

Оригинални научни рад
Примљен: 10. јула 2023.
Прихваћен: 29. августа 2023.
УДК 821.09:07
004.738.5:316.7]:821.09
10.46630/phm.16.2024.30

Марија З. Вујовић¹

Универзитет у Нишу
Филозофски факултет
Департман за комуникологију и новинарство
<https://orcid.org/0000-0002-4479-707X>

Марта С. Митровић

Универзитет у Нишу
Филозофски факултет
Департман за комуникологију и новинарство
<https://orcid.org/0000-0002-0549-7808>

КЊИЖЕВНОСТ У МЕДИЈИМА: СТУДИЈА СЛУЧАЈА ОНЛАЈН ПОРТАЛА НОВИНА ПОЛИТИКА

У ери таблоидизације и комерцијализације медија, културне рубрике полако нестају, а са њима и извештавање о књижевности. Циљ истраживања у раду је утврђивање начина представљања књижевности (књижевних дела, књижевника и књижевних догађаја) на онлајн порталу дневно-информативних новина *Полиџика*, током 2022. године. Методом квантитативне и квалитативне анализе садржаја обухваћен је узорак од 192 текста објављена у рубрици Култура, од којих 36 о књижевности, што је, после филма, најучесталија тема. Истраживачка питања на која рад одговора су: колико су садржаји о књижевности заступљени (у односу на друге уметности), који текстови доминирају (о националној или светској књижевности), о којим књижевним издавачима се најчешће извештава, колико је заступљена новинарска књижевна критика, а колико остали новинарски жанрови, али и да ли постоји скривено рекламирање у извештавању о књижевности.

Кључне речи: књижевност, медији, култура, *Полиџика*

1. Увод

У актуелној и свеопштој комерцијализацији и таблоидизацији медија, простора за извештавање о култури, па и о књижевности, има све мање. У савременој медијској култури доминира забавни програм, какав је ријалити (енгл. *reality shows*). „Науштрб културних рубрика емитују се рекламни блокови, док се минути посвећени добитницима престижних књижевних награда уступају популарним фолк и поп звездама удовољавајући на тај начин (не)укусу публице” (VULIĆ, VUJOVIĆ i dr. 2012: 329).

Због таквог тренда, овај рад има за циљ да утврди колико је и како књи-

жевност представљена у медијима. Опште је познато да је књига први штампани медиј у историји људског друштва², а била је увод у развој осталих штампаних медија. Штампа је збирни назив за књигу и новине, али и летак, плакат и стрип. „Сви имају идентичну медијску структуру, саздану од следећих основних елемената: писма, материјала којим се штампа, материјала на којем се штампа и уређаја којима се штампа...И други заједнички именилац: сви набројани појединачни штампани масмедији поседују искључиво визуелне – вербалне и/или иконичке порукe” (РАДОЈКОВИЋ, МИЛЕТИЋ 2005: 104–105). Прве новине у историји одштампане су 1605. године у Стразбуру (БЈЕЛИЦА, ЈЕВТОВИЋ 2006: 30). А лист са најдужом традицијом у Србији је *Полиџика*, који излази од 1904. године³. *Полиџика* је излазила свакодневно, а њен оснивач и уредник био је Владислав Рибникар. „Појава *Полиџике* значила је преломни догађај у српском новинарству. Својим одмереним и углађеним начином писања, информативношћу и разноврсношћу, као и језиком и спољним изгледом, овај лист се издвајао изнад тадашње политичке штампе“ (БЈЕЛИЦА, ЈЕВТОВИЋ 2006: 307). Крајем прве године излажења, лист је имао рубрику Књижевност и уметност, а од првих дана сарађивао је са најистакнутијим културним радницима.

