

Зоран Б. Јевтовић¹
Универзитет у Нишу, Филозофски факултет,
Департман за комуникаологију и новинарство,
Ниш (Србија)
Предраг Ђ. Бајић²
Универзитет „Унион – Никола Тесла”,
Факултет за спорт
Београд (Србија)

616.98:578.834:070(497.11)“2020“
070.16/.19:303.425(497.11)“2020“
Оригиналан научни рад
Примљен 02/08/2020
Измењен 25/08/2020
Прихваћен 30/08/2020
doi:[10.5937/socpreg54-27766](https://doi.org/10.5937/socpreg54-27766)

СЛИКА О КОРОНАВИРУСУ У ДНЕВНОЈ ШТАМПИ СРБИЈЕ

Сажетак: Фокус у овом раду је на извештавању дневних новина у Србији током пандемије коронавируса (COVID-19), на специфичностима доминантних наратива и односа између власти и популарне штампе. Истраживање садржаја је обухватило прву половину 2020. године, када је анализирана укупно 1.271 насловна страна осам утицајних дневних листова. Док су представници озбиљне штампе још у почетном периоду покушавали да мобилишу пажњу грађана и да постављају озбиљна питања, већина таблоида је тривијализовала опасност у маниру још једног спектакла којим ће да обезбеде веће тираже, без обзира на друштвене последице и етичке норме новинарске професије. Објективност и непристрасност се жртвују пред сензационализмом, спектаклом и политичким клијентелизмом. Селебритизација медицинске струке само је раширила конфузију у јавном мњењу, а показало се и како политичке елите радо користе кризно стање за промоцију својих идеја и програма, уместо стручне дебате.

Кључне речи: COVID-19, дневне новине, таблоидизација, морална паника, политички клијентелизам

Увод

Масовни медији су уткани у сваку пору савременог друштва, а доминантни медијски дискурси креирају модел друштвеног понашања, што се посебно уочава у ванредним и кризним ситуацијама када хук медија може да омете логичко мишљење и одврати пажњу са суштине самих појава. Фокусирајући се у овом раду на извештавање штампаних медија у Србији током пандемије коронавируса, утврђују се карактеристични наративи усмерени ка јавности, као и колико се губе традиционалне вредности новинарских информација, посебно објективност и етичност. Податак

¹ zoran.jevtovic@filfak.ni.ac.rs

² predrag.bajic@fzs.edu.rs

ранијег истраживања, у онлајн медијима, да је од 9. марта, три дана по регистравању првог случаја оболевања везаног за корона вирус у нашој земљи, почео вртоглави раст у досегу садржаја, који је у неким тренуцима током тог месеца прелазео 50 посто³, указује на знатније аудиторјума, нарочито у почетном периоду. Садржаји везани за корона вирус оставили су у другом плану традиционално најчитаније рубрике, у којима су, такође, садржаји прилагођени новонасталим околностима.

Имајући у виду ванредне околности, још је већи значај медија у информисању и едуковању јавности и додатна је опасност уколико дође до пада квалитета информација, када брзина добија предност у односу на тачност, а „новинарство тврдње“ у односу на „новинарство проверавања“.⁴ То се односи на све платформе, па тако и на штампу.⁵ Када се погледа слика штампе која се дистрибуира на нивоу државе, она је таква да „доминирају таблоидизација, спектакуларност, лака забава и комерцијализација“, постоји „медијска опседнутост естрадом, ријалитијима, крими заплетима, аферама, сензацијама и популистичком забавом“, која „доприноси да јавним дискурсом доминира драматургија турбо стварности, која циља на промену друштвених норми и тихо преумљавање маса“ (Јевтовић & Бајић, 2018, стр. 277, 287). Све то је последица и неуспешне транзиције медијског система Србије, у којој су новинари и медији међу великим губитницима (Јевтовић & Бајић, 2019: 1031).⁶ У таквом амбијенту, нарушених вредности и поверења у медије, дочекана је и ванредна ситуација изазвана корона вирусом, у којој су информације пренете путем масовних медија постале кључни фактор чак и у усмеравању свакодневних активности грађана.

³ Према информацијама са веб странице <https://www.cenzolovka.rs/mediologija/analiza-onlajn-medija-u-doba-korone-vrtoglavi-rast-broja-citalaca-ubio-angazman-publike> (посећене 12. јула 2020. године), где се говори о резултатима пројекта домаћег стартапа *Content Insights*, који је креирао платформу и анализирао понашање медијске публике пре и за време трајања кризе. У анализу података у периоду од 1. јануара до 18. априла укључено је 29 сајтова медија у Србији, од којих је девет националних публикација, а преосталих 20 чине локални и регионални медији.

⁴ Бил Ковач (*Bill Kovach*) и Том Розенстиел (*Tom Rosenstiel*), говорећи о изгубљеном значењу новинарске објективности, посебно упозоравају на слабљење методологије провере истинитости података, јер су „чињенице постала роба која се лако купује, препакује и којима се мења сврха“ (Kovach & Rosenstiel, 2006, стр. 94).

⁵ Штампа и даље игра значајну улогу у усмеравању јавног мњења, имајући у виду и чињеницу да су најчитанији веб портали у Србији управо веб портали оних медијских кућа које имају и штампано издање, па се преносом информација у дигитални свет мултипликује њихов домет. Према ранг-листи „*Gemius Audience*“, на врху по броју реалних корисника (*real users*) налазе се blic.rs и kurir.rs, а у првих 14 по мерењу у јуну 2020. године су и novosti.rs, alo.rs, informer.rs, danas.rs и republika.rs (портал *Српској телеграфа*), док је ниже пласирана једино politika.rs. Више на <https://rating.gemius.com/rs/tree/32>. Посећено: 14. јула 2020.

⁶ О тим проблемима је говорила и Ирина Милутиновић, која је, „полазећи од теоријских премиса - да императиви истине, објективности и служења јавном интересу легитимишу професију новинара“, у свом раду указала и на „немоћ саморегулаторних механизма да еманципују професионално новинарско поље у процесу медијске транзиције у Србији“ (Milutinović, 2019, стр. 1055). Такође, Слободан Рељић је констатовао да се „новинарска професија од етичке обавезе да слободно и објективно извештава помера ка извршавању корпоративних диктата“ (Reljić, 2013, стр. 109).

Теоријско-методолошки оквир истраживања

Криза изазвана пандемијом коронавируса је променила представе о организованом и контролисаном светском поретку; кретање људи, робе и капитала на тренутак је заустављено, па је свакој држави препуштено да сама тражи путеве и начине превазилажења, при чему је посебан проблем био информисање јавности и спречавање дисперзије моралне панике. Овај рад истражује како се у таквој ситуацији понела штампа, кроз насловне стране дневних листова са седиштем у Београду који се дистрибуирају на територији Републике Србије и који су дистрибуирани у континуитету (уз одређене непредвиђене вишедневне паузе проузроковане мерама државе за спречавање ширења коронавируса) у првој половини 2020. године, односно од 3. јануара, када су објављени први бројеви у тој години, до 30. јуна. То су: *Политика*, *Данас*, *Вечерње новости*, *Блиц*, *Курир*, *Ало*, *Информер* и *Српски телеграф*. Издвојене су све насловне стране које експлицитно садрже тражене садржаје (не рачунајући рекламне делове), као тему или елемент на насловници, у насловним блоковима, карикатурама, потписима за фотографије и заглављима листова, као и оне у којима се такве теме бар наговештавају кроз најаве на насловници.

Перцепција стварности у великој мери зависи од начина којима се креирају медијске слике, при чему претња о угрожености живота психолошки утиче на реципијенте развијајући глад за додатним информацијама са супротним дејством. Лоше вести хране сумњу, немире и конфузију, при чему близина дешавања и сазнање да се блиским особама болест стварно дешава подстичу емоционалну укљученост, анксиозност и изолованост појединаца. Наметање одређених тумачења догађаја, појава или података постаје важно за кохезију јавног мњења, а у кризним стањима се као посебан императив и изазов поставља одржање стабилности заједнице.

Имајући у виду комплексност теме и свих промена насталих због актуелне пандемије, у овом истраживању су издвојене све насловне стране које се директно или индиректно баве феноменом коронавируса, од саме појаве, ширења и здравствених аспеката, до последица које је овај вирус донео по разне аспекте друштва, све у намери да се захвати широк контекст промена које су планетарно сличне. Коронавирус (COVID-19, COVID-19)⁷, односно тиме проузорокована болест, епидемија, пандемија, јесу директно здравствени проблем, па су идентификовани садржаји везани за здравствене мере, препоруке (употреба маске и рукавица, тестови, вакцине и друго), здравствени систем у доба пандемије, понашање лекара у време пандемије, њихове изјаве и реакције на њихове поступке (све везано за актуелну пандемију), приче оболелих и других погођених држављана Србије у земљи и у иностранству, догађаји из других земаља и слично. Затим, ту се налази и низ поступака предузетих као мере заштите од ширења пандемије, попут карантина, изолације, самоизолације, полицијског часа, забране кретања, односно ванредног стања, па самим тим и реакције, а све кроз призму здравственог и друштвеног проблема. Такође, ту су и ситуације

⁷ У домаћим медијима се ови појмови најчешће користе као синоними. Према информацијама са сајта covid19.rs, „кинеске власти су идентификовале нови коронавирус 7. јануара 2020. године и вирус је привремено назван '2019-nCoV'"; док је 11. фебруара 2020. године „болест изазвана овим вирусом названа Коронавирус 2019 или 'COVID-19'”. Посећено: 15. јула 2020.

на државним границама у доба короне, пошто су забране и дозволе изласка и уласка директно везане за мере одређених држава ради спречавања ширења коронавируса.

Наравно, разни такви садржаји имали су и друге контексте, осим здравствених, па тако и кроз изјаве званичника и уоквиравање медијских професионалаца. Отворене су и друге теме из области економије, религије, права и других сегментата друштва, а део издвојеног садржаја у овом раду су биле једино оне теме које су настале као директна последица затезања и попуштања здравствених мера. Уз то и напомена да би присутност била још већа да су издвајане и насловнице на којима су једино приказани људи који носе заштитне маске, што је постао уобичајени приказ на фотографијама (као део и социолошких промена које су се догодиле), али где није било других веза са траженим садржајем.

