



# RAMAZANSKOM PROGRAMU VRATITI NJEGOVU DUHOVNOST

Zehra ALISPAHIĆ

## Sažetak

Sa izuzetkom Federalnog radija javni emiteri u Bosni i Hercegovini nemaju kontinuitet u prezentiranju vjerskih sadržaja u okviru svojih programskih shema. Vjerski program u svojim različitim fazama pa i danas na FTV, BHTV i BHR1 predstavljaju sedmične emisije kolažnoga tipa. Ni vodeće neovisne radio i tv stanice danas nemaju stalne emisije koje prezentiraju vjerske sadržaje. Ovakva situacija stavlja znak jednakosti na vjerski i ramazanski program. Analiza ramazanskog programa s posebnim osvrtom na neovisne medije pokazuje nužnost ozbiljnije suradnje između medija i kompetentnih službi Rijasetu Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini kako bi se prezentiranju ramazanskog programa osigurao profesionalniji pristup i bolji efekat na publiku.

Ključne riječi: vjerski program, ramazanski program, javni emiteri, neovisni mediji, publika

Kada su nakon prvih demokratskih izbora velike državne medijske kuće otškrinule vrata vjerskim zajednicama po prvi put u povijesti muslimana ovoga podneblja stekli su se uvjeti da se vjera i vjerski sadržaji putem elektronskih medija prezentiraju javnosti. Istina, u samom početku bilo je mnogo opreza, ali i dostatna doza profesionalizma. Radio i televizijske kuće su pristajale, ne može se kazati rado, realizirati vjerski program, ali da ga uređuju ljudi koji se profesionalno bave novinarstvom, a u izuzetnim prilikama tražila se saradnja Islamske zajednice.

S druge strane Islamska zajednica insistirala je da urednici ovih programa budu ljudi koji imaju teološko obrazovanje ili uz teološko i obrazovanje srodno žurnalističkome zanatu. Na samom početku to su bili timovi sastavljeni od profesionalaca i stručnjaka koje je kandidirala Vjersko-prosvjetna služba Rijaseta Islamske zajednice. U duhu već uzdrmanog komunizma nastajala je emisija kolažnoga tipa koja je dobila ime „Jednoduše“. „Jednoduše“ je, valjda, trebalo reflektirati ideju već poprilično uzdrmanog bratstva i jedinstva Jugoslavije koja se raspadala. Nakon jednogodišnjeg emitiranja ovaj projekat je zaustavljen. Tadašnji Radio Bosne i Hercegovine ideju prezentiranja vjerskog programa ostvario je kroz tri samostalne vjerske polusahatne emisije namijenjene muslimanima, katolicima i pravoslavcima koje su počele sa emitiranjem 1991. godine, petkom za muslimane, subotom za katolike i nedjeljom za pravoslavce. Poseban program se emitirao tokom mjeseca ramazana, za iftar i sehur i tokom bajrama, a kod pripadnika drugih dvaju naroda za njihove blagdane. Transformacijom Radija BiH u Radio Federacije nastavljeno je emitiranje ovih emisija. Emisije uređuju i vode spoljni suradnici Radija koje angažiraju pojedine vjerske zajednice. Ove emisije bilježe kontinuitet do današnjih dana i jedine su emisije koje tretiraju isključivo vjerske sadržaje.

Osnivanjem Radija BiH pokrenuta je jednosatna sedmična emisija kolažnoga tipa koju zajedno rade vjerski službenici triju religija.

Pokušaji tretiranja vjere na televizijskim stanicama bivao je sporadičan i bez kontinuiteta. Nakon što je prestalo emitiranje „Jednoduša“ tokom agresije na Bosnu i Hercegovinu, na državnoj televiziji nastaje praznina. U periodu od 1994. do 1995. godine, snima se serijal od četiri emisije dokumentarnog tipa koje su tretirale pojedine aspekte islama poput čistoće, sedžde... Neki bolji dani dolaze na Federalnoj televiziji od 1996. do 1999. godine, kada je napravljen iskorak sa ramazanskim programom i vjernici su prvi put u okviru iftarskog i sehurskog programa na televiziji mogli slušati ezan, učenje Kur'ana i druge prikladne sadržaje koji su se snimali tim povodom. Bio je to historijski iskorak. Ove aktivnosti su zaustavljene 1999. godine, uz obrazloženje da televizija nije i ne može biti džamija. Deset