„Међу сарадницима ‘Политике’ били су и нобеловац Иво Андрић, српски писци и песници Милош Црњански, Бранко Ћопић, Јован Дучић, Бранислав Нушић, Десанка Максимовић и многи други. Нема у српској, па ни у југословенској (бившој) књижевности иоле значајнијег писца који није био сарадник ‘Политике’. Неки од њих, као што су Бранислав Нушић и Милутин Ускоковић, били су новинари ‘Политике’ од оснивања, а други су писали књижевну, позоришну или ликовну критику“⁴.

Полиџика данас следи за квалитетан информативни дневник, који објављује и рубрику Култура. Новине *Полиџика* суботом објављују и додатак посвећен темама из културе, уметности и науке. Поред традиционалног, штампаног издања, *Полиџика* данас има и онлајн издање. Истраживања сведоче да се медијска публика, посебно млађа, доминантно информише путем онлајн медија (MILIVOJEVIĆ, NINKOVIĆ SLAVNIĆ i dr. 2020).

Због традиције, али и неговања културне рубрике, за истраживање представљања књижевности у медијима одабран је онлајн портал новина *Полиџика*, рубрика Култура.

2. Књижевност и медији

Нит која повезује књижевност и медије је заједнички задатак на изградњи и очувању културног идентитета једног народа. Књижевност се, према Закону о

2 Прва књига одштампана на штампарској преси Јохана Гутенберга била је Библија, 1456. године (ГОЦИНИ 2001: 23).

3 Архива старих бројева новина *Полиџика* могу се погледати на: <https://digitalna.nb.rs/sf/NBS/Periodika>

4 Подаци доступни на: <https://www.politika.rs/scc/stranica/4/O-nama>

култури Републике Србије сматра културном делатношћу⁵. Међу теоретичарима, не постоји општеприхваћена, универзална дефиниција књижевности. Зденко Лешић нуди једноставно одређење: „Књижевност је стваралачка делатност људског духа које се остварује у језику... Као и свеколика уметност, и књижевност је ‘вечно стварање’: она непрестано производи нова дела, а с њима често и нове форме, с којима се онда мења и развија и сама њена природа” (2008: 10–11). Лешић још истиче комуникацијску природу књижевности и однос писац – дело – читалац, јер „књижевност и није ништа друго до велики дијалог људи кроз историју” (2008: 67). Савремена теорија акценат ставља на процес рецепције књижевног дела, на процес његовог читања, доживљавања и тумачења, а у том процесу велику улога може да има књижевна, али и новинарска књижевна критика.

Лешић књижевну критику одређује као просуђивање и оцењивање књижевних дела.

„У свом основном облику књижевна критика се бави новим књижевним делима и својом оценом их препоручује или не препоручује читаоцима... Тумачећи књижевно дело, књижевна критика се усмерава на његова унутрашња, иманентна својства, али га често доводи у везу с другим делима истог писца, или с другим сродним делима, или, пак, с неким релевантним уметничким тенденцијама епохе... Али књижевни критичари често расправљају о књижевним делима не само на начин стручњака за књижевност већ и као мислиоци заокупљени битним питањима друштвеног живота или људске судбине... Управо зато је књижевна критика постала духовна делатност од ширег друштвеног значаја” (ЛЕШИЋ 2008: 14).

Као облик књижевне критике. Лешић издваја новинарски приказ, који је „обично кратак и по свом карактеру претежно информативан” (2008: 13). У теорији новинарства, форма коју Лешић именује као новинарски приказ, зове се новинарска књижевна критика, а, уколико је критика публикована у новинама, означава се као новинска књижевна критика.

Пишући о новинској критици, Мирковић разликује аналитичку од новинске критике, а разлика је „у томе што се прва обраћа књижевним зналцима и поклонцима литературе – и то кроз специјализоване публикације – док друга рачуна са дејством на много шири, и при том интелектуално разноврстан, круг читалаца” (2008: 127).

