

## PANDEMIA DE COVID-19 ÎN REGISTRUL VIZUAL AL MEDIILOR DE COMUNICARE ÎN MASĂ DIN ROMÂNIA: DE LA INFORMARE LA ANXIETATE

Daniel UNGUREANU

Universitatea Națională de Arte George Enescu  
Iași, România

Autorul corespondent: Ungureanu Daniel, [daniyyelungureanu@gmail.com](mailto:daniyyelungureanu@gmail.com)

### COVID-19 PANDEMIC IN THE VISUAL RECORDS OF THE MEDIA IN ROMANIA: FROM INFORMING TO ANXIETY

**Abstract:** *Since the beginning of 2020, media contact meant a conscious or accidental exposure, but nevertheless strong, to pandemic-themed content. Hence, this study uses qualitative case studies and content analysis of the pandemic imaginary distributed in digital spaces by Romanian newsrooms. The interval covers the first year of the pandemic, more precisely from March to November 2020, which includes the following topics: Diamond Princess cruise ship, mask effectiveness, airborne transmission, mother-to-child transmission, related diseases, bleach use and human immunodeficiency virus association. The results indicate that the newsrooms aimed to attract readers with "click-bait" images, but which, premeditated or not, aroused a feeling of fear.*

**Keywords:** *media campaigns, clickbait, coronaphobia, health crisis, invisible enemy.*

**Adnotare:** *De la începutul lui 2020, contactul cu mass-media a însemnat o expunere conștientă ori accidentală, dar totuși puternică, la conținut pe temă pandemică. Prin urmare, acest studiu utilizează studii de caz calitative și analize de conținut ale imaginii pandemice distribuite în spațiile digitale de către redacțiile de știri din România. Intervalul acoperă primul an al pandemiei, mai precis din luna martie până în noiembrie 2020, care include următoarele subiecte: vasul de croazieră Diamond Princess, eficacitatea măștii, transmiterea prin aer, transmiterea de la mamă la făt, boli asociate, ingerarea de înălbitor și asocierea cu virusul imunodeficienței umane. Rezultatele indică faptul că redacțiile de știri și-au propus să atragă cititorii cu imagini de tip „click-bait”, dar care, premeditat sau nu, au stârnit un sentiment de teamă.*

**Cuvinte cheie:** *campanii mediatice, clickbait, coronafobie, criză sanitară, inamic invizibil.*

Încă de la începutul lui 2020, de când noul coronavirus a început să urmeze rutele globalizării și prin urmare, el însuși să înglobeze întreaga lume, campaniile de presă au fost inițiate de alte instituții decât cele mediatice, în speță de autoritățile competente și împuternicite de guverne. De pildă, cercetătorii norvegieni au sesizat că activitatea mediilor de comunicare în masă a reacționat la criza pandemică cât și la interesul crescut al spectatorilor, rezultând un volum ridicat de conținut cu temă pandemică fără o legătură directă cu situația epidemiologică [1]. Un alt studiu ce se axează, de această dată, pe prezența informațiilor legate de COVID-19 pe anumite platforme ale mediilor de socializare online consemnează că postările cu temă pandemică de pe platformele de

socializare au deținut monopol [2]. Basch et al. relevă faptul că subiectele cele mai frecvent menționate în toate videoclipurile difuzate au fost decesul și rata mortalității (43,6%) cât și multe anxietăți conotate în jurul focarului de COVID-19 (37,4%). În schimb, notează autorii, informațiile de importanță critică despre prevenirea răspândirii COVID-19 au primit foarte puțină atenție: doar 3% dintre videoclipuri au discutat despre tuse sau suflarea nasului într-un șervețel și aruncarea șervețelului, 6,2% au vorbit despre purtarea unei măști atunci când îngrijesc bolnavii, iar 8,8% au acoperit dezinfectarea obiectelor și suprafețelor foarte atinse [3].