Nije dovoljno dva mjeseca prije nastupa mjeseca ramazana tek tako napraviti listu od trideset tema i potom krenuti u potragu za kompetentnim sugovornicima i gostima bez jasnog cilja šta od svake zadate teme želimo postići i koji su to putevi kojima idemo do toga cilja. Rezultat ovakvog pristupa je trougao koji najčešće predstavlja zahtjevnu temu, više ili manje kompetentne goste ili nespretnan spoj gostiju i, uglavnom, voditelje nedovoljno spremne da se suoče sa temom koju su pred sebe ali i pred publiku stavili

godina poslije takvog iskorka Federalna televizija nema posebnog vjerskog programa niti specijalnog vjerskog programa za muslimane tokom mjeseca ramazana. S vremena na vrijeme, ukoliko to ne ometa centralne informativne emisije, puštao se titl sa vaktijom te određeni prikladni dokumentarni sadržaji koji nemaju isključivo karakter vjerskih, poput serijala o sarajevskim turbetima, otvaranju pojedinih džamija i sl. Od 2001. godine, Federalna televizija pokreće emisiju *Mozaik religija* koja je također kolažnog tipa i u ko-

joj pripadnici triju različitih religija prezentiraju svoje vjerske potrebe u nekih desetak minuta. Za sve to vrijeme državna televizija u svom konceptu uopće nema vjerskoga programa izuzmu li se prijenosi bajram-namaza i svećanih misa te emitiranje i repriziranje pojedinih sadržaja koji imaju dokumentarni karakter. Tek od 2005. godine, na BHTV se mogu pratiti *Duhovni mostovi*, emisija kolažnoga tipa koja tretira, ovaj put većinske religije u BiH, i koju producira i realizira Radio Televizija Republike Srpske za program BHT 1. Rijaset IZ-e nije konsultiran i ne sudjeluje u realizaciji ove emisije. Tako javni emiteri sa izuzetkom Federalnog radija nemaju uopće adekvatnog vjerskog programa pa tako niti adekvatne prezentacije mjeseca ramazana. Trebamo li napomenuti da su narodi koji žive na prostoru

Bosne i Hercegovine obavezni pretplatnici RTV pretplate koja im uredno biva zakačena uz telefonske račune, Bošnjaci posebice, te da po važećoj legislativi imaju pravo, a emiteri obavezu, na adekvatnu zastupljenost vjerskog programa na svojim radio i televizijskim stanicama. Svaka ozbiljnija analiza bi pokazala da bi građani Bosne i Hercegovine dobili takvu sudsku parnicu, ali koliko vremena treba proteći pa da se Bošnjaci počnu boriti i na taj način za svoja temeljna građanska prava.

Neovisni mediji čiji broj iz dana u dan raste bilo da je riječ o radio ili tv stanicama, izuzimajući Radio IZ BIR, TV stanicu Igman i neke lokalne tv kuće poput one u Kaknju, uglavnom nemaju specijalne vjerske programe, a u njihovim dnevnim programskim sadržajima kroz informativni i dokumentarni program sporadično se javljaju informacije koje nas obavještavaju o nekim oficijelnim otvorima džamija u okviru protokolarnih aktivnosti Rijasetu IZ u BiH ili pak vijesti o velikim dovištima i mevludima poput Bune ili Ajvatovice. A neovisni mediji, pa valjda su zato i neovisni, bi morali biti drukčiji, morali bi slušati puls svoje ciljne publike, svojih slušatelja i gledatelja, a među njima je sve veći broj vjernika, intelektualaca i onih kojima je jako važno da baš putem medija dobivaju informacije o vjeri. Zašto i neovisni izostavljaju vjerske sadržaje? Zašto se tako brzo prilagođavaju postojećim trendovima? A nije uvijek tako bilo.

