației electorale pot include mitinguri de amploare, caravane electorale, discursuri publice, distribuire de materiale de campanie, precum și alte acțiuni menite să atragă atenția și să motiveze alegătorii.

Campania electorală, campania de informare și agitația electorală sunt trei elemente strâns legate și esențiale în cadrul procesului democratic al alegerilor. Rolul campaniei de informare este să se asigure că cetățenii sunt bine informați și conștienți de importanța participării lor la alegeri, în timp ce campania electorală se concentrează pe promovarea candidaților și a platformelor politice pentru obținerea voturilor. Agitația electorală, la rândul său, își propune să mobilizeze alegătorii și să crească gradul de participare la vot în perioada imediat premergătoare alegerilor. Prin aceste etape, se urmărește consolidarea participării active a cetățenilor în procesul democratic și asigurarea unei alegeri libere, corecte și transparente.

Dacă în timpul alegerilor nu s-ar ține cont de aceste 3 elemente fundamentale pentru a promova cel mai important eveniment pentru un stat democratic, rata participanților la vot ar fi una extrem de mică. Impulsul, interesul și dorința oamenilor de a participa la alegeri datorită acestei agitații electorale este doar datorită proceselor de dinaintea zilei alegerilor.

Este de importanță să evidențiem că, campania electorală, campania de informare și agitația electorală sunt fundamentale nu doar pentru buna desfășurare a alegerilor, ci și pentru întărirea democrației și a valorilor democratice într-o societate. Aceste etape reprezintă mijloace prin care cetățenii își pot exercita drepturile civice, pot influența deci-

ziile politice și pot ajuta la modelarea viitorului țării lor. De asemenea, campaniile electorale oferă candidaților oportunitatea de a-și prezenta viziunile, programele politice și soluțiile propuse pentru problemele societății. Alegătorii au posibilitatea să compare opțiunile politice și să-și aleagă reprezentanții în funcție de valorile și interesele lor.

Printre strategiile comune utilizate în campaniile electorale care sunt numeroase se numără publicitatea prin toate formele de media, organizarea de dezbateri și întâlniri directe cu alegătorii, și prin intermediul platformelor sociale pentru a ajunge la un public mai larg. Aceste strategii sunt concepute pentru a ajunge la cât mai mulți alegători posibili și pentru a influența opinia publică în favoarea candidatului sau a partidului.

Instrumentele utilizate în campaniile electorale sunt variate și includ pliante, afișe, bannere, clipuri video, discursuri publice, dezbateri televizate și utilizarea intensivă a rețelelor sociale. Aceste instrumente sunt concepute pentru a transmite mesaje clare și concise și pentru a atrage atenția alegătorilor într-un mod eficient.

Totodată, campaniile electorale sunt supuse unor reguli și reglementări stricte, stabilite de legislația electorală. Aceste reguli stabilesc limitele și regulile privind cheltuielile de campanie, sursele de finanțare și transparența. Obiectivul acestor reguli este de a asigura un proces electoral corect, transparent și echitabil, și de a preveni abuzurile și corupția în timpul campaniilor electorale [3].

În cadrul unei societăți democratice, din care face parte desigur și Republica Moldova, cum am menționat și anterior, campania electorală reprezintă un element central al procesului electoral, având un impact semnificativ asupra rezultatelor alegerilor și asupra participării cetățenilor în viața politică. Această perioadă intensă de promovare a candidaților și a platformelor politice este esențială pentru informarea alegătorilor, mobilizarea acestora și promovarea valorilor democratice.

Mai pe larg, *rolul campaniei electorale* este unul vast, însă vorbind la general aceasta are rolul de a:

- *promova candidații și partidele politice*, ceea ce înseamnă că, campania electorală oferă candidaților o platformă pentru a-și prezenta viziunile, programele politice și soluțiile propuse pentru problemele societății. Prin intermediul dezbaterilor, discursurilor și materialelor de campanie, candidații își pot atrage sprijinul alegătorilor;

- *informarea și educarea alegătorilor*, prin acesta se înțelege rolul de a informa alegătorii cu privire la alegeri, candidați, platforme politice și proceduri de votare. Acest aspect este crucial pentru asigurarea unei participări informate și responsabile la procesul electoral;
- *mobilizarea votanților*, unde prin intermediul agitației electorale și a activităților intense de campanie, se urmărește mobilizarea cât mai multor alegători să participe la vot și să își exprime opțiunea electorală.