Коронавирус као централна тема у медијској агенди

Током првих шест месеци 2020. године на киосцима широм Србије се појавила укупно 1.271 насловна страна осам посматраних дневних новина, што је мање него ранијих година, као последица дневних и вишедневних полицијских часова у оквиру ванредног стања. Од укупног броја насловница у првој половини године, са траженим садржајима (једним или више њих по насловници) је идентификовано 69 посто, а удео је још већи када се посматра период од прве објаве, што се догодило 21. јануара, до краја јуна (76 посто).

Посматрајући **Графикон 1** може да се закључи да су све новине тему коронавируса држале високо у агенди извештавања, са свим последицама, како здравственим, тако и начинима помоћу којих је утицао на животе људи, економију, културу и друго. Међутим, када се погледа процентуално број насловних страна са траженим садржајем у односу на укупан број насловница сваког листа у посматраном периоду, а имајући у виду да *Данас*, *Информер* и *Српски телеграф* имају двобројне викендом, примећује се да су највише пажње у извештавању посветили представници тзв. озбиљне штампе – *Полиџика* и *Данас*, па онда таблоид *Информер*, полутаблоид *Вечерње новости* и, на крају, остали таблоиди – *Ало*, *Курир*, *Блиц* и *Српски телеграф*.⁸ Разлика није једино у бројкама, већ и у начину на који је јавност информисана, као и у темама које су се отварале, о чему ће у даљој анализи бити више речи.

Хронологија Светске здравствене организације (*World Health Organization*) везана за корона вирус датира од 31. децембра 2019. године, када су из Вухана стигле информације о првим сумњивим случајевима у том кинеском граду⁹, док је први

⁸ Озбиљна штампа је она која има снажан информативни приступ, бави се политичким и другим друштвеним темама од јавног значаја и даје предност дубљој анализи догађаја. У таблоидној штампи истичу се теме везане за катастрофе, трагедије, криминал, приватне животе познатих личности и слично; насловни блокови су често сензационалистички, док је језик једноставнији, садржај краћи, присутност фотографија већа и не иде се у дубљу анализу догађаја као у озбиљној штампи.

⁹ Детаљније на: <https://www.who.int/news-room/detail/29-06-2020-covidtimeline>. Посећено: 2. јула 2020.

случај у Европи пријављен из Француске 24. јануара 2020. године¹⁰. Управо је то период када је коронавирус доспео на насловнице српске штампе, а управо тог дана су ову тему на насловној страни имали сви српски дневни листови.¹¹ Колико је присутност коронавируса била велика показује податак да је од 24. јануара до краја тог месеца ова тема била на чак око 70 посто насловних страна. Иначе, први идентификовани текст о коронавирусу на насловним странама дневне штампе у Србији објавио је *Ало* 21. јануара под насловом „Смртоносни вирус из Кине стиже у Србију!” и додатним објашњењем: „Мистериозна упала плућа коси све пред собом, у Европу је доносе Кинези који су боравили у домовини где су славили своју нову годину. Још није познато колико је потребно времена од инфицирања до појаве првих симптома, али сваки путник који долази из Кине требало би да прође контролу”.

Утицај медија се огледа у задовољавању знатижеље њихових корисника¹², што може да се уочи и у анализи у овом раду. У почетку су извештаји били веома шутири, али су се појачавали како се приближавала опасност. У првим наговештајима кризе говорило се већ у насловима како је „у апотекама појама за маскама због коронавируса” (*Полиџика*, 29. јануар), али се и даље спекулисало изгледима да се коронавирус појави код нас, што показују и следећи примери: „Епидемиолог Кон тврди - Мала шанса да кинески вирус стигне у Србију” (*Српски њелеџраф*, 27. јануар), „Батут: Низак ризик да се корона појави у Србији” (*Данас*, 29. јануар) и „Светска здравствена организација очекује пораст броја оболелих – Могуће да се корона вирус појави и у Србији” (*Данас*, 30. јануар). Таблоид *Информер*, близак властима, још 27. јануара је известио о могућем проширењу заразе и на нашу земљу: „Стручњаци упозоравају: Корона вирус ће заразити цео свет - Нови вирус који се појавио у Кини заразнији је од САРС-а, нема ефикасног начина да се његово ширење спречи по планети. Први сумњив случај забележен и у Србији!”. Проблем неповерења крије се у сензационалистичком извештавању овог листа (и већине других таблоида), а ширењу панике је допринео и насловни блок *Информера* од 25. јануара: „Вирус у Кини обара људе по улицама! - На интернету круже снимци на којима се види како болесни Кинези падају као свеће”. У том блоку се појавио и следећи наслов уз фотографију: „Ово је супа од шишмиша! Преко ње је коронавирус прешао на људе”. То је био само почетак, али са јасном тенденцијом како ће се обраћати читаоцима и у наредним месецима, када је ескалирала здравствена криза.

¹⁰ Детаљније на: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/timeline-eu-action_en. Посећено: 2. јула 2020.

¹¹ Теоретичари свемоћи медија, на пример Вернер Северин (*Werner Severin*) и Џејмс Танкард (*James Tankard*), у својим радовима посебно су истицали „развојни модел исхода комуникације”, битан за обликовање доминантних ставова јавног мњења (више у: Severin & Tankard, 2001). Без обзира на индивидуалне разлике међу појединцима, у кризним ситуацијама исходи дејстава и тема се уједначавају, оснажују и са видљивим ефектима отварају на микро и макро нивоима шире заједнице.

¹² Идеја о истраживању начина на које читаоци употребљавају поједине медијске садржаје је старија од саме „теорије користи и задовољства”, али је она нарочито битна за објашњење да су медији тражени онолико колико задовољавају потребе својих корисника (више у: Katz, Blumler & Gurevitch, 1973).

Колико год да је ситуација била тешка и да је било потребно подизање свести грађана, јасна је разлика између доминантног сензационалистичког приступа већинског дела таблоидне сцене и покушаја озбиљнијих листова да на квалитетнији начин информишу читаоце и отворе бројна питања и дебате. Конструкција вести се усмерава ка детаљима који ударне информације смештају у шири оквир и доводе у везу са паником. Уместо аналитичком обрадом података, коронавирус се привидно богати детаљним описима последица које производи, са фокусом на смрт и трагичне кошмаре као искуства других држава.

Пример друштвено изузетно шокантног приступа извештавању су насловне стране од 1. априла, када је Ало објавио алармантну вест да је „почео пакао у Србији”, уз поруку: „Остајте кући јер само тако можемо да избегнемо судбину Шпаније и Италије, где дневно умиру хиљаде људи”. Све је илустровано фотографијом лекара са носилима на којима лежи пацијент. Сличну илустрацију понудио је и *Информер*, уз следеће катаклизмичне информације: „Помор у САД! Мртве виљушкарима слажу у шлепере”. Слична је редакцијска опрема насловних страна у *Блицу* и *Вечерњим новостима*, у којима бројке о зараженима и преминулима на централном месту појачава изјава Горана Стевановића, директора Клинике за инфективне и тропске болести Клиничког центра Србије, о могућем „италијанском сценарију”. *Курир* није имао фотографију уз насловну композицију, али је читав блок јасно уоквирио у црно: „Најцрњи дан – Још 7 умрло! – Укупно 23 жртве короне у Србији”. Друштвена анксиозност у види страха и беспомоћности шири се и насловима *Полиџике*, где је централна изјава др Стевановића, док *Српски телеграф* додатно драматизује ситуацију коришћењем узвичника: „Најцрњи дан у Србији – Седморо умрло за 24 сата! – Ако наставимо овако, чека нас италијански сценарио!!!”. *Данас* је као главну тему поставио питање „да ли треба увести целодневну изолацију у Србији због пандемије”, кратко известивши аудиторијум: „Најкраћа конференција за штампу државног стручног тима лекара – Најавили италијански сценарио”.

Управо је ово био први дан месеца у којем је, како се види на [Графикону 2](#), забележен пик извештавања о темама релевантним за овај рад. Тада су издвојене готово све насловнице (изузетак је *Српски телеграф*), да би потом дошло до пада, пошто проценат издвојеног садржаја више није био на нивоу априла, као и марта. Иначе, поред насловних блокова, *Блиц* је на специфичан начин слао поруку о одговорности у периоду од 8. априла до 15. маја, у заглављу листа, где је писало: „Победимо заједно вирус корона”. Код жанровске структуре је уочено и да су *Полиџика* и *Данас* тему коронавируса обрађивали кроз више карикатура као специфичног облика друштвене критике.

Заокруживање и спајање здравствених аспеката коронавируса је доминантно у посматраном периоду, а нарочито у прва четири месеца, после чега су се све више појављивали и други аспекти. Тако су се у периоду по окончању ванредног стања у Републици Србији, у данима после првомајских празника, могли видети наслови као што су: „Шта нас чека по изласку из изолације” (*Блиц*, 10. мај), „Жене поднеле највећи терет ванредног стања” (*Данас*, 15. мај), „Пандемија развода у доба короне!” (*Ало*, 16. мај), „5.000 људи психички оболело због короне” (*Информер*, 22. мај), „Др Елизабета Ристановић: Очекују нас биолошка ратовања!” (*Вечерње новости*, 31. мај) и „Црногорске плаже опустеле због ковида 19” (*Полиџика*, 21. јун).

Јавна арена нуди мноштво могућности за сучељавање вредности, па тако и ширење страха и активирање захтева за друштвеном контролом ситуације. Социолошки приступ темељио се на објективистичком гледишту о постојању болести, стручном ангажовању и проучавању узрока и налажења решења, при чему је повремено у позадини нуђена оптимистичка нада да ће све брзо проћи. О томе сведоче и наслови попут следећих: „Како изгледају венчања у доба короне – Пољупце под маскама памтићемо цео живот” (*Блиц*, 10. април), „Серијал ’Живот после короне’ – Када ћемо опет безбрижно путовати широм света” (*Блиц*, 28. април), „Тема недеље: Туризам у доба короне – Лето као ниједно до сада” (*Полијтика*, 30. април) и „COVID-19 српски туризам кошта милијарду евра” (*Данас*, 4. мај).