Un studiu similar realizat în Germania sugerează că pandemia de COVID-19 nu a avut doar efecte grave doar asupra lumii politice, situației economice și sociale, ci a afectat și mediile de comunicare în masă în moduri fără precedent. Studiul s-a concentrat pe realizarea unei paralele între activitatea mediilor de comunicare în masă tradiționale și cele alternative, reprezentate de rețeaua Facebook, în ceea ce privește distribuirea de conținut cu temă pandemică. Rezultatele sugerează că volumul de conținut cu temă pandemică a crescut masiv, „mimând răspândirea exponențială a virusului în societate” [4].

Se observă, deci, că mediile de comunicare în masă, fie ele tradiționale sau alternative (platformele rețelelor sociale), au reacționat la criza sanitară cât și la interesul crescut al spectatorilor. În acest context epidemiologic neobișnuit, expunerea la mediile de comunicare în masă, de orice fel, a însemnat un expozeu conștient sau accidental, dar puternic, la conținut cu temă pandemică. Plecând de aici, lucrarea de față se preocupă de modul în care mediile de comunicare în masă din România, cu prezență activă în spațiile digitale, au reprezentat vizual subiectele cu temă pandemică.

### **Metode**

În 2020, traficul site-urilor web de știri generale a înregistrat o creștere, în ceea ce privește numărul de afișări, în lunile martie (+26,45%), aprilie (+10,16%), iulie (+6,17%), august (+9,34%), septembrie (+9,47%) și decembrie (+0,58%) față de aceeași perioadă din anul premergător. Tot așa, traficul acestora au înregistrat mai multe vizite în lunile ianuarie, martie, aprilie, iulie, august, septembrie și decembrie 2020 decât în aceleași luni ale anului 2019 și o creștere în numărul de vizitatori unici în toate lunile anului 2020, mai puțin în luna februarie [5]. Consemnăm, deci, interesul crescut al românilor pentru știri dar și prezența lor în creștere în spațiile digitale.

Lucrarea de față are la bază o cercetare calitativă de tipul studiului de caz și analizei de conținut a imaginarii pandemic distribuit în spațiile digitale de către redacțiile de știri din România. Intervalul de studiu vizează primul an al pandemiei, mai exact din martie până în noiembrie 2020. Considerăm că această perioadă a fost de maximă intensitate în ceea ce privește vehicularea subiectelor care ar fi putut provoca diferite anxietăți. Ne-am oprit la această dată pentru că în timp românii s-au „acomodat” cu virusul iar odată cu apariția vaccinurilor presa a început să vehiculeze subiecte mai mult legate de eficiența sau ineficiența acestora, pentru moment noul coronavirus devenind interes secundar. Totodată, întrucât la începutul campaniei de vaccinare se observa un interes crescut în rândul românilor în a se vaccina, campaniile mediatice menite să mobilizeze prin frică au fost amânate.

Principalele subiecte cu potențial de stârnire a fricii identificate sunt următoarele: vasul de croazieră Diamond Princess, eficacitate măștilor, transmiterea prin aer, transmiterea de la mamă la făt, boli de vedere și de inimă asociate infecției, utilizarea înălbitorului și asocierea cu virusul imunodeficienței umane. Acestea au fost identificate cu ajutorul motorului de căutare Google

Chrome și utilizarea următoarelor cuvinte cheie: COVID-19/coronavirus/pandemie frică/anxietate/efecte adverse, studii COVID (în română și engleză). Asemenea, pentru aflarea știrilor din România care au abordat subiectele acestea am utilizat același motor de căutare. Cuvintele cheie, de această dată, au fost chiar principalele subiecte de interes menționate adineauri. Imaginile au fost colectate, prin urmare, de pe paginile digitale ale acestor știri.

