

[Садржај](#)

[Уводник](#)

[Резимеи](#)

[Contents and summaries](#)

## САДРЖАЈ



**Уводник**..... 3

ТЕМА БРОЈА

**КУЛТУРА И МЕДИЈИ**

**У (ПОСТ)ГЛОБАЛНОЈ ЕРИ**

*Дивна Вуксановић*

Медијска интелигенција и перспективе ума у постглобалном

добу..... 7

*Зорица Томић*

Сајбер демократија и јавност..... 19

*Саша Гајић*

Медији, идентитет и приказивање друштвене стварности 31

*Никола Танасић*

Медији и култура – како глобални процеси изигравају

сами себе..... 43

*Слободан Владушић*

Маргиналије о блогу..... 61

*Зоран Јевтовић, Зоран Арацки*

Медијски утицаји, политичке елите и друштвена моћ у Србији

на почетку 21. века..... 69

*Зоран Аврамовић*

Узроци ширења недемократске медијске јавности у Србији 93

*Слободан Рељић*

Како је пропало српско новинарство..... 107

*Огледи*

*Александар Јазвић*

Пропаганда у Првом светском рату..... 119

*Ана Вареча*

Финансирање избора и медији у америчком изборном процесу..... 139

*Драган Станојевић*

Омладинска поткултура у бирмингемској традицији:  
развој и рецепција концепта у домаћој науци 157

*Сучељавања*

*Слободан Антонић*

О родном феминизму и разборитости..... 181

*Мирослав Свирчевић*

Расистичка идеологија у модерном руху.... 203

*Осврти, рецензије, прикази*

Слободан Антонић

Како су нас линчовали

(Слободан Вуковић, *Етика западних медија: антисрпска*

*пропаганда деведесетих година XX века*)..... 213

Мирослав Ивановић

Етика западних медија

(Слободан Вуковић, *Етика западних медија: антисрпска*

*пропаганда деведесетих година XX века*)..... 219

Коста Чавошки

Промишљена сећања Михаила Марковића

(Михаило Марковић, *Јуриш на небо*)..... 223

Весна Ивановић

Деструкција Југославије почела на Косову

(Јован Мирић, *Косово и друге теме*)..... 229

Добрица Гајић

Пашићева идеолошка конструкција

(Андреј Л. Шемјакин, *Идеологија Николе Пашића (1868–1891)*) 237

*Contents*..... □□□ 245

## УВОДНИК

Масовни медији (радио, телевизија, филм, новине, часописи, видео, CD-DVD, интернет) постали су средишњи део нашег живота, културе и глобалне економије – а све више и политике – на почетку двадесет првог века, који није без разлога назван веком информационо-медијске културе. Готово неприметно, а, заправо, за историјске процесе,

муњевитом брзином, они су нам се свима „увукли под кожу“ и наметнули као подразумевани, квазиприродни и неосвешћени елемент у свакодневном животу и комуникацији. Услед ове драматично повећане изложености појединца и друштва деловању глобалних медија, настају значајне промене како постојећих културних матрица, тако и друштвено-политичких околности. Овај процес све више узима маха, пропорционално расту и експанзији глобалне медијске мреже, због чега и систематско научно изучавање овог феномена утицаја медија на културу и друштво добија све већи значај.

Како би на адекватан начин испратило ову глобалну медијску експанзију у условима актуелног светског врења и све очигледније кризе пројекта глобализације, уредништво Нове српске политичке мисли организовало је 4. јула 2009. године, на Филозофском факултету у Београду, научни скуп на тему „Култура и медији у (пост)глобалној ери“. У овој занимљивој дебати учествовали су истакнути домаћи теоретичари медија, културолози и друштвени научници, који су покушали да током вишечасовне расправе дају свој допринос трагању за одговорима на нека од горућих питања односа између савременог човека, културе и друштва и метастазираних техника и средстава „масовног информисања“.

Према идеји организатора, овај скуп требало је да представља својеврсни наставак расправе која се две године раније водила на Тари под именом „Културна политика у Србији“, а чија су излагања и закључци објављени у истоименом посебном издању НСПМ. Као природни наставак ове културолошке дебате, у фокус је узет проблем медија, не само зато што су они у наше време најгласнији и најизвиканији „посредници“ између грађана и („њихове“) културе већ и зато што у (полу)постмодерном друштву медији све више представљају и својеврсни, изопачени синоним за њу.