Prin faptul că, campania electorală are un rol crucial în domeniul alegerilor și în procesul de democratizare a unui stat, are și o importanță deosebită care nu diferă cu mult de rolul ei însă sunt cu totul alte aspecte ce denota *importanța campaniei electorale* cum ar fi:

- ca o primă importantă a acestea ar fi *Consolidarea democrației* prin acest aspect campania electorală reprezintă un mecanism prin care cetățenii își pot exercita drepturile civice și pot influența deciziile politice. Prin participarea activă la procesul electoral, cetățenii contribuie la consolidarea democrației și a valorilor democratice;
- transparența și responsabilitatea ar fi un al doilea element care denotă importanța unei campanii electorale corectă și transparentă fiind esențială pentru asigurarea integrității alegerilor și pentru menținerea încrederii în sistemul electoral. Reglementările privind finanțarea campaniilor electorale și monitorizarea alegerilor contribuie la promovarea transparenței și responsabilității în procesul electoral.

Campania electorală se desfășoară ca o interacțiune a interpretărilor strategic orientate ale situației politice, termenul de interpretare desemnând atât procesul de atribuire de sens cât și rezultatul acestei atribuiri. În această perspectivă, candidații interpretează cererile și așteptările cetățenilor, oferta electorală a concurenților și resursele de care dispune, le integrează pentru a da un conținut coerent propriei comunicări strategice [4]. Prin prezentarea informației, media, la rândul său, interpretează ansamblul ofertelor candidaților și ansamblul cererilor votanților, identificând condițiile lor de ajustare [5]. Telespectatorii-cetățeni interpretează în modul lor propriu, la rândul lor, mesajele electorale oferite mediatizate, în care se întrepătrund logica actorului politic și logica mediumului.

Campania de informare reprezintă și ea o etapă esențială în procesul electoral, cu scopul principal de a furniza informații relevante și imparțiale cetățenilor referitoare la alegeri, candidați, platforme politice și proceduri de votare. Această campanie asigură că, alegătorii sunt bine informați despre întreg procesul electoral și conștienți de importanța exercitării dreptului lor de vot în mod responsabil.

Prin intermediul campaniei de informare, autoritățile electorale, organizațiile neguvernamentale, mass-media și alte entități implicate în procesul electoral urmăresc să ofere cetățenilor informațiile necesare pentru a lua deciziile cele mai corecte (din punctul lor de vedere) în timpul votării. Informațiile pe care le furnizează campaniile electorale pot include detalii despre candidați, platforme politice, date și locații de votare, proceduri de votare, precum și orice alte aspecte relevante legate de alegeri, iar aici informațiile care trebuie să ajungă la urechile alegătorilor sunt numeroase de aceea campaniile electorale trebuie să gândească o strategie eficientă și trebuie să exprime toate informațiile despre alegeri într-un mod cât mai concis, pe care toți cetățenii de rând sa-l înțeleagă.

Prin promovarea unei campanii de informare eficiente și accesibile, se aspiră către o creștere la un nivel cât mai ridicat a gradului de conștientizare și implicare a cetățenilor în procesul electoral, precum și reducerea nivelului de dezinformare și confuzie în rândul alegătorilor, confuzie pe care o bună parte a cetățenilor din Republica Moldova o au. Astfel, campania de informare joacă un rol important în asigurarea unei participări responsabile și cât mai informată la alegeri, ajutând la buna desfășurare a procesului electoral și la consolidarea valorilor democratice în societate.

Campania de informare nu se limitează la furnizarea de informații importante în ceea ce privește alegerile dar are și o fărâmă din procesul educativ, mai pe larg vorbind, procesul de informare oferă *o educație electorală* ceea ce prevede că alegătorul poate obține cunoștințe despre importanța colosală a votului, își poate îmbogăți cunoștințele despre cultura generală despre responsabilitățile cetățenești, rolul instituțiilor politice și multe alte aspecte pe care un om nu le poate dobândi din alte surse de cât campania de informare.