### **Rezultate**

Una dintre cele mai vehiculate știri, din prima parte a perioadei pandemice, este știrea conform căreia noul coronavirus a supraviețuit pe nava de croazieră Diamond Princess timp de 17 zile după evacuarea ei. Știrea de pe Rfi [6] este însoțită de o imagine la microscop a unui virus alăturată chipului mascat al unei femei (FIG. 1, st.). Virusul, deși este o reprezentare la microscop, are dimensiuni colosale, ireale, și este înconjurat de o aură verzuie, amenințătoare, care se răspândește spre partea femeii, acoperindu-i pielea gâtului și ochii. Femeia pare să nu fie conștientă de existența virusului, privind într-o altă direcție, fără o oarecare schimbare pe chip care să sugereze frică. Imaginea, care poate fi folosită cu ușurință și în cazul altor știri despre viruși, în special despre noul coronavirus, întărește ideea unui „inamic invizibil”, însă nu aduce nici o referință vizuală despre vasul de croazieră și este în discordanță cu transmiterea prin atingere sugerată de studiu. Asemenea, știrea de pe site-ul canalului ProTV [7] este însoțită de o imagine la microscop a unui virus, insinuând existența coronavirusului la bordul vasului (FIG. 1, dr.). Imaginea este multicoloră, nuanțele de roșu și albastru domină. Fundalul pare o adunătură de nori ce poate duce cu gândul la o explozie, la un dezastru natural sau provocat de om cu o armă nucleară. Se caută, astfel, identificarea virusului cu ceva periculos și care nu poate fi controlat.



Fig. 1. Imagini anexate știrilor despre Diamond Princess. Surse: Rfi.ro, Stirileprotv.ro

Antena 3 [8] distribuie știrea despre Diamond Princess însoțită tot de o imagine nedirecționată, neutră, detașată de contextul enunțat dar care, pornind de la perenitatea virusului pe suprafețe, sugerează ori încurajează spălătul frecvent pe mâini (FIG. 2, st.). Gazeta de Sud [9] folosește probabil cea mai sugestivă imagine din exemplele prezentate (FIG. 2, dr.). Această fotografie surprinde, de la distanță, șase membri ai unui personal medical ce iese de pe vasul de croazieră printr-un culoar special. Se observă totodată că intrarea pe vas este păzită de personal militar. Ceva mai târziu, în aprilie, Ziarul Financiar [10] publică aceeași știre însoțită de o imagine care nu sugerează nici o legătură directă cu vasul de croazieră dar care face trimitere la criza sanitară prin prezența costumelor de protecție (FIG. 3, st.). Inșii prezenți în fotografie, probabil personal medical însărcinat cu dezinfecția spațiilor, sunt echipați, din cap până în picioare, cu combinezoane medicale. Circa o treime din fotografie este ocupată de partea din spate a unei ambulante. Aceasta ar putea sugera o urgență medicală.



Fig. 2. Imagini anexate știrilor despre Diamond Princess 2. Surse: Antena3.ro, Gds.ro

Tot în decursul lunii martie au mai apărut și o serie de știri care discutau gradul de protecție oferit de măștile medicale de pe piață. În primele luni ale lui 2020, dar și primele ale pandemiei, a existat un deficit global de acestea. Astfel, autoritățile au acordat prioritate lucrătorilor din domeniul sănătății din prima linie, persoanelor infectate și celor care se îngrijesc de cei cu COVID-19. În România au apărut știri precum cea publicată de Digi24 și care anunța că, potrivit OMS, măștile fabricate manual și cele din pânză nu protejează împotriva coronavirusului [11]. Știrea este însoțită de o fotografie cu o mască de protecție în mâinile unei femei (Fig. 3, dr.). Putem spune că masca este ținută în mâini, incorect și imprudent.



Fig. 3. Stânga: Imagine știre Diamond Princess. Dreapta: Imagine știre mască de protecție. Surse: Zf.ro, Digi24.ro

O altă știre despre acest subiect a fost publicată de Mediafax pe 27 martie [12]. Știrea expune o ipoteză conform căreia particulele de coronavirus ar putea să treacă prin masca de protecție și că ochii ar putea, și ei, să fie căi de acces ale virusului, deci de transmitere. Imaginea care însoțește știrea afișează câteva măști de protecție, de o calitate echivocă, foarte subțiri, așezate una peste alta (Fig. 4, st.). Tot în acest sens, redacția Dw întreabă, sub forma unei anchete jurnalistice, tot în martie, „cât de mare este riscul infectării cu coronavirus în aer liber?” [13]. Articolul aduce în atenția cititorilor și o imagine cu un bărbat strănutând puternic (Fig. 4, dr.). El nu are gura ori nasul acoperite și nici, în cazul de față, nu și le acoperă cu nimic, în ciuda recomandărilor autorităților. În consecință, pe un fond negru, observăm în detaliu, mulțimea de particule de salivă și secreții nazale ce sunt propulsate agresiv în mediul înconjurător.



