

Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja (Zagreb)
Udruženje građana „Mladi grašak“ za umetnost, kulturu, medije
i društvena pitanja (Beograd)
Sekcija za filozofiju medija Hrvatskog filozofskog društva
Medijsko sveučilište (Koprivnica)

Međunarodni interdisciplinarni simpozij
FILOZOFIJA MEDIJA (2012.)
Umjetnost i mediji



Centre for Media Philosophy and Research (Zagreb)
Civil association “Young peas” for art, culture, media and civil
questions (Belgrade)
Section for media philosophy of Croatian Philosophical Society
Media University (Koprivnica)

International Interdisciplinary Symposium
PHILOSOPHY OF MEDIA (2012.)
Art and Media

Opatija, Hotel Palace – Bellevue
19. – 22. 9. 2012. / September 19–22, 2012
Hrvatska/Croatia

centarfm@gmail.com
filozofijamedija@yahoo.com

Pod pokroviteljstvom Predsjednika Republike Hrvatske, Ive Josipovića
Under the Auspices of the President of the Republic of Croatia, Ivo
Josipović

SADRŽAJ / CONTENT

Organizacijski odbor / Organization Committee	4
Programski odbor / Programme Committee	4
Uvod / Introduction	6
Program / Programme	10
Sažeci izlaganja / Paper summaries	36
Adresar izlagača / Addresses of the speakers	107
Donatori / Donors	121



Organizacijski odbor / Organization Committee

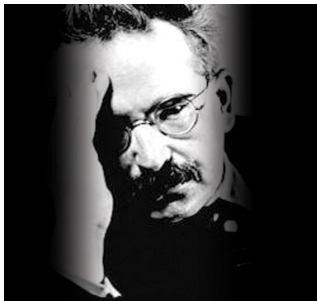
Sead Alić (predsjednik/president), Bosiljko Domazet, Mira Matijević, Marin Milković, Livia Pavletić, Nenad Sikirica (Hrvatska/Croatia), Divna Vuksanović (predsjednik/president), Marko M. Đorđević, Vlatko Ilić, Biljana Jokić, Miroslav Vićentijević, Tatjana Vulić, (Srbija/Serbia), Vuk Vuković (Crna Gora/Montenegro)



Programski odbor / Programme Committee

Sead Alić, (predsjednik/president), Hrvoje Jurić, Marin Milković (Hrvatska/Croatia), Dragan Čalović, Vesna Đukić, Vladislava Gordić Petković, Divna Vuksanović (predsjednik/president), Miroljub Radojković (Srbija/Serbia), Polona Tratnik (Slovenija/Slovenia), Ratko Božović (Crna Gora/Montenegro), Irfan Hošić (Bosna i Hercegovina/Bosnia and Herzegovina)

120 godina je prošlo od rođenja Waltera Benjamina, filozofa koji je u filozofijska razmišljanja hrabro uveo promišljanja utjecaja tehnike na ljudsko iskustvo, načine doživljavanja svijeta, spoznaju, umjetnost, kulturu i civilizaciju. Riječ je o misliocu koji nije za života imao svoju pravu publiku, ali utjecaj čije je misli u filozofijskim krugovima rastao s nadolazećim vremenom i sa činjenicama koje su potvrđivale njegove analize. Vjerujemo da će se i ovogodišnji interdisciplinarni susret pod svodom filozofije medija (posvećen odnosu umjetnosti i medija) često sjetiti 'tehničke reproductibilnosti', 'aure', Benjaminovih teza o jeziku, povijesti, melankoliji, njegovih teorijskih pasaža i njegova angažmana. Ove godine, dakle, Benjaminu u čast.



120 years have passed since the birth of Walter Benjamin, the philosopher who boldly introduced his meditations on the influence of technology on human experiences, ways of perceiving the world, awareness, art, culture and civilisation into philosophical reflections. He was a thinker who did not attain a real audience whilst alive, but the influence of whose thought in philosophical circles grew with time, supported by the facts that confirmed his analyses. We believe that this year's interdisciplinary meeting under the umbrella of the philosophy of media (dedicated to the relationship between art and media) will often summon into mind 'technical reproducibility', 'aura', Benjamin's ideas on language, history and melancholy, his theoretical passages and his engagement. This year, then, is in Benjamin's honour.



Uvod

Sudbina umjetnosti povezana je sa sudbinom svijeta, a sudbina današnjeg umreženoga svijeta ovisi o razumijevanju medija koji donose nova pravila i uspostavljaju nove odnose u kulturi. U tom kontekstu postavlja se pitanje ograničenosti disciplinarnog (estetičkog) promišljanja umjetnosti; otvaraju se pitanja odnosa novih umjetničkih praksi, novih tehnika, novih oblika recepcije umjetnosti i novih teorija i filozofije umjetnosti.

Ono lijepo, stvaralačko, od obreda, plesa, rituala, usmenog pripovijedanja, različitih zanatskih umijeća, preko oblika umjetnosti verificiranih ukusom građanske publike, danas je ušlo u područje multimedijskog i mrežnog postojanja. Koliko su ljepota i stvaranje još uvijek (u vezi s umjetnošću) umjetničke? Što se sa samom umjetnošću događa u doba posvemašnjeg umnažanja, industrije zabave (i kreativnosti), u doba pretvaranja svijeta u supermarket, a duhovnosti u privjesak na ključevima institucija koje o toj i takvoj duhovnosti brinu.

Suvremeni masmediji, preuzimajući elemente ljepote i kreativnosti iz umjetničkih svjetova danas su oblik zatvaranja jednog razdoblja umjetnosti, odnosno prostor otvaranja drugih umjetničkih nastojanja. Neki od oblika umjetnosti napuštaju scene javnosti i povlače se u sjećanja i zapise umjetnosti.

Osnovna područja promišljanja ovogodišnjeg simpozija *Filozofija medija*, posvećenog temi „Umjetnost i mediji“, su sljedeća:

- Umjetnost u doba mrežne reproducibilnosti
- Istina umjetnosti u doba masmedijskih zavodjenja
- Tradicionalna umjetnost u doba multimedije i mrežnih komunikacija
- Umjetničke intencije i virtualni svjetovi
- Novi mediji i nove umjetnosti
- Mjesto umjetnosti u tranziciji političkih sistema
- Umjetnost između teorija umjetnosti, estetike i filozofije medija
- Umjetnost i kulturne politike u doba medija

Divna Vuksanović / Sead Alić
Predsjednici Programskog i Organizacijskog odbora



Introduction

The destiny of art is connected with the destiny of the world, and current destiny of the networked world depends on understanding of media that bring new rules and establish new relations in culture. In this context the question of limited disciplinary (aesthetic) cognition of art is raised, also the questions on relations of new artistic practices are established, as new techniques, new shapes of art perception, new theories and art philosophy.

The beauty of creativity, ceremony, dance, ritual, oral storytelling, various crafts, artistic shapes verified by civil public, is now the area of multimedia and networks. What is the level of artistic in beauty and creation? What is going on with the art in age of multiplicity, creative industries, at the time of turning the world into a supermarket, and spirituality as addition to institutions whose role is to care about spirituality.

Modern mass media, by taking the elements of beauty and creativity of artistic worlds, are today the way to close one period of art, i.e. to close the area of other artistic efforts. Some of these artistic shapes are leaving from public scene and become the memories.

This year the main topics of Symposium *Philosophy of Media*, dedicated to the theme “Art and Media”, are following:

- The art in age of network reproducibility
- True art in age of mass media seduction
- Traditional art in age of multimedia and network communications
- Artistic intentions and virtual worlds
- New media and new arts
- The place of art in transition of political systems
- Art between the theories of art, aesthetics and philosophy of media
- Art and cultural politics in the age of media

Divna Vuksanović / Sead Alić

Presidents of Programm and Organization Committee



Program / Programme _____ Srijeda / Wednesday 19. 9. 2012.

Dolazak i smještaj sudionika u
Hotel Palace – Bellevue u Opatiji /
Arrival and accommodation of participants
at **Hotel Palace – Bellevue, Opatija**

17:45

Welcome drink / Piće dobrodošlice

18:00

Otvaranje skupa i pozdravne riječi /
Opening ceremony and greetings



PLENARNA PREDAVANJA / PLENARY LECTURES

Predsjedava / Chairperson Marko Stamenković

18:05 FRANK HARTMANN (*Njemačka / Germany*)

Art & Design: Towards the An-Aesthetics of the *Digital* /
Umjetnost i dizajn: prema an-estetici *digitalnoga*

18:25 SEAD ALIĆ (*Hrvatska / Croatia*)

The Sinergy of Artistic Approaches within the Openness of New
Media /
Sinergija umjetničkih pristupa u otvorenosti novih medija

18:45 *Diskusija / Discussion*

20:00 *Zajednička večera / Dinner*



Program / Programme Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.

PLENARNA PREDAVANJA / PLENARY LECTURES

Predsjedava / Chairperson: Sead Alić



Program / Programme Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.

9:00 – 9:15 **DIVNA VUKSANOVIĆ** (*Srbija / Serbia*)

Mediji kao umetnost /

Media as Art

9:15 – 9:30 **DRAGAN ČALOVIĆ** (*Srbija / Serbia*)

Avangardne tendencije u umetnosti novih medija /

Avant-garde Tendencies in a New Media Art

9:30 – 9:45 **MIROLJUB RADOJKOVIĆ** (*Srbija / Serbia*)

Implozija umetnosti između 0 i 1 /

The Implosion of Art between 0 and 1

9:45 – 10:00 *Diskusija / Discussion*



Program / Programme Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.

Raspored predavanja po sekcijama/dvoranama
Lectures in sections/halls

SEKCIJA	1	10:10–11:25 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Dragan Čalović</i>
10 : 10 – 10 : 20		MIMO DRAŠKOVIĆ: <i>(Crna Gora / Montenegro)</i> Uloga novih medija u društvenom i kulturnom sistemu i njihov uticaj na virtualizaciju umjetnosti / The Role of the New Media in Social and Cultural System and their Influence on the Virtualization of Art
10 : 20 – 10 : 30		IRFAN HOŠIĆ: <i>(Bosna i Hercegovina / Bosnia and Herzegovina)</i> Moć medija poslije 11. septembra 2001. / The Power of the Media in the Wake of September 11, 2001
10 : 30 – 10 : 40		ŽELJKO RUTOVIĆ: <i>(Crna Gora / Montenegro)</i> Tradicionalna umjetnost u doba multimedije i mrežnih komunikacija / Traditional Art in the Age of Multimedia and Network Communications
10 : 40 – 10 : 50		HALIMA SOFRADŽIJA: <i>(Bosna i Hercegovina / Bosnia and Herzegovina)</i> Posredovana slika svijeta – mediji, umjetnost i tehnologija u umreženom društvu / Mediated Picture of the World - Media, Art and Tehnology in Networked Society



Program / Programme **Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.**

Raspored predavanja po sekcijama/dvoranama
Lectures in sections/halls

SEKCIJA	2	10:10–11:25 <i>Predsjedava / Chairperson: Sanja Domazet</i>
10 : 10 – 10 : 20		HERTA MAURER-LAUSEGGER: <i>(Austrija / Austria)</i> Dialektologie im Zeitalter von Multimedia / Dijalektologija u multimedijalno doba
10 : 20 – 10 : 30		VESNA IVEZIĆ: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> Medij poetske riječi kao način prenošenja sufijske gnoze / Medium of poetic Word as a Way of Transferring Sufi Gnosis
10 : 30 – 10 : 40		MARKO M. ĐORĐEVIĆ, DOBRIVOJE STANOJEVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Srpska poezija u vreme tranzicije: Između političkog populizma i medijske hiperrealnosti / Serbian Poetry during Transition: Between Political Populism and Media Hyperreality
10 : 40 – 10 : 50		JADRANKA BOŽIĆ <i>(Srbija / Serbia)</i> Priča, pripovedanje, medijska priča / Story, Narration, Media Story



Program / Programme Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.

	SEKCIJA	1	10:10–11:25 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Dragan Čalović</i>
	10 : 50 – 11 : 00		MARIO PERIŠA, MARIN MILKOVIĆ: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> Fotografija od “sluškinje umjetnosti i znanosti” do autentičnog umjetničkog izričaja / Photography from the “Maid of Art and Science” to Authentic Artistic Expression
	11 : 00 – 11 : 10		ALEKSANDAR LUKIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Fotografija kao dokument i umetnost / Photography as a Document and Art
	11 : 10 – 11 : 25		<i>Diskusija / Discussion</i>
			<i>Pauza</i>



Program / Programme **Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.**

SEKCIJA	2	10:10–11:25 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Sanja Domazet</i>
10 : 50 – 11 : 00		VANDA BABIĆ, DENIS VEKIĆ: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> Smisao i značaj suvremenih medija u prikupljanju i proučavanju hrvatske usmenoknjiževne baštine / The Meaning and Significance of Contemporary Media in Collecting and Studying Croatian Oral Literary Heritage
11 : 00 – 11 : 10		ASTRID PAVLOVIĆ: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> Kako misliti strip? Deveta umjetnost u doba multimedije i mrežnih komunikacija / How To Think A Comic? The Ninth Art in the Age of Multimedia and Network Communication
11 : 10 – 11 : 25		<i>Diskusija / Discussion</i>
		<i>Pauza</i>



Program / Programme **Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.**

SEKCIJA	1	11:40-12:35 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Polona Tratnik</i>
11 : 40 – 11 : 50		SMILJKA ISAKOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Umetnička muzika u virtuelnom svetu multimedija / Art Music in the Virtual Muldimedial World
11 : 50 – 12 : 00		MILAN MILOJKOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Muzikologija i mediji – Medij Muzikologije / Musicology and Media – Medium of Musicology
12 : 00 – 12 : 10		SNEŽANA NIKOLAJEVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Televizijska opera i televizijski balet: Korespondiranje i specifičnosti Kao odlike televizijskog muzičkog teatra / Television Opera and Television Ballet: Correspondences and Specificnesse As the Features of the Television music Theatre
12 : 10 – 12 : 20		FULVIO ŠURAN: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> Muzika i mediji s posebnim osvrtom na film / Music and the Media, with Particular Attention to the Film
12 : 20 – 12 : 35		<i>Diskusija / Discussion</i>
		<i>Pauza</i>



Program / Programme **Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.**

	SEKCIJA 2	11:40-12:35 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Vesna Đukić</i>
11 : 40 – 11 : 50		DUŠAN Č. JOVANOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Umetnost na audio-vizuelnim medijima u Srbiji / Cultural Programs in Serbian Audio-Visual Media
11 : 50 – 12 : 00		NEDILJKO MATIĆ: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> Mediji i kultura u e-društvu / Media and the Culture in the E-society
12 : 00 – 12 : 10		DEJAN PRALICA: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> Kultura u informativnom programu Radio-televizije Vojvodine uoči procesa digitalizacije medija / Culture in the News Program of Vojvodina Broadcasting Corporation before the Process of Media Digitization
12 : 10 – 12 : 20		DUBRAVKA VALIĆ NEDELJKOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Kultura u emisijama vesti javnog servisa Vojvodine na jezicima manjina / Culture in News Programs on Minority Languages of Vojvodina's Public Service
12 : 20 – 12 : 35		<i>Diskusija / Discussion</i>
		<i>Pauza</i>



Program / Programme **Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.**

SEKCIJA	1	12:45–14:00 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Nediljko Matić</i>
12 : 45 – 12 : 55		MIRKO SEBIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Medij je poruka ili medij je telo – filozofija medija i problem tela / The Medium is the Message or the Medium is the Body – The Philosophy of Media and the Problem of the Body
12 : 55 – 13 : 05		SLAĐANA STAMENKOVIĆ, VESNA MILENKOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Performans mas medija: Eurosong kao medijski spektakl / The Performance of the Mass Media: Eurosong as the Media Spectacle
13 : 05 – 13 : 15		LJILJANA MANIĆ, MARIJA ALEKSIĆ, MILEVA PAVLOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Umetnost spektakla kao druga realnost / The Art of Spectacle as a Second Reality
13 : 15 – 13 : 25		TATJANA MILIVOJEVIĆ, VIOLETA CVETKOVSKA OČOKLJIĆ, DRAGANA JOVANOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Telesnost i virtuelna stvarnost / Corporeity and Virtual Reality



Program / Programme **Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.**

SEKCIJA	2	12:45–14:00 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Dubravka Valić Nedeljković</i>
12 : 45 – 12 : 55		BOJAN BLAGOJEVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Okreni M radi muzike - They Might Be Giants (studija slučaja) / Dial M for Music – They Might Be Giants (A Case Study)
12 : 55 – 13 : 05		ADRIANA SABO: <i>(Srbija / Serbia)</i> Otiš'o je svak' ko valja – Rambo Amadeus, Evrovizija i crnogorski turizam / Otiš'o je svak' ko valja* - Rambo Amadeus, Eurosong and Tourism in Montenegro *Anyone who is worth something, went away
13 : 05 – 13 : 15		LIVIA PAVLETIĆ: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> Glazba kao medij / The Music as Medium
13 : 15 – 13 : 25		MARINA MILIVOJEVIĆ-MAĐAREV: <i>(Srbija / Serbia)</i> Uticaj teorije drame »dobro skrojjenih komada« Gustava Frajtaga na savremenu filmsku dramaturgiju oličenu u delu <i>The Writer's Journey</i> Christophera Voglera / The Influence of Gustav Freytag's Dramatic Theory of "Well-Tailored Pieces" on the Modern Film Dramaturgy as Embodied in <i>The Writer's Journey</i> by Christopher Vogler



Program / Programme Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.

	SEKCIJA	1	12:45–14:00 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Nediljko Matić</i>
	13 : 25 – 13 : 35		POLONA TRATNIK: <i>(Slovenija / Slovenia)</i> Dva obrata i njihove korelacije: mediji i tehnologija / Two Turns and Their Correlations: Media & Technology
	13 : 35 – 13 : 45		ALEKSANDRA BRAKUS: <i>(Srbija / Serbia)</i> Novi mediji i nove umetnosti / New Media and New Arts
	13 : 45 – 14 : 00		<i>Diskusija / Discussion</i>

U popodnevnim satima / In the afternoon:

17:00

Prezentacija izdavačke kuće CLIO /

Presentation of the publishing house CLIO

Predstavljanje prvoga broja elektroničkog časopisa posvećenog filozofiji
medija: *IN MEDIAS RES* /

Presentation of the first issue of *IN MEDIAS RES*, an electronic journal
on Philosophy of Media



Program / Programme **Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.**

	SEKCIJA	2	12:45–14:00 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Dubravka Valić</i>
	13 : 25 – 13 : 35		ALEKSANDRA BOKAN: <i>(Srbija / Serbia)</i> Vizuelno virtuelno predavljanje individuuma na Internetu / Visual Virtual Presentation of the Individual on the Internet
	13 : 35 – 13 : 45		ANA ĐURKOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Likovna umetnost na Javnom servisu / Art on Serbian Broadcasting Corporation
	13 : 45 – 14 : 00		<i>Diskusija / Discussion</i>



Solo koncert Damira Imamovića, Opatija, 20.9.2012. u 20 sati,
kongresna dvorana hotela Hotel Palace – Bellevue

Sevdah Damira Imamovića zasniva se na strastvenim istraživanjima tradicionalne muzike BiH. Susrećući se s majstorima sevdaha, muzičarima, pjevačima i autorima ove umjetničke forme, Imamović neprestano proširuje svoj repertoar i svojim interpretacijama stvara jedan poseban stil suvremenog sevdaha. Najnoviji projekt mu je bend Sevdah Takht.

www.damirimamovic.com



Program / Programme Četvrtak / Thursday 20. 9. 2012.



photo by Kan



Program / Programme Petak / Friday 21. 9. 2012.