Кључна улога светске информативне мреже – интернета – разматрана је унутар више прилога и различитих појмовних сфера – од историје информисања, преко савремене информацијске културе, па до утицаја на локалне културне обрасце и системе образовања, закључно са утицајем на појаву нових уметничких и књижевних форми. И у готово свим прилозима истакнут је амбивалентни карактер овог експанзивног медија чије оцене варирају од схватања да је реч о носиоцу информационе слободе и „сајбер-демократије“, па до тога да се ради о инструменту новог тоталитаризма и/или информатичког варварства.

Због акцента на глобалном/постглобалном контексту, највећи број аутора (Дивна Вуксановић, Зорица Томић, Никола Танасић, Саша Гајић, Слободан Владушић)

првенствено се определио за критичко разматрање актуелних светских културолошко-информационих токова, који се, условно речено, код нас помаљају обично са закашњењем, најчешће у хаотичном и карикатуралном виду, што их чини још тежим и незахвалнијим за детектовање и појмовну анализу. Управо тог незахвалног посла, суочавања са невеселим домаћим контекстом и специфичностима српског медијско-политичког миљеа, подухватили су се у својим прилозима Зоран Јевтовић, Зоран Арацки, Зоран Аврамовић и Слободан Рељић.

Културом и медијима, односно њиховим разумевањем, употребом и злоупотребом у ширем или ужем смислу, баве се практично и сви остали прилози у овој свесци, од огледа Александра Јазића, Ане Варце и Драгана Станојевића, до приказа књиге Слободана Вуковића. Коначно, у рубрици „Сучељавања“ објављујемо наставак полемике о феминизму између Слободана Антонића и Адриане Захаријевић, као и ново критичко суочавање Мирослава Свирчевића са покушајима идеолошког фалсификовања новије историје Балкана.

## РЕЗИМЕИ

Дивна Вуксановић

## МЕДИЈСКА ИНТЕЛИГЕНЦИЈА И ПЕРСПЕКТИВЕ УМА У ПОСТГЛОБАЛНОМ ДОБУ

*Сажетак: Текст постулира, а потом и критички преиспитује „медијску интелигенцију“ као могућност читања феномена данашње културе, виђене из перспектива „креативности“, тржишних вредности, образовања и јавне сфере мишљења. У овом смислу речи, „медијска интелигенција“, као савремени вид отуђене интелигибилности, поспешује развој посусталих капиталистичких односа у постглобалној ери тиме што своју примену везује уз праксу креативности, генеришући, индиректно, настанак тзв. креативне класе, тј. колективитета препознатог као ресурс за даљу тржишну експлоатацију субјективитета*



Кључне речи: *медијска интелигенција, креативност, креативна класа, ум, тржиште, медијско образовање, постглобално доба*

Зорица Томић

Сајбер демократија и јавност

*Сажетак: Апартно од класичне, критички оријентисане нормативистичке перспективе, савремена комуниколошка теорија суочава се са значајним социо-културним променама, које настају као последица помаљања нових техничких перформанси модерних медија. Најпре, реч је о „информатизацији“ друштва која се огледа у све већем значају информација и комуникација, што је подстакнуто перманентним открићима у домену електронске комуникационе технологије. Са друге стране, простор компјутерски посредоване комуникације променио је поимање „граница“ између категорија приватног и јавног. Излажући Хабермасову теорију јавности, у тексту се критички разматрају различите теоријске оријентације које интернет представљају као „демократски јавни простор“.*

Кључне речи: *јавност, јавна сфера, демократија, медији, информатичко друштво, грађанска јавност*

Саша Гајић

Медији, идентитет и приказивање друштвене стварности

(„Матрикс“ почиње да се руши)

Сажетак: *Битка за срца и умове људи почиње пренаглашавањем медијске сфере на уштрб телесно-психолошке, а наставља се хиперпродукцијом интерпретације, што све доводи до укидања смисла и значења, те до брисања разлика између истине и лажи. Тако се поспешује стварање стања опште релативизације. Кроз замену наталоженог искуства и животне мудрости са беспримерним количинама информација (махом полуистина и тривијалних података) ствара се симулација представе о знању, које је у ствари половично знање или незнање, као и привид слободе запарложене у муљу бројних погрешних избора. Коначно, хедонистичко робовање на линији представа–предмет завршава се у пројектованим „обрасцима живљења“, који се кроз процесе идентификације масовно „усвајају“ од стране тако препарираних и „дисциплинованих“ медијских конзумента.*