Campania de informare promovează transparența, fiind și acesta unul dintre atribuțiile pe care le poate oferi această campanie, contri-

buind la promovarea transparenței și responsabilității în cadrul procesului electoral, oferind alegătorilor informații clare și verificabile despre candidați, partide politice și finanțarea campaniilor electorale. Transparența este esențială pentru consolidarea încrederii în sistemul electoral. Prin urmare la cele menționate anterior pot spune că, campania de informare reprezintă acel demers organizat de transmitere a informațiilor esențiale către publicul larg, având ca scop educarea cetățenilor în legătură cu diverse aspecte de interes public.

În perioada electorală, campania de informare își propune să furnizeze alegătorilor informații clare și obiective despre procedurile de vot, candidați, programele electorale, drepturile și obligațiile electorale, precum și despre importanța participării la vot. Prin intermediul acțiunilor din care au loc în campania de informare, se crede ca va fi sporit gradul de cunoaștere și înțelegere a proceselor democratice, precum și asigurarea unui mediu electoral transparent și accesibil.

Potrivit art. 1 din Codul electoral, agitația electorală reprezintă acțiuni de pregătire și difuzare a informației, care au scopul de a-i determina pe alegători să voteze pentru unii sau pentru alți concurenți electorali. Prin urmare, cetățenii Republicii Moldova, partidele politice și alte organizații social-politice, blocurile electorale, candidații și persoanele de încredere ale candidaților au dreptul de a supune discuțiilor libere și sub toate aspectele programele electorale ale concurenților electorali, calitățile politice, profesionale și personale ale candidaților, precum și de a face agitație electorală prin intermediul mijloacelor de informare în masă, prin expunere de afișe electorale sau prin intermediul altor forme de comunicare [1].

Codul Electoral definește, mai pe înțelesul tuturor, agitația electorală ca pe „acțiuni de pregătire și difuzare a informației, care au scopul de a-i determina pe alegători să voteze pentru unii sau pentru alți concurenți electorali". Agitația electorală începe odată cu lansarea campaniei electorale [6]. Cetățenii Republicii Moldova precum și partidele și alte organizații social-politice, blocurile electorale, candidații și persoanele de încredere ale candidaților pot face agitație electorală. Ei au dreptul deplin de a se încadra în discuțiile libere și sub toate aspectele programelor electorale ale concurenților electorali, calitățile politice, profesionale și personale ale candidaților.

Ei pot face agitație electorală în cadrul adunărilor, mitingurilor, întâlnirilor cu alegătorii, prin intermediul mijloacelor de informare în masă, prin expunerea de afișe electorale sau prin intermediul altor forme de comunicare [6]. Agitația electorală se admite numai după ce este înregistrat concurentului electoral de către organul electoral. Concurenților electorali le este interzis să implice sub orice formă în aceste acțiunile de agitație electorală persoane care desigur nu sunt cetățeni ai Republicii Moldova [6].

Candidații electorali nu pot face anumite ,,strategii" pentru a da curs agitației electorale, ca de exemplu [6]:

- nu pot folosi mijloacele și bunurile publice sau resurse administrative, în campaniile electorale, iar autoritățile sau instituțiile publice și cele care au o concordanță cu acestea nu pot transmite sau acorda concurenților electorali bunuri publice sau alte favoruri decât pe bază de contract, în condiții de egalitate și legale pentru toți concurenții electorali;
- ceea ce candidații electorali nu mai pot face este să utilizeze în scop de publicitate electorală imagini ce reprezintă instituții de stat sau autorități publice, atât din țară cât și de peste hotare, ori organizații internaționale. Se interzice combinarea de culori sau sunete care invocă simboluri naționale ale Republicii Moldova ori ale altui stat. Nu se permite utilizarea materialelor în care apar personalități istorice ale Republicii Moldova sau de peste hotare, simbolistica unor state străine sau organizații internaționale sau imaginea unor persoane oficiale străine [6].

Autoritățile administrației publice locale are o obligație, cea că în termen de trei zile de la data începerii perioadei electorale, să stabilească și să dea un anumit garant de un minim de locuri speciale de afișaj electoral și un minim de localuri pentru desfășurarea întâlnirilor cu alegătorii. Deciziile respective trebuie să fie afișate imediat la sediul acestor autorități și sunt aduse la cunoștința subiecților interesați prin intermediul mijloacelor de informare în masă sau al altor mijloace de comunicare disponibile.