Новинска критика, која, осим књижевне, може бити и позоришна, филмска, ликовна и музичка, због ограниченог простора и потребе актуелности у штампаним медијима, углавном остаје површна. Иако спада у аналитичке новинарске жанрове, новинска критика је више информативна, него аналитичка. „Њој није тежиште на потпуној интерпретацији која подразумева сложенији критички поступак. Критичарев задатак је да успостави што једноставнију комуникацију с читаоцима, па је пожељно да стил буде разумљив, савршен до једноставности и што више конкретан” (ЖИВОТИЋ 1993: 168). Иако често изостаје детаљнија интерпретација и аналитички поступак, одговорност критичара мора да постоји. Новинска критика не треба да даје олако изречене судове о књижевном делу или књижевнику. „У складу са прокламованом етиком јавне речи – критичар као личност је у великој

5 https://www.paragraf.rs/propisi_download/zakon_o_kulturi.pdf

обавези и према писцу, и према делу, и према публици” (ЖИВОТИЋ 1993: 163). Према Животићу, новинска књижевна критика врло је блиска књижевној критици уопште, јер би, упркос сажетости форме, требало да уважава општа начела теорије и историје књижевности, као и да књижевно дело тумачи смештајући га у шири друштвени контекст (1993: 168). Осим тога, новинска критика може бити и први корак у стварању суда о књижевном делу, који усваја и наука о књижевности.

„Предмет новинске књижевне критике не мора бити искључиво конкретно дело. Уместо информације о делу, његовом квалитету, о естетичким и етичким вредностима његовим - понекад се у форми новинске критике пружа целовита информација о песничком делу у целини, тј. нуди синтетично мишљење о уметниковом стварању и то са извесне временске дистанце, како би рекли историчари. Поводи за такву врсту критике су обележавања значајних годишњица, или издавање целокупних дела, или нека изузетна културна акција везана за пишчево име. Таква критика је обично пригодна, претежно похвална, али понекад садржи и нова сазнања о писцу или о његовом уметничком делу. Свакако, пожељнија је она новинска критика у којој се не понавља позната аргументација, а ако се већ мора понављати - исте чињенице могу се посматрати из нових углова, с гледишта садашњег времена и сл.“ (ЖИВОТИЋ 1988: 54).

Уопштено, најважнија улога новинске књижевне критике је да гради књижевни укус и културну климу у једном друштву. Поред свих наведених функција новинске књижевне критике, она у сваком тренутку представља спону између књиге и читаоца. Постоје и песимистичка запажања, која истичу да је прошло време када је новинска књижевна критика била важан облик новинарског изражавања. „Иза нас је време када је критика одлучивала хоће ли одређено дело бити прихваћено од стране културне јавности. Данас, књижевна критика ни онда када је објављена, није више релевантна ни одлучујућа за пријем одређене књиге код читалачке публике” (ДОМАЗЕТ 2011: 280). Опасност је што се иза новинске књижевне критике, често крије и реклама, која оглашава одређеног књижевног издавача и његова дела. Реч је о скривеном рекламирању, које није у јавном интересу и економски је мотивисано. Скривеним оглашавањем сматра се сваки оглас који се приказује као новинарски текст. Овај вид оглашавања може да се појави у медијима случајно, као резултат компензације или као резултат строго дефинисаног уговора између медија и оглашивача (ЈУРИШИЋ и др 2007: 120–121). Медијска публика може да препозна скривени оглас, али не може да буде сигурна о ком облику је реч. Скривено рекламирање књижевних дела и издавача често се правда заблудом да је

„Боље и рекламерски препоручити неко дело, макар и независно од стварне вредности, и по цену претеривања у апологетици, него таквој публици, кроз замршена критичка испитивања у којима има довођења у сумњу, скепсе и размишљања, потврђивати једно понекад и подсвесно уверење, произишло из практичне стварности, да је у праву што не показује знатније интересовање за савремену литературу или (у потпуности, и а priori) не прихвата нова књижевна дела” (МИРКОВИЋ 2008: 129).