Fig. 4. Stânga: Imagine știre măști de protecție. Dreapta: Imagine știre transmitere prin aer. Surse: Mediafax.ro, Dw.com

Ceva mai târziu Digi World publica un articol care pretindea că noul coronavirus se transmite pe calea aerului și că experții CDC oferă un avertisment de ultimă oră: „Picăturile de Covid-19 rămân în aer ore în șir!” [14]. Imaginea folosită este una creată digital care înfățișează chipul fragmentat al unui individ depersonalizat de o mască de protecție (FIG. 5, st.). Fundalul este roșu aprins semnalizând un pericol – roșul amenință să se aglutineze cu silueta individului. Maska, de un albastru deschis, o mască medicinală, este singurul lucru care ține virușii deoparte. Virușii care-l înconjoară pe individ sunt o prezență nefastă și amenințătoare. Lipsa de naturalețe, irealitatea și virtualitatea imagini potențiază sentimentul de panică, de coronafobie. Ținem să atragem atenția că în spatele măștii se poate observa imaginea supradimensionată a unui virus văzut la microscop care poate sugera că pericolul se poate afla în fiecare dintre noi – o idee nu neapărat originală, dar care reprezintă o inovație în registrul reprezentărilor vizuale din spațiile digitale din România.

În iulie, aflam de la Mediafax că OMS a recunoscut că au apărut dovezi cu privire la transmiterea prin aer a noului coronavirus [15]. Știrea este însoțită de o imagine a directorului OMS care-și duce mâna la față, ca și cum ar încerca să o acopere (FIG. 5, dr.). Gestul poate exprima mâhnire, rușine, prezența unor dificultăți. Cu toate acestea, știrea explică faptul că expertul tehnic al OMS Benedetta Allegranzi a declarat că există dovezi emergente despre transmiterea pe calea aerului a noului coronavirus, dar că această concluzie nu este însă una definitivă. Așa fiind, directorul OMS nu este cel vizat de acest articol și nici titlul nu este echitabil în privința rezultatelor la care au ajuns experții OMS, acestea nefiind unele categorice. Putem spune că știrea caută să seducă atenția utilizatorilor de internet prin titlul de tip „clickbait” și prin imaginea reprezentativă a lui Tedros Adhanom Ghebreyesus, directorul organizației.



*Fig. 5. Imagini știri transmitere prin aer.  
Surse: Digiworld.tv, Mediafax.ro*

Lucrurile nu aveau să rămână la acest stadiu, iar în lipsa unei alternative clare de combatere a virusului, după cum sesiza și Esposito [16], autoritățile competente au putut vehicula, prin intermediul mediilor de comunicare în masă, studii felurite despre efectele adverse ori despre modurile de transmitere a virusului, cu scopul de a manipula modul de reacție la criza pandemică. De pildă, în România, apărea în aprilie un articol publicat de Mediafax care susținea că infecția cu coronavirus poate provoca conjunctivită [17]. Titlul articolului, fără să facă o referință clară la conjunctivită, denunță o bizarerie menită să stârnească interesul următorilor. Pe un plan secund, articolul dublat de ochiul înroșit, inflammat al unui ins (Fig. 6, st.) poate cauza panică în rândul populației, ipohondrie, paranoia – în ideea că această conjunctivită ar putea fi cauzată de un alt virus sau bacterie ori ar putea fi confundată cu o afecțiune banală cauzată de expunerea la frig, curent sau aer condiționat.