Колико је феномен коронавируса и свега што су његове директне последице доминантан говори и садржај насловница последњег дана анализе (30. јуна), када се на свих осам нашао ова тема, уз јасне разлике између озбиљног извештавања и таблоидне неодговорности у виду сензационалистичких слика и ширења моралне панике.¹³ Поред извештавања о новим мерама за спречавање ширења коронавируса и обавезном ношењу маски, теме су биле и ситуација око уласка у Грчку, број новозаражених и преминулих, тешка здравствена ситуација у Новом Пазару, дешавања после смрти чувеног нишког хирурга Миодрaга Лазића, резултати националне епидемиолошке студије, тестирање вакцине и друго. *Данас* је отворио значајну тему последица пандемије по привреду, под насловом „Разбукутавање епидемије и најаве оштријих рестрикција имаће тешке економске последице – Ново затварање привреде значило би масовне отказе”, док су поједини таблоиди наставили са узбуњивањем публице и таргетирањем.¹⁴ Дискурси о претњи вирусом, кодирани у низове, активирају моралну панику, али и буде сумњу у мере друштвене контроле заједнице и способности стручних тимова да пронађу решења. Изостаје уравнотежена и стручна расправа, популарне новине распирују неизвесност и страх, док у медијима изостаје мобилизаторска функција којом би се јавност умирала.

¹³ Амерички социолози моралну панику објашњавају као један облик понашања, наглашавајући социопсихолошке чиниоце као што су анксиозност и страх. Кенет Томпсон (*Kenneth Thompson*) под овим феноменом подразумева „претњу упућену нечему што се сматра светим или изузетно важним за друштво”, при чему издваја слику која се посредује медијима (*Thompson, 2003, str. 17*).

¹⁴ Тако је *Информер* имао и следеће наслове: „Пут на море овог лета компликованији него икада – Грци мрцваре српске туристе” и „Болесници болесни - Ђиласовци прижељкују да Вучић умре од короне!”. Истог дана, за *Ало* и *Српски тшелеграф* главни садржај на насловници су изјаве пулмолога др Бранимира Несторовића, члана Кризног штаба за сузбијање заразне болести *COVID-19*, који додатно продубљује конфузију и противречне ставове између чланова овог тела Владе Републике Србије о начинима на које се треба борити са овом пошати: „Доктор оптимиста иако се епидемија захуктава - Несторовић: Корону ће спржити врућина! – Погледајте Грчку, тамо нема вируса” (*Ало*) и „Шок-признање Несторовића: Не тестирамо, идемо на колективни имунитет! – Чувени пулмолог саветује да је најбоље сада да се разболимо од короне, када је, како каже, вирус релативно слаб – Вакцину против САРС нису успели да направе за 19 година, а сад ће ову да направе за три месеца, то је непоуздано” (*Српски тшелеграф*).

Тривїјализација стања као карактеристика таблоидног дискурса

У кризним ситуацијама уобичајено је да политичари подстичу и користе мобилизаторски дискурс, како би одговорност за трагичне догађаје трансферисали ка другима. Тада се садржај наратива банализује или представља кроз призму забаве, чиме се и аудиторијум растеређује од забринутости. Терет одговорности званично је пренет на медицинске стручњаке, од којих су поједини, због честих наступа у медијима, за кратко време постали селебритији¹⁵ који говоре о актуелној пандемији, али и о другим темама.¹⁶ Јасно је да су представници озбиљне штампе насловницама покушавали да мобилишу пажњу грађана на опасности које вребају и да постављају озбиљна питања, док су поједини таблоиди тривїјализовали опасност у маниру још једног спектакла којим ће обезбедити већи тираж, без обзира на друштвене последице. Тако је *Информер* у насловном блоку 27. фебруара истакао речи др Бранимира Несторовића: „Коронавирус је смешан! Не треба носити маске - Не могу да верујем да је народ који је преживео бомбардовање сада у паници од најсмешнијег вируса у историји човечанства. Нема места страху, не верујте лажима – Жене од короне штите хормони, оне слободно могу у шопинг у Италију, биће великих попуста”.¹⁷

Медији имају обичај да свој приступ догађајима обликују кроз призму постојећих дискурса, претпостављајући да лојални аудиторијум неће лако да напусти већ формиране ставове. Претпоставка је да је и из тог разлога *Информер* појачао интензитет истих усмерења поруком од 28. фебруара: „Све што треба да знате о коронавирусу - Много су веће шансе да страдате у саобраћајки него да се заразите”. С друге стране, рећи дисонантни тонови позивају на опрез или користе грешке конкуренције за поентирање у ставовима и на тржишту. *Данас* је 11. марта, уочи увођења ванредног стања, имао следећи наслов: „Тема Корона постала светска и домаћа тема број један – Ванредне мере због најсмешнијег вируса”.

¹⁵ Полазећи од поимања селебритија по Крису Родеку (Ројек, 2001) и селебритизације као процеса у којем позната постаје до тада широкој популацији непозната особа, у овом раду се говори о процесу селебритизације стручњака из области медицине, најчешће непознатих широком кругу људи, који постају препознатљиви на националном нивоу кроз медијску експлоатацију, током које њихово представљање излази из оквира струке, која је била повод за њихову медијску идентификацију.

¹⁶ О конфузији која је стварана повремено неусклађеним и неаргументованим порукама јавности од стране истакнутих представника медицинске струке говоре и следеће насловнице: „Епидемиолог Тиодоровић открива: Корона нестаје за два месеца” (*Српски тшелеїграф*, 29. фебруар), „Предраг Кон, епидемиолог: Сунце ће убити корону – Појачано UV зрачење спречиће коронавирусу да се шири” (*Информер*, 11. март) и „Интервју – др Дарија Кисић Тепавчевић, епидемиолог: Корона више никада неће бити јака као сада – Научили смо доста о вирусу за ова два месеца, али нам предстоји још много посла док га коначно не победимо” (*Блиц*, 30. април).

¹⁷ Неопрезност уређивачке политике виђена је и дан раније, када је ова новина истакла изјаву истог саговорника, уз поруку читаоцима: „Срби, не паничите, није ништа страшно! - Корона није ништа опаснија од грипа”.

Естрадизација и поигравање озбиљном темом, уз кршење многих норми новинарске етике, јасно су видљиви и у писању таблоида *Ало* још у раној фази пандемије, односно пре него што је у априлу замењен другим наративом, у којем је „опасност” кључни појам. Тако у тренуцима када је цео свет збуњен активношћу овог вируса и са недовољним знањем о томе како се тачно преноси, спречава ширење и лечи, тај таблоид пише како се „Кинези српском шљивовицом боре против коронавируса” (4. фебруар, о ракији као леку се говорило и 6. фебруара) и да „пост јача имунитет против коронавируса!” (9. март), тражећи решења од људи ван лекарске струке или доводећи лекаре у естрадни контекст. Међу примерима су и следећи: „Шешељ открива радикалну методу лечења – Кинеска крв је лек за корону - Узети крв од Кинеза који су се опоравили од вируса и убризгати је Србима ради превенције” (12. март)¹⁸, „Кеба: Уместо маске користим ракију!” (13. март), „Патријарх Иринеј ексклузивно за *Ало!* о пандемији – Тамјан штити од вируса!” (14. март) и „Нада Мацура, најпознатија докторка: Сви у ’Задругу’, тамо нема коронавируса!” (19. март). Такође, овај лист је 28. фебруара известио – „Стручњаци за ’Ало!’ откривају све детаље о епидемији – Срби, без панике, вирус све слабији!”, док је 10. марта уследио још један контроверзан насловни блок: „Пулмолог проф. др Бранимир Несторовић открива: Србе гени чувају од коронавируса – ’Треба се присетити да су пре сто година управо Италијани чак седам пута више умирала од шпанске грознице””. На сличан начин је *Ало* наставио и по завршетку ванредног стања, па је тако овај таблоид 7. маја пренео: „Др Бранимир Несторовић има нову револуционарну идеју: Сад је право време да се сви заразимо! – ’Само тако ћемо стећи имунитет. Ово није више исти вирус као пре два месеца, много је слабији””.

Посебна тема су биле вакцине, па је *Српски шелеџраф* још 31. јануара известио: „Министар открио – Лончар: Можемо да направимо вакцину за кинески вирус”. Истог дана *Ало* је био још прецизнији: „Срби откривају вакцину против коронавируса!? - Најстручнији тим најiskusнијих српских научника, епидемиолога, вирусолога и фармацеута у специјалној лабораторији Института за вирусологију, вакцине и серума ’Торлак’ убрзано ради на развоју вакцине против нове врсте коронавируса, од којег је у свету оболело готово 8.000, а умрло 170 људи”.

Артикулација медијских садржаја ради смиривања ситуације постављањем теме јавне дебате део је пропагандних техника. Јавност се прво припрема за одређену тему (*priming*), да би се наглашавањем, понављањем и давањем ударног простора уоквирила (*framing*)¹⁹ у колективном памћењу. Отуда прича о производњи вакцине добија убрзање током априла, када се у таблоидни дискурс укључују и елементи теорије завере, која је пратећи елемент кризних ситуација. *Ало* је још 24. јануара истакао како је „вирус пуштен из лабораторије да убија Кинезе, у карантину 18 милиона људи!”. Затим је исти лист 16. марта питао „да ли иза хаоса у свету стоји још једна завера великих сила - Американци крију истину о корони?!”, да би четири дана касније публикувао

¹⁸ Ту нису стали већ су наставили причу на насловној страни 7. априла: „Први предлагао лечење крвном плазмом – Цео свет прихвата Шешељев патент!” (уз поново објављену насловницу од 12. марта).