Треба имати у виду да је скривено рекламирање забрањено Законом о

оглашавању⁶, чланом 12: „Прикривено оглашавање јесте представљање робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке, односно активности физичког или правног лица које се бави производњом роба или пружањем услуга, са намером да то представљање има сврху оглашавања и да може да доведе јавност у заблуду у погледу његове стварне природе, с тим да се сматра да намера нарочито постоји, ако се обавља уз новчану или другу накнаду”.

У ери комерцијализације медија и изостанка аналитичких форми новинарства, најчешћи новинарски жанрови су информативни. Реч је о вестима и извештајима, па и књижевне теме не заобилазе ову форму, што потврђују и резултати претходних истраживања (СИМЕУНОВИЋ БАЈИЋ 2018; ТОДОРОВИЋ 2009).

У објављеној анализи заступљености књиге у извештавању новина *Политика*, након истраживања спроведеног од 19. новембра 2008. године до 2. јануара 2009. године, Неда Тодоровић истиче да су у просеку два текста дневно посвећена књизи.

„Најчешће коришћени облици новинарског изражавања су вест, затим извештај са конференције за штампу, некролози и интервјуи са ствараоцем (аутором), преводиоцем. Приказ, књижевна критика па и есејистика, некада резервисане искључиво за културни додатак, сада се могу наћи и на овим двама странама културе....Понекад се о књизи говори и у аналитичким чланцима или есејима које пишу новинари или експерти...Књиге су на странама културе и жанровски заступљене, па се текстови односе на белетристику, поезију, науку, књижевну теорију, лингвистику, енциклопедијска издања, монографије о историји уметности, музици, сликарству” (2009: 146–147).

Тодоровић закључује: „Пишући о књизи, новинари и сарадници Политике користе готово све жанрове новинарског изражавања (фактографске, белетристичке и аналитичке), па се стиче утисак да се води рачуна о комуникативности текстова намењених читаоцима различите образовне и старосне структуре” (2009: 148).

Истраживање које је спровела Симеуновић Бајић, анализирајући дневне новине *Политику*, *Вечерње новости*, *Курир*, *Блиц* и *Данас*, имало је за циљ да утврди на који начин је књижевност представљена у српској штампи. Резултати показују да анализирани дневне новине естетске критеријуме подређују комерцијалним и да доминира естрадаизација и таблоидизација књижевности.

„Интензивно коришћење фактографских жанрова, који су подстакнути неким спољним псеудодогађајем (конференција за новинаре, саопштење, промоција нових књига), своди књижевне теме на огољене, елементарне и једноставне обрасце. Последица тога је знатно умањени простор у коме би се детаљније и шире постављале у контекст и анализирале различите књижевне активности” (СИМЕУНОВИЋ БАЈИЋ 2018: 119–120).

Тако маргинализован и деградиран положај књижевности у српској штампи може произвести трајне негативне последице за општи културни ниво грађана,

⁶ Закон о оглашавању „Службени гласник РС“, бр. 6/2016 и 52/2019 - др. закон. Доступно на: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_oglasavanju.html

закључује ауторка.

Истраживање у овом раду такође има за циљ да, применом методе квантитативне и квалитативне анализе садржаја, утврди заступљеност садржаја о књижевности (књижевних дела, књижевника и књижевних догађаја) на онлајн порталу дневних новина *Полиџика*.

3. Методологија рада

Циљ истраживања у раду је утврђивање начина представљања књижевности (књижевних дела, књижевника и књижевних догађаја) на онлајн порталу дневно-информативних новина *Полиџика*. Методом квантитативне и квалитативне анализе садржаја обухваћен је узорак од 192 текста објављена на онлајн порталу дневно-информативних новина *Полиџика*, у рубрици Култура. Истраживачка питања на која рад покушава да одговори су: колико су садржаји о књижевности заступљени (у односу на друге уметности), који текстови доминирају (о националној или светској књижевности), о којим књижевним издавачима се најчешће извештава, колико је заступљена новинарска књижевна критика, а колико остали новинарски жанрови, али и да ли постоји скривено рекламирање у извештавању о књижевности.