Tot în aprilie, un articol publicat de site-ul Știrilor ProTV elaborează pe marginea modurilor prin care coronavirusul poate afecta vederea [18]. Imaginea atașată prezintă un bărbat cu nasul acoperit de un articol alb, cel mai probabil un șervețel nazal (FIG. 6, mijl.). Ochiul îi sunt inflamați, roșii pe margine. Două luni mai târziu, în iulie, site-ul Regina Maria publica un articol care se întreba dacă putem să luăm coronavirusul prin ochi [19]. Imaginea care însoțește articolul este prima din segmentul care vizează direct coronavirusul și problemele la ochi ori transmiterea prin ochi prin prezența unei măști (FIG. 6, dr.). Fundalul imaginii, un peisaj urban, este estompat iar în prim plan se află o tânără îmbrăcată într-un hanorac viu colorat. Nu ne putem da seama dacă tânăra este așezată la o masă sau dacă stă în picioare în mijlocul drumului. Măinile îi sunt duse la față, degetele îi acoperă parțial ochii închiși.



*Fig. 6. Imagini știri coronavirusul și tulburări oculare.  
Surse: Mediafax.ro, Stirileprotv.ro, Reginamaria.ro*

De parcă nu ar fi fost de ajuns, coronavirusul primește o actualizare. Digi24 anunța tot în iulie că, potrivit unui studiu realizat la Universitatea din Milano, coronavirusul poate traversa placentă și infecta fătul [20]. Se inoculează, prin urmare, ideea că repercusiunile negative apărute în urma expunerii la virus, deci a iresponsabilității, imprudenței, ba chiar nonșalanței noastre, s-ar răsfrânge nu doar asupra sănătății proprii, dar și a viitoarelor generații. Imaginea atașată știrii este un plan detaliu cu abdomenul unei gravide, fără vreo referință vizuală la criza sanitară actuală (Fig. 7, st.).

În continuare, la cca jumătate de an de la apariția virusul și la o bună perioadă de timp de la vindecare, încep să izvorască o serie de efecte adverse pe termen scurt și lung ale infectării cu noul coronavirus. Digi24 publica un articol care elaborează pe marginea unui studiu conform căruia 55% dintre participanți au suferit modificări ale modului în care funcționează inima, iar la un caz din șapte au fost observate anomalii severe [21]. În ciuda titlului înfricoșător, dacă parcurgem articolul cu atenție, sesizăm că 901 din cei 1.216 pacienți aveau anomalii cardiace înainte de efectuarea studiului. Imaginea ce însoțește articolul pare mai mult o scenă din așa-numitele spitale COVID decât dintr-o secție de cardiologie (Fig. 7, dr.). Fundalul este întunecat, mult prea întunecat pentru o secție de spital, mai ales în momentul în care, cel puțin așa cum sugerează imaginea, medicii au o intervenție asupra unui pacient. Tot pe fundal se regăsesc niște aparate, iar pacientul pare conectat la ele prin niște cabluri lipite de piept. Pacientul pare inconștient. Medicii, echipați complet, inclusiv cu măști și viziere, sunt ușor aplecați spre el.



Fig. 7. Stânga: Imagine știre transmitere prin placentă. Dreapta: Imagine știre efecte adverse cardiace.  
Sursa: [digi24.ro](http://digi24.ro)

Amintim totodată că în noiembrie, site-ul 360Medical distribuia un articol despre un studiu care anunța că „pacienții cu COVID-19 care au simptome neurologice prezintă unele dintre aceleași tulburări metabolice la nivelul creierului ca și alți pacienți care au suferit privarea de oxigen (hipoxie) din alte cauze.” [22] Imaginea anexată articolului face parte din seria reprezentărilor digitale ale noului coronavirus (FIG. 8, st.). Elementul de noutate este formulat de prezența codului binar și de reprezentarea corpului principal al virusului sub forma globului pământesc. Se urmărește, deci, sugerarea ideii că criza sanitară este una globală.

O altă știre de senzație care a făcut înconjurul lumii apare după ce președintele Americii Donald Trump a sugerat să se cerceteze dacă dezinfectantul injectat în corp ar putea opri infecția cu noul coronavirus [23]. Un raport oficial al Centrului pentru Prevenirea și Controlul Bolilor (CDC) din SUA arăta că unii americani au ingerat dezinfectanți de uz casnic, inclusiv înălbitori, după distribuirea acestui comunicat [24]. Declarațiile lui Trump, știrile care le-au urmat, dar și reacțiile oamenilor ilustrează fidel panica care a cuprins lumea, întreg mapamondul, frica de „inamicul invizibil”, care ne-au determinat, pe unii dintre noi, să recurgem la măsuri excesive și absurde. Imaginea atașată știrii este o fotografie a unor bidoane de înălbitor (FIG. 8, dr.). Pe una din cutiile pe care sunt așezate bidoanele se poate citi „Nu lăsați la îndemâna copiilor / Pericol”.