Na Radiju Hayat je od 1995. do 1998. godine, emitiran zapažen serijal „*Putevi islama*“. S kraja devedesetih NTV Hayat je, primjera radi, uoči petka emitirao učenje Kur'ana Časnog, prijevod proučenih ajeta i druge prigodne sadržaje. Spomenuti serijal je ekraniziran na istoj ovoj tv stanici. Neki novinari, a među njima treba istaći Adnana Rondića, svoje programe i obraćanja publici počinjali su *Dobar dan! Esselamu alejkum!* Znali smo gledati i neke specijalne emisije povodom mubarek dana i noći ili su se one najavljivale u dnevnoj informativnoj shemi. Doktor Nedžad Grabus je na TV SA dugo vremena radio uspješne dijaloške emisije koje su tretirale aktualna vjerska pitanja i dileme vodeći razgovor sa veoma zanimljivim gostima. A onda su takve pojave, jednostavno, iščezle. Da li zbog političkih oluja i previranja?

Sa neukusom i pomankanjem kulture graniči snimati ljude dok jedu i davati priliku drugima da ih gledaju. O sirotinji i gladnima da ne govorimo, oni nisu bili dio tih ramazanskih sofri i kreacija

O vjeri i vjerskim zajednicama, u ovom slučaju Islamskoj zajednici, intenzivno se govori u vremenu izmontiranih kriza i afera. Tako postoji prava najezda novinara u danima kada treba dobiti izjavu i mišljenje kompetentnih ljudi o zabrani festivala homoseksualaca ili o vjeronauci u vrtićima ili o seksualnom zlostavljanju u mektebu ili o izgradnji zgrade sjedišta Rijasetu IZ u BiH. Takve informacije i prilozi možda i ispunjavaju nužni procenat sadržaja koji samo djelimično imaju veze sa vjerom, ali nikako nisu ono što želi običan konzument-vjernik. I onda nastupa mûk do prvog dolazećeg ramazana. Svaka, pa i površna analiza i uvid u programske sadržaje kazuje nam da ramazanski program jeste ono što ima znak jednakosti sa vjerskim. Odnosno, vjerski program postoji samo u mjesecu ramazanu nakon čega slijedi pauza do narednog ramazana. I stanje postaje mobilno, makar kod neovisnih! Da ne bude zabune! Svaka dobra volja i trud pojedinih medijskih kuća i kolega novinara da ramazanu daju mjesto koje mu pripada na

njihovom mediju, zaslužuje svaku pažnju i pohvalu. Ali trud i želje nisu garancija da smo na dobroj stazi, da ćemo uspjeti sve dotle dok se ne budemo konsultirali i surađivali sa kompetentnim osobama, službama, institucijama, tražili savjete i pomoć, osluškivali publiku, pravili ankete i anali-

ze: šta je bilo dobro u onome što smo uradili, šta nikako nije valjalo, šta moramo promijeniti? Jer nije dovoljno dva mjeseca prije nastupa mjeseca ramazana tek tako napraviti listu od trideset tema i potom krenuti u potragu za kompetentnim sugovornicima i gostima bez jasnog cilja šta od svake zadate teme želimo postići i koji su to putevi kojima idemo do toga cilja. Rezultat ovakvog pristupa je trougao koji najčešće predstavlja zahtjevnu temu, više ili manje kompetentne goste ili nespretna spoj gostiju i, uglavnom, voditelje nedovoljno spremne da se suoče sa temom koju su pred sebe ali i pred publiku stavili. A kada se sve to smjesti, kako je to slučaj već nekoliko posljednjih godina, u restoranski i kuhinjski ambijent (tek ovoga ramazana TV SA se uspjela otrgnuti od tog koncepta i premjestiti se u prostore Svrzine kuće i Muzeja književnosti, a „Kuhinju Tetke Zilhe“ emitirati kao zasebne cjeline i priloge koji samo takvi mogu imati smisla), uz raznolike muzičke nastupe, onda je posrijedi je-