PLENARNA PREDAVANJA / PLENARY LECTURES

Predsjedava / Chairperson: Divna Vuksanović



9:00 – 9:15 HRVOJE JURIĆ (*Hrvatska / Croatia*)

Tijelo kao medij umjetnosti /
The Body as a Medium of Art

9:15 – 9:30 ANGELINA MILOSAVLJEVIĆ AULT (*Srbija / Serbia*)

Kako stvoriti idealnu Lepoticu? Kampanja “Dove (Natural) Beauty” kao prilog istoriji pojma podražavanja prirode i njenog prevazilaženja: ilustracija procesa studije, selekcije i idealizacije /

How to Create an Ideal Beauty? The “Dove (Natural) Beauty” Campaign in the History of the Concept of Immitation of Nature and Its Perfection: An Illustration of the Process of Study, Selection and Idealization

9:30 – 9:45 SANJA DOMAZET (*Srbija / Serbia*)

Računar: alatka za ruku ili za misao (dinamičke slike virtuelne stvarnosti) /

Computer: Handtool or Tool for Thought (Dynamic Virtual Reality Images)

9:45 – 10:00 *Diskusija / Discussion*



Program / Programme **Petak / Friday 21. 9. 2012.**

Raspored predavanja po sekcijama/dvoranama
Lectures in sections/halls

SEKCIJA	2	10:15–11:10 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Angelina Milosavljević</i>
10 : 15 – 10 : 25		ŽELJKO IVANKOVIĆ: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> Relevantna informacija, što je to? / Relevant Information, What is It?
10 : 25 – 10 : 35		ŠPELA PAVLI: <i>(Slovenija / Slovenia)</i> Suradnja i permanentna tranzicija u suvremenoj vizualnoj praksi / Contemporary Share and Permanent Transition in Visual Praxis
10 : 35 – 10 : 45		SOFIJA DRECUN: <i>(Srbija / Serbia)</i> Medijski pluralizam i raznovrsnost / Media Pluralism and Content Diversity
10 : 45 – 10 : 55		VESNA SRNIĆ: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> Multitasking aktualizacija u multimedijskoj umjetnosti / Multimedia Art Multitasking Actualization
10 : 55 – 11 : 10		<i>Diskusija / Discussion</i>
		<i>Pauza</i>



	SEKCIJA 1	11:25-12:20 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Marko M. Dorđević</i>
11 : 25 – 11 : 35		NADA TORLAK, NIKOLA TORLAK: <i>(Srbija / Serbia)</i> Novi mediji – nova pravila i nova recepcija kulture i umetnosti / New Media - New Rules and New Reception Area of Culture and Art
11 : 35 – 11 : 45		MONIKA VREČAR: <i>(Slovenija / Slovenia)</i> Konačna smrt autora: Kreativnost u doba informacijskog društva / Final Death of the Author: Creativity in the Age of Information Society
11 : 45 – 11 : 55		LJUBOMIR ZUBER, ALEKSANDRA MANDIĆ: <i>(Bosna i Hercegovina / Bosnia and Herzegovina)</i> Filozofija mas medija kao filozofija našega doba / Mass Media Philosophy as a Philosophy of Our Times
11 : 55 – 12 : 05		IVANA GREGURIC: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> Novi mediji i kiborgizirano tijelo kao prostor umjetnosti transhumanizma / New Media and Cyborgised Body as Space of Transhumanism Art
12 : 05 – 12 : 20		<i>Diskusija / Discussion</i>
		<i>Pauza</i>



SEKCIJA	2	11:25-12:20 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Halima Sofradžija</i>
11 : 25 – 11 : 35		JELENA MAKSIMOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Uloga interneta u istraživačkom radu nastavnika refleksivnog praktičara / Internet's Role in the Teacher Practitioners' Research
11 : 35 – 11 : 45		NIKOLA DEDIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Popularna kultura i materijalistička teorija autora: prilog konstituisanju „dylanologije“ / Popular Culture and Materialist Theory of Author: Towards Constitution of “Dylanology”
11 : 45 – 11 : 55		TATJANA VULIĆ, DRAGANA PAVLOVIĆ, ZORAN JEVTOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Medijski spektakl ili dokumentarnost – označavanje značenja / Media Spectacle or Documentary – Marking of Meaning
11 : 55 – 12 : 05		ZLATAN DELIĆ: <i>(Bosna i Hercegovina / Bosnia and Herzegovina)</i> Forenzika socijalnog kapitala na rubovima medijskog diskursa u tranzicijskoj Bosni i Hercegovini / Forensics of Social Capital at the Edges of the Media Discourse on Transitional Bosnia and Herzegovina
12 : 05 – 12 : 20		<i>Diskusija / Discussion</i>
		<i>Pauza</i>



SEKCIJA	1	12:35-14:00 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Nenad Vertovšek</i>
12 : 35 – 12 : 45		MIROSLAV VIĆENTIJEVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Novi mediji i nove umetnosti / New media and new Arts
12 : 45 – 12 : 55		VILIM PLUŽARIĆ: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> „Re-auratizacija” estetičkog iskustva upotrebom mimetičke mogućnosti visokovjerne reprodukcije / “Re-Auratization” of Aesthetic Experience by Using Mi- metic Capability of High-Fidelity Reproduction
12 : 55 – 13 : 05		KSENIJA MARKOVIĆ, JELENA J. RVOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Netika promocije umetnosti / Nethics Promotion of Art
13 : 05 – 13 : 15		SANDRA SOKOLOVIĆ, SANDRA SANTRAČ: <i>(Srbija / Serbia; Bosna iHercegovina / Bosnia and Herze- govina)</i> Mas mediji i perspektive kulturnog identiteta u globalnom društvu / Mass Media and Perspectives of Cultural Identity in Global Society
13 : 15 – 13 : 25		NEVENA MILETIĆ, MIRKO MILETIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> Umetničko stvaralaštvo u informacionom društvu / Artistic Creativity in the Information Society
13 : 25 – 14 : 00		<i>Diskusija / Discussion</i>



SEKCIJA	2	12:35-14:00 <i>Predsjedava / Chairperson:</i> <i>Željko Rutović</i>
12 : 35 – 12 : 45		LJILJANA GAVRILOVIĆ: <i>(Srbija / Serbia)</i> <i>Fan-fiction i nova kreativnost /</i> <i>Fan-Fiction and New Creativity</i>
12 : 45 – 12 : 55		MIRA HERCIGONJA-SZEKERES, IDA SZEKERES, NENAD SIKIRICA: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> <i>Marketing kulturnog događaja i mediji /</i> <i>Cultural Event Marketing and Media</i>
12 : 55 – 13 : 05		TOMISLAV SPAHIĆ: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> <i>Potencijali razvoja filmskog turizma u Republici</i> <i>Hrvatskoj /</i> <i>The Potential of Film Tourism in Croatia</i>
13 : 05 – 13 : 15		TENA FRANJIĆ: <i>(Hrvatska / Croatia)</i> <i>Utjecaj medija na dolazak turista u Hrvatsku /</i> <i>Impact of Media on the Arrival of Tourists in Croatia</i>
13 : 15 – 13 : 25		LJUBOMIR MAŠIREVIĆ <i>(Srbija / Serbia)</i> <i>Estetika nasilja u gagansterskom filmu /</i> <i>Aesthetic of Violence in Gangster Films</i>
13 : 25 – 13 : 35		ZORICA MARKOVIĆ <i>(Srbija / Serbia)</i> <i>Kultura i vrednosti u raljama mas medija /</i> <i>Culture and Values caught in the Grip of the mass media</i>
13 : 35 – 14 : 00		<i>Diskusija / Discussion</i>



ZAVRŠNA DISKUSIJA / CLOSING SESSION

Predsjedava / Chairperson DIVNA VUKSANOVIĆ / SEAD ALIĆ

18:00–20:00 Rasprava, inicijative, završno slovo /
Discussion, initiatives, farewell message

20:00 Zatvaranje simpozija / Closing of the Symposium
Zajedničko fotografiranje / Collective photo session

SAŽECI IZLAGANJA / PAPER ABSTRACTS

SEAD ALIĆ

Sinergija umjetničkih pristupa u otvorenosti novih medija

Koliko novi (mas)mediji (osim negativne uloge koju imaju u globalnom koloniziranju svijeta) otvaraju vrata novim umjetničkim iskustvima i koliko su ta iskustva bitna upravo zbog umnažanja i umrežavanja posredstvom suvremenih tehnologija? Usporedbom odnosa tradicionalnih umjetnosti i starih medija s novim umjetnostima i novim medijima – tekst traga za biti umjetničkoga djela, onim istim različitoga kroz različita vremena uz različite tehnologije i uz različitu ulogu medija u posredovanju umjetničkog djela. O sudbini umjetnosti govori se iz sudbonosnog utjecaja masmedija na svakodnevicu, pa i na oblike umjetničkih praksi. O umjetničkoj praksi se govori kao o onom obliku slobodne ljudske djelatnosti koja, od prapovijesti, širi granice ljudskoga.

The Synergy of Artistic Approaches within the Openness of New Media

What is the extent to which new (mass) media (aside from the negative role they play in the global colonisation of the world) open the door to new artistic experiences and how important are these experiences when it comes to multiplication and networking through modern technologies in particular? Through the comparison of traditional arts and old media to new arts and new media – this paper searches for the essence of an artwork, the same essence of difference through different times and different technologies, with a different role of media in mediating the artwork. The fate of art is spoken of through the fateful influence of mass media on everyday life and even on the forms of artistic practices. The artistic practice is spoken of as a form of free human activity that has been expanding on the limits of that which is human since prehistoric times.

VANDA BABIĆ, DENIS VEKIĆ

Smisao i značaj suvremenih medija u prikupljanju i proučavanju hrvatske usmenoknjiževne baštine

Pri proučavanju hrvatske usmeno-književne baštine od iznimne važnosti su zapisi koji su ostali sačuvani kao bilješke na dokumentima, pjesme u zbornicima i pjesmaricama te kao sastavni dio književno-umjetničkih djela. Zapisi objektivno prikazuju usmeno-književni tekst koji je predmet istraživanja i proučavanja usmene baštine. Međutim, sami zapisi nisu dostatni kada se proučava usmeno-književni tekst i njegov kontekst. Samom tekstu pridružuje se glasovni zapis koji vjerno predstavlja dikciju, ritam, ton i boju pripovjedačeva glasa. Video zapisi predstavljaju gestikulaciju, kontekst i emociju pripovjedača. Bez uloge suvremenih medija usmeno-književni zapisi bi bili nedostatni za istraživanje temeljnih aspekata komunikativnosti koji se mogu tumačiti kao kontekst. Mediji javnog komuniciranja uvelike utječu na širenje osnovne ideje prijenosa usmeno-književnog teksta a to je - pripovijedanje.

The Meaning and Significance of Contemporary Media in Collecting and Studying Croatian Oral Literary Heritage

In the study of Croatian oral literary heritage, great importance present the records that have remained preserved as notes on documents, books, songs and poems as part of literary works. Records shows that oral literary text is the subject of research and study of oral heritage. However, the records themselves are not sufficient for studying oral literary text and its context. The text is accompanied by a recorded voice that faithfully represents the diction, rhythm, tone and color of the narrator voice. Videos shows the gestures, context and emotion of the narrator. Without the role of the modern media, oral literary records would be insufficient for studying fundamental aspects of communicativeness that can be interpreted as a context. The media of public communication greatly affects the expansion of the basic ideas of the oral transmission of text which is - storytelling.

BOJAN BLAGOJEVIĆ

Okreni M radi muzike - They Might Be Giants (studija slučaja)

Rad predstavlja studiju bruklinskog eksperimentalnog rok-benda They Might Be Giants, i njihove nestandardne 30-godišnje istorije, od projekta Dial-a-Song, preko pionirskog rada u objavljivanju isključivo online albuma do podkastinga. Studija će poslužiti ocrtavanju perspektive umetnosti i mesta umetnika u doba digitalizacije, savremenih mas-medija i reproductibilnosti.

Dial M for Music– They Might Be Giants (A Case Study)

The paper is a study of the Brooklyn-based experimental rock-band They Might Be Giants and their non-standard 30-year long history, from the Dial-A-Song project, through their pioneer work in publishing exclusively online albums to podcasting. The study will serve as a basis for sketching the perspective of art and the position of the artist in the age of digitalization, contemporary mass-media and reproductibility.

ALEKSANDRA BOKAN

Vizuelno virtuelno predstavljanje individuuma na Internetu

“Nijedan čovek nije Ostrvo, sam po sebi celina; svaki je čovek deo Kontinenta, deo Zemlje...” napisao je svojevremeno Džon Don i to je nešto što je apsolutna i nepobitna činjenica.

Nije važno da li je u pitanju pustinjač ili čovek iz savremene civilizacije, ono što nosimo u sebi čini nas delom sveta ili ne.

I upravo to nešto u nama samima (neko bi rekao da to ustvari i jesmo mi sami) čini nas pobednicima i gubitnicima, srećnima i nesrećnima, onima i onim drugima.

Ono što je nepobitno je da čovek ima potrebu da komunicira, kako sa okolinom, tako i sa samim sobom. No ono što je možda i mnogo važnije je šta je ono što ga pokreće i šta je ono ga i čini – čovekom?

Visual Virtual Presentation of the Individual on the Internet

“No man is an island entire of itself; every man is a piece of the continent, a part of the main...” John Donne once wrote and this is something that is absolute and undeniable fact.

It does not matter whether it is a hermit or a man of modern civilization, what we carry within us makes us part of the world or not. And just that something within are ourselves (some would say that this actually are we) makes us the winners and losers, happy and miserable, the ones and the others.

What is undeniable is that man has the need to communicate both with the environment, and with himself. But what is perhaps more important is what is what drives him and what is what makes him - a man?

JADRANKA BOŽIĆ

Priča, pripovedanje, medijska priča

Priča je oduvek bila jedna od osnovnih ljudskih tvorevina. Proza koja se danas piše trpi vidni preobražaj, priče neprekidno menjaju oblik udišući novu atmosferu 21. veka. Moderna tehnologija radikalno je narušila strukturu teksta (književnog, vizuelnog, filmskog, muzičkog, televizijskog) i preokrenula dosadašnji odnos snaga u kojem su dominirali Autor i Delo u korist Recipijenta. Fikcija (priča) je trenutno na velikom iskušenju, ali joj se istovremeno pruža i dosad neviđena šansa. Živimo u svetu koji je na nižem nivou realnosti od nestvarnog sveta. Kakvo značenje može imati književnost u jednom takvom dobu i kakvoj svrsi treba da služi? U svetu u kojem je stvarnost nedovoljno stvarna, koliko realnosti može da poseduje jedna fiktivna priča? - To je svakako problem koji se nameće umetnicima. *Medijsku priču* definišemo kao fenomen fikcionalizovane informacije.

Story, Narration, Media Story

The story has always been one of the basic human creations. Nowadays prose writing endures evidently transformation, stories are constantly changing shape, breathing a new atmosphere of 21st century. Modern technology has dramatically undermined the structure of text (literary, visual, film, music, television) and reverse the current balance of forces which are dominated by the Author and Work for the benefit of the Recipient. Fiction (story) is on the great temptation instantaneously, but she also has a huge chance. We live in a world that is at a lower level of reality from the unreal world. What meaning can have literature in such age, and what purpose it should serve? What reality may own one fictitious story in the world in which reality is not real enough? It is definitely a problem that obtrudes artists. The *media story* is defined as a phenomenon of fictionalised information.

ALEKSANDRA BRAKUS

Novi mediji i nove umetnosti

Umetnost može da probudi kod čoveka najdublje emocije, pruži zadovoljstva, zabavlja, privlači i ubeđuje na različite načine. Muzika, pozorišne predstave, slike, filmovi, roman, poezija, itd., predstavljaju strukture naših osećanja i verovanja.

Danas živimo u svetu globalnih komunikacija, u svetu u kome je slikovno nadvladalo verbalno. Tehnološka sredstva opštenja, kao i masovni mediji i dalje će se razvijati i donositi nam neslućene mogućnosti. Čoveku su uvek bila potrebna sredstva komunikacije, kao i umetnost, jer je morao da opšti sa svetom. Novi okviri i uslovi koje pružaju informativne i komunikacijske tehnologije omogućili su pojavu novih oblika umetnosti. Internet je mesto na kome umetnici koji koriste tekovine novih tehnologija, mogu da prikažu svoja dela, diskutuju o njima i započnu novu saradnju. Virtuelni muzeji su muzeji koji egzistiraju samo u virtuelnom svetu.

New Media and New Arts

The Art can awake the deepest human emotions, give pleasure, amuses attracts and persuades in different ways. Music, theatre performances, paintings, films, novels, poetry, ect. It presents the structure of our feelings and believes. Nowadays we live in a world of global communications, in a world where visual prevailed. Technological means of communications, as well as mass media will continue to grow and bringing us unimaginable possibilities. Man always needed means of communicate, a the art, to communication to the world. New frameworks and requirements that provide information and communications technology give the appearance of new forms of art. The Internet is a place where artists who use new technology achievements, can present their work, discus about them and start a new cooperation. The Visual Museums are the museums that exist only in the visual world. Digital technology has introduced changes in the way of conservation of the museum collection. The studies show that these museums attract more visitors than the real museums. The biggest advantages of virtual museums is that they are available to everyone who posses the Internet. With all these qualities that virtual museums have, it is considered that cannot completely replace the traditional museum, but they can amend.

DRAGAN ČALOVIĆ

Avangardne tendencije u umetnosti novih medija

U tekstu se analizira strategija prisvajanja sajber okruženja koju primenjuju umetnici novih medija. Prvih decenija dvadesetog veka avangardni umetnici postavili su sebi cilj da putem umetnosti preobrazu stvarnost. Početnu pretpostavku avangarde o iščezavanju umetnosti u svojstvu autonomne sfere delatnosti, vremenom je, kako primećuje Boris Grojs, zamenilo odricanje od samog razumevanja umetnosti kao pokretačke sile. Umetnika je, u velikom procesu izgradnje novog sveta, zamenio vojno-politički starešina. Na taj način, umetnička vizija izgubila je svoju delatnu snagu postavši podređena postavljenom političkom programu.

Savremeni umetnik, oslanjajući se na strategiju prisvajanja sajber okruženja, transformiše stvarnost podređujući je sopstvenom umetničkom programu. Ovakav postupak u tekstu se sagledava kao obnavljanje prvobitnih avangardnih tendencija, odnosno kao afirmisanje umetnika kao ključnog aktera u preobražaju stvarnosti.

Avant-garde Tendencies in a New Media Art

The paper analyzes appropriation of cyber environment as artistic strategy in New media art. Avant-garde artists, at early twentieth century, have set ourselves the goal to transform reality through art. Initial assumption of the avant-garde about disappearance of art as an autonomus sphere of activity, over time, as Boris Grojs observes, was replaced with understanding of art as a sphere of wider political activity. In a proces of building a new world, artist is replaced by the political leader. In this way, the artistic vision lost its power by becoming subordinate by the official political agenda.

Contemporary artist, relying on a strategy of appropriation of cyber environment, transform reality. He or she subordinate reality to his or her own artistic program. This action in the text is seen as exceptance of the original avant-garde tendencies, and as the affirmation of the artist as a key actor in the transformation of reality.

NIKOLA DEDIĆ

Popularna kultura i materijalistička teorija autora: prilog konstituisanju „dylanologije“

Pojam materijalizma se odnosi na teoriju koja polazi od pretpostavke da međuljudski odnosi, različiti oblici društvene organizacije, kultura, nauka, moral, etika, umetnost, itd. nisu posledica prirodnih i spontanih sila već da su proizvod materijalnih procesa koji su nastali istorijskim razvojem ljudskog društva. Moguće je izdvojiti dva različita tumačenja materijalizma: marksističko i postmarksističko. Za Marksa, osnova ljudske istorije jesu proizvodne snage i njima odgovarajuće ideološke forme. Za post-marksističku materijalističku teoriju umetnosti i kulture, ljudski i umetnički subjekt je istorijska, društvena i kulturalna konstrukcija: subjekt je lingvistička hipoteza, dok su istorija, ideologija i druge oblasti ljudskog društvenog delovanja oblici označiteljske prakse. Postavke postmarksističkih filozofa kao što su Julija Kristeva, Luj Altiser ili Pjer Mašre će biti primenjene na analizu popularne kulture; kao studija slučaja biće analizirana muzika Boba Dilana.

Popular Culture and Materialist Theory of Author: Towards Constitution of “Dylanology”

The notion of materialism refers to theory that holds that intersocial relations, different forms of social organization, culture, science, morality, ethics, arts, etc. are not the consequences of some natural and spontaneous forces and laws but rather that they are the product of material processes that were developed through the historical improvement of human society. There are two different characterizations of the notion of materialism: Marxist and post-Marxist. For Marx, the basic of human history are productive forces and their corresponding ideological forms. For post-Marxist materialist theory of arts and culture, human and artistic subject is a historical, social and cultural construction; the subject is a linguistic hypothesis, whereas history, ideology and other areas of human social activity are the forms of signifying practices. The thesis of post Marxist philosophers such as Julia Kristeva, Louis Althusser or Pierre Macherey will be applied to the analysis of popular culture phenomena; as a case study the music of Bob Dylan will be examined.