Fake News și Dezinformare sunt unele dintre cele mai mari riscuri într-o campanie electorală. Fake news se referă la informațiile false sau înșelătoare care sunt prezentate ca știri autentice, iar dezinformarea implică distribuirea intenționată a acestor informații false. Acestea

pot duce în eroare percepțiile alegătorilor, influențându-i să ia decizii bazate pe informații eronate și false. Dezinformarea poate slăbi încrederea publicului în procesele electorale și în instituțiile democratice. De exemplu: Campanii orchestrate de dezinformare pe rețelele sociale pentru a discredita un candidat sau pentru a răspândi zvonuri false despre procesul de vot.

Manipularea alegătorilor la fel este unul dintre riscurile pe care le oferă alegerile. Manipularea implică utilizarea unor tactici care nu sunt etice pentru a influența comportamentul votanților, adesea prin exploatarea emoțiilor sau a prejudecăților. Manipularea poate duce la polarizarea societății, eroarea încrederii publice și, în unele cazuri, la violență politică. Alegătorii pot fi induși în eroare și determinați să voteze împotriva intereselor lor reale. De exemplu: Utilizarea tehnicilor de microtargeting pe rețelele sociale pentru a transmite mesaje personalizate și înșelătoare către anumite grupuri de votanți.

Abuzul de putere și resurse în contextul procesului electoral reprezintă o încălcare destul de gravă a principiilor democrației și a echității în competiția extremală politică. Acesta ace referire la utilizarea ilegală sau nu este etică a poziției și a resurselor publice pentru a influența rezultatele electorale în favoarea unui anumit candidat sau partid politic.

Impactul abuzului de putere și resurse este profund și atunci când cetățenii observă că alegerile sunt manipulate sau favorizează o anumită parte, ei pot deveni sceptici cu privire la corectitudinea și transparența procesului electoral, putând să se retragă din angajamentul civic. De exemplu: abuzul de putere și resurse poate fi utilizarea resurselor statului, precum fondurile publice sau instituțiile guvernamentale, în sprijinul unui anumit candidat sau partid politic în detrimentul altora. Acest lucru poate implica utilizarea infrastructurii și a resurselor administrative pentru a organiza evenimente de campanie în favoarea unui candidat anume sau pentru a restricționa accesul altor candidați la resursele și spațiile publice.

Gestionarea eficientă a provocărilor date și riscuri necesită o combinație de legislație bine gândită, unde educarea alegătorilor poate preveni aceste erori, și desigur are un impact mare și transparența și responsabilitate din partea tuturor actorilor implicați. Numai prin abordarea acestor probleme putem asigura un proces electoral corect, transparent și democratic.

Studiu de caz. Alegerile Prezidențiale din Republica Moldova 2020. Alegerile prezidențiale din Republica Moldova din 2020 au fost un exemplu extrem de utilizare eficientă maximală a campaniei de informare, campaniei electorale și agitației electorale. Într-un mediu politic polarizat și într-o perioadă critică de pandemie, aceste alegeri au oferit un studiu de caz relevant pentru analiza mecanismelor electorale și a impactului lor asupra votanților. De exemplu, *campania de informare din aceasta perioada a contribuit la:*

- spoturi publicitare la televiziune și radio care explicau detaliat și pe înțelesul tuturor măsurile de protecție sanitară (COVID-19) în secțiile de votare;
- materialele informative care au fost distribuite prin intermediul rețelelor sociale și al site-urilor oficiale, care detaliau pașii necesari pentru votul în siguranță.

Această campanie nu a vrut doar să educe alegătorii cu privire la procedurile de votare în condiții de pandemie, ci și să crească încrederea în siguranța procesului electoral, pentru a preveni o scădere a participării la vot. Candidații principali au fost, Maia Sandu și Igor Dodon, care au desfășurat campanii electorale intense, fiecare dintre aceștia folosind diverse strategii pentru a-și prezenta platformele și valorile electorale: Maia Sandu a pus un mare accent pe combaterea corupției și pe orientarea pro-europeană, organizând întâlniri virtuale și folosind rețelele sociale pentru a ajunge la alegătorii tineri și urbani, iar Igor Dodon a folosit și el o abordare cu un impact destul de mare, dar tradițională, organizând mitinguri și întâlniri directe cu alegătorii, concentrându-se pe mesajele de stabilitate și colaborare cu Federația Rusă.