dan revijalni pristup koji smisao ramazana na taj način pretvara u pravu suprotnost. Razgovor za sofrom između tanjura i kuhinjskoga pulta punog skupog posuđa i reklamnih uzoraka piletine, umaka, vrhnja, masla i drugih proizvoda sa kojeg se šire iftarski mirisi, univerzitetski profesori, ljekari, biznismeni, sportisti, političari, umjetnici i ini gosti dio su šarene ramazanske ikebane u kojoj još treba pokusati ili pojesti nešto od pripremljenih jemeka uz obavezne komplimente. Mnogi gosti djeluju i zalutalo i izgubljeno na toj sceni, ali kada se dođe valja i odglumiti. Poučeni takvim iskustvima drugi se u takvim programima nikada neće ni pojaviti. Između bosanske kuhinje i istanbulskog Sheratona, te stalnih prekida za reklamne poruke uvaženi bošnjački alimi stignu nam kazati nešto na kašičici. A ramazanski program traje više od sahat vremena.

Uz drukčiji pristup, uz mudriji pristup, uz profesionalniji pristup čak i u puno manje vremena imali bismo bolju duhovnu, ramazansku gozbu od ove koja nam se servira pretvarajući ramazanske trenutke u njihovu suprotnost a nas u hedoniste. A sa neukusom i pomankanjem kulture graniči snimati ljude dok jedu i davati priliku drugima da ih gledaju. O sirotinji i gladnima da ne govorimo, oni nisu bili dio tih ramazanskih sofri i kreacija. Mnogo bi bolje i efektnije bilo pred sami iftar kompetentnom gostu, alimu dati priliku da održi kraće predavanje, vazi nasihat koje neće biti prekidano nekompetentnim i nepotrebnim voditeljskim upadicama čije opaske, uvodi i digresije nadilaze sve ono što je gost i htio kazati.

Za ovakvo stanje odgovorni smo i sami. Nismo naučili i ne znamo reagirati. Ne možemo pristajati na lažne koncepte. Islamska zajednica

Za ovakvo stanje odgovorni smo i sami. Nismo naučili i ne znamo reagirati. Ne možemo pristajati na lažne koncepte. Islamska zajednica sa svojim službama i odgovornim licima mora postaviti jasne standarde, ali i dati adekvatnu pomoć u procesu njihove realizacije. Medrese i islamski fakulteti širom Bosne i Hercegovine moraju kao jedan od svojih prioriteta uvesti predmete komunikologije i organizirati stručne seminare i radionice koje će mlade profesore teologije, religijske pedagogije i imame osposobiti za javne nastupe i pripremiti ih za susret sa medijima

sa svojim službama i odgovornim licima mora postaviti jasne standarde, ali i dati adekvatnu pomoć u procesu njihove realizacije.

Medrese i islamski fakulteti širom Bosne i Hercegovine moraju kao jedan od svojih prioriteta uvesti predmete komunikologije i organizirati stručne seminare i radionice koje će mlade profesore teologije, religijske pedagogije i imame osposobiti za javne nastupe i pripremiti ih za susret sa medijima. Islamski fakulteti bi trebali odgajati vlastiti kadar koji će biti spreman u najskorije vrijeme preuzeti uređivanje, vođenje, osmišljavanje i realizaciju vjerskog programa kako na državnim tako i neovisnim medijima. Ove aktivnosti moraju poduzeti i muftijstva i medžlisi. Jer dobro educirani i istrenirani kadrovi nikad svoj razgovor sa liderom Islamske zajednice u Bosni i

Hercegovini kao prvi intervju u okviru ramazanskog programa sigurno neće počinjati pričom o mirisu somuna, ili hoće, ali nekako usput, niti će travničkog muftiju magistra, profesora fikha u travničkoj medresi najaviti riječima: sa nama je večeras Nusret Abdibegović iz Travnika, selam, idu reklame (Loreal). A priča o toleranciji sa mr. Ahmetom Alibašićem, u najmanju ruku, neće biti umočena u hurmašice sa pekmezom!