ZLATAN DELIĆ

Forenzika socijalnog kapitala na rubovima medijskog diskursa u tranzicijskoj Bosni i Hercegovini

Od Putnamovih istraživanja dinamike i ekologije institucionalnog razvoja, započetog u *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy* (1993), glavni tokovi društvenih i ekonomskih znanosti neprestano govore o važnosti ljudskog kapitala, simboličkog kapitala, intelektualnog kapitala, socijalnog kapitala, kulturnog kapitala, transkulturnog kapitala i tako dalje. Povezivanje, norme, povjerenje, „mreže“ - prizivaju se kao univerzalni lijekovi za svekoliku krizu. Humanistički i emancipatorski potencijal umjetničke kreativnosti strateški se prešućuje, a brokeri i finansijski špekulanti bivaju proglašeni najvećim (najuspješnijim) umjetnicima. Ovdje želimo analizirati nekritičke aplikacije tog novoznanstvenog diskursa. Pod izrazom „ovdje“ podrazumijevamo nekoliko desetina knjiga i tekstova o socijalnom kapitalu (R. Putnam, P. Bourdieu, J. Coleman, N. Mouzelis, F. Fukuyama, D. Skidmore, J. Tanas, S. Knowles, F. Sabatini, A. Szirmai itd.).

Forensics of Social Capital at the Edges of the Media Discourse on Transitional Bosnia and Herzegovina

Ever since Putnam's dynamics and ecology research of institutional development, which began in "Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy" (1993), the main streams of social and economic sciences are constantly talking about the importance of human capital, symbolic capital, intellectual capital, social capital, cultural capital, trans-cultural capital, etc. Connectivity, norms, "network" trust – are considered to be universal medicine for the whole crisis. Humanistic and emancipated potential of artistic creativity is strategically suppressed, while brokers and financial speculators are presented as (most successful) artists. What we would like to analyze here is the uncritical application of a recent scientific discourse. The term "here" represents tens of books and articles on social capital (Putnam, P. Bourdieu and J. Coleman, N. Mouzelis, F. Fukuyama, D. Skidmore, J. Tanas, S. Knowles, F. Sabatini A. Szirmai, etc.).

ANA ĐURKOVIĆ

Likovna umetnost na Javnom servisu

Rad obuhvata tretman likovne kulture na Javnom servisu-intencije, motivacije i relacije(kao den teme Umetnost i kulturna politika) u okviru kojih deluju likovni savet i Likovna kolonija, kao i angazman Galerije koja od 2004. radi u samoj zgradi.

Art on Serbian Broadcasting Corporation

Work will treat art on National service-intentions.motivations and relations (as a part of theme Art and kultural politics) with Art council and Art colony, and also RTS Galery.

SANJA DOMAZET

Računar: alatka za ruku ili za misao (dinamičke slike virtuelne stvarnosti)

Osim što je računar medijum za arhiviranje i komuniciranje, on je i nov medij za stvaralački proces. Kompjuter stvara dinamičke, žive, dijaloške slike, preobrazive, nematerijalne, virtuelne, ali i visokog umjetničkog dometa. Umetnici na bilo kojoj tački planete mogu, ukoliko žele, aktivno da učestvuju u nastanku jednog dela, iako razdvojeno beskrajnim geografskim prostorima, iako možda nisu nikada ni čuli jedni za druge. Postali smo *flaneur* – benjaminovski šetači lualice, kroz umnožene virtuelne galerije i svetove. Scenski slikovni svet poprimio je lik života, gde delo proističe iz evolutivnih procesa unutar samog kompjutera. Ovde je samo biće postalo proces, institucija autora je potčinjena mašinama, stvarnost se povlasti pred uobraziljom, a original nestaje zarad tehničke reprodukcije. Dakle, kako je računar oblikovao novu, vizuelnu umetnost, središnja je tema izlaganja.

Computer: Handtool or Tool for Thought (Dynamic Virtual Reality Images)

In addition that to the computer is medium for archiving and communications, it is a new medium for creative process, too. Computer creates a dynamic, living, dialog pictures, intangible, virtual, and with the high artistic level. Artists at any point of the planet can, if they wish, they can participate actively in the development of a artistic part, though separated by immense geographical area, although they may have never even heard of each other. We became *flaneur* – Benjamin's hikers wandering through the galleries and amplified virtual worlds. The scenic image the world has assumed the character of life, where work is derived from the evolutionary process within the computer. The institutions subordinated to the machine, the reality is withdrawn before the imagination, and the original disappears tehcnical for the sake of reproduction. So, how is the computer designed a new, visual art is the focal issue of exposure.

MIMO DRAŠKOVIĆ

Uloga novih medija u društvenom i kulturnom sistemu i njihov uticaj na virtualizaciju umjetnosti

Mediji su imanentno kulturna kategorija i važan dio ukupnog kulturnog sistema svake države.

Medijska kultura, kao dio opšte kulturne industrije, privlači našu pažnju i u značajnoj mjeri oblikuje našu svijest, način mišljenja i ponašanja. Napredak tehnologije i razvoj masovnih medija uslovio je novu ulogu medija i medijske kulture u društvu. Mediji sve više postaju uspješno sredstvo za kreiranje stvarnosti, koju često, koristeći napredne socio-psihološke i tehnološke alate, pretvaraju u virtualnost. U tom smislu se može govoriti i o novim oblicima umjetnosti, čije mnogobrojne forme i hibridni modaliteti pokušavaju opstati nametnute (virtualne) stvarnosti i tradicionalističko-artističkih stega.

The Role of the New Media in Social and Cultural System and their Influence on the Virtualization of Art

The media are inherently a cultural category and an important part of the overall cultural system of each country. The media culture, as a part of the culture industry, attracts our attention and significantly shapes our consciousness, thinking and behavior.

Technology advances and the development of mass media led to a new role of the media and media culture in society. The media is increasingly becoming a successful tool for the creation of reality which often turn into virtuality by using the advanced socio-psychological and technological tools.

In this sense we can talk about new forms of art, which many forms and hybrid modalities are trying to survive between imposed (virtual) reality and the traditionalist-artistical clamps.

SOFIJA DRECUN

Medijski pluralizam i raznovrsnost

Prepoznavanje i prikazivanje postojeće prakse i politike medijskog pluralizma i raznovrsnosti medijskih sadržaja u četiri zemlje Evrope, kroz poređenje i analiziranje dve zemlje članice Evropske unije, Mađarska i Slovenija, i dve zemlje koje su u procesu učlanjenja. Hrvatska i Srbija. Situacija i praksa u navedenim zemljama poređena je u odnosu na medijsku legislativu, regulatorna tela i medijski pejzaž. Obim problema biće prikazan za Srbiju, praćen preporukama za buduću bolju praksu.

Media Pluralism and Content Diversity

Explaining and presenting existing policies and practices on media pluralism and content diversity in 4 different countries in Europe, through comparing and analyzing two member states of European union, Hungary and Slovenia, and two then non-EU countries, Serbia and Croatia. The situation and practices are compared through their Media legislation, Regulatory authority and Media landscape, pluralism and content diversity. The scope of the problem will be presented for Serbia, followed by recommendations for better policy practices.

VESNA ĐUKIĆ

Mediji i kulturna politika

Mediji su posrednici u kulturnom sistemu. Njihova uloga je da kao psi čuvari budno motre na poteze vlade. Zato je predmet izlaganja odnos medija i kulturne politike. Osnovno istraživačko pitanje je: ako kulturna politika predstavlja odgovor na kulturne potrebe i probleme društva i posebnih društvenih grupa u oblasti kulture i umetnosti, na koji način mediji posreduju u ostvarivanju ove funkcije? Posebno pitanje je, čije interese mediji zastupaju? Ako su u privatnom vlasništvu, da li čuvaju interese građana u čije ime vlade vode javne praktične politike ili budno motre da vlade čuvaju interese vlasnika kapitala? Da li su ti interesi sukobljeni, da li se mogu pomiriti? I konačno, koje vrednosti mediji čuvaju? One koje generiše kulturno nasleđe (politike sećanja i identiteta), neprofitna umetnost (umetničke politike) ili profitno orjentisana industrija kulture i zabave (ekonomske politike)? Da li mediji doprinose da se te vrednosti isključuju ili dopunjavaju?

Media and Cultural Policy

Media are intermediaries in the system of culture. Their role is one of a watchdog, carefully monitoring the Government. This is why the topic of this presentation is the relationship between media and cultural policy. The basic research question is: if cultural policy represents a response to cultural needs and problems of the society and particular social groups in culture and arts, what is the way media mediate in fulfilling of this function? Particular issue is whose interests media represent. If they are privately owned – are they protecting the interests of the citizens, in whose name the Government is carrying out public policies or are they keeping a close watch whether the Government is protecting the interests of the owner of the capital? Are these interests conflicted? Can they be mitigated? Finally, what are the values that these media are maintaining? Those generated by cultural heritage (policy of remembrance and identity), non-profit art (art policies) or profit orientated cultural and entertainment industry (economic policies)? Are media contributing to these values acting as exclusive or are they being complementary?

TENA FRANJIĆ

Utjecaj medija na dolazak turista u Hrvatsku

Cilj ovog rada je utvrditi da li, koliko, te na koju kategoriju turista, svojim utjecajem mediji utječu na dolazak turista. Mediji imaju velik utjecaj u društvu, uvelike služe povezivanju svijeta. Razvitkom tehnologije lakše i brže prenose vijesti diljem zemlje, a u budućnosti čak i dalje te na taj način omogućavaju lakši pristup željenim informacijama. Turizam je jedna od glavnih djelatnosti Hrvatske, pa se stoga velika pažnja usmjeruje na njegovu promociju. Ovdje se nastoji istražiti povezanost svijeta medija kroz turizam te kakvu poruku zapravo mediji odašilju, koliko je to važno za dolazak gostiju i kako su mediji bili prisutni u prošlosti i što je tada navodilo turiste na dolazak u određenu destinaciju (u ovom slučaju usmjerenje je na Hrvatskoj).

Impact of Media on the Arrival of Tourists in Croatia

The aim of this study was to determine whether, how, and to which category of tourists, their influence on the media affect tourist arrivals. The media have great influence in society, largely serve to connect the world. The development of technology more easily and more quickly deliver news across the country, and this is very important for tourism. Tourism is one of the main activities of the Croatian and therefore great attention is drawn to his promotion. This aims to explore the connection between the world of media through tourism and the media is actually kind of message is transmitted, how it is important for the arrival of guests and how the media were present in the past and what was then the arrival of tourists has led to a specific destination.

LJILJANA GAVRILOVIĆ

Fan-fiction i nova kreativnost

U radu se raspravlja o fanovskoj produkciji najrazličitijih sadržaja koji nastaju povodom/oko popularnih romana, TV serija, filmova, digitalnih igara i drugih medijskih proizvoda (koji ne moraju uvek biti komercijalni). Ona je u potpunosti otvorena, često neautorizovana i u kojoj učestvuje ogroman broj ljudi. Iako je nastala pre Interneta, potpuni zamah je dobila upravo zahvaljujući mogućnostima koje pružaju sintetički svetovi – pre svega zahvaljujući blogovima i socijalnim mrežama. U velikoj meri ona se oblikuje na način na koji su se oblikovali produkti tzv. “tradicionalnih”, “narodnih” kultura, ali se za razliku od produkata tih kultura ne smatra da njene proizvode treba čuvati/štititi, jer se oni ne vrednuju kao visoka kultura/umetnost, što je za “tradicionalne”/“narodne” kulture od romantizma postalo uobičajeno.

U radu se razmatraju (pretpostavljene) vrednosti ovih (para/pretpostavljeno) umetničkih formi i njihov uticaj na globalnu popularnu kulturu i njene globalne derivate.

Fan-Fiction and New Creativity

This paper discusses fan production of various contents, inspired by popular novels, TV series, movies, digital games and other media related products (not always commercial though). This production is open-ended, frequently non-authorized, wherein a number of people participate. Albeit the production originated before Internet, it has spread around thanks to possibilities offered by synthetic worlds – foremost thanks to blogs and social networks. For the most part, the production is made in the same way as so-called “traditional” or “folk” products are made. However, in contrast to the products of these cultures, this one, does not consider important to keep/protect its own products, since they are not being esteemed as having high artistic/cultural values – which has become established within “traditional/folk” cultures from Romanticism onward.

Therefore, the paper will discuss (the assumed) values of these (pseudo/assumed) artistic forms and their potential effect on global culture and its local derivatives.

IVANA GREGURIC

Novi mediji i kiborgizirano tijelo kao prostor umjetnosti transhumanizma

Novo određenje čovjeka u transhumanizmu i težnja za transcendiranjem prirodno – ljudskog prisutno je i u samoj umjetnosti postmoderne koja koristi nove medije, znanost i tehniku u stvaranju posthumane umjetničke slike čovjeka. Transformacija prirodnog ljudskog tijela sa ciljem nadilaženja njegovih prirodnih mogućnosti postaje inspiracija i utočište umjetnika.

Novi "laboratorij umjetnosti" koristi moć robotike, novih medija, i medicinske zahvate kao izražajna sredstva umjetnosti. Razlog ovih nastojanja umjetnici vide u propitivanju granica izdržljivosti vlastitog tijela, njegova poboljšanja, dematerijalizacije i mogućnost mnogostrukih identiteta u virtualnoj stvarnosti. Primjer novog koncepta "kiborgizirano/ robotske umjetnosti" je australski umjetnik i performer Stelarc koji u središte pozornosti stavlja svoje tijelo kao reprezentativni objekt umjetnosti, "proširen i povećan" putem strojnih proteza. Transhumanistička umjetnička slika svijeta u kojoj je prirodni čovjek zamijenjen "robotskom skulpturom" pridonosi etabliranju transhumane slike čovjeka u budućnosti.

New Media and Cyborgised Body as Space of Transhumanism Art

A new transhumanism concepts of "human" and desire for transcending human boundaries is present in the post-modern art that uses new media, science and technology in the creation of post-human artistic vision of human. The transformation of the natural human body in order to enhance its natural limitations became an inspiration for many artists. The new "art laboratory" uses the power of robotics, new media, and medical interventions as means of art expression. The reason for these efforts, artists see in questioning the limits of their own body, its improvements, dematerialization and the possibility of creating multiple identities in virtual reality. An example of a new concept "cyborg/robotic art" is an Australian artist and performance artist Stelarc who puts the body at the centre, as a representative object of art, "enlarged and increased" through the technological prosthesis. Such transhumanism art, in which natural man is replaced by a "robotic sculpture" contributes to establishing transhuman image of future human nature.

FRANK HARTMANN

Art & Design: Towards the An-Aesthetics of the *Digital*

I want to address the BAUHAUS idea revisited:

„Bauhaus” can be understood as a medium of existence because as a term it stands for „house of construction” and is associated with architecture mostly because pivot mind Walter Gropius was an architect. In its early years in Weimar (1919-1924) though, it did not specialize on architecture at all, but on a new hybrid form combining art, design and craftsmanship towards a new „tactility” (McLuhan 1964) or a haptic/synaesthetic re-education of sense life, which was deprived by industrial culture. So the Bauhaus idea (familiar to the arts&crafts movement, Van de Velde as a forerunner) was to give an answer to and to overcome the shaping of social form by industrial society: art and design production should merge for the sake not of craftwork forms but of assembling in new social spaces.

Nowadays we do not live in houses only but in cathedrals constructed by media and communications. „Bauhaus University” (our faculty „art & design”) tackles the old question again under postmodern conditions: post-industrial production including networked communications, interface design and sustainable design. Our teaching and research focus on new artistic strategies, design practices and techniques under the challenge of a changing corporate world, of an emerging cultural industries, and of a bluntly commodified user culture in a „social media” environment. We do that in project-based teaching and with a heavy focus on artistic research and design by research - here, theory and practice are always intertwined by definition. Philosophers, artists and designers unite in the search for the sustainable forms (functions unknown) of next culture, as an answer to the information society, the ideology of communication and the order of algorithms.

This is not just about better communications or optimized visualizations and slick forms. After all, we live in times not just of design, but of constant re-design (even of nature) which always also is a form of re-mediation. Design as a skill between crafts and arts can be seen as a philosophy of *drawing things together* (Bruno Latour). We cannot simply adopt Visual Culture Studies to our purposes, but have to take a broader approach and move from the *social construction of the visual* to the *visual construction of the social* (Mitchell) to then ask about

the an-aesthetics of digital technologies (which not just make things *visible*, but make things *explicit*).

SCOPE OF RESEARCH - Towards a threefold approach :

- 1) Media Philosophy - Reframing the understanding of texts and the pictorial - Visuality and Visual thinking
- 2) Media Archaeology - European Modernism and the Information Society - Publishing Projects, Digital Humanities
- 3) Media Aesthetics - Algorithmic Figurations - Technologies of Explicitness and the New Narratives

Umjetnost i dizajn: prema an-estetici *digitalnoga*

Želim se nanovo pozabaviti idejom BAUHAUSA:

“Bauhaus” možemo razumjeti kao medij postojanja jer kao pojam označava “kuću izgradnje” i povezuje se s arhitekturom ponajviše stoga što je ključni um škole, Walter Gropius, bio arhitekt.

Međutim, tijekom svojih ranih godina u Weimaru (1919-1924), ova škola se nije osobito posvećivala arhitekturi, već novoj hibridnoj formi koja je kombinirala umjetnost, dizajn i obrtništvo u smjeru nove “taktilnosti” (McLuhan

1964) ili haptičko/sinestetičke reedukacije smislenoga života osiromašenoga industrijskom kulturom. Stoga je ideja Bauhauusa (poznata umjetničkome i obrtničkom pokretu, s van de Veldeom na čelu) trebala pružiti odgovor na oblikovanje socijalne forme industrijskim društvom i dotično prevladati: umjetničko i dizajnersko stvaralaštvo trebalo se sjединiti ne u ime obrtničkih formi, već u ime sklapanja na novim društvenim prostorima.

Danas ne živimo samo u kućama, već i u katedralama koje su izgradili mediji i komunikacija. “Sveučilište Bauhaus” (naš odsjek, “umjetnost i dizajn”) nanovo se bavi starim pitanjem u postmodernističkim uvjetima: post-industrijskim stvaralaštvom uključujući i umreženu komunikaciju, dizajnom sučelja i održivim dizajnom. Naš nastavni i istraživački fokus usmjeren je prema novim umjetničkim strategijama, dizajnerskim praksama i tehnikama pod pritiskom promjenjivoga svijeta korporacija, kulturne industrije u nastajanju i otupjele

komercijalizirane potrošačke kulture u okolišu “društvenih medija”. Tome se posvećujemo u nastavi orijentiranoj na projekte s fokusom na umjetničko istraživanje i dizajn uz pomoć istraživanja – teorija i praksa su ovdje same po sebi uvijek isprepletene.

Filozofi, umjetnici i dizajneri ujedinjuju se u potrazi za održivim formama (nepoznate svrhe) sljedeće kulture, kao odgovor na društvo informacija, ideologiju komunikacija i poredak algoritama.

Ne radi se samo o boljoj komunikaciji, optimiziranim vizualizacijama i elegantnim formama. Uostalom, živimo u vremenu ne samo dizajna, već i stalnoga redizajniranja (čak i prirode) koje je uvijek oblik i nanovog promišljanja. Dizajn, kao vještina između umjetnosti i obrta, može biti posmatran kao filozofija *približavanja stvari* (Bruno Latour). Ne možemo naprosto prisvojiti studij vizualne kulture za vlastite potrebe, već moramo ostvariti širi pristup i učiniti korak od *socijalnoga konstrukta vizualnoga* prema *vizualnome konstruktumu socijalnoga* (Mitchell), kako bismo potom propitali an-estetiku digitalnih tehnologija (koje ne samo da čine stvari *vidljivima*, već ih čine *eksplicitnima*).

OPSEG ISTRAŽIVANJA – prema trojakome pristupu:

- 1) filozofija medija – nalaženje novih okvira razumijevanja tekstualnoga i slikovnoga – vizualnost i vizualno mišljenje
- 2) arheologija medija – europski modernizam i društvo informacija – izdavački projekti, digitalne humanističke znanosti
- 3) estetika medija – algoritamske figuracije – tehnologije eksplicitnosti i nove naracije

MIRA HERCIGONJA-SZEKERES, IDA SZEKERES, NENAD SIKIRICA

Marketing kulturnog događaja i mediji

U vrijeme sve većeg tehnološkog napretka i razvoja medija, djelovanje u kulturi i umjetnosti treba te promijene pratiti u korak. Djela koja nastaju u umjetnosti ne nastaju samo radi sebe već je u interesu umjetnika da dođu do ciljane publike. Tu nastupaju mediji čijim posredstvom obavještavamo publiku o stvaranju djela ili već stvorenom djelu.