Дневно-информативне новине *Полиџика* одабране су као најстарији дневни лист у Србији, али и због традиције коју негује када је реч о извештавању о култури. У овом раду анализирана је рубрика Култура онлајн портала новина. Приликом анализе коришћен је квантитативно-квалитативни метод анализе садржаја, као један од најкоришћенијих у друштвеним наукама. Јединица анализе био је новински текст, који се јасно визуелно и садржински препознаје. Анализа садржаја је изабран као најпогоднији метод истраживања јер се користи приликом истраживања медијског материјала, у циљу описа садржаја појединих облика комуникације, класификације и разумевања значења у контексту времена и простора у коме је настао или био у употреби (БРАНКОВИЋ, 2009: 89). Изабрана је комбинована метода, јер „најбоље студије настале применом анализе садржаја примењују и квалитативне и квантитативне операције на тексту” (Weber, 1990: 10 према Манић, 2017: 58). Анализиран је период од једне године, од јануара до децембара 2022. године, кроз ротациони узорак, „у ком се избор врши на основу одређеног интервала или распореда...” (МАНИЋ 2017: 151). За први дан насумично је узет понедељак, 3. јануар, затим уторак, 11. јануар, па среда 19. јануар и тако све до четвртка, 29. децембар 2022. године. Истраживањем је обухваћено 46 дана. Дани обухваћени анализом приказани су у Табели 1.

Табела 1. Узорак истраживања

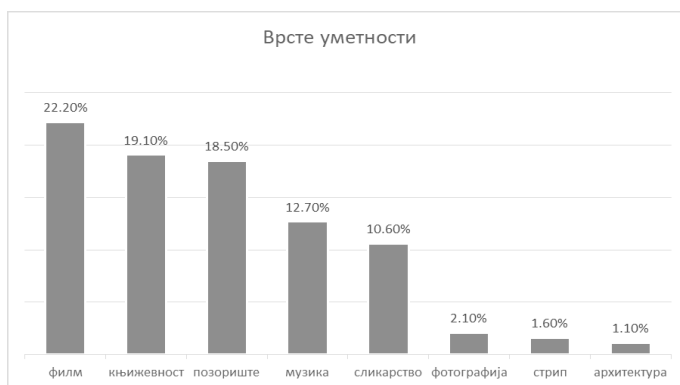
Понедељак	Уторак	Среда	Четвртак	Петак	Субота	Недеља
3. јануар	11. јануар	19. јануар	27. јануар	4. фебруар	12. фебруар	20. фебруар
28. фебруар	8. март	16. март	24. март	1. април	6. април	17. април
26. април	3. мај	11. мај	19. мај	27. мај	4. јун	12. јун
20. јун	28. јун	6. јул	14. јул	22. јул	30. јул	7. август
15. август	23. август	31. август	8. септембар	16. септембар	24. септембар	2. октобар

10. октобар	18. октобар	26. октобар	3. новембар	11. новембар	19. новембар	27. новембар
5. децембар	13. децембар	21. децембар	29. децембар	/	/	/

Истраживањем је обухваћено 192 текста у рубрици Култура онлајн портала дневно-информативних новина *Полиџика*. Инструмент за анализу садржаја онлајн портала *Полиџика* био је кодни лист чије су категорије формиране на основу постављених циљева и истраживачких питања. Кодни лист састојао се од следећих категорија: датум објављивања новинског текста, наслов текста, врста уметности (књижевност, сликарство, вајарство, музика, архитектура, позориште, филм, фотографија и стрип). Анализом су обухваћени и текстови о културним догађајима и културној политици. Категорија која је анализирана је и величина текста (кратак текст до 100 речи, средњи текст до 300 речи и дужи текст преко 300 речи), новинарски жанр објављеног текста (вест, извештај, интервју, новинска критика, чланак, фељтон), идентификовање књижевника, идентификовање издавача, идентификовање места књижевног догађаја и идентификовање аутора новинарског текста.