Na koncu, nije nužno da ramazanski niti vjerski program uopće bude tako strogo pakovan i odvojen od drugih programskih sadržaja,

nije nužno da traje sat ili dva, ali jeste nužno da bude biran, osmišljen, da nosi poruku i da educira. Kada bi i drugi sadržaji makar u mubarek ramazanu bili malo pažljivije birani, kada bi bilo manje nasilja i gotovo pornografskih scena, kada bi se povelu više računa o primjerenijoj muzici i spotovima sve bi imalo više smisla u ovom blagoslovljenom mjesecu.

## Summary



## Restoring spirituality to the Ramadan Program

Zehra Alispahić

With the exception of the Federal Radio, the public broadcasters in Bosnia and Herzegovina lack the continuity in presenting religious content in their programming. In their different phases and even today, the religious programs on FTV, BHTV and BHR1 are represented by weekly variety programming. Today, even the independent radio and TV stations do not have regular programs which broadcast religious content. This situation is identical when it comes to both, the religious and Ramadan programming. The analysis of the Ramadan program, with a special look at the independent media, shows the necessity for more serious cooperation between the media and the competent agencies within the Islamic Community in Bosnia and Herzegovina, so that the Ramadan program could be assured of a more professional approach and thus, have a better effect on the public.

KEY WORDS: religious program, Ramadan program, public broadcasters, independent media, public

1 . . . . .

.

لا تتمتع محطات البث العام في البوسنة والهرسك بالاستمرارية في عرض المضامين الدينية ضمن خطط برامجها، باستثناء الإذاعة الفدرالية. إن التلفزيون الفدرالي والقناة الأولى لتلفزيون البوسنة والهرسك والقناة الأولى لإذاعة البوسنة والهرسك تقدم البرنامج الديني في مختلف مراحل على شكل برامج أسبوعية ذات نمط برامج متنوعة. كما أن محطات التلفزيون والراديو المستقلة الرئيسية ليس لديها برامج دائمة بمضامين دينية. وبذلك فإن هذه الحالة تضع إشارة المساواة على البرنامج الديني والبرنامج الرمضاني. وتشير تحليلات البرنامج الرمضاني، وخاصة في وسائل الإعلام المستقلة، إلى ضرورة التعاون بين وسائل الإعلام والدوائر المختصة في رئاسة المشيخة الإسلامية في البوسنة والهرسك، من أجل توفير تعامل احترافي لعرض البرنامج الرمضاني، ولتحقيق نتائج أفضل للجمهور.

. البرنامج الديني، البرنامج الرمضاني، محطات

البث العام، وسائل الإعلام المستقلة، الجمهور.

## RELIGIJSKI FOLKLOR

### Sažetak

Tekst govori o religijskom folkloru kroz prizmu medijske kulture i njenih manifesta. Naglašava spektakl i ceremonijalnost, kao i manipulativni karakter svojstven ovom fenomenu. Potencira afirmaciju medijske pismenosti i jačanje medijskih kapaciteta kao moguće načine prevazilaženja negativiteta koje sa sobom nosi fenomen religijskog folklor.

Ismet BEĆAR

### Religijski folklor, oruđe medijske kulture

*Ostavi one koji vjeru svoju kao igru i zabavu uzimaju, i koje je život na ovom svijetu obmanuo, a opominji Kur'anom da čovjek, zbog onoga što radi, ne bi stradao, jer osim Allaha – ni zaštitnika ni posrednika neće imati i jer se od njega nikakva otkupnina neće primiti. Oni će, zbog onoga što su radili, biti u mucu zadržani; njih čeka piće od ključale vode i patnja nesnosna, zato što nisu vjerovali. (El En'am 70.)*

Popularno je u posljednje vrijeme koristiti izraz - kriza, s namjerom da se naglasi očigledna prijetnja svoj lagodnosti naših potrošačkih života. Histeričnu bojazan i sumnju u izvjesnost kapitalističkog blagostanja dodatno razdražuju apokaliptične prognoze kojim se predviđa slom liberalne ekonomije te značajan porast bijede i siromaštva. Pri tome se u većini analitičkih i teorijskih studija zanemaruje stanje ljudskog duha, koji je podloga svih društvenih procesa. Opći deficit spiritualiteta i dekadencija čovjekovog razvoja u tom smjeru očituju najsuptilniju čovjekovu krizu – krizu duha, koja olahko ne otkriva svoju središnju tačku i koja se zbiva u carstvu varki i opsjena.