Fig. 8. Stânga: Imagine tulburări metabolice creier. Dreapta: Imagine ingerare înălbitor. Surse: [360medical.ro](http://360medical.ro), [digi24.ro](http://digi24.ro)

Urmând trendul nenumăratelor ipoteze sufocante și demobilizatoare, aflăm, tot în perioada de maximă influență a crizei pandemice asupra individului și societății, lunile aprilie-mai 2020, că COVID-19 ar putea fi o modificare genetică artificială a virusului imunodeficienței umane. Rfi publica un articol conform căruia profesorul Montagnier, laureat al premiului Nobel, declara că virusul vinovat de criza pandemică a suferit modificări parțiale prin adăugarea din secvențe din virusul imunodeficienței umane [25]. Știrea este însoțită de o fotografie a autorului declarațiilor (FIG. 9, st.). HotNews revine cu o declarație a medicului italian Pasquale Mario Bacco: „COVID-19 este ca virusul imunodeficienței umane. Nu vom avea niciodată vaccin.” [26] Asocierea dintre virusul imunodeficienței umane și noul coronavirus evoca, într-o primă instanță, aplicarea aceluiași practici de prevenție și combaterea, iar pe un plan secund amintește de eșecul realizării unui vaccin, de campaniile de informare și de stigmatizare. Imaginea din articol ilustrează un membru al personalului spitalicesc, echipat congruent situației pandemice, care manipulează niște

fiole (FIG. 9, dr.). Textul de descriere anunță că imaginea reprezintă efectuarea unor teste COVID-19.



*Fig. 9. Imagini știri COVID-19 și virusul imunodeficienței umane. Surse: rfi.ro și hotnews.ro*

### **Concluzii**

În urma analizei efectuate sesizăm, mai înainte de toate, că apare un portret al virusului intens vehiculat de mediile de comunicare în masă. Acest portret creat digital depășește granițele reprezentării vizuale și înglobează diverși indivizi anonimi. Credem că acest fapt din urmă caută a sugera o invazie epidemiologică. Unele imagini au folosit gros-planuri ale unor părți corporale pentru a transmite anumite mesaje simple precum “Spălați-vă pe mâini!” sau “Atenție! Pericol de infectare!”. Prezența personalului medical mascat în multe din aceste fotografii realizează o documentare a crizei pandemice însă, pe un plan secund, prin repetarea și atașarea lor unei palete largi de știri, ar fi putut stârni sentimente de frică și anxietate. Figura umană reprezentată în imagini apare fie mascată fie deformată de simptomatologie și suferindă. Singurele cazuri când chipul este devoalat este atunci când identitatea persoanei reprezentate contribuie la promovarea mesajului (directorul OMS și profesorul Montagnier).

Asemenea putem spune că inițiativa mediilor de comunicare în masă din România de a distribui conținut cu temă pandemică a avut pe de o parte un interes intern, de a obține un număr cât mai mare de vizualizări/accesări ori, desigur, o influență politică. Drept care, imaginile care au însoțit știrile despre noul coronavirus, nu au fost mereu în același ton cu textul propus spre lecturare. Redacțiile de știri, cât și autorii, au urmărit atragerea cititorilor prin titluri și imagini de tip „click-bait” dar care, premeditat sau nu, au urzit un sentiment de teamă. Adăugăm faptul că acestea nu se deosebesc cu mult de tacticile adoptate de presa internațională, urmând, deci, trendul majoritar de raportare rapidă a unor știri de interes general. Totodată, avantajarea anumitor subiecte poate fi percepută ca o încercare de fabricare și substituie a realității obiective cu o realitate mediatică.