Кључне речи: *медијска технологија, интерпретација, идентитет, производња стварности.*

Никола Танасић

Медији и култура – како глобални процеси изигравају сами себе

Сажетак: *Аутор разматра однос између глобалних медија и глобал(изова)не културе у светлу нових техничких могућности за нехијерархизовану и суштински слободну размену информација, како културних, тако и других. Износи се тврдња да суштинска моћ медија почива на аксиолошкој претпоставци истине која лежи у основи „мреже информација“, на исти начин као што се и култура нужно прихвата или одбацује на основу поимања вредности на којима је утемељена. Одређени облик медија губи свој утицај на јавност када се компромитује његов однос са „истином“, баш као што се култура одбацује када се вредности које је утемељују почну опажати као „лажне“ и неаутентичне. Стога се за сваки облик медија и за сваку културу може установити тачка зенита, након које следи тачка „темељног разочарања“. Након кратког разматрања утицаја либералног капитализма, са његовим императивима потрошачке економије и хиперпродукције, аутор уводи два појма*

– „холивудско ђубриште“ и „културну екологију“. Прво се односи на идеолошки „превазиђене“ и политички некоректне мотиве и садржаје хладноратовске „старе школе Холивуда“, док друго представља сугестију, да би „рециклирано“ холивудско „ђубре“ могло послужити као елемент неке будуће аутентичне глобалне културе.

Кључне речи: *истина, вредност, интернет, Холивуд, либерални капитализам.*

Слободан Владушић

Маргиналије о блогу

Сажетак: У овом раду аутор на илустративном примеру блога разматра далекосежну промену до које је развој интернета довео не само у свести и културним навикама савременог човека, него и у његовом односу према свету. Интернет представља врхунац и довршење процеса који је почетком прошлог века отпочео са потискивањем књиге у корист визуелних медија. Но, док је владавина књиге трајала неколико стотина година, владавина телевизије и филма је већ на издисају, сматра аутор, с обзиром на то да, за разлику од њих, интернет технологија пружа ефекат до сада невиђене интерактивности и нивелише разлику између актера и публике, односно „творца“ и „конзумента“ догађаја. Цена која се за то плаћа јесте „микроскопизација“ света, губитак односа према целини, губитак ауторитета, као и нестанак жеље за самоусавршавањем.

Кључне речи: *јавна употреба ума, интернет, блог, медији, култура, глобализација.*

Зоран Јевтовић, Зоран Арацки

## МЕДИЈСКИ УТИЦАЈИ, ПОЛИТИЧКЕ ЕЛИТЕ И ДРУШТВЕНА МОЋ У СРБИЈИ НА ПОЧЕТКУ 21. ВЕКА

*Сажетак: Србија се на почетку 21. века, без зрелог политичког вођства и са пасивизираном и подељеном научном елитом и интелигенцијом, нашла разапета између ретрадиције и модерности. У времену бурних промена формиране су нове политичке, економске и културне елите. Нажалост, многе од њих настале су на неприхватљивим основама, често потпомогнуте криминалним активностима започетим у прошлости. Осећајући моћ медија, неки представници ових елита, кроз недовољно транспарентни процес приватизације, закорачили су у свет медија, осећајући боље од осталих стварну улогу штампе и електронских средстава информисања. Истовремено, медијска елита се споро формирала, а како се све одвијало на изузетно слабој економској основи, најчешће није успевала да одоли притисцима који су долазили из редова власти и нових медијских моћника, па је тако долазило и до злоупотребе новинарске професије. У овом раду, уз теоријску поткрепу, аутор и сведоче о потреби формирања и јасног диференцирања медијске елите, нуде њену могућу типологију, а посебним емпиријским истраживањем урађеним у 10 градова Србије указују на то како медији и међусобни односи политичких елита, власника медија и новинара утичу на формирање ставова јавности о најзначајнијим друштвеним питањима .*

Кључне речи: медији, медијски утицаји, политичке елите, медијска елита, друштвена моћ.