Marketing kulturnih manifestacija uvelike se razlikuje od marketinga proizvoda ili usluga, ali i načinom korištenja medija. Na primjeru marketinga manifestacije Dani Josipa Kašmana u Malom Lošinj prikazat ćemo koje medije i na koji način koristimo u svrhu promidžbe Manifestacije.

Cultural Event Marketing and Media

At the time of increasing technological progress and media development, activities in culture and art should catch up with those changes. Works of art are not created just for themselves, but it is in the interest of the artist to reach his target audience. That is a place where media intervene, through which we inform the audience about the already created work of art or their creation.

Marketing of cultural events differs greatly from the marketing of goods or services, but also in the way media are used. On the example of Days of Josip Kašman manifestation marketing, which takes place in Mali Lošinj, we will show which media we used and the ways we used them to publicize the event.

IRFAN HOŠIĆ

Moć medija poslije 11. septembra 2001.

Rušenje newyorških tornjeva 2001. godine i izravni prijenos tog događaja diljem planete, unio je novu paradigmu ratovanja putem medija. Vremenski razmak između prvog i drugog udara u WTC povoljan je trenutak za kamerane i fotografe da instaliraju svoju tehniku kako bi gledaocima kod udara drugog aviona omogućili emitovanje slike uživo. Strašne slike u rekordnom su roku obišle svijet a njihov karakter iz dokumentranog prerastao je u simbolički. Stručnjaci se slažu da je materijalna katastrofa u New Yorku anticipirana medijski insceniranom katastrofom u filmu, te da je američki akcioni film odredio i sproveo taj teroristički napad.

Umjetnost koja nastaje u zadnjih deset godina od 11. septembra naovamo, indikator je novog društvenog poretka koji je slikama povratio brutalnu moć stvarnog. Odgovor na pitanje *da li su kamera i slika postali sredstvo novog ratovanja?* sa vremenom postaju sve jasniji.

The Power of the Media in the Wake of September 11, 2001

The collapse of the New York towers in 2001 and direct broadcast of the event all over the globe has introduced a new war paradigm through the media. The time distance between the first and the second strike at the WTC presented an appropriate moment for cameramen and photographers to install their technology in order to provide the audience a live coverage of the second plane hitting the towers. The distressing images circled the world in a record time and they transcended from the documentary into the symbolic. Experts agree on the fact that the material catastrophe in New York was anticipated by the fictional catastrophe mediated through films and that the terrorist attack was both determined and conducted by the American action movie.

It has widely become possible to put together the art works created since 9/11 which suggest a new social order and give back to images the brutal power of reality.

SMILJKA ISAKOVIĆ

Umetnička muzika u virtuelnom svetu multimedija

Koncerti umetničke muzike uvek su bili mesta muzičkog doživljaja, ali i mesta društvene aktivnosti, što se menja u novom milenijumu eksplozivnog razvoja tehnologija. Dostupnost muzičke umetnosti je sve veća, a konkurencija globalna. Muzika je druga po redu na listi popularnosti sadržaja Interneta - veliki deo umetničke muzike već se nalazi u domenu neograničenog korišćenja, posebno muzika koja je stvarana pre nekoliko vekova. Individualna dostupnost dovela je do laganog gašenja socijalnog faktora, druženja kroz muziku. Publika postaje asocijalna i otuđena. Ceo ritual primanja i predavanja na koncertu je ugrožen, ali i kvalitet onoga što nam nudi Internet. YouTube, sa milionima muzičkih priloga nabacanih bez kriterijuma, dovodi do apsurdne definicije visokog kvaliteta muzičke umetnosti. Pomalo razmaženoj, ali otpornoj umetničkoj muzici, predstoji duga borba pozicioniranja u novom hrabrom virtuelnom i multimedijalnom svetu.

Art Music in the Virtual Muldimedial World

Classical music concerts always were musical as well as social gatherings. Owing to the expansion of new technologies, this is changing: the virtual availability is greater, the competition global. Music is the second most popular content on the Internet – the big part of the art music belongs to the domain of the unlimited use, especially periods from centuries ago. Concert-hall social factor is being diminished by the individual accessibility to the music. Audience is becoming antisocial and alienated. The giving-receiving ritual of the classical music concert is in jeopardy, as well as the quality offered on Internet. With millions of music pieces tossed on the Web without artistic criteria, YouTube is becoming a paragon of the music quality relativisation. Pampered, but highly resilient classical/art/serious music is bound for a long fight for positioning in the New Brave virtual and multimedial World.

ŽELJKO IVANKOVIĆ

Relevantna informacija, što je to?

Filozofiju informacija, presudno obilježava činjenica da se predmetu istraživanja pristupa iz dva suprotstavljena kuta, iz kuta kvantitativne teorije informacija, inspirirane radom Claudea Shannona, te iz kuta tzv. semantičke teorije informacija (Luciano Floridi). Oba smjera istraživanja suočena su s recentnom eksplozijom proizvodnje informacija, ali i njihovom dostupnošću na Internetu. Cijela je serija pitanja s kojima se u takvom okruženju suočavaju obje metode u proučavanju svijeta informacija. U ovom radu, pažnju ćemo usmjeriti na pitanje što je u tom mnoštvu relevantna informacija. Očekujemo da odgovor također otvori mogućnost razumijevanja, što je nova informacija. Dodatno, bit će ocrтана razlika između znanja i informiranosti (što to znači „biti informiran“ i „znati“).

Relevant Information, What is It?

Philosophy of information is characterised by the fact that the object of research is approached from two contrasting angles: from the angle of quantitative theory of information, inspired by the work of Claude Shannon, and from the angle of semantic theory of information (Luciano Floridi). Both directions of research face the recent explosion of production of information as well as their availability on the Internet. There is a series of questions that both methods face in examining the world of information. In this paper we shall focus on the question, what information is relevant in this abundance of information. We expect the answer to open the possibility of understanding what constitutes new information. Additionally, the difference between knowledge and being informed will be outlined (what it means to „know“ and to „be informed“).

Medij poetske riječi kao način prenošenja sufijske gnoze

Sufizam zbunjuje učene ljude, jer nije u skladu sa strogim kanonima racionalnog znanja. Sufijska gnoza podučava se putem interakcije učiteljevog i učenikovog duha, te je u procesu prijenosa, racionalnim metodama „neprenosivog“, uz priče, anegdote, alegoriju, metaforu, glazbu, ples, od velikog značaja uloga poezije kao važnog medija. Sufijska poezija posjeduje vanjštinu i unutrašnjost, i njena poruka ne da se objasniti racionalnim teoretiziranjem, nego je razumljiva samo onima koji dijele isto iskustvo. Sličnu funkciju imaju, koani u zenu. Najstariji duhovni zapisi svijeta, smatra se, nastali su interakcijom čovjeka i Boga. Riječ / logos/, kao vrhovna manifestacija Boga, objavljivala se izabranim pojedincima, i stoljećima prenosila s učitelja na učenika usmenim putem. Važan je aspekt razumijevanja sufijskih tekstova, starih znanja općenito, simbolizam slova (*slovní misticizam*), gdje je naglasak na mističnom značenju pojedinih slova i njihovom rasporedu u riječima.

Medium of poetic Word as a Way of transferring Sufi Gnosis

Sufism confuses the scholars because it is not in accordance with the strict canons of rational knowledge. Sufi gnosis is taught through interaction of teacher's and pupil's spirit, and in the process of transferring to rational methods „not transferrable“, together with stories, anecdotes, allegory, metaphor, music, dance, the role of poetry as an important media. is of great importance. Sufi poetry has its outside and inside part, its message can not be explained by rational theorizing, and is understandable only to those who share the same experience. Zen koans have similar function. It is considered that the oldest spiritual records of the world incurred by the interaction between man and God. Word/Logos/, as the supreme manifestation of God, was announced to selected individuals, and for centuries passed down orally from teacher to pupil. An important aspect of understanding Sufi texts, ancient knowledge in general, is the symbolism of the letters (*letter mysticism*), where the emphasis is on the mystical meaning of single letters nad their order in words.

DUŠAN Č. JOVANOVIĆ

Umetnost na audio-vizuelnim medijima u Srbiji

Tretman, prisutnost, kvalitet i sadržaj emisija iz oblasti kulture i umetnosti u audio-vizuelnim medijima u Srbiji nije dobar, ni situacija u takozvanim print-medijima nije bolja, naporotiv još je gora. Ovakvo stanje je na gotovo svim televizijskim kanalima i radijskim stanicama, koje naša malenkost ima prilike da sluša i gleda, a sluša ih i gleda takoreći danonočno, što iz devijantnijih, a što iz profesionalnih kritičarskih razloga. Nije zgoreg u ovom radu uporediti stanje i tretman umetnosti u audio-video medijima u okruženju, koji su nam dostupni. Ako se takozvanim komercijalnim televizijskama, sa nacionalnim pokrivanjem, može „progledati kroz prste“ kada je tretman umetnosti u pitanju, ali im se sigurno ne može oprostiti propagiranje takozvane „šund“ umetnosti, to sigurno ne sme da važi i za Medijski javni servis Srbije ili Radio-televizija Srbije, kome umetnički i obrazovni program, pored informativnog, jedan od glavnih razloga postojanja.

Cultural Programs in Serbian Audio-Visual Media

Treatment, occurrence, quality and contents of the programs covering the field of arts and culture in Serbian media are not very good, or more precisely - not as good as we would like them to be. Better yet, not as good as this important TV genre used to be, the way we remember it was and the way younger viewers can be reminded of in the TV show “Tresor”, designed by Bojana Andric. The situation in the printed media is not much better. To the contrary - it is even worse although this is a poor excuse for the TV authors. This goes for almost all TV channels I have the opportunity to watch, and am watching them almost day and night being a professional critic. Maybe it would be useful to mention the situation and treatment of arts and culture in the available regional audio-video media. They also do not go to the advantage of our TV programs. If the so-called commercial televisions of national coverage can be “excused” for the poor treatment of art and culture programs, they definitely cannot be excused for the promotion of the “pulp” and “trash” art, this cannot be an argument for the Serbian public media service i.e. the Radio-Television of Serbia whose art and education programs, in addition to informative programs, were one of the main reasons for its establishment in the first place. As it happens, they are paid to do this very job, from the state budget or viewer subscription.

HRVOJE JURIĆ

Tijelo kao medij umjetnosti

Klasični obrazac u kojem se razmatrao fenomen umjetnosti (umjetnost, umjetnik, umjetničko djelo, umjetnička publika) u modernoj se umjetnosti, a osobito s tzv. performativnim obratom, suočio s višestrukim izazovima. Vjerojatno najbolji primjer za to je body art, tj. tjelesna umjetnost. U njoj tradicionalna razgraničenja postaju fluidna kako na razini konceptualno-umjetničke prakse tako i na teorijsko-konceptualnoj razini. Multidimenzionalnost ovog problema zahtijeva pluriperspektivni pristup u kojem, pored estetike i filozofije umjetnosti, te ontologije, epistemologije i etike, sve važniju ulogu ima filozofija medija, odnosno mediologija. Tijelo više nije samo »slučajan« entitet u koji se upisuje duhovna subjektivnost umjetnika, što rezultira materijalnim umjetničkim djelom, nego sâmo tijelo postaje objektom umjetničkog (pre)oblikovanja i umjetničkim djelom, a posredovanje koje se zbiva na liniji subjekt–objekt izaziva nas na promišljanje tijela kao medija umjetnosti.

The Body as a Medium of Art

The classical framework for understanding the phenomenon of art (art, artist, artwork, art audience) has faced multiple challenges in modern art, especially regarding the so-called performative turn. Probably the best example is body art. In this kind of art traditional demarcations become fluid both at the level of conceptual art practice and at the theoretical-conceptual level. Multidimensionality of this issue requires a pluriperspective approach in which – besides aesthetics, philosophy of art, ontology, epistemology and ethics – an increasingly important role belongs to philosophy of media, i.e. mediology. The body is no longer only an “accidental” entity in which the artist’s spiritual subjectivity is inscribed, resulting in material artwork, but the body itself becomes an object of artistic (re)forming as well as an artwork, and the mediation that takes place at the subject–object line challenges us to consider the body as a medium of art.

ALEKSANDRA KOVAČ, NINA TRIFUNOVIĆ

Umetničko u doba viralnog stvaralaštva

Pod okriljem jedne od odrednica konferencije (Novi mediji i nove umetnosti), nastojimo da ispitamo odnose između novih elektronskih medija, koje čine društvene mreže (prvenstveno mislimo na platformu kao što je YouTube), i formi stvaralačkog izražavanja. Presek tih odnosa daje nam osnovu za dalje promišljanje nekih ključnih fenomena, koji su određujući za savremeni društveni i umetnički diskurs. Među njima je fenomen viralnosti, koji deluje kao katalizator u digitalnom stvaralaštvu i teško opstaje bez reproduktivne prirode elektronskih medija. Zatim, ovo gledamo kroz vezu i sa pojmom interaktivnosti, važnog za definisanje sadašnje kulture i komunikacije. Budući da je sa ovim smernicama neminovno postaviti pitanje autorstva i postojanja stvaraoaca, naša je krajnja zapitanost šta jeste kreativno, a gde počinje umetničko i šta su zapravo dela umetnosti u viralnom postmodernom okruženju.

The Artistic in the Age of Viral Creativity

Under one of the Conference's themes (New media and new arts), we try to examine the relations between new electronic media, represented by social networks (like YouTube), and forms of creative expressions. The intersection of their relation provides us with the basis for further exploration of some key phenomena, which determine contemporary social and artistic discourse. Among them is the viral phenomena, which acts as a catalyst for digital creativity and is depended on reproductive nature of electronic media. Then, we observe this also through the connection with the notion of interactivity, important for definition of present culture and communication. Having in mind that with these guidelines the question of authorship and existence of the creator will be raised, our final exploration will be to see what is creative, where starts the artistic, and what are exactly the works of art in the viral postmodern environment.

ALEKSANDAR LUKIĆ

Fotografija kao dokument i umetnost

Glavni zahtev koji se fotografiji postavlja jeste istina. To znači da je ono supstancijalno u fotografiji njena dokumentarnost. Ako svet postoji fotografija je dokument o svetu. Međutim ta dokumentarnost nije arbitrarno podražavanje sveta. Onaj koji hoće da zaista dosegne dokumentarnost, mora da je traži dublje, da ne ostane na površini, da otkrije njenu unutrašnjost i iznese dublje skrivenu istinu.

Fotografija kao umetnost doseže ono što je lepo, ali istovremeno nužno i suštinsko, izbegavajući ono što je slučajno i trivijalno i na taj način prostorno-vremenskim odnosima daje određeno značenje i doprinosi tumačenju smislenosti celine. Fotografiska maksima treba da glasi: fotografiši tako da, predstavljajući prirodu istovremeno budeš i tumač njenog značenja, da svetlosna slika bude nekada sličnija ideji sveta od samog tog sveta.

Photography as a Document and as Art

The main demand which is set on photography is the truth. It means that the substantial thing in photography is its documentarity. If the world exists, photography is a document about it, but that documentarity is not arbitrary sustaining of the world. The one who really wants to reach documentarity, must search deeper inside, trying not to remain on the surface. He must find out the inside and bring out the truth that is hidden even deeper inside.

Photography as art reaches to the beauty, but at the same time expressing the necessity and the essence, avoiding accidental and trivial and giving certain meaning to the relationships in terms of space and time contributing to the meaning of the whole. Photographic principle should be:

Make photographs interpreting at the same time its meaning and trying to make the pictures of light even more similar to the very idea of the world itself.

JELENA MAKSIMOVIĆ

Uloga interneta u istraživačkom radu nastavnika refleksivnog praktičara

Suvremeno društvo dovelo je do mijenjanja odnosa prema nastavniku, koji od propagatora nastavnog procesa postaje pokretač kritičkog mijenjanja preuzimajući ulogu kritičkog refleksivnog praktičara. Za refleksivnog praktičara važna je refleksija u akciji koju možemo definirati kao spremnost za inovacije i djelovanja na novi način. Predmet istraživanja refleksivnog praktičara može biti raznolik, ali su istraživanja nastavnika refleksivnih praktičara vezana uvijek za njihovu vlastitu praksu. Istraživanja nastaju kao odgovor na konkretna pitanja, probleme i dileme odgojno-obrazovne prakse i predstavljaju pokušaje neposrednog rješavanja tih problema, odnosno mijenjanja i usavršavanja te prakse. Od nastavnika refleksivnog praktičara očekuje se stalno povećanje medijske i informatičke pismenosti za koje se smatra da adekvatno upotrebene doprinose podizanju kvalitete istraživanja. U radu se diskutuje o ulozi interneta u istraživačkom radu nastavnika refleksivnog praktičara, kao i o prednostima i nedostacima interneta.

Internet's Role in the Teacher Practitioners' Research

Modern society has led to a changing attitude towards the teacher, the propagator of the teaching process becomes a critical driver of change taking on the role of critical reflective practitioners. For a reflective practitioner is an important reflection in action that can be defined as a willingness to innovate and act in new ways. The case study of a reflective practitioner may be varied, but the teachers' reflective practitioner research is always linked to their own practice. Research arise in response to specific questions, problems and dilemmas of educational practice and represent attempts to address these immediate problems, and changing the training and practice. The teacher of a reflective practitioner is expected to steadily increase in media and information literacy that are considered adequately used to contribute to raising the quality of research. This paper discusses the role of internet in research teacher reflective practitioners, as well as the advantages and disadvantages of the Internet.

LJILJANA MANIĆ, MARIJA ALEKSIĆ, MILEVA PAVLOVIĆ

Umetnost spektakla kao druga realnost

Geneza medija kao višesmislenog fenomena podrazumeva njegov preobražaj od prvobitne funkcije odašiljača poruke i informacija u aktivnog subjekta u procesu komunikacije i moćnog sredstva kritičkog mišljenja. Na tom putu, mediji su dostigli snagu vodećeg faktora u oblikovanju kritičkog mišljenja recipijenta.

U radu se analiziraju komunikacijski procesi u savremenom društvu otkrivajući dominantan osećaj pasivne zavisnosti o medijske sadržaje od strane recipijenata i aktivne uloge medija.

Tokom tog procesa informacija postaje antipodni entitet koji ukida smisao i primarno služi kao podsećanje na neprikosnoveni kredibilitet koji je prenesen na spektakl kao umetnički izraz. U tom procesu recipijent koji treba kritički da promišlja umetničke sadržaje preobražava se u nemog i anesteziranog konzumenta svega što mu se predočava u medijima.

Umetnost spektakla postaje realnost.

The Art of Spectacle as a Second Reality

A media genesis as multimeaningfull phenomenon means its transformation from its initial function as a transmitter of a message and information into an active subject in the process of communication towards a powerful mean of critical opinion. On that road, from the role of information transmission, medias strengtened into a leading factor in shaping critical opinion of a recipient.

A project is focused on a communication processes analysis within modern society, revealing dominant feeling of passive dependency of a media content by the recipient and media's active role.

During that process, information becomes antipodal entity, which abolishes the meaning and primarily serves as a reminder on an undisputed credibility transfered into a spectacle as an art expression. Within that process, recipient who is supposed to critically think about media content transforms into a muted and brainwashed consumer of everything that is presented by media.

The art of spectacle becomes reality.

KSENIJA MARKOVIĆ, JELENA J. RVOVIĆ

Netika promocije umetnosti

Etika promocije umetnosti na internetu kroz analizu korišćenja interneta sa praktičnim konsekvencama, polazeći od cilja promocije umetnosti (predstavljanje dela na način koji neće narušiti njegovu suštinu). Specifičnost odnosa pošiljalac - objekat - primalac u okviru komunikacionih praksi (potrebe utvrđivanja kriterijuma važnosti karakteristika objekta poručivanja (samog umetničkog dela) s jedne, i primaoca s druge strane). Podčinjavanje načina promocije karakteru potencijalne publike (pitanje ne samo netike promocije umetničkog stvaralaštva, već i stvaralaštva po sebi). Da li nedostatak etabliranih kriterijuma netike koči umetnost ili je podstiče? Paradigma virtuelne stvarnosti kroz prizmu neodređenih i nejasnih demarkcija, autore podstiče i na druga pitanja: da li netika tek prolazi kroz formativni period ili bi trebalo, u kontekstu promocije umetnosti na internetu, govoriti o netici?