¹⁹ То је „одабирање и истицање одређених аспеката неких догађаја или тема и њихово повезивање на начин да се промовише одређено тумачење, вредновање и/или решење” (Entman, 2004, str. 5; Perloff, 2014, str. 158).

нову сензацију: „Тарабићи предвидели пандемију короне и повратак гастоса!“. Да би оквир постао шири прикључује се *Српски шелејграф*, који је, између осталог, писао: „Јачи од Тарабића - Симпсонови предвидели корону“ (5. март), „Фармакомафија и СЗО у дилу – Корона вирус превара века! На њему ће зарадити милијарде!“ (7. март), „Доктор Томас Коуан тврди – 5G мрежа изазвала Корону“ (24. март) и „Откривено ко је заразио свет – Трамп ухапсио доктора, продао Кинезима коронавирус“ (7. април). Ни полутаблоидне *Вечерње новости* не изостају у креирању сценографије завере, чиме се намеће мишљење о појави. Оне 26. јануара постављају питање „да ли је смртоносни организам настао у лабораторији - Новим вирусом хоће Кину да баце на колена?“, а скоро месец дана касније (21. фебруар) преносе следећу причу: „Ширење вируса кривица Француза и Кинеза – Корону немар 'извукао' из лабораторије? - Запослени продавали слепе мишеве на пијаци“.

Узбуђење или паника који настају оваквим обрадама тема вероватно подижу тираже, али имагинарни садржаји и погледи на стварност доносе проблеме у реалном животу. Непрестано и спекулативно обрађивање тема везаних за заразу од стране таблоида повећава ризик, посебно код рањивих категорија становништва. *Информер* је још 4. фебруара пренео „тврдње израелског шпијуна“ како је „коронавирус 'побегао' из лабораторије“, док је *Курир* 20. фебруара питао: „Да ли је ово случајност? – Амерички писац пре 39 година предвидео коронавирус, најавио епидемију баш за 2020. годину“. Као антипод, односно покушај да се раздвоје чињенице од фикције, отворене су теме у озбиљним новинама: „Епидемија лажних вести о корони - Дезинформације о вирусу излазе у таблоидима али и озбиљним медијима“ (*Данас*, 28. фебруар) и „Теорије завере заразније од вируса корона – Предрасуде и лажне вести забринуте су и стручњаке СЗО, најчешћа гласина је да је COVID-19 намерно пуштен из лабораторије“ (*Полиџика*, 29. фебруар).

Синхронизација медијске агенде и агенде владајућих елита

Када се изузму питања коронавируса као здравственог проблема, што је доминантан контекст, један од активираних је и геополитички контекст, који се уочава и кроз поједине претходно поменуто примере, а кроз који се јасно види и учитавање уређивачке политике на начине на које је коришћено и у неким другим темама²⁰. И док таблоиди предимензионарају могућности, представљајући сензационалистички одређене земље и личности као спасиоце у складу са политиком владајућих елита (нпр. *Српски шелејграф*, 20. март – „Стиге помоћ од браће - Кинези доносе Србима лек против короне“ и *Информер*, 6. април - „Путинови специјалци већ у акцији – Руси убијају коронавирус широм Србије“) или таргетирају негативце (нпр. *Српски шелејграф*, 27. мај – „Пажња, не играјте се здрављем – Не летујте у Црној Гори, лагали су о корони“), представници озбиљне штампе отварају старе дилеме: „Да ли ће Европска унија преживети COVID-19 – 'Шенген' дочекао годишњицу затворених граница, а на самиту лидера ЕУ оживеле старе поделе – Немачка и Холандија не желе да деле терет са Италијом и Шпанијом“ (*Полиџика*, 31. март) и „Пандемија, пропаганда и пријатељи – Ширење меке

²⁰ На пример однос према суседима и другим земљама у извештавању о мигрантској кризи (Јевтовић, Вајић, 2017).

моћи на Балкану - Да ли велике ривалске светске силе пружањем неопходне помоћи угроженима остварују своје спољнополитичке циљеве и хоће ли ЕУ након ове кризе изгубити део утицаја у нашем региону” (*Полиџика*, 21. април).

Имајући у виду ограниченост овог рада, осврт ће бити још на сегмент усклађености медијске агенде са агендом владајућих елита, у овом случају када је реч о приказивању коронавируса као велике опасности по грађане Србије.²¹ После интензивног приказивања на почетку ширења болести, релаксацијом ванредних мера и укидањем ванредног стања тај сегмент је значајно умањен, уз повремене осцилације када су истичана нова жаришта. Наравно, здравствени аспект враћао се на насловне стране кроз појединачне случајеве, али је у доминантном броју ескалирао тек у недељи по завршетку парламентарних и локалних избора у Републици Србији (одржаних 21. јуна), када је извршена додатна мобилизација становништва поводом опасности. Анализирајући садржаје насловница у јуну, увиђа се да половина дневне штампе у том периоду није обраћала пажњу на коронавирус као колективну опасност све до завршнице месеца. Тако је *Ало* једину такву информацију имао 12. јуна, када је објавио: „Грађани све мање воде рачуна о мерама заштите – Много смо се опустили, корона ће тек да удари!”. О оштријим мерама за спречавање короне као нарастајућег проблема *Информер* је известио тек у последња два дана овог месеца, док је 20. јуна истакао како је „у Србији, ипак, најсигурније”, објашњавајући ситуацију у Турској. За *Српски њелеграф* проблем поново постаје релевантан на насловној страни од 23. јуна, када је објавио текст: „Повратак мера због короне – Др Кон: Маске обавезне у превозу и радњама?”. Од тог дана су и *Вечерње новости* почеле да користе термине као што су „корона букти”, „епидемија се разбуктава”, „вирус се убрзано шири” и слично, пошто су претходно 21. јуна говориле о новој претњи на глобалном нивоу: „Проф. др Ченг Гуанг, експерт националне здравствене комисије Кине - Нови сој короне напада, могућ други талас”.

Преостали таблоиди су, такође, имали поменуте садржаје од 23. јуна, али и раније. Тако је *Блиц* претходно током јуна два пута пренео упозорења епидемиолога Предрага Кона (9. и 10. јун), као и изјаве Дарије Кисић Тепавчевић, заменице директора Института за јавно здравље Србије „Др Милан Јовановић Батут”, да „активност вируса пада, сада све зависи од нас” (11. јун) и да је „знатно више пацијената са лакшом формом болести” (21. јун). Исти актери су помињани и на насловним странама *Курира* („Корона ушла у студентске домове - Доктор Кон: Други талас би могао да буде веома јак” - 9. јун, „Следе нове мере - Опет ћемо морати да носимо маске?” - 12. јун, и „Др Кисић и др Кон - Враћамо мере ако се већина не буде држала препорука” - 14. јун) пре него што је од 23. јуна овај таблоид поново почео чешће, скоро свакодневно, да се својим насловницама осврће на теме везане за опасност од коронавируса и нове мере спречавања заразе.

²¹ Појава на коју се указује раширила се последњих деценија прошлог века као посебна област ПР-а, под називом – *issue management*, са намером наметања тема о којима ће неко друштво да разговара (више у: Chase, 1982). У грубом преводу то би значило „управљање темама”, а у нашем случају то је покушај професионалних комуникатора да предвиде која ће непријатна тема за њихове клијенте бити отворена, па је потребно да се предупреди сопственим интерпретацијама, а што све може да се повеже са политичким клијентелизмом, далеко од етичких стандарда.

Када је реч о озбиљној штампи, јасно је видљив дубљи приступ таквим темама на насловним странама и током јуна. *Данас* је упозоравао на тестове (нпр. „Србија користи недовољно поуздане тестове на корону – Инфекције пролазе непримећене” – 12. јун), отворио тему „како ће становници Србије стећи колективни имунитет на вирус COVID-19 - Да ли је грађанима прећутано тихо прокужавање короном?” (18. јун), затим је пренео речи професора Драгана Делића, инфектолога, да „не постоје докази да је вирус ослабио” (19. јун) и отворио тему опасности и кроз следећи наслов: „Да ли су закаснеле мере против короне за изборе?” (20. јун). Потом је 23. јуна известио да се „епидемија разбуктала у Београду” и наставио да извештава до краја месеца, а 27. јуна је пренео и следеће: „Вирус се поново шири, Вучић поручио грађанима да буду одговорнији – Велики постизборни повратак короне”. *Политика* је 8. јуна отворила тему „како да спремно дочекамо нови талас вируса корона – Укључити и приватно здравство”, известила о корона-вирусу у вртићу, студентским домовима и београдским основним школама, а пренела је и изјаву Верице Јовановић, в. д. директора Института „Батут”: „Епидемија у завршној фази, опрезност и даље неопходан” (10. јун). Број оболелих је овај лист вратио на насловнице 21. јуна („У Србији још 94 новооболела”) после чега је извештавао у насловним блоковима о скоку броја оболелих, ситуацији у Крагујевцу и Новом Пазару.

Закључна разматрања

У транзиционом друштву заснованом на профиту и природа вести се мења, подривајући тежњу професионалних новинара за објективношћу и истинитошћу информација. Ванредно стање и страх од коронавируса створили су атмосферу погодну за ширење непроверених вести, при чему су таблоиди спретним коришћењем изјава представника власти и чланова кризног штаба често промовисали сензационализам и политички клијентелизам. Све већа комерцијализација унутар медијске заједнице у Србији реконфигурише пејзаж новинарства, скривајући тихо губљење професионалних критеријума, при чему на главну сцену ступају непоуздани, непроверени, сензационалистички и спиновани садржаји.

У пракси се запајају бројне последице, које могу да се групишу у три специфичне области: у редакцијама штампаних медија се уочава смањење пажње новинара, који неопрезно преузимајући информације о коронавирусу не врше проверу њихове тачности; синтетизовани приступ и битка за брзим привлачењем пажње воде изостављању основних чињеница или мењању контекста, чиме се истина повлачи из информационог језгра; жеља да се вест наметне аудиторијуму трансформише професионалност новинара, који објективност и непристрасност жртвују пред сензационализмом, спектаклом и политичким клијентелизмом.