În fine, în registrul influenței politice putem menționa atât forțele guvernamentale care urmăresc eficientizarea campaniilor de informare, dar și cele din opoziție care pot profita de această conjunctură nefavorabilă pentru a-i pune pe ceilalți într-o lumină nesatisfăcătoare, pentru a-și asigura o creștere a încrederii în rândul publicului dar și un viitor succes în campaniile electorale. În această privință, Ardeleanu și Coroi sugerează că „discursul politic propus, prin media, unei întregi societăți înainte de vot, este prezentat de televiziunile care sunt departe de a fi neutre prin caracteristicile psihofiziologice și psihosociologice cu rol de caricaturizare a mesajului.” [27] Același lucru se poate spune și despre situația de față, cea a crizei pandemice – rolul presei nu a fost neglijat de politicieni în demersul lor de manipulare și denaturare a mesajelor



prin adoptare unei strategii a panicii. În acest mod, mijloacele de comunicare în masă au devenit instrumente *sine qua non* în contextul epidemic actual.

### Referințe bibliografice:

1. Ytre-Arne, B., Moe, H., *Doomscrolling, Monitoring and Avoiding: News Use in COVID-19 Pandemic Lockdown*. În: *Journalism Studies*, vol. 22, 2021, p. 7.
2. Mellado, C., et al., *Sourcing Pandemic News: A Cross-National Computational Analysis of Mainstream Media Coverage of COVID-19 on Facebook, Twitter, and Instagram*, În: *Digital Journalism*, vol. 9, nr. 9, 2021, p. 13.
3. Basch, C.H., et al., *News coverage of the COVID-19 pandemic: Missed opportunities to promote health sustaining behaviors*. În: *Infection, Disease & Health*, vol. 25, 2020, p. 207.
4. Boberg, S., et al., *Pandemic Populism: Facebook Pages of Alternative News Media and the Corona Crisis – A Computational Content Analysis*. În: *Mor Working Paper*, nr. 1, 2020, p. 6.
5. Coronavirul COVID-19 România [Citat 30.01.22] Disponibil: <https://covid19.geospatial.org/impact/media/>
6. Georgescu, Ș., *Studiu CDC: Coronavirusul poate supraviețui nu 3, ci 17 zile pe plastic și oțel*. [Citat 23.01.22] Disponibil: <https://www.rfi.ro/social-119510-studiu-coronavirus-poate-supravietui-zile-plastic-otel>
7. Urme de coronavirus găsite pe Diamond Princess după 17 zile. Cât timp spun experții că rezistă. *Stirile ProTV*, [Citat 23.01.22] Disponibil: <https://stirileprotv.ro/stiri/international/coronavirusul-a-rezistat-17-zile-pe-diamond-princess.html>
8. Răsturnare de situație: Coronavirus rezistă 17 zile pe suprafețe. De 5 ori mai mult decât se credea inițial, *Antena3*, [Citat 23.01.22] Disponibil: <https://tinyurl.com/2p8tj2e8>
9. Butnariu, M., Coronavirusul a rezistat 17 zile pe Diamond Princess. *Gds*, [Citat 24.01.22] Disponibil: <https://www.gds.ro/Actualitate/2020-03-24/coronavirusul-a-rezistat-17-zile-pe-diamond-princess/>
10. Ciutacu, A., *Descoperire îngrijorătoare: Coronavirusul a supraviețuit pe nava de croazieră Diamond Princess timp de 17 zile după ce au plecat pasagerii*. *Ziarul Financiar*, [Citat 15.01.22] Disponibil: <https://tinyurl.com/2p8f934x>
11. *Avertisment de la OMS: Măștile fabricate manual și cele din pânză nu protejează împotriva coronavirusului*. *Digi24*, [Citat 16.02.22] Disponibil: <https://tinyurl.com/muenxnt6>
12. Florescu, R., *Ipoteză! Pot particulele de coronavirus să treacă prin masca de protecție? PLUS Ne putem infecta prin ochi?*, *MediaFax*, [Citat 12.02.22] Disponibil: <https://tinyurl.com/yst3n8sb>
13. Wesolowski, K., *Cât de mare este riscul infectării cu coronavirus în aer liber?* *Dw*, [Citat 26.01.22] Disponibil: <https://tinyurl.com/2p9bat35>
14. Coronavirusul se transmite pe calea aerului. Experții CDC, avertisment de ultimă oră: «Picăturile de Covid-19 rămân în aer ore în șir!», *Digi World*, [Citat 03.02.22] Disponibil: <https://tinyurl.com/2zavsk8j>
15. Chirciu, S., OMS se joacă de-a alba-neagra: Există „dovezi emergente” despre răspândirea noului coronavirus prin aer. *Mediafax*, [Citat 23.02.22] Disponibil: <https://www.mediafax.ro/social/oms-se-joaca-de-a-alba-neagra-exista-dovezi-emergente-despre-raspandirea-noului-coronavirus-prin-aer-19407995>
16. Esposito, R., „Curati a oltranza”, *Antinomie*, [Citat 12.02.22] Disponibil: <https://antinomie.it/index.php/2020/02/28/curati-a-oltranza/>