Nethics Promotion of Art

Ethic promotion of art on the internet through analyses of using internet with the practical consequences, starting of promotion of art as the goal (presenting the work of art in the way which will not violate its essence). Specificity of the relationship between a sender – an object – a recipient in communication practice (the need to determinate the importance of the characteristics of the object (the work of art) from one and the recipient from the other side). Subordinating the way of promotion to the character of the potential audience (question not only about the nethic promotion of artistic creativity, but about creativity itself). Does the lack of established criteria of nethic inhibit or encourage art? The paradigm of virtual reality through the prism of vague and unclear demarcation, encourages authors to other questions: whether nethic passes through the formative period, or in the context of promotion of art, should speak about no-ethic?

ZORICA MARKOVIĆ

Kultura i vrednosti u raljama mas medija

Poznato je da mediji-radio, štampa, televizija, a danas sve više internet imaju veliku moć. Ne zovu se uzalud sedma sila. Poznato je da najveću moć ima televizija, prvo zbog tehnoloških mogućnosti da nam svima uđe u domove, a zatim zbog prenosa sadržaja preko dva kanala-vizuelnog i zvučnog, slike i tona. Komercijalizacija globalnih medija podrazumeva finansiranje medija od prodaje reklama. Sa druge strane medijski konglomerati su glavni producenti medijskih i zabavnih programa. Mediji prenose i rasprostiru širom sveta određene vrednosti, pogled na svet, modele ponašanja, stil života i proizvode promene koje treba da podrže potrošnju onoga što proizvode kompanije od kojih žive. Sprega globalnih medijskih konglomerata i transnacionalnog kapitala postaje tvorac i promoter novih vrednosti, drugačijeg ponašanja i potrošačke kulture.

Culture and Values caught in the Grip of the mass media

It is well-known that the mass-media, press, television, including the internet have acquired great power. It is not by chance that they are referred to as the seventh power. It is well known that television holds the greatest power, primarily due to its technological ability to enter all of our homes, and the due to its ability to transfer content via two channels - the visual and the auditory, through image and sound. The commercialization of the global media includes the financing of media from the sales of commercials. Media conglomerates are the main producers of media and entertainment. The media spread certain values the world over, certain world views, models of behavior, lifestyles and production changes which need to support the demand for what the companies need to sell in order to stay in business. The link between global media conglomerates and transnational capital thus becomes the creator and promoter of new values, alternative lifestyles and a consumer society.

LJUBOMIR MAŠIREVIĆ

Estetika nasilja u gangsterskom filmu

Analizom filmskih žanrova dolazimo do činjenice da u svim vrstama filmova može da bude uključeno nasilje, ali postoje žanrovi kao što su horor, ratni, vestern i gangsterski koji implicitno u sebe uključuju nasilje. Filmove u ovim žanrovima nemoguće je snimiti bez uključivanja nasilja. Izlaganje na konferenciji bi trebalo da objasni specifičnosti u reprezentaciji nasilja gangsterskog žanra i da prikaže razvoj gramatike filmskog jezika u pravcu stilizacije nasilja kome su doprineli reditelji koji su radili inovativne gangsterske filmove. Nasilje gangstera je društveno neprihvatljivo, jer se oni nelegalnim radnjama i upotrebom nasilja bogate društveno neprihvaćenim sredstvima. Cenzori su iz tog razloga gangsterski film, od njegovog nastanka strogo nadzirali, a reditelji su kreativnim rešenjima nalazili načina da nasilje indirektno i stilizovano ipak uključe u film. Mnoga stilska rešenja koja su unapredila gramatiku filmskog jezika nastala su zbog prevelike cenzure gangsterskog žanra i sa druge strane napora reditelja da nasilje uključe na indirektan i estetizovan način.

Aesthetic of Violence in Gangster Films

An analysis of film genres leads us to the fact that in all types of film we may have an element of violence involved, but there are genres such as horror, war and gangster films, which implicitly incorporate violence in their plots. Films of these genres are impossible to produce without the element of violence omnipresent. The lecture at the conference will be aimed at explaining the peculiarities of representing violence of the mob film genre and outline the development of film language grammar in the direction of stylising violence, contributed to by directors working on innovative and groundbreaking gangster films. The violence of gangsters is socially unacceptable, as they amass riches through the use of violence and socially unacceptable means. Since its inception, the mob film has been under severe scrutiny of censors, while directors have come up with creative solutions to still include violence in their films, in more indirect and stylised ways. Many stylistic concepts that have improved the grammar of film language have come to be due to excessive censorship of the gangster film genre, as well as filmmakers' efforts to keep violence in their films in an indirect and aestheticised manner.

NEDILJKO MATIĆ

Mediji i kultura u e-društvu

Istraživanje modernih društvenih struktura u različitim područjima ljudske djelatnosti i iskustva ide prema zaključku da se dominantne funkcije i procesi u modernome informatičkom dobu sve više organiziraju oko Mreža. U svjetskoj mreži novih medija, koji su u srži kulturni izraz u informatičkom dobu, Internet je ključni medij. Ovaj rad prije svega razmatra utjecaj Interneta kao globalne računalne Mreže na kulturu komuniciranja u umreženom društvu. Kao moderni, globalni i masovni interaktivni medij, Internet je po svojem određenju istodobno i kiberprostor koji oslikava sve aspekte modernoga društva stvarajući usporedni socijalni prostor prividne stvarnosti. Utjecaji Interneta u tom prostoru prividne stvarnosti globalni su kao i posljedice koje prvi put u povijesti medija neposredno i trenutačno možemo osjetiti u modernome svijetu.

Media and the Culture in the E-society

Modern societies' structure research in various fields of the human activity and experience points to the conclusion that the dominant functions and processes in the modern age of informatics are growingly organizing around the Networks. Within the world new media networks, to be considered, in its essence, as the cultural expression in the age of informatics, Internet represents its key medium. This paper considers, in the first place, the influence of Internet, as the global computer network, on the culture of communication within a network society. Being a global and mass interactive medium, Internet represents, at the same time, a cyber-space picturing all aspects of the modern society and creating a parallel social space of a simulated reality. The Internet influences within the space of such simulated reality are global as are the consequences which, for the first time, we may feel, directly and instantaneously, in the modern world.

HERTA MAURER-LAUSEGGER

Dialektologie im Zeitalter von Multimedia

Die rasante Entwicklung der Globalisierung im Internetzeitalter findet auch in traditionell orientierten Forschungsdisziplinen, so auch in der Dialektologie, ihren Niederschlag. Die einst synchrone, statisch ausgerichtete Dialektologie entwickelt sich zu einer mehrdimensionalen dynamischen Disziplin, die neue, interdisziplinäre Aspekte berücksichtigen muss. Die theoretischen Ansätze und Methoden umfassen traditionell orientierte, systematische Beschreibungen von Einzelphänomenen und erstrecken sich hin bis zu mehrdimensionalen, graphisch, akustisch, filmisch, virtuell u. a. gestützten Darstellungsweisen. Zu den innovativen Beispielen zählt u. a. auch die Audiovisuelle Dialektologie (www.kwfilm.com), die das Zentrum dieses Vortrags bildet und von der Verfasserin dieses Beitrags in Kooperation mit Filmexperten an der Alpen-Adria Universität Klagenfurt entwickelt wurde.

Dijalektologija u multimedijalno doba

Brzi razvoj globalizacije u vremenu interneta primjetan je, također, u tradicionalno orijentiranim istraživačkim disciplinama, uključujući i dijalektologiji. Jedna sinkrona, statički orijentirana dijalektologija razvija se u multidimenzionalnu, dinamičku disciplinu smatrajući da je novi, interdisciplinarni aspekt potreban. Teorijski pristupi i metode uključuju tradicionalno orijentirane sustavne opise pojedinih fenomena i protežu se do multidimenzionalnih, grafičkih, slušnih, filmskih, virtualnih i drugih oblika, podržavajući prikaz. Kao inovativan primjer služi „audiovizualna dijalektologija“ (www.kwfilm.com), koja je središte ovoga predavanja i koja je od autorice ovoga rada u suradnji s filmskih stručnjacima na Alpen-Adria sveučilištu u Klagenfurtu razvijena.

NEVENA MILETIĆ, MIRKO MILETIĆ

Umetničko stvaralaštvo u informacionom društvu

Kada je na zidu Altamire naš pećinski predak ostavio prvi trag mlade čovečnosti, u nastojanju da otkrije i sačuva lepo, sasvim sigurno nije mogao ni naslutiti lepotu renesansnog slikarstva, kao što ni renesansni majstori, uprkos njihovoj genijalnosti, verovatno nisu mogli zamisliti svu ekspresivnu punoću filmske umetnosti. Traganje čoveka za lepim nikada, međutim, nije zaustavljeno, iako je savremena epoha masovnom produkcijom „prosečno lepog” najpredanije tragaoce potiskivala na margine društvenog interesovanja. I u informacionom dobu, u kojem će ceo „vrtli novi svet”, verovatno, obitavati u globalnom sistemu kompjuterskih mreža, potreba čoveka da umetničkim stvaralaštvom izrazi svoju ljudsku suštinu neće i ne može prestati. Ali, šta će se desiti sa klasičnim književnim žanrovima, prvenstveno pripovetkom i romanom; hoće li umesto dletom u drvetu figure holografisati laserom; da li će kist i platno zameniti kompjuterskim monitorom i šta će, uopšte, predstavljati umetničku lepotu – pitanja su koja čekaju odgovor na beskrajnom horizontu otvorenih mogućnosti.

Artistic Creativity in the Information Society

When our first ancestor left a trail of young humanity at the wall of the cave of Altamira, in an effort to find and retain beauty, he certainly could not guess the beauty of renaissance art, just as the renaissance masters probably could not imagine all the expressive fullness of film art despite their brilliance. However, search of man for a nice was never stopped, although in the modern era of mass production „average beauty” most devoted seekers suppressed at the margins of social interesting issues. In the information age, where the whole „brave new world” will probably reside in the global system of computer networks, man’s need to express his human essence by his artistic creativity will not and can not stop. But what will happen to traditional literary genres, primarily short stories and novels; will the figures be holographed by laser, instead of the chisel in wood; will the brush and canvas be replaced by computer monitor; and what will represent the artistic beauty in general – these are the questions that need to be answered in the endless horizon of opportunities.

MARINA MILIVOJEVIĆ-MADAREV

Uticaj teorije drame Gustava Frajtaga »dobro skrojenih komada« na savremenu filmsku dramaturgiju oličenu u delu *The Writer's Journey* Christophera Voglera

Film je umetnost koja je sklona konzumiranju najnovijih tehnoloških dostignuća i svedoci smo njegovog prodora u treću dimenziju (npr. *Avatar*...). Svojom tehnologijom film je potpuni produkt druge decenije XXI veka, ali priče koje prezentuje moderna tehnologija strukturom fabule pripadaju XIX veku. Zašto je filmu potrebna „starinska“ dramaturgija? Da li to znači da se tehnologije menjaju, ali ne i ljudske potrebe za pričanjem dobre, stare priče? Zašto su se upravo stare forme pokazale kao najbolje za promociju novih medija i tehnologija? I da li smo uspeli u XXI veku makar malo da odmaknemo od XIX? Šta o svemu ovome možemo saznati poređenjem dela Gustava Frajtaga sa delom Kristofera Voglera?

The Influence of Gustav Freytag's Dramatic Theory of "Well-Tailored Pieces" on the Modern Film Dramaturgy as Embodied in *The Writer's Journey* by Christopher Vogler

Film is art prone to consumption of the latest technological accomplishments and we are witnessing its break into the third dimension (for example *Avatar*...). Film with its technology is a complete product of the second decade of XXI century, but the structure of the stories presented by the modern technology belongs to XIX century. Why does film need the 'old-fashioned' dramaturgy? Does that mean that technologies change but not the human need for telling good, old stories? Why have old forms proved to be the best for presentation of new media and technology? Have we at least managed to move a bit further from XIX century? What can we learn about all this when we compare works of Gustav Freytag and Christopher Vogler?

TATJANA MILIVOJEVIĆ, VIOLETA CVETKOVSKA OCOKOLJIĆ, DRAGANA JOVANOVIĆ

Telesnost i virtuelna stvarnost

Moje telo je osnov i tačka susretanja svega postojećeg za mene. Međudejstvo i objedinjenost čulnih sistema u jedinstvenoj, konkretnoj svesti o sopstvu i o svetu, tvore celovito iskustvo, koje svoj sublimisani izraz nalazi u umetnosti. Analogije, metafore, simboli, značenja i spoznaja izranjaju iz neurofizioloških sistema svih čula. Međutim, medijska virtuelna stvarnost, isključivo je audiovizuelna, sa dominacijom vizuelnog. Ostala eksteroreptivna čula (dodir, miris i ukus), kao i interoceptivna (visceralna) i proprioceptivna čula (informacije iz mišića, osećaj tela kao „uzemljenosti“ u svetu) ostaju nestimulisana i neuposlana. Pošto oblikovanje, bogatstvo i tanano diferenciranje iskustva, stoga razvoj i realizacija kreativnih potencijala, niču iz raznovrsnosti i integrisanosti opažajno-osetne osnove, pokušaćemo da dokučimo moguće posledice redukcije čulnog iskustva na samo dva dominantna čula: vid i sluh.

Corporeity and Virtual Reality

The center of consciousness of one's existence and the existence of all other things and phenomena, is the experience of one's own body. The interaction of all sensory systems and their unification in the unique, concrete awareness of one's self and the world; form the integral experience, which finds its sublimated expression in art. Analogies, metaphors, symbols, meanings and cognition emerge from the neurophysiological systems of all our senses. However, the media virtual reality is audiovisual, with visual predominance. The other exteroceptive (touch, smell and taste), as well as interoceptive (visceral) and proprioceptive senses (information from muscles, sense of grounding) remain unstimulated and unemployed. Knowing that the formation and differentiation of experience, therefore development of creative potential is based on the richness and variety of one's perceptual and sensory basis, we'll try to ifigure out the possible consequences of the reduction of our sensory experience to two dominant senses: sight and hearing.

MILAN MILOJKOVIĆ

Muzikologija i mediji – Medij Muzikologije*

Cilj rada je da pokažem kako Muzikologija u polju umetnosti postoji kao medij. Ona se kroz istoriju konstituisala kao zastupnik produkcije, koju je zastupala kao umetničku, samim tim, kao muziku – postavljala se između nečega različitog od nje same, a čemu je obezbeđivala prepoznavanje. Osnov (političkog) delovanja Muzikologije, tako, jeste da sebe uspostavi kao medij između publike i umetnosti, konkretno, muzike. Otud proizlazi da Muzikologija kao medij počiva na uverenju da se praktikanjem muzikološke discipline može razumevati muzika. Muzikologija kao medij ima vrlo određen identitet, koji joj obezbeđuje da (kao medij) ostvari svoju funkciju; drugim rečima, mediju identitet obezbeđuje ‘medijskost’, njegovo ‘bitno svojstvo’. Muzikologija, na posletku, nije sam medij, već se ona, zahvaljujući svojoj ‘medijskosti’, postavlja u njegovu ulogu.

(* veliko „M“ je namerno)

Musicology and Media – Medium of Musicology*

The aim of my paper is to present how Musicology exists in the art field as a medium. Throughout its history, Musicology has been constituted as mediator (agent, representative) of a certain production, consequently recognizable as art, in particular, music. In other words, Musicology has been positioned amongst something different from itself, what was, as a result then made possible to identify. Therefore, the foundation of Musicological (political) activity is to situate itself as a medium between public and art, respectively, music. Subsequently, Musicology as a medium is based on belief that practicing of musicological discipline provides the understanding of music. Musicology as medium has a very determined identity, which makes possible the fulfilment of its function; namely, identity of medium is its „mediumship“ (“mediumnes”), its essential property (virtue, quality). After all, Musicology as such is not the medium. It puts itself in medium’s role, due to its „mediumship“.

(* capital M is written on purpose)

ANGELINA MILOSAVLJEVIĆ AULT

Kako stvoriti idealnu Lepoticu? Kampanja “Dove (Natural) Beauty” kao prilog istoriji pojma podražavanja prirode i njenog prevazilaženja: ilustracija procesa studije, selekcije i idealizacije

Iako istorija ne otkriva diktat lepote kakav danas nameće industrija lepote, pojam lepog, domenu likovnih umetnosti nije bio daleko od nje. Telesna lepota je bila shvatana kao odraz višeg savršenstva, ali je poticala iz prirode. Selekcijom najlepšeg iz prirodnih modela, ona je redukovana na zajednički imenitelj. Priroda je bila model, ali umetnik je mogao da je popravi. I danas se u industriji lepote neguju i isti strari ideal i strategije, ali uz upotrebu kompjuterski obrađene slike. Koncept idealne lepote nije se promenio. Mediji jesu, a razvoj tehnologije omogućio je i otelovljenje pročišćene prirode i otkrivanja procesa njenog prevazilaženja pred našim očima, kao u reklami za “Dove (Natural) Beauty” koja ilustruje drevni proces studije, selekcije i idealizacije.

How to Create an Ideal Beauty? The “Dove (Natural) Beauty” Campaign in the History of the Concept of Immitation of Nature and Its Perfection: An Illustration of the Process of Study, Selection and Idealization

Although history does not offer the dictate of beauty such as the beauty industry of today, the notion of beauty in the visual arts was not remote from the contemporary issues. The sensual beauty was a reflection of a higher perfection, but it originated from nature. Artists could improve the nature by using various strategies to realize the beauty as perfection. The same ideals and strategies are present today combined with the computer-generated image. The concept of ideal beauty has not changed. The media did, and the development of the technology enabled the embodiment of nature purified and the demonstration of the process of its purification, as in the case of the commercial for the “Dove (Natural) Beauty” as an illustration of the process of study, selection and idealization.

Televizijska opera i televizijski balet: Korespondiranje i specifičnosti kao odlike televizijskog muzičkog teatra

Mada se na prvi pogled čini da između klasifikacije tipova operских i baletskih televizijskih žanrova postoji podudarnost, ona se, ipak, svodi samo na sličnost: u dramskom toku opera, muzika ima mnogo jaču i značajniju ulogu nego u baletu, u kome se uspostavlja odnos između pokreta i slike; dok tipovi televizijskih operских žanrova proističu iz dramaturgije muzičkog dela, u baletu se oni iskazuju kroz koreografski rukopis. Muzika, kao osnova pokreta, prilagođava se posredno posebnim zakonitostima televizije, priklanjajući se koreografskom zahvatu koji prati te zakonitosti. Dramska radnja u operi je konkretna osnova celokupnog muzičkog i vizuelnog događanja, a baletski libreto je samo inicijalan za oba ova toka.

Iz zajedničkih odlika opera i baleta koji se prenose na televiziji, adaptiraju ili rade posebno za nju, kao i iz njihovih specifičnosti, proističu karakteristike televizijske muzičke scene, koje, na poseban način mogu da pruže značajne novine baletskom i operском žanru u celini.

Television Opera and Television Ballet: Correspondences and Specificnesse as the Features of the Television music Theatre

The similarity of the opera categories compared to the ballet – stage recording, camera re-work and screen choreography – is very superficial. Music plays a very strong and intensive role in the dramatic development of the opera. However, ballet has a different aspect and feature. The relation between the movement and the camera is being established throughout choreography; music, as a foundation of movements, is being adapted to TV rules following choreography which goes along with these rules. The libretto of the opera is the real basis of the music and visual lines, but the libretto of the ballet is only initial – to both lines.

The characteristics of the television music scene result from the common feature of opera and ballet in their various categories as well as from their specificnesse. In a special was, they can give very important stimulant to the opera and ballet genre, on the whole.

LIVIA PAVLETIĆ

Glazba kao medij

Govoriti o glazbi kao mediju, a u isti tren i najapstraktnijoj umjetnosti znači odrediti barem neke njezine načine pojavljivanja u sferi društvenog djelovanja. Stoga namjera je ovog rada proučiti oblike pojavljivanja glazbe u svečanostima, obredima, ali i u elektronskim medijima, u kojima je ona sveprisutna, ali je njezina važnost smanjena. Oslanjajući se na pojam ethosa i paideje, postavlja se pitanje kolika je danas moć glazbe u razumijevanju i promjeni svijeta.