4. Резултати истраживања

У анализираном периоду, изражено у процентима, од 192 текста објављена у рубрици Култура на порталу дневно-информативних новина *Полиџика*, највише се, писало о филму – 22,20% текстова. Следи књижевност – 19,10% текстова са том темом, а као трећа уметност, по учесталости писања, издваја се позориште – 18,50%. Новинари су писали још о музици – 12,7% и сликарству – 10,6%, а значајно мање је било текстова о фотографији, стрипу и архитектури. У анализираном корпусу, издвајају се 3 текста који су писали о различитим врстама уметности истовремено – о сликарству и скулптури и филму и позоришту (16. 09. 2022. године) и о сликарству и архитектури (21. 12. 2022. године). Осим о уметностима, анализирани су и текстови који су писали о културним догађајима, као што је организовање изложби и музејских поставки – 3,7% и културној политици – 8,5%.



Графички приказ 1. Врсте уметности у рубрици Култура онлајн портала *Полиџика*

Када је реч о величини објављених текстова о књижевности, од 36 текстова, 1 текст је кратак (до 100 речи), 7 текстова је средње величине (до 300 речи) и 28 је дужих текстова (преко 300 речи). Подаци о величини текстова указују на то да се

теме из књижевности углавном обрађују детаљније. Само један текст припада категорији кратког и он информише читаоце да ће београдски сајам књига отворити драматург Душан Ковачевић и румунски писац Мирча Динеску⁷.

Када је реч о новинарским жанровима, најзаступљенији жанр у анализираним корпусу новинарских текстова о књижевности, био је извештај – 9 текстова, следи новинарска критика – 8 текстова, интервју – 6 текстова, вест и скривена реклама – по 5 текстова, ауторски текст књижевника – 2 текста и чланак – 1 текст.



Графички приказ 2. Новинарски жанрови објављених текстова у рубрици Култура онлајн портала Политика

Издавач о чијим издањима се највише писало током 2022. године у рубрици Култура онлајн издања Политике, судећи према посматраном узорку, била је Лагуна – 5 текстова, следи Геопоетика – 3 текста и Прометеј и Бука (Booka) – по 2 текста. Остали издавачи се спомињу кроз један текст. Кроз текстове који су заправо скривена реклама, спомињу се Лагуна, Креативни центар, Магнум, Прометеј и Танеси, па је закључак да не доминира један издавач када је реч о рекламирању кроз рубрику Култура онлајн издања Политике.

Када је реч о националној припадности, чешће је извештавано о делима страних аутора – 25, него о домаћим ауторима – 19.

Највећи број књижевних догађаја организован је у Београду – 6, а по 1 у Новом Саду, Ужицу и Крагујевцу.

Када је реч о ауторима текстова, већина текстова је потписано пуним именом и презименом новинара, 8 текстова је потписано иницијалима, а 5 текстова је непотписано.

Током истраживања, анализиран је и Светски дан књиге, 23. април, који није био део цикличног узорка истраживања. Интересантан је податак да онлајн портал Политика, у рубрици Култура, није објавио ниједан текст о књижевности и Светском дану књиге.

Закључна разматрања

⁷ Доступно на: <https://www.politika.rs/scc/clanak/521423/Dusan-Kovacevic-i-Mirca-Dinesku-otvaraju-Sajam-knjiga>, посећено 28. маја 2023. године.

Медији имају моћ да утичу на то о чему ће публика да размишља и какве ће ставове имати. Због тога је и важно како медији извештавају о културним, па и књижевним темама. Новинарска књижевна критика је, с обзиром на значај јавне речи, велике тираже и масовну публику, често кључна када је реч о укусу публике, о избору књижевних дела за читање, али и њихов естетички доживљај. Извештавање о књижевности може да гради књижевни укус, али и културну климу у једном друштву. Због тога је било важно истражити представљање књижевности у најстаријем листу у Србији, на онлајн порталу Политике.