Комерцијализован медијски систем фаворизује лажне вести и селебрити саговорнике јер им њихово увећано присуство обезбеђује већи профит, што је јасно видљиво и на примеру штампе у Србији где је доминантан таблоидни дискурс и знатно су слабији тонови озбиљне штампе. Ова криза је показала како лекари, чија професија је таква да су у уобичајеним околностима често далеко од медијске пажње, могу за кратко време да постану селебритији, који јавност упознају и са најмањим детаљима својих живота. Такође, показала је и да политичке елите радо користе кризно стање за промоцију својих идеја и програма, науштрб стручне дебате.

Zoran B. Jevtović¹
University of Niš, Faculty of Philosophy,
Department for Communicology and Journalism
Niš (Serbia)
Predrag Đ. Bajić²
University Union – Nikola Tesla, Faculty of Sport
Belgrade (Serbia)

THE IMAGE OF COVID-19 IN THE SERBIAN DAILY NEWSPAPERS

(Translation In Extenso)

Abstract: This work is focused on reporting of daily newspapers in Serbia during coronavirus (COVID-19) pandemic, and specifics of dominant narratives and relationship between the government and popular press. The content research includes the first half of 2020, when 1,271 from eight influential daily papers were analysed. While the representatives of the quality press have tried to steer the attention of citizens and introduce serious questions most tabloids trivialised the danger as another spectacle which will secure larger sales irrespective of social consequences and ethical norms of journalistic profession. Objectivity and unbiasedness are sacrificed for sensationalism, spectacle and political clientelism. Celebrityization of medical profession has only led to spread of confusion in public opinion, while revealing how political elites eagerly use crisis for promotion of their own ideas and programs, instead of professional debate.

Keywords: COVID-19, daily newspapers, tabloidization, moral panic, political clientelism

Introduction

Mass media are weaved into the very fabric of the modern society, and dominant media discourses create a model of social behaviour particularly visible in out of ordinary and crisis situations, when the noise the media create can disrupt logical thinking and divert attention from the essence of the things. Focusing here on the reporting of the print media in Serbia during the coronavirus pandemics, we have recorded typical narratives aimed at the public, as well as looked into how much of traditional value of the reporting information gets lost, especially when it comes to objectivity and ethics. A piece of information from an earlier research in the online media from the March 9, three days after registering the first

¹ zoran.jevtovic@filfak.ni.ac.rs

² predrag.bajic@fzs.edu.rs

case of coronavirus infection in our country, showing a dramatic increase of related content on occasions surpassing 50 percent³, implies a great interest on the part of the public especially during the initial period. Content related to the coronavirus has sidelined traditionally most read content, which also was adapted to the new circumstances.

Having in mind the extraordinary circumstances, even more significant is the role of the media in informing and educating the public, increasing the threat of information quality decline, in cases where speed gets priority over accuracy, and 'journalism of claim' over 'journalism of verification'⁴. This applies to all platforms including the printed press⁵. Looking at the press distributed at the national level "dominant are tabloidization, spectacular, light amusement and commercialisation", there is "the media obsession with celebrities, reality shows, crime stories, affairs, sensational and popular amusement", which "contributes to the dominance of turbo realities in the public discourse, aimed at changing social norms and silent consciousness alteration of the masses" (Jevtović & Bajić, 2018, p. 277, 287). All this is the result of unsuccessful transition of the media system in Serbia where the journalists and the media are among the large transitional losers (Jevtović & Bajić, 2019, p. 1031)⁶. This environment of eroded values and trust in the media was already there when coronavirus-caused lockdown situation meant the information given by the mass media became a key factor even in guiding everyday activities of citizens.

Theoretical-methodological framework of the research

The crisis induced by the covid pandemic has changed the depiction of the organised and controlled world order; movement of people, goods and capital was for a short period stopped, and countries were left to their own in overcoming issues, while a prominent

³ According to the web page <https://www.cenzolovka.rs/mediologija/analiza-onlajn-medija-u-dobakorone-vrtoglavi-rast-broja-citalaca-ubio-angazman-publike> (accessed on July 12, 2020), covering the results of a national startup *Content Insights*, which has created the platform and analysed behaviour of the media audience before and during the crisis. Data analysis covers the period between January 1 and April 18, including 29 Serbian media portals, nine of which with national coverage and the remaining 20 local and regional.

⁴ Bill Kovach and Tom Rosenstiel speaking about lost meaning of reporting objectivity point at weakening methods of data verification because 'facts have become commodity easy to purchase, repackage and alter the purpose' (Kovach & Rosenstiel, 2006, p. 94).

⁵ The press still plays a significant role in directing the public opinion, having in mind the fact that the most read web portals in Serbia are those by the media companies with print editions as well, where the reach is multiplied by transferring the content into the online world. According to the "Gemius Audience" ranking at the top by the real users are blic.rs and kurir.rs, and the measurement from June 2020 shows that among the top 14 are also novosti.rs, alo.rs, informer.rs, danas.rs and republika.rs - portal of the *Srpski telegraf*, while lower ranking is only politika.rs. More at <https://rating.gemius.com/rs/tree/32>. Accessed: July 14, 2020.

⁶ Irina Milutinović was talking about these issues "starting from theoretical premises – that imperatives of truth, objectivity, and serving the public interest legitimises the journalist profession" and pointing at the "inability of self-regulating mechanisms to emancipate professional journalism during the transition of the media in Serbia" (Milutinović, 2019, p. 1055). Also, Slobodan Reljić finds that "journalistic profession" shifts from ethical obligation to report freely and ethically towards executing corporative dictate" (Reljić, 2013, p. 109).

problem was informing the public and preventing dispersion of moral panic. This work examines the conduct of the press in such situation, as evident on the front pages of daily newspapers based in Belgrade and distributed nationwide and in continuity (apart from unforeseen breaks as a result of the national measures aimed at prevention of coronavirus spread) in the first part of 2020, from January 3, when the first issues for the year were published until June 30. The analysed papers are: *Politika*, *Danas*, *Večerenje novosti*, *Blic*, *Kurir*, *Alo*, *Informer* and *Srpski telegraf*. All front pages explicitly including analysed subject (apart from commercials), topic or an element on the front page, elements, cartoons, photo captions in the titles, as well as those where the subject was implied, were selected for analysis.

Perception of reality to a great extent depends on how the media presentation is created, where the psychological effects of life-threatening situation on recipients induces hunger for comforting content. Bad news feed suspicion, unrest and confusion, while proximity and knowledge that the infection happens to people that are close to us results in emotional participation, anxiety and isolation of individuals. Imposition of certain interpretations of events, occurrences or data becomes important for public opinion cohesion, and in a situation of crisis maintaining stability of social community becomes a challenge and imperative.

With complexity of the topic and changes caused by the pandemic in mind selected here are all front pages that directly or indirectly touch upon the coronavirus phenomenon, from the origins, spread and health related aspects, to the effects the virus has on different aspects of society, in an attempt to reach into a wide context of changes that are similar planet-wise. Coronavirus (covid 19)⁷, more precisely the disease caused by it, epidemic, pandemic, is primarily health issue, hence the identified content is related to health measures, recommendations (use of masks and gloves, tests, vaccines and other), health system during the pandemic, behaviour of medical staff, their statements and reactions to their activities (all related to the pandemic), stories of infected individuals and other affected Serbian citizens in the country and abroad, events from other countries and similar. Furthermore, included is a string of actions taken as part of the measures to prevent the spread of disease such as quarantine, isolation, self-isolation, police curfew, prohibition of movement, extraordinary measures, including reactions, all through the prism of social and health problem. There are also situations at the state borders, in the time of corona, since prohibitions and permissions for exiting and entering are a direct result of measures of certain states introduced to prevent spread of coronavirus.

These contents have certainly had, beside health, other contexts as well, including through statements of public officials and frameworks presented by the media professionals. Other topics have also been opened including economy, religion, law, and other social segments, while the part of selected content in this work were only topics directly resulting from stricter or looser implementation of health measures. It should be noted that the presence would be even higher if pages containing only pictures of people wearing protective masks, which became a common sight on the photos (as among others part of sociological changes that happened), without any additional connection with the content of interest.

⁷ The national media most often uses these terms as synonyms. According to the covid19.rs web site “the Chinese government has identified the new coronavirus on January 7 2020, and named it temporarily, 2019-nCoV”, while on February 11 “the disease caused by the virus named Koronavirus 2019 or COVID-19”. Accessed: July 15, 2020.

Coronavirus as a central topic in the media agenda

The first six months of the 2020 witnessed the appearance of 1,271 front pages from the eight analysed daily newspapers on the news-stands across Serbia, less than in previous years for the same period, as a result of one or several days long police curfews as part of the extraordinary measures. Of the total number of front pages in the first half of the year 69 percent was identified as having content of interest (one or more on the page) and this number is even larger if taking only the period from the first announcement, which was on January 21, until the end of June (76 percent).

Based on the [Graph 1](#) it can be concluded that all observed newspapers had coronavirus topic high on the agenda, with all the effects, health-wise, but also including the ways it affects people's lives, economy, culture and other things. However, taking into account the number of front pages with relevant content as a proportion of the total number of front pages of every newspaper, and having in mind that *Danas*, *Informer*, and *Srpski telegraf* have single Saturday-Sunday weekend editions, it is obvious that the most attention was given in so-called quality press – *Politika* and *Danas*, followed by the tabloid *Informer*, semi-tabloid *Večernje novosti*, followed by the rest of the tabloids – *Alo*, *Kurir*, *Blic* and *Srpski telegraf*⁸. The difference is not only in numbers but in the way the public was informed and in topics mentioned, which will be better covered in further analysis.