The Music as Medium

Talking about music as a medium, and at the same moment as a most abstract art means to define at least some of its mode of occurrence in the field of social action. Therefore, the intent of this paper is to study the occurrence forms of music in the ceremonies, rituals, and in the electronic media, in which it is present everywhere, but its importance diminished. Relying on the concept of ethos and paideia, the question today is how the power of music in understanding and changing the world.

ŠPELA PAVLI

Suradnja i permanentna tranzicija u suvremenoj vizualnoj praksi

U svome referatu pokušat ću usporediti radove trojice teoretičara umjetnosti; Smitha, Groysa i Bourriaud i ukazati na permanentnu tranziciju, ne samo unutar vizualnih praksa, nego i u umjetnosti na sebi. Na početku 21. stoljeća na području teorijskog diskursa vlada dosta velika diskrepancija između realne, praktične uloge shvaćanja umjetnosti na jednoj strani i brzo razvijajuće znanosti na drugoj strani. Samo područje istraživanja i interesa znanosti kao što su umjetnost, filozofija, estetika, antropologija i povijest umjetnosti same u sebi, više ne omogućavaju produbljene, sveobuhvatajuće analize situacije na području umjetnosti. Slično kao što se sami producenti umjetnosti udružuju u interdisciplinarnе grupe, koje im omogućavaju djelovanje na širem području Teorije postkapitalističkog svijeta, na isti način neki se teoretičari umjetnosti povezuju sa znanstvenicima iz različitih područja (kibernetika, biotehnologija, ...). Ta sinteza subjekata znanosti može pružiti odgovore na pitanja, koja si danas ne znamo niti postaviti.

Contemporary Share and Permanent Transition in Visual Praxis

My paper is an attempt to compare the works of three theoreticians of art: Smith, Groys, and Bourriaud; trying to focus on permanent transition, not only within the frame of visual practices but in art generally. At the beginning of the 21st century, there is a considerable discrepancy in the field of theoretical discourse between the real, practical role of perception of art and, on the one hand, and the fast developing science and technology on the other hand. The fields of scientific interest and research like art, philosophy, aesthetics, anthropology and history of art by themselves no longer allow for more in-depth, all-encompassing analysis of the state in the field of art. Similarly, like producers of art unite into interdisciplinary groups, enabling them to operate in a wider domain of the theories of post-capitalist world, so should theoreticians of art associate with scientists from different fields (cybernetics, biotechnology, ...). This synthesis of scientific subjects could provide answers to the questions that we, today, cannot even imagine to pose.

ASTRID PAVLOVIĆ

Kako misliti strip? Deveta umjetnost u doba multimedije i mrežnih komunikacija

Upućujući naslovom na prevedene radove Scott McClouda *Kako čitati strip?* (*Understanding comics: The Invisible Art*, 1993) i *Kako crtati strip?* (*Making comic: Storytelling Secrets of Comics, Manga and Graphic Novels*, 2006) te, između ostalih, na neprevedenu knjigu *Reinventing comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form* (2000), rad se bavi stanjem stripa kao umjetnosti i kao masmedija u drugom desetljeću dvadeset prvog stoljeća. Marginaliziran tijekom cijelog svog postojanja, strip se digitalnom dobu prilagođava na specifične načine dovodeći u pitanje svoje primarne oblike zapisa. Poput mnogih drugih umjetničkih formi, strip prolazi tri nove revolucije: kreiranje digitalnim alatima, distribuciju u digitalnom formatu i evoluciju forme u digitalnom okruženju.

How To Think A Comic? The Ninth Art in the Age of Multimedia and Network Communication

How To Think A Comic? seeks to connect the previously translated works of Scott McCloud--*How To Read A Comic?* (*Understanding comics: The Invisible Art*, 1993) and *How To Draw A Comic?* (*Making comic: Storytelling Secrets of Comics, Manga and Graphic Novels*, 2006)--and other titles of comic studies to the non-translated book *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form* (2000). This study engages in comics as art and as mass-media in the second decade of the twenty-first century. Marginalized during their whole existence, comics adjust to the digital era with specific ways taking in question its primary formats. Like many other art forms, comics travel through three revolutions: creation with digital tools, distribution in digital form, and the evolution of its form in a digital environment.

MARIO PERIŠA, MARIN MILKOVIĆ

Fotografija od “sluškinje umjetnosti i znanosti” do autentičnog umjetničkog izričaja

U sklopu rasprave o ‘prirodi’ fotografije kao proizvoda nove tehnologije uvijek se iznova postavlja pitanje, u kojoj se mjeri ona može smatrati umjetnošću . Svođenje fotografije na jedan od segmenata koji je tvore, potječe još od njenih pionirskih dana, odnosno, službene objave fotografije kao izuma 1839. godine. Poznato je Baudelaireovo zgražanje nad činjenicom da bi takvo tehnološko sredstvo kao što je fotografija uopće moglo proizvoditi *Umjetnost* pa fotografiji dodjeljuje tek položaj sluškinje umjetnosti i znanosti. Kamen spoticanja njena poimanja kao umjetničkog izričaja prije svega predstavlja preciznost i vjernost fotografskog prikaza kao objektivnog odraza zbilje . No upravo to, u današnjem svijetu generirane virtualne stvarnosti, može fotografiji podariti dodatnu vrijednost-aureolu istinitosti i nepatvorene umjetničke izražajnosti. Kroz prigodni anketni upitnik razmotrit ćemo percepciju položaja fotografske slike kod današnjeg prosječnog promatrača.

Photography from the “Maid of Art and Science” to Authentic Artistic Expression

As a part of discussion about the ‘nature’ of the photograph as the product of a new technology , one question is being always asked, in which degree can photograph be consider art. Bringing the photograph to the segments that constitute her comes from its pioneering days, moreover, from the official publication of the photograph as an invention in the year 1839. It is known Baudelaire’s outrage over the fact that such technological tool as photograph could even make Art so he assigns to photograph only the position of maid of art and science. Stumbling block to its conception as an artistic expression is primarily a precision and fidelity of photographic representation as an objective reflection of reality.

But this fact, in today’s world of generated virtual reality, can give to a photograph additional value- a halo of truth and genuine artistic expression. Through occasional questionnaire, we will look at the perception of the position of the photographic image with today’s average viewer.

VILIM PLUŽARIĆ

„Re-auratizacija“ estetičkog iskustva upotrebom mimetičke mogućnosti visokovjerne reprodukcije

Sve šire obrađivana teorija Waltera Benjamina o „de-auratizaciji“ umjetničkog djela u procesu mehaničke reproducibilnosti zauzima sve važnije mjesto u suvremenoj teoriji medija i filozofije umjetnosti. Čini se kako se teorija sve više razvija proporcionalno razvoju tehnologije mehaničke, tj. elektronske reproducibilnosti, pa je stoga važno istaknuti sve veći trend paničnog pokušaja „vraćanja“ izgubljene aure djela kroz tehnološki koncept visokovjerne reprodukcije. Visokovjerna reprodukcija za sada je ograničena na audiovizualni segment percepcije, a njezin nagli napredak od kasnog 20. stoljeća do danas (prvo za zvuk, a tek nakon toga za sliku) predstavlja veliki izazov za promišljanje suvremenog odnosa prema umjetničkom djelu.

“Re-Auratization” of Aesthetic Experience by Using Mimetic Capability of High-Fidelity Reproduction

Widely analyzed theory of „de-auratization“ of work of art in the process of mechanical reproduction by Walter Benjamin surely takes its important place in contemporary media studies and philosophy of art. It seems that the theory is evolving proportionally to development of technological means of mechanical ie electronic reproducibility, thus it is very important to highlight a more and more present trend of panic attempts to revive the lost aura of work of art by means of high-fidelity reproduction. High-fidelity reproduction is, at least for now, limited to audiovisual segment of perception, while its rapid development as of late 20th century represents a great challenge for rethinking contemporary attitude towards the work of art.

DEJAN PRALICA

Kultura u informativnom programu Radio-televizije Vojvodine uoči procesa digitalizacije medija

Analiza medijskog diskursa informativnog programa *Radio-televizije Vojvodine* pokazala je da u emisiji *Novosti* na Prvom programu *Radija*, kao i u emisiji *Vojvodanski dnevnik* na Prvom programu *Televizije* postoje prilozi posvećeni kulturi. Cilj ovog rada bio je da pokaže kakav pristup kulturi neguju redakcije na srpskom jeziku višejezičnog javnog medijskog servisa Vojvodine. Jedna od bitnih karakteristika multinacionalne Vojvodine jeste multikulturalizam, koji međutim u potpunosti izostaje u prilogima o kulturi na *Radiju*. Predstojeći period digitalizacije mogao bi da pruži perspektivu i više prostora prilogima o kulturi i umetnosti na pokrajinskom javnom medijskom servisu.

Culture in the News Program of Vojvodina Broadcasting Corporation before the Process of Media Digitization

The media discourse analysis of the news program of Vojvodina Broadcasting Corporation showed that in *Novosti* on *Radio Novi Sad 1*, as well as in *Vojvodjanski dnevnik* on *RTVI*, there are packages about culture. The aim of this study is to show how the Serbian language desk of the multilingual public service accesses the question of culture. One of the important characteristics of multinational Vojvodina is its multiculturalism, which is completely lacking in the culture packages on the *Radio*. The forthcoming period of digitization could provide more space and perspective for the art and culture packages on the provincial public service.

MIROLJUB RADOJKOVIĆ

Implozija umetnosti između 0 i 1

Polazim od Benjaminove teze da treba biti spreman na to da će inovacije promeniti celokupnu tehniku umetnosti i na kraju možda dovesti do toga da se izmeni i sam pojam umetnosti t.j. njeno biće.

Umetnost je sada u sajber-mrežama u kojima preživljava treću fazu simulacije i autentičnosti. U prvoj bila je podređena pravilima mimezisa, u drugoj doživela je šok masovne reprodukcije na industrijski način. Tada je uvučena u kapitalističke tokove trgovine, moći, profita.

U savremenom dobu umetnost više nema autentičnost, nista ne simulira već spada u lebdeće simulakrume u www. Ona dolazi do atomiziranih subjekata koji je ne mogu vezati ni za mesto ni za vreme, jer te kategorije ne postoje u sajber svetu. Zato je umetničko delo izgubilo i svoju auru, jer je ona zavisila od kategorija ovde i sada. Zapravo, postoji mnoštvo njenih aura koje određuju primaoci polazeći od sopstvenog ovde i sada.

The Implosion of Art between 0 and 1

I take as a starting point Benjamin's premise that one should be ready for innovation changing the entire artistic technique and possibly even leading to a change in the idea of art itself, i.e. its being.

Nowadays, art can be found within cyber-networks, surviving through the third phase of simulation and authenticity. In the first phase, it was subjected to the rules of mimesis; the second shocked it with mass reproduction by way of industry. It was then that it was pulled into the capitalist currents of trade, power and profit.

Art has no authenticity in the modern age, it simulates nothing and it belongs to the floating simulacra of the www, instead. It reaches atomised subjects who are unable to tie it to a place and time, since these categories do not exist in the cyber world. This is why the work of art has also lost its aura, since it depended on the categories of here and now. Actually, there is a multitude of its auras defined by the recipients proceeding from their own here and now.

ŽELJKO RUTOVIĆ

Tradicionalna umjetnost u doba multimedije i mrežnih komunikacija

Digitalno doba otvorilo je neslućene mogućnosti izražavanja, percepcije i čitanja umjetnosti. Estetski kriterijumi imanentni modelima tradicionalne umjetnosti transformišu se u novu pojmovnost koja je saobrazna tehnikama brze produkcije i distribucije. Svijet multimrežnih komunikacija i velikih tehnoloških preokreta rezultira metamorfozom samog koncepta i doživljava pojma umjetnosti. Znači umjetnost sve više izlazi iz standarda i okvira tradicionalnih načina izražavanja, tj. estetskih i vrijednosnih pozicija smisla umjetnosti. Van medijske amblematike tradicionalnog linearnog progresa, savremena mrežna znakovnost shodno svojoj ontologiji dekonstruiše usiljena ustrojstva poetika formalizma, uspostavljajući fenomenologiju inovativnog diskursa problemski situiranog u autorefleksiji pluralnosti znaka kao komunikacione monete čovjekovog percipiranja (nad) realnog. Multimedijalna umjetnost neposredna je sa estetskim i komunikacionim konstruktima koji deformulišu posredničke uloge, to je dimenzija otvorenosti i pomjeranja granica viđenih na antipodu predstava o neupitanoj trajnosti.

Traditional Art in the Age of Multimedia and Network Communications

The digital age has opened up enormous possibilities of expression, perception and reading of art. Aesthetic criteria immanent to the models of traditional art transforming into a new conceptuality which is in conformity with the techniques of rapid production and distribution. World of multi-network communications and major technological shift resulting in the metamorphosis of the concept and experience of the definition of art. That means that art is outgoing from the traditional framework of standards and ways of expression, ie. aesthetic and values position of the sense of art. Outside the emblematic of the media traditional linear progress, modern network, according to its ontology, deconstructs forced poetics structure formalism, defining the phenomenology innovative problem-solving discourse situated in the self-reflection plurality as a sign of communication currency of man's perception of (sur) real. The multimedia art is in direct way with aesthetic and communication constructs that reformulating the mediating role, it is a dimension of openness and shifting boundaries seen in the image of the antipode of unquestionable durability.

ADRIANA SABO

Otiš'o je svak' ko valja – Rambo Amadeus, Evrovizija i crnogorski turizam

U radu ću pažnju posvetiti razmatranju pesme *Euro Neuro* Ramba Amadeusa i video spota koji prati ovu pesmu koja će predstavljati Crnu Goru na takmičenju za Pesmu Evrovizije. Kako se umetnik tokom devedesetih godina prošlog veka, postavio kao snažan protivnik muzičkog mainstream-a, želela bih da rasvetlim njegovo učešće na pomenutom takmičenju, u odnosu na teorije medija i popularne muzike. Ovim postupkom je napravio važan korak ka „svetu“ muzičkog mainstream-a koji je ismevao. Analiziraću muzički, tekstualni i vizuelni sadržaj njegove najnovije pesme, te pesme *Glupi hit* (iz 1989, usmerene upravo na parodiranje hitova), čime bih želela da ukažem na činjenicu da je ovaj umetnik „ušao“ u, svakako veoma raznoliko područje muzičkog mainstream-a, zahvaljujući promenama u vizuelnoj prezentaciji pesme, dok je njegov muzički izraz ostao nepromenjen u odnosu na pesme sa početka karijere, kakva je i *Glupi hit*.

Otiš'o je svak' ko valja* - Rambo Amadeus, Eurosong and Tourism in Montenegro

***Anyone who is worth something, went away**

In this paper, I will focus my attention on the latest song by Rambo Amadeus, titled *Euro Neuro*, and it's music video, that are meant to represent Montenegro on the Eurovision song contest. Given the fact that, from the beginning of his career in late 1980's, the main goal of his musical output was to make fun of the musical mainstream, I would like to shed some light on his decision to enter the aforementioned contest, using theories of media and popular music. I would argue that by deciding to do so, he entered the “world” of mainstream that he, up until recently, mocked. I'm going to analyze musical, textual and visual content of his latest song, and of another song, *Glupi hit* (Stupid Hit, in which he mocks musical hits), in order to point out that he entered the field of mainstream thanks to some changes in the visual presentation of the song, whilst his music remained the same as it was in, for example *Glupi hit*.

MIRKO SEBIĆ

Medij je poruka ili medij je telo – filozofija medija i problem tela

Kada su jednom zahvaljujući Marsall McLuhanu mediji proglašeni za čovekove produžetke tada su neminovno dovedeni u odnos naspram tela kao takvog. Istovremeno takozvani *body criticism* (termin je skovala Barbara Maria Stafford još 1993. godine) telo je učinio objektom multidisciplinarnih razmatranja čineći da se preko fenomenologije, psihoanalize, postsrukturalizma, kognitivnih nauka, feminističkih studija na različite načina kritički preispituje značaj i smisao telesnog u našoj kulturi i društvu. Naš tekst obrazlaže tezu da je došlo do *iščeznuća telesnog* zahvaljujući kulturalnoj fragmentaciju i medijskim reprezentacijama tela. Zaključna teza ovog istražvanja je da danas telesno može da bude shvaćeno isključivo kao medijska operacija a da mediji shodno tome imaju neku vrstu konstitutivne telesnosti.

The Medium is the Message or the Medium is the Body – The Philosophy of Media and the Problem of the Body

When in the statement of Marsalla McLuhan media declared as extensions of man then inevitably brought in relationship to Body. At the same time the so-called *body criticism* (a term coined by Barbara Maria Stafford in 1993) the body is made the object of multidisciplinary considerations making it through phenomenology, psychoanalysis, postsrukturalism, cognitive science, feminist studies in a variety of ways critically examines the significance and meaning of the Body in our culture and society.

Our text explains the theory that there has been a disappearance of the body due to the cultural fragmentation and madia representations of the body. Concluding our researches we have argued that corporal can be understood solely through media operations. And that the media therefore becomes a constituent of the flesh/body.

HALIMA SOFRADŽIJA

Posredovana slika svijeta – mediji, umjetnost i tehnologija u umreženom društvu

Izrazite društvene promjene koje nastaju procesom tehniziranja svijeta, a koji je sve više izručen posredovanosti, stvaraju jednu sasvim novu kulturu, novi oblik komunikacije, nove vrijednosti i značenja. Čitav „slikovni mehanizam“ (Zerzan) pokreće se u digitalnom dobu i nepovratno mijenja ljudsku predstavu o stvarnosti, raskrivajući pri tom situaciju gdje „svijet slika postaje slikom svijeta“. U posredovanošću natopljenom društvu (Sloterdijk), zarobljen novom stvarnošću, suvremeni čovjek je sve manje budan da prepozna koliko je tehnička simbolika nadvladala duhovnu, gdje hiperrealnost na sasvim specifičan način razotkriva svoju jednodimenzionalnost.

Mediated Picture of the World - Media, Art and Tehnology in Networked Society

Significant social changes that appear due to the process of technologizing of the world, wich is increasingly delivered to the mediation, create a completely new culture, new form of communication, new values and meanings. The whole „image mechanism“ (Zerzan) is in motion in digital age and transforms human perception of reality, there to uncovering situation when „the world of images becomes the image of the world“. In society saturated with mediation (Sloterdijk), captivated by the new reality, modern man is less and less awake to recognize to what extent this technical symbolics conquered the spiritual, where hyperreality uncovers its mono-dimensionality on a completely specific way.

SANDRA SOKOLOVIĆ, SANDRA SANTRAČ

Mas mediji i perspektive kulturnog identiteta u globalnom društvu

Ovaj rad govori o značaju perspektive kulturnog identiteta koji zavisi od uticaja mas medija, novinarske elite i globalizacije, kao i odnosa između medija i menadžmenta.

Mediji sa sobom nose sve bitne odlike konkretnog socio-ekonomskog sistema. Oni utiču na ukupne socijalne odnose u društvu, čija je struktura neminovno generisala kulturu i novi menadžment, pre svega u masovnim medijima.

Proces globalizacije konceptijski podrazumeva ne samo organizacionu strukturu mas medija već i sistemski novu poziciju menadžmenta pred kojim su veliki izazovi u izgradnji profesionalnih, odgovornih, ekonomski stabilnih mas medija kao i informacionih tehnologija.

Mass Media and Perspectives of Cultural Identity in Global Society

This paper is about of the importance of the perspective of cultural identity that depends on the influence of mass media, journalistic elites and globalization, as well as the relationship between media and management.

Media carry with them all important features of an actual socio-economic system. They influence the general social relations in society, whose structure has inevitably generated culture and new management, first of all in mass media.

The globalization process conceptually implaes not only organizational structure of mass media but also systematically new position of management in front of which are great challenges in the construction of professional, responsible and economically stable mass media as well as information technologies.