17. Jipa, A., *Bizar: Ce au observat medicii la ochii unor pacienți cu coronavirus. A persistat chiar și 21 de zile.* Mediafax, [Citat 15.02.22] Disponibil: <https://www.mediafax.ro/coronavirus/bizar-ce-au-observat-medicii-la-ochii-unor-pacienti-cu-coronavirus-a-persistat-chiar-si-21-de-zile-19094942>
18. *Cum afectează coronavirusul vederea,* Stirile ProTv, [Citat 23.01.22] Disponibil: <https://stirileprotv.ro/stiri/sanatate/cum-afecteaza-coronavirusul-vederea.html>
19. *Poti sa iei coronavirusul prin ochi?*, Regina Maria, [Citat 23.01.22] Disponibil: <https://www.reginamaria.ro/articole-medicale/poti-sa-iei-coronavirusul-prin-ochi>
20. *Studiu îngrijorător: Coronavirusul poate trece prin placentă și poate infecta fătul.* Digi24, [Citat 24.01.22] Disponibil: <https://www.digi24.ro/stiri/externe/mapamond/studiu-ingrijorator-coronavirusul-poate-trece-prin-placenta-si-poate-infecta-fatul-1336044>
21. P., B., *Peste jumătate dintre pacienții cu coronavirus au dezvoltat disfuncții ale inimii.* Studiu, Digi24.ro, [Citat 24.01.22] Disponibil: <https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/sanatate/peste-jumatate-dintre-pacientii-cu-coronavirus-au-dezvoltat-disfunctii-ale-inimii-studiu-1338183>
22. Mihăilă, A., *Studiu despre afectarea creierului la pacienții cu COVID-19.* 360medical, [Citat 15.02.22] Disponibil: <https://360medical.ro/stiri/studiu-despre-afectarea-creierului-la-pacientii-cu-covid-19/2020/11/19/>
23. I., I., *Medicii din SUA, șocați după ce Trump a sugerat injectarea de dezinfectant ca tratament anti-COVID.* Digi24.ro, [Citat 24.02.22] Disponibil: <https://www.digi24.ro/stiri/externe/mapamond/indignare-in-randul-mediciilor-dupa-ce-trump-a-sugerat-injectarea-de-dezinfectant-ca-tratament-anti-covid-1296826>
24. *Raport oficial: Unii americani ingerează înălbitor pentru a preveni infectarea cu noul coronavirus.* Digi24.ro, [Citat 24.02.22] Disponibil: <https://www.digi24.ro/stiri/externe/sua/raport-oficial-unii-americani-ingereaza-inalbitor-pentru-a-preveni-infectarea-cu-noul-coronavirus-1319413>
25. *Le Monde: Covid 19, o modificare genetică artificială a virusului virusul imunodeficienței umane? Ipoteza extrem de contestată a unui laureat Nobel.* Rfi, [Citat 24.02.22] Disponibil: <https://tinyurl.com/2pwuztuk>
26. *Medic italian: „Covid-19 este ca virusul imunodeficienței umane, nu vom avea niciodată vaccin.* Hotnews, [Citat 24.02.22] Disponibil: <https://tinyurl.com/yckj2r27>
27. Ardeleanu, S.M., Coroi, I.C., *Forța discursului într-o campanie electorală.* În: *La Francopolyphonie*, nr. 5, 2010, p. 34.