Зоран Аврамовић

## УЗРОЦИ ШИРЕЊА НЕДЕМОКРАТСКЕ МЕДИЈСКЕ ЈАВНОСТИ У СРБИЈИ

*Сажетак: У раду се доказује тврдња да се узроци недемократске медијске јавности налазе унутар демократских институција. Разматра се неколико фактора који делују на њено (не)демократско обликовање: држава и политички систем, тржиште, медијска*

*традиција, улога међународне медијске заједнице, фактор запослених у овој професији и преферираних личности у медијима. Указује се на то да демократија не гарантује рационалност и да медији нису по дефиницији демократски. Разликује се недемократска и антидемократска медијска јавност. Демократска медијска јавност је производ политичких, социјалних, економских и културних констелација, а не нешто што је производ институција демократског поретка. У закључку се тврди да у демократском систему може да се формира и недемократска медијска јавност која не искључује и не забрањује демократску. На сцени је борба ова два облика медијске јавности у демократском поретку за више демократије.*

Кључне речи: (не)демократија, медији, јавност, Србија.

Слободан Рељић

Како је пропало српско новинарство

*Сажетак: Светска криза која је постала очигледна од прошлогодишњег финансијског слома у Волстриту само је учинила белоданим стање у хипертрофираној медијској индустрији и оголила проблеме који се гомилају последње две деценије. Међутим, пропадање српског новинарства и урушавање „четвртог стуба демократије“ у српском друштву има своје особености које нашу кризу чине дубљом, а евентуални опоравак неизвеснијим*

Кључне речи: новинарство, новинар, медији, слобода штампе, медијска индустрија, *watchdog, lapdog, грађанин, потрошач, news, infotainment, таблоидна истина*

Александар Јазић

## ПРОПАГАНДА У ПРВОМ СВЕТСКОМ РАТУ

*Сажетак: Аутор у раду анализира ратну пропаганду кључних земаља учесница Првог светског рата. Овај сукоб захтевао је од земаља учесница да уложе велика средства у развој својих ратних капацитета. Тиме је била обухваћена и пропаганда, па је дошло до њеног наглог развоја. Не само да су улагана велика средства у развој ратне пропаганде, већ је Први светски рат показао њен значај за остваривање ратних циљева. Сходно томе, пропаганда се током овог сукоба показала као једно од најважнијих оруђа државе у остваривању жељених циљева. Управо је обим ратних сукоба какав је поседовао Први светски рат показао сву моћ и снагу пропаганде као средства, јер за остваривање одређених циљева нису били довољни економски капацитети и војна сила*

*Кључне речи: Пропаганда, психолошки рат, Први светски рат, великесиле, медијска средства*

Ана Вареча

## ФИНАНСИРАЊЕ ИЗБОРА И МЕДИЈИ У АМЕРИЧКОМ ИЗБОРНОМ ПРОЦЕСУ

*Сажетак: У раду се говори о финансирању америчких избора, специфичностима овог процеса, улози крупног капитала и његовом утицају на изборе, као и на континуитет спреге политике и новца у земљи која слови за једну од најстаријих демократија. Други део рада се бави односом масовних медија и изборног процеса, сензационалистичким извештавањем и улогом власника масовних медија у политичком процесу, односно њиховом могућношћу да креирају и да утичу на јавно мњење. Рад се осврће и на прошле председничке изборе, одржане 2008. године.*

Кључне речи: финансирање кампања, нерегуларности и предлози реформе финансирања, медији као јавни сервис, пропаганда, слобода штампе, равноправна комуникација, информисаност гласача.