TOMISLAV SPAHIĆ

Potencijali razvoja filmskog turizma u Republici Hrvatskoj

U današnjemu svijetu medija film zauzima značajno mjesto. Sedma umjetnost utječe na globalne stavove, raspoloženja i kretanja turista. Filmom potaknut turizam ili filmski turizam definira se kao turističko posjećivanje destinacije ili atrakcije koja je rezultat prikazivanja destinacije na televizijskom, video ili kino ekranu. Film prezentira destinacije na pozitivan način. „Gospodar prstenova“, „Harry Potter“ i drugi filmovi značajno su utjecali na porast broja gostiju u destinacijama na čijim su lokacijama snimani filmovi. Ključni elementi filma zbog kojih gledatelji postaju turisti su estetski dijelovi filma poput scenarija, likova, priče (originalne), glazbe u filmu, glumaca, moralne poruke.

The Potential of Film Tourism in Croatia

In today's world of media, film occupies an important place. The seventh art influences on global attitudes, moods and movements of tourists. The film boosted tourism or film tourism is defined as a tourist destination or attraction visiting, which is the result of displaying on the television, video or cinema screen film presents a destination in a positive way. "The Lord of the Rings," "Harry Potter" and other films are significantly influenced the increase in the number of guests in the destinations of which were filmed in movies. Key elements of the film for which viewers have become tourists are esthetic parts such as film scripts, characters, story (the original), music in film, actors, moral messages.

Multitasking aktualizacija u multimedijskoj umjetnosti

Multitasking u području multimedijске i multimedijalne umjetnosti, posebno u obliku integrativne akcije ili performancea, predstavlja umjetničku aktualizaciju kroz simultano procesiranje, na način dubokog intenziviranja doživljaja kao procesa afektivne individuacije. Za razliku od kompjuterskog multitaskinga, kod kojeg većim brojem površnih aktivnosti slabi koncentracija, tj. pozornost se raspršuje, a pamćenje slabi, multimedijски orkestriranom umjetnošću pozornost se afektivnim doživljajem ukotvljuje u egzistencijalnom uporištu što rezultira organskom memorijom i autentičnošću. Ovom tezom želimo opovrgnuti tvrdnje nekih znanstvenika (primjerice dr.sc. Christine Rosen u napisu „Mit multitaskinga“, dr.sc. Seada Alića u „McLuhan, Najava filozofije medija“ i drugih) koji smatraju da multitasking rezultira opadanjem mudrosti.

Multimedia Art Multitasking Actualization

Multitasking in multimedia and multimedia arts, especially in the form of integrative activities or performances, presents an artistic aktualisation via simultaneous processing by intensifying the experience as a process of affective individualization. As opposed to computer multitasking where a larger number of activities weaken concentration, ie. attention is dispursed, memory is weakened, the affective experience is anchored in an existential supporting by artistic attention which results in an organic memory and authenticity. With this thesis we hope to disallow the findings of other scholars (such as dr. sc. Christine Rosen in her work „The Mythe of Multitasking“, dr. sc. Sead Alić in „McLuhan, Announcement of Media Philosophy“ and others) that claim multitasking results in a loss of wisdom.

MARKO STAMENKOVIĆ

Mrtav toreador

Koji odnos zauzimaju pogled i slika prema jednom revolucionarnom kontekstu? Koju ulogu mogu da imaju pogled (optički i mehanički) i slika (pokretna i nepokretna) u društveno-političkim okolnostima koje nazivamo “revolucionarni pokreti”? Koju ulogu mogu da igraju slika i pogled u savremenim društvenim i političkim pomeranjima koja, pored toga što su prepoznata kao revolucionarna, čine okosnicu u organizovanom i samo-organizovanom, kolektivnom i individualnom, buđenju potlačenih društvenih zajednica? Koje značenje nose vizuelni tragovi (analogni i digitalni) u aktuelnim makro-procesima mobilizacije građana protiv totalitarnih režima širom severnoafričkog i bliskoistočnog podneblja, kao i u globalnoj mobilizaciji savremenog sveta protiv političkih, ekonomskih i etičkih nepravdi? Konačno, koja nam saznanja o mikro-procesima individualnog neslaganja sa društvenim okolnostima mogu ponuditi slika i pogled pojedinca?

El torero muerto

In a revolutionary context, what kind of relationship do image and gaze have toward peoples' movement for freedom? Which role can be taken by gaze (optical and mechanical gazes) and image (still and moving images) within socio-political conditions recognized as “revolutionary movements”? Which role can be played by gaze and image in contemporary social and political transformations that, aside from being recognized as revolutionary, make framework for organized and self-organized, both collective and individual, awakening of oppressed communities? What is the meaning of visual traces (either analog or digital ones) within today's macro-processes of citizens' mobilization against totalitarian regimes across the Middle East and North Africa, as well as of citizens' mobilization around the globe against political, economic, and ethical inequities? Finally, regarding micro-processes of individuals' dissidence toward social environment to which they belong, what kind of knowledge can be deduced by image and glance of a single person?

Performans mas medija: Eurosong kao medijski spektakl

Dejstvo izvođenja u medijalizovanom društvu, postalo je svakodnevnica, a celokupan život satkan od različitih prizora, publika je navikla da dobija putem medija kao poželjni, preporučeni i jedini pravi lifestyle. Medijski spektakl, kao vladajući oblik života prisutan svuda, od najnovijih vesti do reklame, zabave i umetničkih sadržaja putem slike i zvuka neposredno učestvuje u formiranju sociokulturnog života nudeći građu za stvaranje sopstvenog identiteta. Televizija koja je nekada služila za zabavu ili kulturno uzdizanje, sada po Viriliju „mora najpre da stvori svetsko vreme razmena, virtuelnu viziju koja istiskuje viziju realnog sveta koji nas okružuje.“ Ideja ovog rada je da na primeru Eurosonga pokaže kako ovaj medijski spektakl jednom godišnje postaje glavni umetnički performans za većinu evropskih gledalaca.

The Performance of the Mass Media: Eurosong as the Media Spectacle

The effect of performance in media-society, has become an everyday life, and the audience is accustomed to receive the whole life composed of different scenes through the media as desirable, recommended and only true lifestyle. The media spectacle, as the dominant form of life, presented everywhere, from commercials to the latest news, entertainment and artistic content through video and audio is directly involved in the formation of socio-cultural life by providing materials to create their own identity. Television, which, formerly, was used for entertainment or cultural elevation, in the present, toward Virilio “it must first create a world time of sharing, virtual vision that displaces vision of the real world that surrounds us.” The idea of this paper is to show at the example of the Eurosong, how this media spectacle becomes the artistic performance of most European viewers once a year.

MARKO M. ĐORĐEVIĆ, DOBRIVOJE STANOJEVIĆ

Srpska poezija u vreme tranzicije: Između političkog populizma i medijske hiperrealnosti

Politički sistemi u vreme tranzicije kao da nekako raspuštaju poeziju. Kao da je svesnim zanemarivanjem potiskuju van okvira sa kojih ona može da deluje. Sve manje je ima u medijima, a kad je ima, ona je, najčešće, zastupljena svojim dvorskim predstavnicima. Nasuprot tome, poezija, ponekad, žudi da se stavi na raspolaganje politici. Najbolji pesnici, najzad, žele da se ironijski protivstave. Reč je o sukobu političkog diskursa koji odbija biće pesničkog i lirskog diskursa koji nastoji da se pesničkim sredstvima nametne kao važan činilac delovanja u tranziciji. Naizmenični protivnici i saradnici su toliko zaneseni da se neprestano sučeljavaju iz svojih retoričkih busija.

Serbian Poetry during Transition: Between Political Populism and Media Hyperreality

In a manner of speaking, political systems in times of transition seem to dispense with poetry. It appears that intentional neglect pushes poetry outside the framework within which it can be active. It slowly disappears from the media, and the little which still can be found is represented by court poets. Conversely, poetry itself occasionally yearns to put itself at the disposal of politics. Finally, best poets want to make their voices heard through irony. There exists eternal confrontation between political discourse which is adverse to the essence of the poetical, and lyrical discourse seeking to position itself by political means as an important agent in transition. Alternating between adversity and collaboration, they impassionedly take stands behind their respective rhetorical ramparts.

FULVIO ŠURAN

Muzika i mediji s posebnim osvrtom na film

Dvadeseto stoljeće, u skladu s velikim kulturnim i socijalnim promjenama, svjedoči širenju novih oblika predstava, namijenjenih bijegu i zabavi, novih glazbenih oblika. Mijenja se, modificira čak i likovna umjetnost. U odnosu na širenje masovnih medija, multipliciraju se mjesta i prigode glazbene potrošnje te glazbenici preuzimaju nove kompetencije, a sve u ime kulture. No ako kultura pretpostavlja informaciju i sredstva javnog priopćavanja, znači da je informacija, u odnosu prema društvenom čovjeku, uvjet opstanka. Stoga borba za opstanak, u doba masovnih medija je borba za medije mase. U tom je smislu dovoljno pratiti odnos između GLAZBE I FILMA koji postoji s obzirom na povijesni razvoj: od zvuka nijemoga filma do glazbe zvučnoga filma. Može se, ipak, reći da su odnosi između glazbe i filma, možda zbog same prirode njihovoga izražavanja, izričito progresivne i ritmičke, uvijek bili vrlo bliski.

Music and the Media, with Particular Attention to the Film

The 20th century, attuned with the great cultural and social changes, witnesses the spreading of new forms of show, aimed to escape and entertainment, as well as new forms of music, while **figurative art** is changing, too. With reference to the spread of the media, the places and occasions of musical consumption are multiplied while musicians are acquiring new professional abilities. All this in the name of culture. But if we assume that culture is information and the media, then, for the social being, information becomes the very condition of survival. Thus, in this age dominated by the media, the struggle for survival is the struggle for **mass information**. On this point, it is sufficient to follow the relationship between MUSIC and the CINEMA in their historical evolution: from the **soundtrack of silent films**, to **the music of talking films**. However, it must be said that the relationship between music and the cinema, maybe because of the very nature of both, the languages, intrinsically progressive and rhythmic, have always been very close.

NADA TORLAK, NIKOLA TORLAK

Novi mediji – nova pravila i nova recepcija kulture i umetnosti

Nove medijske tehnologije donose nezaustavljive promene kako na medijskom, tako i na umetničkom planu, ali i na celokupnoj društvenoj sceni.. Televizija, Internet, mobilni mediji, I-Pod, deo su svakodnevice koji menjaju način “proizvodnje” informacija, njihovu distribuciju, ali i njihovo dekodiranje.

Krajem devedesetih godina prošlog i početkom ovog veka u diskursu o digitalizaciji i medijskoj produkciji, pojedine autore je zahvatio tehnološki determinizam. Ovakvi tehnološki određeni pristupi su poslednjih godina napušteni, jer tehnologija ne predstavlja silu „sama po sebi“, već se prilagođava i primenjuje u skladu sa već postojećim vrednosnim sistemima, a ti vrednosni sistemi imaju kulturne, društvene i ekonomske korene“ (Örnebring, 2010: 68).

New Media - New Rules and New Reception Area of Culture and Art

New media technologies are bringing unstoppable changes in fields of the media and artistry, but also to the whole social scene. Television, the Internet, mobile media, Ipod...are all part of everyday life-changing way of “production” of information, their distribution, and their decoding.

In the late nineties and at the beginning of this century, during discourse on digitization and media production, some authors were affected by technological determinism. Such technological approaches have been abandoned in recent years, because the technology is not a force “in itself”, but instead, is adapted and applied in accordance with the existing systems of values, and those systems of values have cultural, social and economic roots (Örnebring, 2010: 68).

POLONA TRATNIK

Dva obrata i njihove korelacije: mediji i tehnologija

Rasprostranjenost rasprave o medijima svjedoči složenosti ovoga fenomena i s njime povezanih problema. Poststrukturalisti, kao i učenjaci s područja kulturnih i medijskih nauka, potvrđuju kako medij nikada nije transparentno i neutralno sučelje koje predstavlja postojeću stvarnost. Medij nije posrednik već lokus istine. Tko radi s medijem radi i s istinom. Uz pojam medijskoga obrata, autor spominje i ovakav epistemološki obrat.

Također se sve više raspravlja o tehnologiji. Tehnologija intervenira u “prirodno” i razvija nepostojeće sustave, pa je upitna ultimativna kreativnost ili nalikovanje bogu, npr. u slučaju sintetičke biologije. Autor razmatra uporišta i funkcioniranje suvremene tehnologije te raspravlja po pitanju sve utjecajnije teorije prema kojoj tehnologija nije podređena čovjeku već naprotiv, ljudi postaju dužnosnicima tehnologije. Autor predlaže da se ovakvo što nazove tehnološkim obratom.

Two Turns and Their Correlations: Media & Technology

The widespread debate on media testifies the complexity of this phenomenon and related issues. Poststructuralists, as well as scholars in cultural and media studies have acknowledged that medium is never a transparent and neutral interface, which re-presents the reality existing out there. Medium is no mediator, but the locus of truth. One that operates with medium operates with truth. With the term media turn the author will refer to this epistemological turn.

Furthermore, there is a rise of a debate on technology. Technology intervenes into “natural” and develops the never existing systems, thus ultimate creativity or godlikeness come in question, e.g. in reference to synthetic biology. The author will consider on the levers and functioning of contemporary technology and discuss an increasingly influential theory that technology is not subordinated to man, but vice versa, people have become functionaries of technology. The author will propose this to be called the technological turn.

DUBRAVKA VALIĆ NEDELJKOVIĆ

Kultura u emisijama vesti javnog servisa Vojvodine na jezicima manjina

U radu se prezentuju podaci kvantitativno-kvalitativne analize sadržaja centralnih informativnih emisija na jezicima nacionalnih zajednica objavljenih na javnom servisu Vojvodine (RTV) u novembru 2011.

Cilj analize bio je da utvrdi koliko i na koji način se posvećuje pažnja sadržajima iz kulture u glavnim informativnim emisijama što je po Zakonu o radiodifuziji jedan od osnovnih zadataka javnog servisa.

Gotovo sve redakcije, sa izuzetkom romske, u određenoj meri u informativnim emisijama imaju priloge o kulturi. Multikulturalnosti najviše pažnje poklanjanju u rusinskoj radijskoj redakciji i rumunskoj radijskoj redakciji. U TV redakciji na mađarskom jeziku najviše pažnje se poklanja alternativnim kulturnim pravcima.

Culture in News Programs on Minority Languages of Vojvodina's Public Service

The paper presents data on quantitative and qualitative contents analysis of news programs on national minorities' languages broadcasted by the Vojvodina's Public Service (RTV) in November 2011.

Goal of the analysis is to determine the time and quality dedicated to cultural contents in major news programs, which is one of the primary responsibilities of the public service according to the Broadcasting Act.

Nearly all departments, with exception of the Roma department, broadcast cultural contents in news programs to a certain extent. Ruthenian and Romanian radio departments are the ones that give the most attention to multiculturalism. Hungarian TV department pays the most attention to alternative cultural directions.

NENAD VERTOVŠEK

Umjetnost medijske manipulacije - ljepota iluzije jest u oku promatrača

Budućnost globalnog društva sve više ovisi o budućnosti globalnih medija. U budućoj digitaliziranoj stvarnosti, umjetnost će odražavati masmedijski pogled na smisao i značaj Ljepote u virtualnoj stvarnosti. Je li virtualno i medijsko ispravljanje društva i povijesti istodobno i ispravljanje povijesti umjetnosti, pa čak i umjetnosti same? Virtualna i digitalna ljepota - pomoću tehnika Orwella i vizija Huxley-a – sadrži više istine od postojeće umjetničke ljepote. Suvremeni spektakli od reklama do medijske industrije ljepote i zabave pretvaraju dio umjetnosti u digitalnu distopiju koja ruši tradicionalne i racionalne okvire društva, stvaralačke izraze i sustave vrijednosti. Ljepota i čistoća ekrana i virtualnih slika zamjenjuje taktilne međuljudske odnose, uz novo redefiniranje pojmove istine i umjetnosti. Možemo li doista izdržati zavođenje u smislu Baudrillarda ili baršunaste rešetke Georga Ritzera?

Art of Media Manipulation – Beauty of Illusions is in the Eye of the Observer

The future of global society is increasingly dependent on the future of global media. In the future digitized reality, the art will reflect the mass media views about the meaning and significance of Beauty in virtual reality. Is virtual and media correcting of society and history at the same time correcting the history of art, even art itself? Virtual and Digital Beauty - using techniques of George Orwell and Huxley's vision – contains more truth than the existing artistic beauty. Modern spectacles from advertising to media industry of beauty and entertainment turn of the art in digital dystopia, which breaks the traditional and rational framework of society, creative expressions and value systems. The beauty and purity of the screen and the virtual images replaces the tactile relationships with new redefinition of the concepts of truth and art. Can we really stand in terms of seduction of Baudrillard or velvet bars of George Ritzer?

MIROSLAV VIĆENTIJEVIĆ

Novi mediji i nove umetnosti

Za elektronsku eru u kojoj živimo karakteristična je elektronska umetnost. Zbog svoje nematerijalnosti elektronska umetnost je veoma pogodna za skladištenje, transport, distribuciju i umnožavanje. Jedno elektronsko delo može se gledati istovremeno na raznim krajevima sveta, kao što je to, uostalom, slučaj sa televizijom ili radijom koji spadaju u istu medijsku porodicu. Elektronska dela umnožena u milionskim tiražima stižu do svojih korisnika u identičnoj formi, što im daje karakter demokratičnosti i čime skidaju sa vekovnog pijedestala unikatno umetničko delo kao svojinu povlašćenih. Umnožavanjem dela elektronske umetnosti postaju i jeftinija, dakle dostupnija širokoj populaciji, čime je i misija elektronske umetnosti efikasnija i naglašenije prisutna u svakodnevnom životu.

New Media and new Arts

The electronic era we currently live in, is characterized by electronic/digital art. Being a non-material form of art, it has proved suitable for storing, transmittance, distribution and copying. One electronic/digital artwork can be viewed simultaneously in various parts of the world, as it is the case with television or radio – media which belongs to the same media family. Electronic artworks, multiplied in millions of copies, reach their users in the identical form, the fact that endow them with democratic characteristics, while knocking the unique work of art (being the possession only of the privileged) off its long-lasting pedestal. Being copied and multiplied, electronic artworks become cheaper, that is, more available to the broader circles of population, making the mission of electronic art more efficient and present in everyday life.

MONIKA VREČAR

Konačna smrt autora: Kreativnost u doba informacijskog društva

Pretpostavimo da je kreativnost rezultat unutarnjeg dijaloga kreativnog pojedinca (autora) iz kojega nastaje nova informacija. No kako onda razumjeti kreativnost danas, kada je naša individualna svijest proširena elektronskim medijima i telemetrijski uključena u “globalni mozak”? Sveprisutnost informacijske i komunikacijske tehnologije omogućuje nam da stvaramo nove informacije brže negoli ikad prije i pohranjujemo ih u forme umjetne memorije, u koje može svatko ući. S obzirom na to čini se da je pojam autorstva prevladan, a unutarnji dijalog zamijenjen intersubjektivnim dijalogom. Držeći se teorije medija Viléma Flussera i Marshalla McLuhana, problematiziram novu paradigmu kreativnosti kakva se razvija u dobu informacijske tehnologije.

Final Death of the Author: Creativity in the Age of Information Society

If we assume that creativity is a result of the inner dialogue of creative individual (author), during which he creates an improbable combination of elements (i.e. new information), how can we comprehend creativity today, after we technologically extended our individual consciousness and connected it into a “global brain” via telematics? Prevalence of information and communications technology enables us to create more new information than ever, and allows us to store it in artificial memory, where it could be reused by almost anyone. In the age of ICT, author seems to be superfluous and the inner dialogue has been replaced by interpersonal dialogue. Taken into consideration Vilém Flusser’s and Marshall McLuhan’s theory of media, I will try to problematize new paradigm of creativity, as it is disclosing in information society.

DIVNA VUKSANOVIĆ

Mediji kao umetnost

Tekst istražuje status masovnih i novih medija u savremenom dobu, a u odnosu na domen delovanja i relaciju s tzv. svetom umetnosti. U fokusu teorijskih preispitivanja su, pre svega, vladajući mediji današnjice – televizija i Internet. Gledište koje se ovde problemski tretira jeste sledeće: mogu li se, i na koji način, savremena sredstva komunikiranja, poput televizije i Interneta, u određenom smislu pojma, poistovetiti sa medijem umetnosti. U tom kontekstu ispitivanja, u članku će biti navođeni *pro et contra* argumenti kojim se eventualno „dokazuje“, odnosno kritički preispituje i dijalektičkim sredstvima opovrgava polazna, nereflektovana pretpostavka o tome da se ovi mediji – dakle, televizija i Internet, mogu dovesti u konstitutivni odnos sa svetom umetnosti i da, štaviše, velikim delom preuzimaju njegovu dosadašnju funkciju.