Ambele campanii ale celor 2 candidați au utilizat publicitatea electorală în mass-media tradițională și digitală, fiecare din ei încercând să mobilizeze baza electorală și să convingă alegătorii indecișii, iar *agitația electorală* din aceasta campanie a avut un impact destul de mare, mai exact: agitația electorală fiind un aspect crucial în aceste alegeri, fiecare tabără a candidaților a încercat să-și maximizeze sprijinul prin diverse metode:

- protestele și marșurile au fost organizate de susținătorii ambilor candidați, creând un climat de competiție intensă și vizibilitate publică;
- distribuirea de materiale promoționale, cum ar fi pliante, postere și bannere, a fost omniprezentă în localitățile urbane și rurale;

- discursurile publice și aparițiile la televiziune au fost folosite pentru a galvaniza sprijinul și pentru a critica opoziția;
- a fost folosită și metoda de a utiliza de mesaje emotive și sloganuri puternice a fost menită să creeze o legătură mai profundă cu alegătorii și să stimuleze participarea la vot.

Alegerile prezidențiale din Republica Moldova din 2020 ilustrează complexitatea și interdependența campaniei de informare, campaniei electorale și agitației electorale. Fiecare dintre aceste componente a avut un rol crucial în formarea rezultatelor electorale și în promovarea unei implicări informate și active a cetățenilor. Acest exemplu subliniază importanța strategiilor bine planificate și adaptate contextului specific pentru reușita proceselor electorale democratice.

În final pot afirma că, campania de informare, campania electorală și agitația electorală sunt acele elemente fundamentale ale procesului democratic și ale exercitării dreptului la vot. Campania de informare este folosită drept ca mijloc de comunicare între partidele politice sau candidați și alegători, furnizând informații relevante despre platformele politice și candidați, astfel încât alegătorii să poată lua siguri decizii informate în timpul alegerilor.

Campania electorală este perioada în care partidele politice și candidații își promovează platformele pentru a avea un rezultat bine folosit în scopul lor, unde își prezintă viziunile și propunerile către alegători și își construiesc o imagine favorabilă pentru EUL lor. Prin intermediul strategiilor și instrumentelor variate, campaniile electorale își propun să câștige sprijinul alegătorilor și să obțină mandate politice. Și prin urmare agitația electorală, este perioada intensă de mobilizare și activitate politică în timpul campaniei electorale. Ea este una dintre cele mai importante strategii pentru a putea influența alegerile, aceasta include dezbateri publice, întâlniri cu alegătorii, manifestații și alte evenimente care au scopul de a atrage atenția asupra candidaților și de a mobiliza electoratul pentru a participa la procesul electoral.

Împreună elementele date contribuie la funcționarea democrației și la garantarea unui proces electoral corect, transparent și democratic. Prin intermediul tuturor campaniilor de informare și electorale, cetățenii sunt informați și cu siguranța încurajați să își exercite dreptul la vot în mod conștient și responsabil, contribuind astfel la alegerea unui lider și a unei guvernări care să reflecte voința poporului.

Referințe bibliografice:

1. Codul electoral al Republicii Moldova nr. 325 din 08.12.2022// Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 426-427 din 23.12.2022, în vigoare conform ultimelor modificări și ajustări din 25.01.2024 (Legea nr.1 din 18.01.2024)
2. Iacob, D., Cismaru, D.-M. et all. *Relații publice. Eficiența prin comunicare*. București: Editura Comunicare, 2005
3. Campania electorală. Disponibil: https://legeaz.net/dictionar-juridic/campania-electorala (accesat: 02.09.2024)
4. Doru, P. *Campania electorală lui Mircea Geoană*. Disponibil: https://regielive.net/referate/stiinte-politice/campania-electorala-lui-mircea-geoana-356872.html (accesat:12.09.2024)
5. Ștefănel, A. *Imaginarul colectiv al electoratului, 2013*. Disponibil: https://www.academia.edu/30309100/Imaginarul_colectiv_al_electoratului (accesat:16.09.2024)
6. *Alegeri pe înțelesul tuturor: agitația electorală.* Disponibil: https://www.ipn.md/ro/alegeri-pe-intelesul-tuturor-agitatia-electorala-7978_1046657.html. (accesat: 21.09.2024).