Током 2022. године, у посматраном узорку, објављено је 36 текстова о књижевности. То је била, после филма, најчешћа тема из области уметности у рубрици Култура. Највећи број текстова о књижевности – 9 извештаја, 6 интервјуа и 5 вести, спада у информативне жанрове, што сведочи о томе да мањи број текстова аналитички извештава о књижевности – 8 новинарских критика, 2 колумне и 1 чланак. Уз то, немали је број и текстова, који су, заправо, скривене рекламе – 5. Ипак, највећи број текстова је садржао више од 300 речи, што указују на то да се о књижевности углавном извештавало детаљније. Више се писало о о делима страних аутора, него о домаћим ауторима, а издавач о чијим издањима се највише писало током 2022. године, у рубрици Култура онлајн издања новина *Полиџика*, била је Лагуна. Интересантан је и податак да је највећи број књижевних догађаја организован је у Београду, што сведочи о централизацији културе и књижевности у Србији.

Писање о књижевности утиче и на књижевну продукцију. Леших закључује: „У последње време многи су књижевни критичари и историчари конкретним истраживањима показали да је ‘књижевна производња’ у великој мери условљена ‘књижевном потрошњом’ и да ‘очекивања’ читалаца у великој мери утичу на структуралне промене у самом књижевном стварању” (2008: 76). Ипак, примећујемо да, током анализираног периода, није било гласова читалаца, нису објављивани утисци разнолике читалачке публике о прочитаним, новим књижевним делима.

На основу резултата истраживања могли бисмо закључити да је савременом новинарству култура је на маргинама. Неписано је правило да кад у редакцију стигну непредвиђене или важне и хитне информација, скраћује се рубрика посвећена темама из области културе, па и теме о књижевности.

Могло би се још закључити да јавност у Србији задовољењу културних потреба приступа врло површно. „Медијске понуде своде се углавном на комерцијално исплативе садржаје... Грађанин Србије, који једва задовољава основне потребе, често није ни свестан недостатка информација из области културе и уметности, а уколико је тога свестан, често не зна како да задовољи то интересовање, па потребу за лепим у свакодневном животу задовољава кичом и шундом које му нуде таблоиди” (ЂОРЂЕВИЋ 2011: 13).

Истраживања о представљању књижевности у медијима у Србији су веома ретка. Резултати овог истраживања могу бити подлога за будућа истраживања, која би могла да обухвате други временски период и друге медије.