Драган Станојевић

## ОМЛАДИНСКА ПОТКУЛТУРА У БИРМИНГЕМСКОЈ ТРАДИЦИЈИ: РАЗВОЈ И РЕЦЕПЦИЈА КОНЦЕПТА У ДОМАЋОЈ НАУЦИ

Сажетак: У овом чланку се даје преглед теорија развијаних у оквиру тзв. бирмингемске традиције које се баве проблемом поткултура, односно односом омладине, музике и стила. Свака поткултура се посматра као двоструко комуникативна, па је неопходно поставити је прво у однос према њеној „родитељској култури“ – култури радничке класе, а затим и према „доминантној култури“. Фил Коен је формулисао концепт „поткултуре као симболичко решавање противречности“. Џон Кларк, Стјуарт Хол, Тони Шеферсон и Брајан Робертс разрађују концепт поткултуре као „отпор кроз ритуале“. Дик Хебдиш смешта поткултуру у оквиру етницитета, а Анђела Мек Роби у оквиру рода. Бирмингемски теоретичари формулишу концепт поткултуре као начин да се путем стила реше проблеми настали мењањем родитељске/сопствене културе. Односи унутар поткултуре, и они између поткултуре и њеног окружења се изражавају појмовима: хегемоније, хомологије и *bricolage*. У чланку се даље даје рецепција концепта у домаћој науци током осамдесетих. Такође су приказани и главни правци критике поткултурне теорије, указујући на њене недостатке приликом проучавања савремених феномена.

Кључне речи: поткултура, CCCS, омладина, стил, класа, музика.

*New Edition*, vol. XVIII (2010), no. 1–2

## CONTENTS

***Editorial***..... 3

## TOPIC OF THE ISSUE

## CULTURE AND MEDIA

### IN THE (POST-)GLOBAL ERA

*Divna Vuksanović*

Media Intelligence and Perspectives of the Mind  
in the Post-Global Era..... 7



*Zorica Tomić*

Cyber Democracy and the Public..... 19

*Saša Gajić*

Media, Identity and Presenting Social Reality ..... 31

*Nikola Tanasić*

Media and Culture – How Global Processes Betray Themselves 43

*Slobodan Vladušić*

Marginalia on Blogging..... 61

*Zoran Jevtović, Zoran Aracki*

Media Influence, Political Elite and Social Power In Serbia at the

Beginning of the 21<sup>st</sup> Century..... 69

*Zoran Avramović*

Expansion of Undemocratic Public in Serbia and its Causes..... 93

*Slobodan Reljić*

The Collapse of Serbian Journalism..... 107

### **Studies**

*Aleksandar Jazić*

Propaganda in the First World War..... 119

*Ana Vareca*

Campaign Finance and Media in the US Election Process..... 139

*Dragan Stanojević*

Youth Subculture in Birmingham Tradition:  
the Development and Reception of This Concept among

Serbian Scientists..... 157

### ***Polemics***

*Slobodan Antonić*

On Gender Feminism and Prudence..... 181

*Miroslav Svirčević*

Racist Ideology in Modern Attire..... 203

### ***Reviews***

*Slobodan Antonić*

How We Were Lynched

Ho(Slobodan Vuković, *Western Media Ethics: Anti-Serbian*)

*Propaganda in the 1990s*..... 213

*Miroslav Ivanović*

Western Media Ethics

(Slobodan Vuković, *Western Media Ethics: Anti-Serbian*

*Propaganda in the 1990s*..... 219

*Kosta Čavoški*

Mihailo Marković's Considered Memories

(Mihailo Marković, *Assault on the Sky*)..... 223

*Vesna Ivanović*

Disintegration of Yugoslavia Started in Kosovo

(Jovan Mirić, *Kosovo and Other Topics*)..... 229

*Dobrica Gajić*

Pašić's Ideological Construction

Pašić's Ideological CONstruction (Andrei L. Shemyakin, *Nikola Pašić's*

*Ideology (1868–1891)*..... 237

**Contents**..... 245

**Divna Vuksanović**

## **MEDIA INTELLIGENCE AND PERSPECTIVES OF THE MIND IN THE POST-GLOBAL ERA**

The author postulates and then provides a critique of 'media intelligence' as a possible interpretation of the phenomenon of modern culture as seen from the perspectives of 'creativity', of market value, education and of public opinion. In this sense, 'media intelligence', being a contemporary form of estranged intelligibility, enhances development of deteriorated capitalist relations in the post-global era by association its application with the practice of creativity, thus

indirectly generating the creation of the so-called creative class, i.e. a collectivity identified as a resource for further market exploitation of subjectivity.

*Key words:* media intelligence, creativity, creative class, mind, market, media education, post-global era.