The chronology of the *World Health Organisation* (WHO) in relation to the coronavirus begins with 31st December 2019 when the information about the first suspicious cases from Wuhan⁹ came to attention, while the first case in Europe was reported in France on January 24, 2020¹⁰. That is precisely the period when coronavirus reached the front pages of the Serbian press, and on that particular day this topic was on the front pages of all Serbian daily papers¹¹. The prevalence of coronavirus related content is evident in the fact that from the 24th of January until the end of that month it was on around 70% of the front pages. However, the first identified text about coronavirus was published by *Alo* on January 21, with “Deadly virus from China is coming to Serbia!” title, and the additional explanation: “Mysterious lung inflammation takes down everyone, the Chinese citizens that went home for the new year celebration bring it to Europe. Still unknown how long it takes from infection to the manifestation of the first symptoms, though every traveller coming from China should pass a check”.

⁸ The quality press has a strong informative approach, covers political and other social issues of public interest and favours more in-depth analysis of events. The tabloid press puts emphasis on catastrophes, tragedies, crime, private life of celebrities, and similar; leading sections are often sensationalist, while the language is simpler, content shorter, photos more prominent, and without deeper analysis of events that can be found in quality press.

⁹ More at: <https://www.who.int/news-room/detail/29-06-2020-covidtimeline>. Accessed: July 2, 2020.

¹⁰ More at: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/timeline-eu-action_en. Accessed: July 2, 2020.

¹¹ The theorists of the omnipotent media, such as *Werner Severin* and *James Tankard* have emphasized in their works “developmental model of communication outcomes”, important in shaping dominant public opinion attitudes (more in Severin & Tankard, 2001). Despite individual differences among individuals, the outcomes of effects and topics in crisis situations get harmonised, reinforced and with visible effects appear on micro and macro levels of a broader community.

The influence of the media is manifested by satisfying users' curiosity¹², something confirmed by the analysis in this paper. At the beginning the reports were very brief, becoming more resonant as the danger was getting closer. The first hints of the crisis included titles that "the pharmacies experience rush for face masks because of coronavirus" (*Politika*, January 29), while speculations whether the virus will come to Serbia continued, as evidenced by: "Epidemiologist Kon claims – Small chance the Chinese virus will appear in Serbia" (*Srpski telegraf*, 27 January), "Batut: Low risk for coronavirus appearance in Serbia" (*Danas*, January 29) and "The World Health Organisation expects increase in number of infected – Coronavirus may affect Serbia" (*Danas*, January 30). Tabloid *Informer*, close to the government, had already on January 27 reported on possible spread of the infection in Serbia as well: "The experts warning: Coronavirus will infect the whole world – The new virus originated in China is more infectious than SARS, there is no effective way to prevent planetary spread. First potential case recorded in Serbia!". The issue of mistrust is founded in sensationalistic reporting manner of this paper (including other tabloids), and spreading the panic was helped by the title segment of *Informer* from January 25: "Virus in China is taking down people in the streets! - The Internet footages show infected Chinese collapse in public". That segment also included the title with a photo: "This is the bat soup! This is how coronavirus passed to humans". This was only the beginning, though with the clear tendency of what to expect in the coming months, when the health crisis escalated across the world.

Regardless of the severity of situation and the need to inform the public, there is a clear difference between the dominant sensationalistic approach by the majority of the tabloids and an attempt of the quality papers to provide better quality information for readers, open issues, and start debates. The structure of news leads to the broader context where the title information is situated and brought into connection with panic. Instead of analytical data analysis coronavirus is seemingly enriched by the detailed description of the effects, with the focus on death and tragic nightmares as an experience of other countries.

An example of particularly socially shocking approach to reporting are front pages from April 1, when *Alo* published an article that the "Hell came to Serbia", with the message: "Stay at home because it's the only way to avoid the fate of Spain and Italy where thousands are dying daily". This is illustrated with a photo of a doctor and a stretcher with a patient on. The *Informer* offered similar illustration, with accompanying cataclysmic information: "Mass death in the USA! The dead are forklifted onto the lorries". Similar is editorial approach to the front pages of *Blic* and *Večernje novosti* where numbers regarding infected and deceased in the central spot are emphasised by the statement of Goran Stevanović, head of Infectious and Tropical Diseases Clinic, Clinical Centre of Serbia, about possible "Italian scenario". The *Kurir* did not have a photo on the front page composition, though the whole segment was in a black frame: "The darkest day – seven more dead! - Total of 23 victims of coronavirus in Serbia". Social anxiety as fear and helplessness was spreading over titles of the *Politika* as well, where centre place is occupied by doctor Stefanović's statement, while the *Srpski telegraf* adds drama using exclamation marks:

¹² The idea to research the ways readers use particular media content is older than the "theory of use and pleasure" itself, though the theory is important in explaining that the media are in demand to the extent to which it satisfies needs of its users (more in: Katz, Blumler & Gurevitch, 1973).

“The darkest day in Serbia – Seven dead in 24 hours! - The Italian scenario is waiting if we continue like this!!!”. The *Danas* as the central topic asks a question “should Serbia introduce 24 hour isolation due to the pandemic”, with a short report: “The shortest press conference of the national expert team of doctors – Italian scenario announced”.

That also was the first day of the month in which, as shown in the [Graph 2](#) the peak of reporting on topics relevant for this work was recorded. This is the period when almost all front pages were selected (except for the *Srpski telegraf*), which was then followed by a decline, since the proportion of selected content was not at the same level as in April and March. However, apart from the title segments, the *Blic* had a specific message regarding general responsibility between April 8 and May 15 where the head of the front page contained: “Let us defeat coronavirus together”. When it comes to genres the *Politika* and *Danas* had the topic of coronavirus covered with a number of cartoons as a specific form of social critique.

Encompassing and merging of coronavirus health aspects is dominant during the observed period, especially during the first four months, after which there was increase in other aspects. Hence in the period after the end of extraordinary measures in Republic of Serbia, days after the May holidays titles such as: “What is waiting for us after the isolation” (the *Blic*, May 10), “Women affected most by the extraordinary measures” (*Danas*, May 15), “Pandemic of divorces in the time of corona!” (*Alo*, May 16), “5,000 people psychologically ill due to corona” (*Informer*, May 22), “Dr Elizabeta Ristanović: We are facing biological warfare!” (*Večernje novosti*, May 31), and “Montenegrin beaches deserted because of COVID 19” (*Politika*, Jun 21).

The public arena offers many possibilities for confronting values, as well as spreading fear and mobilising demands for social control of a situation. Sociological approach was based on objectivistic point of view in regard to the disease, professional engagement and exploration of causes and finding solutions, while occasionally in the background optimistic hope that everything will pass quickly was offered. The titles illustrating this are: “What weddings at the time of corona look like – Kisses under the masks we’ll remember for life” (*Blic*, April 10), “Serial ‘Life after corona’ – When will we travel without worries across the world again” (*Blic*, April 28), “Topic of the week: Tourism in the time of corona – Summer as none before” (*Politika*, April 30), and “COVID-19 costs Serbian tourism a billion Euros” (*Danas*, May 4).

How dominant the phenomenon and all direct effects of coronavirus is was illustrated by the content of front pages on the last day of analysis (June 30), when all eight papers covered the issue, with obvious differences between reporting and tabloid irresponsibility in the form of sensationalist pictures and spread of moral panic¹³. In addition to the reports about new measures aimed for preventing the spread of coronavirus and obligatory masks, the topics also included the situation in Greece, the number of infected and deceased, serious health situation in Novi Pazar, events after passing of the famous surgeon Miodrag Lazić from Niš, the results of the national epidemiological study, vaccine testing

¹³ American sociologists explain moral panic as a form of behaviour, emphasising socio-psychological factors such as anxiety and fear. Kenneth Thompson understands this phenomenon as “a threat towards something which is considered sacred or extremely important for the society”, while pointing at the picture presented by the media (Thompson, 2003, p. 17).

and other. The *Danas* has opened a new and important topic on the effects of pandemic on the economy titled: “Surge of the epidemic and announcements of stricter restrictions will have hard economic consequences – New economic closedown of economy would bring mass job losses”, while some tabloids continued with public warnings and targeting¹⁴. Discourses on virus threats, coded in strings, activate moral panic but also raise suspicion regarding measures of social control of communities, and expert teams abilities to find solutions. What is missing is balanced and professional discussion, popular newspapers spread uncertainty and fear, while there is a lack of mobilising function in the media that would calm the public.

Trivialisation of the situation as a characteristic of tabloids discourse

It is common in situations of crisis for politicians to encourage and use mobilising discourse in order to transfer responsibility for tragic events to others. In such situations the content of narrative gets banal or presented through the prism of entertainment, which helps offloading audience worries as well. The burden of responsibility is officially transferred to the medical experts with, due to frequent media appearances, some of them becoming celebrities¹⁵ within a short period of time, talking about pandemic but also other issues¹⁶. It is clear that the representatives of quality press have tried to mobilise citizens’ attention through the front pages, point at lurking threats and ask substantial questions, while some tabloids have trivialised the danger by making another print-run increasing spectacle of it, regardless of social consequences. The *Informer* in its title segment from

¹⁴ The *Informer* had titles such as: “Trip to the sea holiday more complicated than ever – The Greeks are frazzling Serbian tourists” and “The sickly sick – Dilasinstas are wishing corona death for Vučić!”. On the same day the main content on the front page of *Alo* and *Srpski telegraf* are statements of pulmonologist dr Branimir Nestorović, the member of the Crisis team for fight against covid 19 infectious disease who further adds to the confusion and contradictory statements among the members of this team of the Government of Republic of Serbia in regard to fight against this plague: “Doctor optimist despite epidemic on the rise – Nestorović: Corona will be fried by the heat! - Look at Greece, there is no virus there” (*Alo*) and “Shock-confession by Nestorović: We don’t test, we are pursuing collective immunity! – The famous pulmonologist advises, it’s best to fall ill of corona now, while the virus is still relatively weak – coronavirus vaccine was not made in the previous 19 years and now it will be made in three months time?, that is unreliable” (*Srpski telegraf*).