- BJELICA, Mihailo, JEVTIĆ, Zoran. *Istorija novinarstva*. Beograd: Megatrend univerzitet primenjenih nauka, 2006.
- BRANKOVIĆ, Srbobran. *Metodi iskustvenog istraživanja društvenih pojava*. Beograd: Megatrend univerzitet, 2009.
- DOMAZET, Sanja. Kreativno pisanje i kulturne rubrike u srpskim medijima. u: Verodostojnost medija dometi medijske tranzicije. Beograd: Fakultet političkih nauka, 277 – 282, 2011.
- ĐORĐEVIĆ, Jelena. Kulturne rubrike u srpskim medijima. u: Medijski tretman knjige. Beograd: Narodna biblioteka Srbije. [orig.] ЂОРЂЕВИЋ, Јелена. Културне рубрике у српским медијима, у: Медијски третман књиге. Београд: Народна библиотека Србије.
- GOCINI, Đovani. *Istorija novinarstva*. Beograd: Clio, 2011.
- JURIŠIĆ, Jelena i dr. „Manipulacija čitateljima–prikriveno oglašavanje u hrvatskim novinama“. *Politička misao: časopis za politologiju*, knj. 44, sv. 1, (2007): 117–135.
- LEŠIĆ, Zdenko. *Teorija književnosti*. Beograd: Službeni glasnik, 2008.
- MANIĆ, Željka. *Analiza sadržaja u sociologiji*. Beograd: Čigoja štampa, 2017.
- MILIVOJEVIĆ Snježana, NINKOVIĆ SLAVNIĆ Danka, BAJČETA Snežana. *Informisanje u digitalnom okruženju u Srbiji*. Beograd: Centar za medijska istraživanja Fakultet političkih nauka Univerzitet u Beogradu, 2020.
- MIRKOVIĆ, Čedomir. „Novinska kritika“, u: Bjelica Mihajlo i Zoran Jevtović (priređivači). *Novinarstvo u teoriji i praksi*. Beograd: Press Servis, 2008. [orig.] МИРКОВИЋ, Чедомир. „Новинска критика“. У Бјелица Михаило и Јевтовић Зоран. Новинарство у теорији и пракси. Београд: Press Servis, 2008.
- RADOJKOVIĆ, Miroljub, MILETIĆ, Mirko. *Komuniciranje, mediji i društvo*. Novi Sad: Stylos, 2005.
- SIMEUNOVIĆ BAJIĆ, Nataša. *Književnost u srpskim novinama: analiza novinskih sadržaja o književnosti*. Beograd: Megatrend univerzitet, 2018. [orig.] СИМЕУНОВИЋ БАЈИЋ, Наташа. *Књижевност у српским новинама : анализа новинских садржаја о књижевности*. Београд: Мегатренд универзитет, 2018.
- TODOROVIĆ, Neda. „Tretman knjige u srpskim medijima (1)“, *CM Komunikacija i mediji*, knj. 12, sv. 4. (2009): 143–170.
- VULIĆ, Tatjana, VUJOVIĆ, Marija, MIHAJLOV-PROKOPOVIĆ, Anka. „Култура као део програмског садржаја Телевизије Београд - Јавног медијског сервиса Србије“. *Kultura*, 137, (2012): 328–339.
- ŽIVOTIĆ, Radomir. *Novinarska kritika: studija s priložima*. Beograd: Naučna knjiga, 1988.
- ŽIVOTIĆ, Radomir. *Novinarski žanrovi: štampa, radio, televizija*. Beograd: Institut za novinarstvo, 1993.

Marija Vujović
Marta Mitrović

LITERATURE IN THE MEDIA: A CASE STUDY OF THE ONLINE PORTAL OF THE NEWSPAPER POLITICS

Summary

Reporting on literature can build literary taste and cultural climate in a society, howev-

er, in the era of tabloidization and commercialization of the media, cultural sections are slowly disappearing, as well as reporting on literature. The aim of the research in the paper was to determine the way in which literature (literature works, writers and literary events) was presented on the online portal of the daily informative newspaper Politika, during the year 2022. The research questions to which the work answers are: how much content about literature is represented (compared to other arts), which texts dominate (about national or world literature), which literary publishers are most often reported, how much journalistic literary criticism is represented compared to other journalistic genres, but also whether there is hidden advertising in reporting on literature.

Using the method of quantitative and qualitative content analysis, a rotating sample of 192 texts published in the Culture section was studied, of which 36 were about literature, which, after the film, is the most frequent topic. The largest number of texts about literature - 9 reports, 6 interviews and 5 news items - are informative genres, which indicates that a smaller number of texts analytically report on literature - 8 journalistic criticisms, 2 columns and 1 article. In addition, the number of texts, which are, in fact, hidden advertisements, is not negligible either - 5 texts. Nevertheless, the largest number of texts contained more than 300 words, which indicates that literature was generally reported in more detail. More was written about the works of foreign authors than about domestic authors, and the publisher whose editions were written about the most during 2022, in the Culture section of the online edition of the newspaper Politika, was Laguna. It is also interesting to note that the largest number of literary events were organized in Belgrade, which testifies to the centralization of culture and literature in Serbia.

Based on the results of the research, the authors conclude that culture is on the margins of contemporary journalism, and reporting on literature is rare, predominantly informative and often motivated by commercial interests.

Keywords: literature, media, culture, *Politika*