Zorica Tomić

## **CYBER DEMOCRACY AND THE PUBLIC**

Apart from the classic, critically-oriented normativist perspective, modern theory of communication faces significant sociocultural changes, which occur as a result of the appearance of new technical performances of modern media. First of all, it is 'informatization' of society, which is reflected in the increasing significance of information and communication, which is in turn boosted by frequent innovations in technologies for e-communication. On the other hand, the space of computer-assisted communication has moved the 'borders' between the private and the public. By expounding Habermas's public theory, the author provides a critique of various theoretical orientations which describe the Internet as a 'democratic public space'.

*Key words:* public, public sphere, democracy, media, IT society, civilian public.

Saša Gajić

## **MEDIA, IDENTITY AND PRESENTING SOCIAL REALITY**

The battle for the hearts and minds of people begins with over-emphasizing the media sphere at the expense of the physical/psychological sphere, and goes on to hyperproduction of interpretation. All these factors lead to disappearance of sense and meaning and boundaries between the truth and lies are being erased, thus contributing to a state of general relativization. Replacing accumulated experience and the wisdom of life with unprecedented quantities of information, most of which are half-truths and trivial information, creates an imitation of knowledge, which is in fact incomplete, or simply ignorance, and a false impression of freedom drowned in the mud of many wrong choices. Finally, hedonistic and slave-like dependence on the notion-object route ends with the projected 'patterns of living', which are through identification whole-heartedly 'adopted' by so programmed and 'disciplined' media-consumers.

*Key words:* media technology, interpretation, identity, creating reality.

Nikola Tanasić

## **MEDIA AND CULTURE – HOW GLOBAL PROCESSES BETRAY THEMSELVES**

The author examines the relationship between global media and global(ised) culture in the light of the new technical possibilities non-hierarchical and essentially free exchange of information, both cultural and otherwise. A claim is made, that the essential power of media lies on an axiological presupposition of truth underlying the "information network", in the same way a culture is accepted or rejected based solely on the notion of the values it is funded upon. A certain form of media loses its public influence when its relation to "the truth" is compromised, as well as a culture is rejected when the values underlying it are perceived as "false" and unauthentic. Hence, every media form and every culture reaches a zenith point, followed by a point of "thorough disappointment". A short discussion is made of the impact of liberal capitalism on popular culture, with its imperatives of a consumer based economy and hyper production. The author finally introduces two notions – "Hollywood junkyard", meaning the ideologically "outgrown" and politically incorrect memes and tropes from the Cold War era of "old school Hollywood", and "cultural ecology" – a suggestion that "recycled" Hollywood "junk" and

“leftovers” can serve as elements of a future authentic global culture.

*Key words:* truth, values, internet, Hollywood, liberal capitalism

Slobodan Vladušić

## **MARGINALIA ON BLOGGING**

In this paper the author uses blog as an illustrative example to analyze the far-reaching changes brought about by the Internet. These changes take place not only in the mind and cultural habits of modern person, but also in his/her view of the world. The internet is the culmination and conclusion of a process which started in the early 20<sup>th</sup> century when books started to give place to visual media. However, while books had been dominant for several centuries, the domination of TV and movies is, according to the author, about to end, since unlike them, Internet technologies enables once unseen kinds of interactivity and breaks the boundaries between the protagonist and his/her audience, that is, between the ‘creator’ and ‘consumers’ of events. The price one has to pay is ‘microscopization’ of the world, disappearance of attitude toward the whole, loss of authority and lack of desire for self-improvement.

*Key words:* public use of the mind, Internet, blog, media, culture, globalization.

Zoran Jevtović, Zoran Aracki



## **MEDIA INFLUENCE, POLITICAL ELITE AND SOCIAL POWER IN SERBIA AT THE BEGINNING OF THE 21ST CENTURY**

Serbia, at the beginning of the 21 century, without mature political leadership and with passive and split political elite and intelligence, is divided between re- tradition and modernism. At the time of violent changes formed new political, economical and cultural elite. Unfortunately, many of them appeared on non acceptable grounds often, supported by criminal activities which started in the past. Realizing the power of media, some of their representatives, via not totally transparent process of privatization, entered into the media world sensing, better than the others, the real role of press and electronic means of information. At the same time, media elite formed slowly, and as everything was performed on the grounds of very weak economy, very often was unsuccessful in opposing to pressure coming from the government or new media powerful ones, thus creating the misuse of profession of journalist. In this paper, the authors theoretically based, writes about the need of forming and clearly differentiating of media elite, offers its possible typology, and by special empirical research performed in 10 towns in Serbia points out how media, and the relationship between political elite, owners, editors and journalists influences the forming of the public opinion on the most important social affairs.