¹⁵ Based on Rojek’s (2001) understanding of celebrity and celebritization as a process in which until that point anonymous person becomes widely known, this work talks about celebritization of experts from medical branches, usually unknown to the wide number of people, which become recognisable at the national level through media exploitation, when their presentation goes beyond profession, which was initial reason for their media identification.

¹⁶ On confusion created by occasional dissonant and unsupported by arguments messages to the public from respected representatives of the medical profession testify titles such as: „Epidemiologist Tiodorović reveals: corona will vanish in two months time“ (*Srpski telegraf*, February 29), „Predrag Kon, epidemiologist: The Sun will kill corona – Intensified UV radiation will prevent the virus spread“ (*Informer*, March 11), and: Interview – dr Daria Kisić Tepavčević, epidemiologist: Corona will never be as potent as now – We have learned a lot about the virus during these two months, though there is still a lot of work ahead of us until we finally defeat it“ (*Blic*, April 30).

February 27 quoted dr Branislav Nestorović: “Coronavirus is silly! Masks shouldn’t be worn – I can’t believe that the nation which have survived the bombing is now panicking because of the silliest virus in the history of humanity. There is no room for fear, don’t believe to lies – Women are protected from corona by their hormones, they can freely go for shopping to Italy, there will be big discounts”¹⁷.

The media usually approach events by passing them through the prism of existing discourses, assuming that the loyal audience will not abandon already formed attitudes. The assumption is that this is the reason why the *Informer* increased intensity of the same direction with the message on February 28: “Everything you need to know about coronavirus – There is much higher chance to die in a car accident than to get infected”. On the other hand, , less dissonant tones invite for caution or use mistakes of competition for making points in attitudes and on the market. The *Danas* on March 11, on the eve of the extraordinary measures published the following title: “The coronavirus topic became world and national number one topic – extraordinary measures for ‘the silliest virus’”.

Making a show and playing with the serious issues, with breach of many norms of journalistic ethics, are clearly seen in the tabloid *Alo* reporting already in the early phase of the pandemic, before it was in April replaced by a different narrative in which “danger” is the key term. At the moment when the whole world is confused by the activity of the virus and with insufficient knowledge regarding its exact transmission, prevention, and treatment, this tabloid reports that “the Chinese fight against coronavirus with Serbian slivovitz” (February 4, and raki as a cure was mentioned on February 6 as well) and that “fasting increases immunity against coronavirus!” (March 9), looking for solutions from people outside of the profession or placing doctors into the showbiz context. Among the example there are also: “Šešelj reveals radical medical method – Chinese blood is the cure for corona – Take blood from the Chinese who recovered from the virus and inject it to the Serbs as a prevention” (March 12)¹⁸, “Keba: Instead of the mask I use raki!” (March 14), “Patriarch Irinej exclusively for Alo! About the pandemic – Frankincense protects from the virus (March 14) and “Nada Macura, the most famous doctor in Serbia: Everyone to ‘Zadruge’, there is no coronavirus there” (March 19). This paper on February 28 also published a report – “Experts for ‘Alo!’ reveal details about the epidemic – don’t panic Serbs, the virus is getting weaker!”, while on the March 10 another controversial segment appeared: “Pulmonologist prof. dr. Branimir Nestorović reveals: the genes are protecting Serbs from coronavirus – ‘it should be remembered that a hundred years ago the Italians were dying seven times more from the Spanish flu’”. In a similar manner the *Alo* continued after the end of the extraordinary measures, when this tabloid published on May 7: “Dr Branimir Nestorović has a new revolutionary idea: Now is the time for all of us to get infected! – ‘It’s the only way to get immunity. This is not the same virus as two months ago, it’s much weaker’”.

¹⁷ Recklessness of the editorial policy was also seen the day before when this newspaper reported the statement by the same person with the message to the readers: “Don’t panic Serbs, it’s nothing scary! – Corona is no more dangerous than the ordinary flu”.

¹⁸ That was not the end, the story continued on the front page on April 7: “The first to propose treatment with blood plasma – The whole world accepts Šešelj’s patent!” (republishing the front page from the March 12).

A separate issue were vaccines, and the *Srpski telegraf* published already on January 31: “The minister revealed – Lončar: We can make a vaccine for the Chinese virus”. On the same day the *Alo* was even more precise: “The Serbs are inventing a vaccine against the coronavirus!?! - The most qualified team of the most experienced Serbian scientists, epidemiologists, virologists, and pharmacologists in the special laboratory of the Institute for virology, vaccines and serums ‘Torlak’ are working expediently developing a vaccine against the new kind of coronavirus which infected almost 8,000 people worldwide, and 170 people died from”.

Articulation of the media content to calm the situation by introducing a topic for public debate is part of the propaganda techniques. The public first gets primed for a particular topic which then is framed¹⁹ in collective memory by emphasis, repetition and placement in the prime section. Therefore, stories about vaccine production accelerates during April, when the tabloid discourse includes elements of conspiracy theory, which follows crisis situations. The *Alo* already on January 24 mentioned that “the virus is released from the lab to kill the Chinese, 18 million in quarantine!”. Following that the same paper on March 16 asks “Is another conspiracy of the big powers behind the chaos in the world – The Americans are hiding the truth about corona?!”, only to four days later publish a new sensation: “The Tarabić predicted corona pandemic and return of migrant workers!”. Expanding the frame *Srpski telegraf* joins, writing among others: “Stronger than the Tarabić – the Simpsons predicted corona” (March 5), “Farmafia and WHO in a deal – coronavirus con of the century! They will earn billions!” (March 7), “Doctor Thomas Cowan claims – 5G network caused corona” (March 24) and, “Revealed who infected the world – Trump arrested a doctor, sold coronavirus to the Chinese” (April 7). Semi-tabloid newspapers *Večernje novosti* does not lag behind in creating a conspirational scenography, pushing an opinion about the phenomenon. On January 26 the newspaper asks a question “was the deadly organism made in the lab – An attempt to throw China on its knees by the new virus?”, and almost a month later (February 21) publish a following story: “Spread of the virus fault of the French and the Chinese – Neglect ‘pulled’ corona out of the laboratory? - Employees selling bats on the market”.

Excitement or panic caused by such treatment of issues probably increase print-run, however, imaginary content and views of reality bring problems in real life. Constant and speculative treatment of issues related to the infection by the tabloids increases risk, especially in case of vulnerable categories of population. The *Informer* had on February 4 already published “claims of an Israeli spy” how “coronavirus has ‘escaped’ from the lab”, while the *Kurir* on February 20 asks: “Is this a coincidence? – American writer 39 years ago predicted coronavirus, announced the epidemic in 2020 precisely”. As an antipode, an attempt to distinguish facts from fiction the quality newspapers begin reporting: “Epidemic of false news about corona – Misinformation about the virus published in tabloids but also in the quality papers” (*Danas*, February 28) and “Conspiracy theories more contagious than coronavirus – Prejudices and fake news worried WHO experts as well, most common rumour covid 19 intentionally released from the lab” (*Politika*, February 29).

¹⁹ It is “selecting and highlighting certain aspects of certain events or topics and linking them in a way that promotes a certain interpretation, evaluation and/or solution” (Entman, 2004, p. 5; Perloff, 2014, p. 158).

Synchronisation of the media agenda and the agenda of the governing elites

Leaving aside the issue of coronavirus as a health problem, which is a dominant context, one of the activated is geopolitical context visible through some of the already mentioned examples, where we can clearly see the same input of the editorial policy in the ways it was used in case of other issues²⁰. While the tabloids are overestimating possibilities, reporting about certain countries and personalities in a sensationalist way as saviours in line with the politics of the governing elites (for example *Srpski telegraf*, March 20 – “Help from brothers is arriving – The Chinese are bringing a cure for corona to the Serbs”, and *Informer*, April 6 – “Putin’s special forces already in action – The Russians are killing coronavirus across Serbia”), or are targeting antagonists (for example *Srpski telegraf*, May 27 – “Caution, do not play with health – Do not go for summer holiday to Montenegro, they were lying about corona”), the representatives of the quality press are opening the old dilemmas: “Will the European Union survive covid 19 – ‘Schengen’s’ anniversary with closed borders, during the summit of EU leaders the old divisions light up again – Germany and the Netherlands do not want the burden with Italy and Spain” (*Politika*, March 31) and “Pandemic, propaganda and friends – Expansion of soft power in the Balkans – Do big rival world powers advance their international political goals by providing necessary help to the vulnerable and will the EU lose part of the influence in our region after this crisis” (*Politika*, April 21).

Having in mind the limits of this work additional segment regarding the co-ordination of the media agenda and the agenda of the governing elites is covered, this time with coronavirus as a large threat to the citizens of Serbia²¹. After significant presence at the beginning of infection spread, with relaxation of extraordinary measures this segment was reduced considerably, with occasional oscillations following reports of new breakouts. Naturally, the health aspect was coming back top the front pages through individual cases but it escalated in significant numbers only during the week after the parliamentary and local elections in Republic of Serbia (on June 21), when additional mobilisation of population was conducted. Analysing content of front pages in June it reveals that a half of the daily press during that period had not paid attention to coronavirus as collective threat until the end of the month.

A single information of the kind the *Alo* published on June 12: “Citizens are less and less caring about the protection measures – We have relaxed too much, corona will still strike!”. On more strict measures regarding prevention of coronavirus as a growing problem the *Informer* reported only during the last two days of the month, while on June 20 reported that “after all the safest place is Serbia”, by explaining situation in Turkey. For the *Srpski telegraf* the problem becomes relevant again on June 23 front page when it published a text: “Reintroduction of measures because of corona – Dr Kon: masks are compulsory in public transport and shops?”. From that day on *Večernje novosti* also started to use expressions such as

²⁰ For example attitude towards neighbours and other countries in reporting about migrant crisis (Jevtović, Bajić, 2017).

²¹ The phenomenon in question became widespread over the last decades of the last century as a separate area of PR called *issue management* with intent to introduce topics that a society will talk about (more in: Chase, 1982). This is an attempt of the professional communicators to predict which uncomfortable issue for their clients will be open and to pre-emptively offer own interpretations, which could be linked with political clientelism, far removed from ethical standards.