Media as Art

The text explores the status of mass and new media in our time, and in relation to the realm of action and relation with the so-called. world of art. The theoretical focus of the review are, first of all, the dominant media today – television and the internet. The view that the problem treated here is: can television and the internet be, and how, in a sense of modern communication technologies, identified with the medium of art. In this context the study, the article will be cited *pro et contra* arguments which may prove or critically examine and refute the assumption that these media can be linked with the world of art, and partly to take his current position.

TATJANA VULIĆ, DRAGANA PAVLOVIĆ, ZORAN JEVTOVIĆ

Medijski spektakl ili dokumentarnost – označavanje značenja

Posredovanje stvarnosti medijskom proizvodnjom estetizovanih narativa nudi privid izbora, tako da se „prirodno“ i „istinito“ sve češće kreiraju prema zahtevima sve razmaženije i probirljivije publike, koja odrastajući u društvima spektakla i sama postaje deo njih. Značenja koja pridajemo sadržajima poruka koje nas okružuju uslovljavaju i naša reagovanja u širem kontekstu, tako da preuzimanjem medijskih „označenosti“ drugima namećemo sopstvene interpretacije značenja. U doba narastajuće tehnologije zaraženom virusom profita, novi mediji kreiraju simulacije života, ad hoc dokumente „stvarnosti“ koja se menja brzinom frejmova, pretvarajući ubice u oslobodioce, izabrane vođe u diktatore, plodne oranice u zakorovljena polja... U hiperobilju narativnog trasha, infotajmenta, preoblikovanih i fabrikovanih vrednosti, recipijenti vešto spinovanu informaciju konzumiraju kao brzu hranu na kiosku, previđajući kako se dokumentarnost tihim koracima povlači ka marginama, često ostavljajući nedorečene (ne)istine opasne po vladajući establišment. Medijska praksa menja čoveka, ali i svet koji ga okružuje.

Media Spectacle or Documentary – Marking of Meaning

Mediation of reality through esthetic narrative media production offers the demands of spoiled and selective audience, that grew up in spectacle societies and became part of them. Meanings that by downloading media „meanings“ we impose to others our own interpretations of meaning. In the age of growing technology infected with a virus of profit, new media create simulations of life, ad hoc documents of “ reality“ that is changing in the speed of frames, turning killers into liberators, elected leaders into dictators, the fertile fields into weed lands... In abundance of narrative trash, infotainment, changed and fabricated values, the recipients consume skillfully spinned information as fast food, overlooking the fact that documentary is quietly retreating to the sidelines, often leaving unfinished *un(truth dangerous to the ruling establishment. The media practice changes a man, and the world around him.

LJUBOMIR ZUBER, ALEKSANDRA MANDIĆ

Filozofija mas medija kao filozofija našega doba

Savremeno društvo suočeno je sa konstantnom ekonomskom, političkom i medijskom transformacijom, tačnije transformacijom u postmoderno mas-medijsko društvo u kojem je većina socijalnih odnosa posredovana medijima. Vladajuće strukture preko medija, čiji su „vlasnici“, masama nameću stavove, predrasude, ideje koje pojedinac uglavnom neselektivno percipira, misleći da će mu to osigurati bolju budućnost. Međutim, takvo iskrivljeno poimanje stvarnosti, ali one medijske, nametnute, dovodi do napuštanja tradicionalnih shvatanja i obilježja naše kulture i stvaranja novih „vrijednosti“, modela ponašanja, „nove kulture“. Karakter sredstava masovnog informisanja je difuzan gdje pojedinac, grupe, organizacije ili institucije njihovim posredstvom djeluju na javnost. Riječ je o jednosmjernoj komunikaciji, gdje su poruke upućene publici isključivo u funkciji profita, a propagiraju kič, senzacionalizam, dogmatske stavove i konzumerizam.

Mass Media Philosophy as a Philosophy of Our Times

Modern society is faced with constant economic, political and media transformation, namely the transformation of post-modern mass-media society in which are most social relationships mediated by the media. The governing structure are imposing attitudes, prejudices, ideas to the masses via media which they own, so that individuals generally perceive indiscriminately, thinking that that will ensure them a better future. However, such a distorted perception of reality, but one of the media, imposed, is leading to the abandonment of traditional concepts and features of our culture and the creation of new „values“, models of behavior, „a new culture“. The character of the mass media is diffuse, where individuals, groups, organizations or institutions through their effect on the public. This is a one-way communication, where messages are sent to the public exclusively to the profit and propagate pap, sensational, dogmatic views and consumerism.

ADRESAR IZLAGAČA
ADDRESSES OF THE SPEAKERS

SEAD ALIĆ

Centar za filozofiju medija
Petrovogorska 18, 10 000 Zagreb, Hrvatska
www.centar-fm.org
www.seadalic.com
sead.alic@centar-fm.org
098 982 85 92

MARIJA ALEKSIC

maleksic@megatrend.edu.rs
+381 63 77 56 637

VANDA BABIĆ

vbabic@unizd.hr
098/ 63 08 01

BOJAN BLAGOJEVIĆ

reckonning@sbb.rs
+381 62 86 68 258
Blagoja Parovića 12/51, 18000 Niš, Srbija

ALEKSANDRA BOKAN

bokan.aleksandra@gmail.com
abokan@megatrend.edu.rs
+381 62 494 790
Goce Delčeva 8
11070 Novi Beograd, Srbija

JADRANKA BOŽIĆ

jadranka.bozic@nb.rs

jadrankamarija@gmail.com

+381 11 2663 597, +381 65 619 75 52

Bulevar oslobođenja 60, 11000 Beograd, Srbija

ALEKSANDRA BRAKUS

a_brakus@yahoo.com

+381 64 1884 885

Zahumska 11, 11000 Beograd, Srbija

VIOLETA CVETKOVSKA OCOKOLJIĆ

vcvetkovska-ocokoljic@megatrend.edu.rs

+381 64 1314 262

Goce Delčeva 8, 11070 Beograd, Srbija

DRAGAN ČALOVIĆ

calovic_dragan@yahoo.com

+381 64 113 73 40

Goce Delčeva 8, 11070 Novi Beograd, Srbija

NIKOLA DEDIĆ

dedicnikola@yahoo.com

+381 64 489 11 63

Vojvode Mišića 2/8, 18 000 Niš, Srbija

ZLATAN DELIĆ

zlatan.delic@untz.ba

+387 61 511 051

Žarka Vukovića 98, 75 000 Tuzla, Bosna i Hercegovina

SANJA DOMAZET

sanjadam@eunet.rs

+381 11 32 40 821

Resavska 30, 11000 Beograd, Srbija

MIMO DRAŠKOVIĆ

rookie@t-com.me

+382 68 583 622

Dobrota 36, 85330 Kotor, Crna Gora

SOFIJA DRECUN

sofjadrecun@gmail.com

+381 63 19 88 109

Rimska 4, 11000 Beograd, Srbija

MARKO M. ĐORĐEVIĆ

marko.djordjevic@pefja.kg.ac.rs

+381 65 43 34 33

Radovana Simića Cige 7/1, 11 000 Beograd, Srbija

VESNA ĐUKIĆ

www.drzavaikultura.rs

www.policy.hu/djukic

vesna.djukic@gmail.com

+381 63 317 559

Slanački put 78d, 11060 Beograd, Srbija

ANA ĐURKOVIĆ

djurkovicana@yahoo.com

+381 27 52 111

Draž Pavlovića 5, 11000 Beograd, Srbija

TENA FRANJIĆ

tena1franjin@net.hr

091 49 49 203

Mihanovićeve 40, 10000 Zagreb, Hrvatska

LJILJANA GAVRILOVIĆ

fifana@gmail.com

+381 61 1707 317

Krešina 19, Novi Banovci, Srbija

IVANA GREGURIC

ibanez_ivana@yahoo.com

+385 99 619 60 35

Josipa Marohnića 4c, 10000 Zagreb, Hrvatska

FRANK HARTMANN

Bauhaus-Universität Weimar, Germany

frank.hartmann@uni-weimar.de

www.medienphilosophie.net

MIRA HERCIGONJA-SZEKERESC

mira.hercigonja-szekeres@zg.t-com.hr

+385 98 383 860

Kumičićeva 10, 10000 Zagreb, Hrvatska

IRFAN HOŠIĆ

www.labvisual.de

irfan.hosic@labvisual.de

+387 61 81 12 26

Ljubijankićeva bb, Bihać, Bosna i Hercegovina

SMILJKA ISAKOVIĆ

www.smiljkaisakovic.com

smiljkais@gmail.com

+381 64 150 63 63, +381 11 761 72 09

Admirala Geprata 10, 11000 Beograd, Srbija

ŽELJKO IVANKOVIĆ

zeljko.ivankovic@bankamagazine.hr

+385 99 73 35 038

Švearova 9, 10000 Zagreb, Hrvatska

VESNA IVEZIĆ

vesna.ivezic9@gmail.com

+385 98 161 95 05

Vergerijeva 3, Pula, Hrvatska

DRAGANA JOVANOVIĆ

djovanovic@megatrend.edu.rs

+381 63 335 927

Goce Delčeva 8, 11070 Beograd, Srbija

DUŠAN Č. JOVANOVIĆ

urosh7@gmail.com

+381 64 034 07 21

Pančićeva 14/35, 11000 Beograd, Srbija

HRVOJE JURIĆ

hjuric@ffzg.hr

+385 91 57 89 989

Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Odsjek za filozofiju

Ivana Lučića 3, 10000 Zagreb, Hrvatska

ALEKSANDRA KOVAČ
aleksandrakovacmail@gmail.com
+381 62 778 838
Glavna 12, 11080 Zemun, Srbija

ALEKSANDAR LUKIĆ
alukic@bitsyu.net
00381 65 33 20 944
Blagoja Parovića 121/5
11 000 Beograd, Srbija

JELENA MAKSIMOVIĆ
<http://www.filfak.ni.ac.rs/departman-za-pedagogiju/nastavnici-za-pedagogiju/167-dr-jelena-maksimovic.html>
jmaximovic@filfak.ni.ac.rs
+381 64 592 77 00
Bulevar Nikole Tesle 21/15, 18 000 Niš, Srbija

ALEKSANDRA MANDIĆ
sandym_87@hotmail.com
+387 65 080 432
Karadorđeva 16, 71 123 Istočno Sarajevo, Bosna i Hercegovina

LJILJANA MANIĆ
ljmanic@megatrend.edu.rs
+ 381 63 639 626

KSENIJA MARKOVIĆ
ksenijamarkovicart@yahoo.com
+381 2 63 557 512
Vladimira Tomanovića 10/51, 11000 Beograd, Srbija

ZORICA MARKOVIĆ

olla717@open.telekom.rs

Filozofski fakultet, 18000 Niš, Čirila i Metodija br.2

0038118590915 i +381694590 915

LJUBOMIR MAŠIREVIĆ

www.alu.edu.rs/lj-masirevic.html

ljubomir_masirevic@yahoo.com

masirevic@tfzr.uns.ac.rs

+381 65 386 88 57

Miloša Crnjanskog 17, 23000 Zrenjanin

NEDILJKO MATIĆ

clementia@hck.hr

nediljko.matic@gmail.com

+385 98 442 536

Pavla Hatza 28. 10000 Zagreb, Hrvatska

HERTA MAURER-LAUSEGGER

www.kwfilm.com

herta.maurer-lausegger@aau.at

+43 664 133 51 02

Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, Institut für Slawistik,

Universitätsstraße 65-67, 9020 Klagenfurt, Austria

VESNA MILENKOVIĆ

vesna_milenkovic@yahoo.com

+381 64 28 52 733, +381 18 229 722

Bul. Sv. cara Konstantina 41/6, 18000 Niš, Srbija

MIRKO MILETIĆ

www.mirkomiletic.rs

nettlr@ptt.rs

+381 64 257 74 94

Mitropolita Petra 11, 11 000 Beograd, Srbija

NEVENA MILETIĆ

mileticnensi@gmail.com

+381 64 265 71 60

Vlašička 6, 11 000 Beograd, Srbija

SAŠA MILIĆ

scilim@eunet.rs

+381 64 504 99 16

Krajinska 3, 11351 Vinča, Srbija

TATJANA MILIVOJEVIĆ

tmilivojevic@megatrend.edu.rs

+381 69 15 16 381

Goce Delčeva 8, 11070 Beograd, Srbija

MARINA MILIVOJEVIĆ-MAĐAREV

marinamadjarev@yahoo.com

+381 63 76 87 934

Feliksa Kanica 14, 11 000 Beograd, Srbija

MARIN MILKOVIĆ

Medijsko sveučilište Koprivnica, Trg bana Jelačića 6, 48 000 Koprivnica

Rektor

info@medijsko-sveuciliste.hr

MILAN MILOJKOVIĆ

milanmuz@gmail.com

+381 62 880 38 58

Birčaninova 28/15, 11000 Beograd, Srbija

ANGELINA MILOSAVLJEVIĆ AULT

andjelijam@gmail.com

+381 11 382 22 43

+381 60 382 22 43

Bulevar kralja Aleksandra 151, 11000 Beograd, Srbija

SNEŽANA NIKOLAJEVIĆ

snik@eunet.rs

+38 11 124 43 930

Njegoševa 49, 11000 Beograd, Srbija

LIVIA PAVLETIĆ

pavleticlivia@gmail.com

091 513 05 39

Đorđičeva 6, 10 000 Zagreb, Hrvatska

ŠPELA PAVLI

<http://spelapavli.blogspot.com/>

spelapavli@gmail.com

+386 51 603 956

c. Tončke Čeč 71, 1420 Trbovlje, Slovenija

ASTRID PAVLOVIĆ

astrid.nox@gmail.com

+385 98 938 44 11

Ulica grada Vukovara 226 G, 10000 Zagreb, Hrvatska

MILEVA PAVLOVIĆ

drmileva@ikom.rs

+381 63 207 947

Goce Delčeva 8, 11000 Beograd, Srbija

MARIO PERIŠA

mario.perisa@gmail.com

091/6500-737

Jazbinski x, odv.10

10 000 Zagreb, Hrvatska

VILIM PLUŽARIĆ

vilim.pluzaric@gmail.com

091 524 91 10

Zeleni trg 3B, 10000 Zagreb, Hrvatska

DEJAN PRALICA

www.medijскеstudije.org

novisad1748@open.telekom.rs

+381 64 11 27 301

Narodnog fronta 72, 21000 Novi Sad, Srbija

MIROLJUB RADOJKOVIĆ

nanamir@sezampro.rs

+381 63 81 39 779

Šindelićeva 4/7, 11000 Beograd, Srbija

ŽELJKO RUTOVIĆ

zeljko.rutovic@mku.gov.me

+382 69 372 911

Novaka Miloševa 28, 81110 Podgorica, Crna Gora

JELENA J. RVOVIĆ
jelena.rvovic@gmail.com
+381 65 515 10 24
Studentska 1/6, 11080 Novi Beograd, Srbija

ADRIANA SABO
imeprezime259@gmail.com
+381 69 247 25 23
Vojvode Stepe 152, 11040 Beograd, Srbija

SANDRA SANTRAC
www.urbanlogic.edu.rs
sandras@urbanlogic.edu.rs
00387 51 46 59 64
Kozarska br. 27 c, 78 000 Banjaluka

MIRKO SEBIĆ
Fond za razvoj istraživačkog novinarstva i novih medija FORIN
Reljkovićeve 13 a, 21131 Petrovaradin
prizor@eunet.rs
tel: +381 21 6433703; fax: +381 21 521 154
+ 381 (0) 65 8385021
<http://www.mioko.info>

HALIMA SOFRADŽIJA
mima8@hotmail.com
+387 33 618 115
E.Šehovića 18, 71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina

SANDRA SOKOLOVIĆ

www.fgm.edu.rs

sandra.sokolovic84@gmail.com

065 627 11 40

Kozarčeva 99, 11 000 Beograd, Srbija

TOMISLAV SPAHIĆ

tspahic@xnet.hr

098 1941361

Ožujaska 3, 10000 Zagreb, Hrvatska

VESNA SRNIĆ

<http://media-via.net>

vesna.srnic@sb.htnet.hr

+385 098 501 835

Kraljice Jelene 2, 35000 Slavonski Brod, Hrvatska

MARKO STAMENKOVIĆ

<http://ugent.academia.edu/MarkoStamenkovic>

<http://www.cevi-globalethics.ugent.be/>

<https://www.ugent.be/en>

marko.stamenkovic@live.com

+324 74 101134

Ugent, VK Wijsbegeerte, Blandijnberg 2, 9000 Gent, Belgium

SLAĐANA STAMENKOVIĆ

sladjastamenkovic@yahoo.com

+381 63 3233858

Oblačića Rada 24/16, 18000 Niš, Srbija

DOBRIVOJE STANOJEVIĆ

dobrivoje.stanojevic@fpm.bg.ac.rs

FULVIO ŠURAN

fsuran@unipu.hr

+385 91 181 64 67

M. Ronjgova 1, 52000 Pula – Pola, Hrvatska

NADA TORLAK

nadatorlak@gmail.com

+381 63 27/46/45

Goce Delčeva 9, 11 000 Beograd, Srbija

POLONA TRATNIK

www.polona-tratnik.si

polona.tratnik@fhs.upr.si

+386 41 362 228

Savska c. 24b, 1230 Domžale, Slovenija

NINA TRIFUNOVIĆ

ninatrifunovic@yahoo.com

+381 64 1711 803

Topolska 12, 11000 Beograd, Srbija

DUBRAVKA VALIĆ NEDELJKOVIĆ

www.medijskestudije.org.rs

dnvalic@gmail.com

+381 21 455 602

Dr Zorana Đinđića 2, 21000 Novi Sad, Srbija

DENIS VEKIĆ

dvekić@unizd.hr

098/ 94 01 813

Sveučilište u Zadru, Odjel za kroatistiku i slavistiku

Obala kralja P. Krešimira IV. br. 2, 23000 Zadar, Hrvatska

NENAD VERTOVSŠEK
nenad.vertovsek@gmail.com
+385 23 251 210, 091 337 77 76
Stomorica 7, 23 000 Zadar, Hrvatska

MIROSLAV VIĆENTIJEVIĆ
kimicups@vektor.net
+381 63 271 879
Uzun Mirkova 1/3, 11500 Obrenovac, Srbija

MONIKA VREČAR
monika.vrecar@gmail.com
+386 40 601 771
Stagne 21, 4290 Tržič, Slovenija

DIVNA VUKSANOVIĆ
Divnavuk@Eunet.rs
+381 63 83 29 295
Bulevar Zorana Đinđića 26/13, 11070 Novi Beograd, Srbija

TATJANA VULIĆ, DRAGANA PAVLOVIĆ, ZORAN JEVTIČIĆ
<http://www.filfak.ni.ac.rs/departman-za-novinarstvo/nastavnici-za-novinarstvo.html>
tanjakg@filfak.ni.ac.rs
+381 64 8013 357
Ul. Nikole Pašića 39-2, stan 28, 34000 Kragujevac, Srbija

LJUBOMIR ZUBER,
ljubomirzuber11@yahoo.com
+387 66 530 114
Alekse Šantića 1, 71 420 Pale, Bosna i Hercegovina

DONATORI / DONORS



Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta
Republike Hrvatske /

Ministry of Science, Education and Sports of the
Republic of Croatia



Hrvatska turistička zajednica /
Croatian National Tourist Board



Veleučilište u Varaždinu /
Polytechnic of Varaždin

Koncert Damira Imamovića na simpoziju pomogli su:

Domagoj Marušić, Đemil Husić, Goran Vrabec i Ivana Percl.

Izdavači: Hrvatsko filozofsko društvo

Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja

Za izdavača: Nada Gosić & Sead Alić

Urednica: Livia Pavletić

Poslovna tajnica: Mira Matijević

Lektura i korektura teksta na hrvatskom i srpskom:

Mario Rebac

Lektura i korektura sažetaka na engleskom: Mario Rebac

Dizajn naslovnice: Venes Alić & Nora Mojaš

Prijelom teksta: Amir Ahmetašević

Tisak: GRAFOMARK, Zagreb

Naklada: 200 primjeraka

CIP zapis dostupan u računalnome katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 815514

ISBN 978-953-164-165-4 (Hrvatsko filozofsko društvo)