*Key words:* media, media influence, political elite, media elite, social power.

Zoran Avramović

## **EXPANSION OF UNDEMOCRATIC PUBLIC IN SERBIA AND ITS CAUSES**

In this paper the author proves the statement that the roots of undemocratic media public are in democratic institutions. The author analyzes several factors of its (non-)democratic nature: the state and its political system, market, media tradition, role of the international media community, media employees and preferred media personalities. The author points to the fact that democracy cannot guarantee rationality and that media are not democratic by default. There is a difference between undemocratic and anti-democratic media public. Democratic media public is a result of political, social, economic and cultural constellations, rather than a product of democratic institutions. In conclusion, the author claims that undemocratic media public, which

does not exclude or bans the democratic one, can be formed in a democratic system. We are witnessing a conflict between these two kinds of media public, of which the aim is to achieve more democracy.

*Key words:* (un)democracy, media, public, Serbia.

Slobodan Reljić

## **THE COLLAPSE OF SERBIAN JOURNALISM**

The world crisis, which became evident after last year's financial crash in Wall Street, simply made the state of overgrown media industry obvious and exposed the problems which have been accumulating in the past two decades. However, the collapse of Serbian journalism and the falling 'fourth pillar of democracy' of Serbian society have certain peculiarities which make our crisis deeper, and the possible recovery is therefore more uncertain.

*Key words:* journalism, journalist, media, freedom of the press, media industry, watchdog, lapdog, citizen, consumer, news, infotainment, tabloid truth.

Aleksandar Jazić

## **PROPAGANDA IN THE FIRST WORLD WAR**

In this paper the author analyzes the war propaganda of key participants in the First World War. This conflict required substantial resources for the development of each country's war capacities. These capacities also involved propaganda, and its development thus became rapid. The development of war propaganda required a lot of money, and First World War showed how propaganda was for achieving the aims of the war. Propaganda thus proved to be one of the most powerful tools in the hands of the state. It was the scope of warfare, as seen in the First World War, which showed all the strength and power of propaganda as a tool, because economic capacities and military force were not sufficient.

*Key words:* propaganda, psychological warfare, First World War, great powers, media tools.

Ana Vareca

## **CAMPAIGN FINANCE AND MEDIA IN THE US ELECTION PROCESS**

This paper is about financing US elections, particularities of this process, the role of big business and its impact on elections, and about the relationship between money and politics in the country reputed to be one of the oldest democracies. In the second part of the paper the author deals with the relationship between the media and the election process, sensationalist coverage and the role of media owners in the political process and/or their ability to create and change public opinion. The author also looks back on last presidential election of 2008.

*Key words:* campaign finance, irregularities and proposed reform of financing, public service media, propaganda, freedom of the press, communication based on equality, informed voters.

Dragan Stanojević

## **YOUTH SUBCULTURE IN BIRMINGHAM TRADITION: THE DEVELOPMENT AND RECEPTION OF THIS CONCEPT AMONG SERBIAN SCIENTISTS**

This article offers an overview of the theories dealing with the problem of subculture, as well as the relationship between youth, music and style, developed within the so-called Birmingham tradition. Every subculture is seen as communicative in two directions, so it is necessary to establish its relationship with both „parent culture“ - working class culture and „dominant culture“. Phil Cohen formulated the concept of „subculture as a symbolic solution of controversies.“. John Clark, Stewart Hall, Tony Jefferson and Brian Roberts develop the concept of subculture as „resistance through rituals“. Dick Hebdige places subculture in the frame of ethnicity, and Angela McRobbie in the frame of gender. The Birmingham theorists define the concept of subculture as a way of solving the controversy caused by changing parent / one's own culture by means of style. The relations within a subculture, as well as between a subculture and its surroundings are expressed by the following terms: hegemony, homology and bricolage. The article also deals with the reception of concepts in our country's science during the eighties. It also contains some major tendencies in the criticism of subculture theory, displaying its drawbacks in the study of modern phenomena.

*Key words:* subculture, CCCS, youth, style, class, music