“corona fires”, “the fire of the epidemic is getting more vigorous”, “spread of the virus accelerating” and similar since previously on June 21 they were presenting a new threat on a global level: “Prof dr Cheng Guang, Chinese National Health Commission expert – New kind of corona attacks, possible second wave”.

The remaining tabloids have also had the mentioned content from the June 23 though also earlier. The *Blic* has previously during June published epidemiologist Predrag Kon's warnings (June 9 and 10) as well as Darija Kisić Tepavčević's, Deputy director of the Institute for public health Serbia “Dr Milan Jovanović Batut”, statements that “the activity of the virus is declining and it's all on us now” (June 11) and that “there are significantly more patients with lighter form of the disease” (June 21). The same actors were mentioned on the front pages of *Kurir* (Corona entered into students' dormitories – Doctor Kon: The second wave could be very strong” – June 9, “New measures due – Will we have to wear masks again?” – Jun 12, and “Dr Kisić and dr Kon – We will reintroduce measures if the majority does not follow recommendations” – June 14) before June 23 when this tabloid started to, more frequently, almost daily, to address on its front pages topics related to the danger posed by coronavirus and new prevention measures.

Talking about the quality press a more in-depth approach to these issues on the front pages during June is obvious. The *Danas* published warnings regarding tests (for example “Serbia uses insufficiently reliable tests for corona – Infections remain unnoticed” – June 12), started a topic on “how the citizens of Serbia will gain collective immunity to the virus covid 19 – Have the citizens been kept in dark about silent exposure to corona?” (June 18), then published a statement of professor Dragan Delić, infectologist that „there are no proofs that the virus has weakened“ (Jun 19) and started the issue of danger with the following title: „Have the measures to fight coronavirus during the elections came too late?“ (June 20). Then on June 23 reported that the „epidemic has spread in Belgrade“ continuing to report until the end of the month, publishing the following on June 27: „The virus is spreading again, Vučić asks from citizens to be more responsible – The big post-election return of corona“. The *Politika* on June 8 started a topic „how to be prepared for the new wave of coronavirus – Include private healthcare as well“, reported on coronavirus in the pre-school, student dormitories and Belgrade elementary schools, and also published a statement of Verica Jovanović, acting director of the „Batut“ institute: „The epidemics is in the final stage, caution still required“ (June 10). The number of cases this paper put back on the front page on June 21 (“In Serbia another 94 infected“) after which it was reporting about increase in numbers of infected, situation in Kragujevac and Novi Pazar in the title segments.

Concluding remarks

In transitional society based on profit the nature of the news is changing, eroding the strive of professional journalists for objectivity and truthfulness of information. The extraordinary measures and fear from coronavirus have created an atmosphere conducive to spread of unverified news, where the tabloids with skilful use of statements of public officials and members of the crisis team that often promoted sensationalism and political clientelism. Increasing commercialisation within the media community in Serbia reconfigures the journalistic scene, obscuring silent lost of professional criteria, while the main stage gets occupied by unreliable, unverified and sensationally spun content.

There are numerous observable consequences in practice, which can be grouped into three specific areas: the journalists in the printed press newsrooms are less attentive, taking information about coronavirus without credibility verification; synthesised approach to and struggle for quick attention grab lead to omission of the basic facts or context altering, pulling the basic facts out of the informative core; wish to impose news to the audience transforms journalists professionalism, where objectivity and balance get sacrificed to sensationalism, spectacle, and political clientelism.

Commercialised media system favours fake news and celebrity figures since increase in their presence secures higher profits, which is clearly visible in case of the press in Serbia where the tabloid discourse is dominant while quality press is toned down. This crisis has demonstrated that the doctors, a profession usually far from the media attention, could in a short time become celebrities, presenting even the smallest details from their own life to the public. The crisis also demonstrated that political elites use the crisis situation for promotion of their own ideas and programs, at the expense of professional debate.

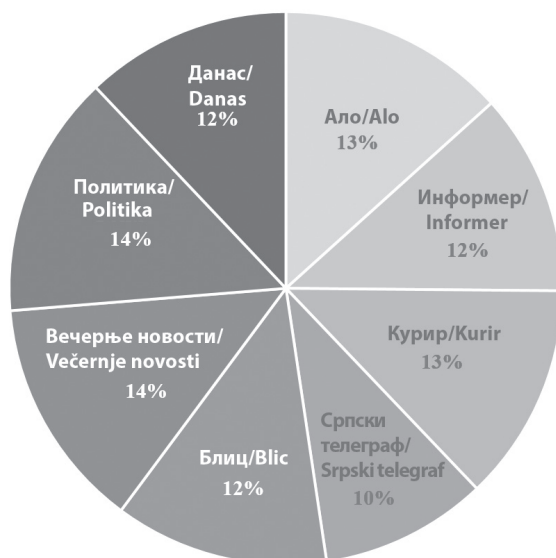
REFERENCES / ЛИТЕРАТУРА

- Chase, W. H. (1982). Issue management conference: A special report. *Corporate public issues and their management*, 7, 1–2.
- COVID-19 – Basic information (2020). *Ministarstvo zdravlja Republike Srbije*. Available at <https://covid19.rs/o-covid-19-virusu> [In Serbian]
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. Chicago: University of Chicago press.
- Gemius Audience (2020, June). The most visited websites in Serbia. Available at <https://rating.gemius.com/rs/tree/32>.
- Jevtović, Z., Bajić, P. (2017). The change of communication paradigm on the reporting of migrants in Serbian daily press. *Kultura polisa* 14 (special edition 2), 221–239. https://kpolisa.com/KPP2017_2a/KPP2017KulturaBezbednosti.pdf [In Serbian]
- Jevtović, Z., Bajić, P. (2018). Cultural policy on the front pages of daily newspapers in Serbia. *Kultura*, (160), 274–290. [doi: 10.5937/kultura1860274](https://doi.org/10.5937/kultura1860274) [In Serbian]
- Jevtović, Z., Bajić, P. (2019). The failed transition of Serbian media system. *Sociološki pregled*, 53 (3), 1020–1045. [doi: 10.5937/socpreg53-22587](https://doi.org/10.5937/socpreg53-22587)
- Katz, E., Blumler J. & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37 (4), 509–523. [DOI: 10.1086/268109](https://doi.org/10.1086/268109)
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2006). *The elements of journalism: what newspeople should know and the public should expect*. Podgorica: CID. [In Serbian]
- Milutinović, I. (2019). Crisis of professional journalism in the transitional society of Serbia. *Sociološki pregled*, 53 (3), 1046–1070. [doi: 10.5937/socpreg53-21945](https://doi.org/10.5937/socpreg53-21945)
- Perloff, R. M. (2014). *The dynamics of political communication: Media and politics in a digital age*. New York: Routledge.
- Reljić, S. (2013). Ownership concentration and the change of media character and role. *Sociološki pregled*, 47 (1), 109–122. [doi: 10.5937/socpreg1301109R](https://doi.org/10.5937/socpreg1301109R) [In Serbian]
- Rojek, C. (2001). *Celebrity*. London: Reaktion books.

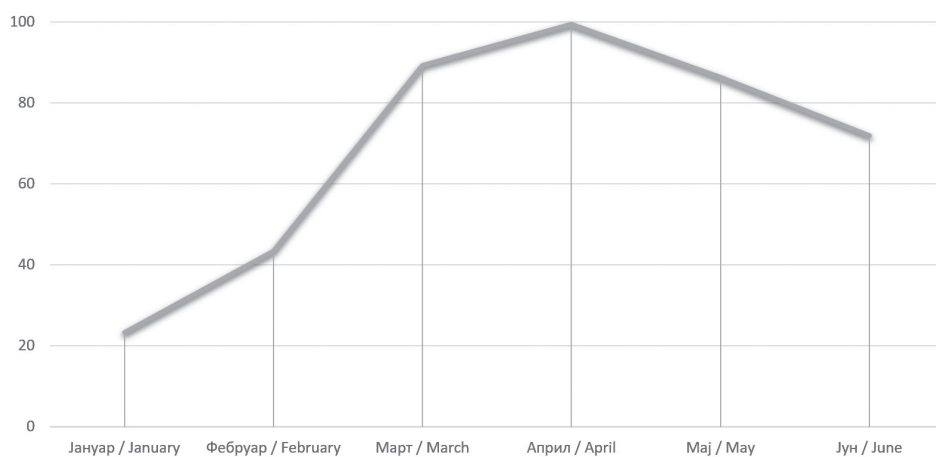
- Severin, W. J. & Tankard, J. W. (2001). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (fifth edition). New York: Longman.
- Stanić, M. (2020, May 12). Analysis of online media in the age of coronavirus: Dizzying growth in the number of readers “killed” the engagement of the audience. *Cenzolovka*. Available at <https://www.cenzolovka.rs/mediologija/analiza-onlajn-medi-ja-u-doba-korone-vrtoglavi-rast-broja-citalaca-ubio-angazman-publike>. [In Serbian]
- Thompson, K. (2003). *Moral panics*. Belgrade: Clio. [In Serbian]
- Timeline of EU action (2020). *European Commission*. Available at https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/timeline-eu-action_en.
- Timeline of WHO’s response to COVID-19 (last updated 30 June 2020). *World Health Organization*. Available at <https://www.who.int/news-room/detail/29-06-2020-covid-timeline>.

Превод на енглески/ Translation into English
Dr Vladimir Cvetković

ПРИЛОГ / APPENDIX



Графикон 1: Појединачни удео дневних новина у укупном броју насловних страна са траженим садржајем у првој половини 2020. године/
Graph 1: Individual share of daily newspapers in the total number of front pages with required content in the first half of 2020



Графикон 2: Процент насловних страна са траженим садржајем у укупном броју насловница посматраних дневних новина по месецима у првој половини 2020. године/
Graph 2: Percentage of front pages with the required content in the total number of front pages of the observed daily newspapers by months in the first half of 2020