Kriza religijske svijesti i znanja, te pojačana ekspanzija sekularne religijske svijesti, upućuju na uzroke psihosocijalnog košmara i kod nas. Zaobići svu količinu društvenog zla koje svjedočimo i pri tome poricati duhovnu agoniju Bošnjaka, značilo bi uzmicanje prema sopstvenim iluzijama i samoobmanama. Stoga, svaki pokušaj ignoriranja našeg duhovnog urušavanja, neuvjerljivo argumentiranog kontinuiranom višedecenijskom komparacijom prilika iz prošlog i današnjeg političkog sistema, zaslužuje grubu osudu. U tom smislu, posebno je indikativno i to da Bosanski Muslimani u najnovijem dobu svoje etnogeneze, vjersku i političku slobodu uživaju već dvadeset godina, i nikako da ju iskoriste. Hronična predožiranost iluzijama od koje stoljećima pate Bošnjaci i njihove glavešine, svakako podsjeća na Kunderinu<sup>1</sup> „opijenost slabošću“. Mi smo dakle, svjesni svoje slabosti, ne želimo da joj se suprotstavimo, već da joj se predamo. Opijeni smo sopstvenom slabošću, i želimo biti još slabiji, želimo se srušiti na trgu, pred svima, želimo da budemo dolje i još niže.

<sup>1</sup> Milan Kundera, Brno, 1. april 1929. – češko-francuski književnik.

Ova neobična mazohistička tlapnja ispoljena u zajedničkoj nam religijskoj, društveno-političkoj, kulturnoj i intelektualnoj anaksioznosti, s vremenom se transformirala u posebno učinkovit mehanizam bijega od stvarnosti – religijski folklor. Nepopularno je govoriti o religijskom folkloru, jer teološki formalizam i duhovna eksploatacija sve više postaju norma ponašanja. Međutim, nemoralno je šutjeti o religijskom folkloru, ako ni zbog čega, onda zbog napora da se konačno oslobodimo hrđavog ukusa, ispoljenog u težnji da se slažemo s mnogima.

Koristeći raznovrsne blagodati medijske kulture, religijski folklor u svojoj plagijatorskoj scenografiji, naš je surogat dobročinstvu, djelu, akciji, zajedništvu, te stvarnoj i potrebnoj nam harmoniji duha i tijela, i svega što nas okružuje, polovično i krivotvoreno objedinivši mnoge izvorne vrijednosti od kojih smo otpali. Religijski folklor predstavlja javni manifest našeg kolektivnog ignoriranja duhovnog bezdana u koji poniremo, duboko u svoj karakter utjelovljujući ceremoniju i spektakl, varku i opsjenu.

### Religijski folklor – industrija iluzija

Do pojave modernih tehnologija komunikacije, fenomen religijskog folkloru stidljivo se manifestirao u obliku običajne norme, međutim naoružan oruđima medijske kulture religijski folklor čini sofisticirano sredstvo manipulacije: s uvođenjem i naglim razvojem sredstava masovnog komuniciranja, buržoaziji je otvoren još jedan novi put eksploatacije već eksploatiranih masa. No, ovoga puta to nije samo materijalna eksploatacija nego i duhovna.

Tehničari-specijalisti konstruirali su medije (film, radio, TV), a sada duhovni specijalisti kreiraju iluzije kao robu i stvaraju novu vrstu industrije – industriju iluzija. Svrha te industrije iluzija, osim proizvodnje viška vrijednosti, jeste da potlačenim masama istjeraju iz glava otpor i praktične posljedice otpora – klasnu borbu. Ove opasnosti koje sa sobom nosi "kulturalna industrija" među prvima su izuzetno dobro osjetili i analizirali Max Horkheimer i Theodor Adorno.<sup>2</sup>

Medijska kultura predstavlja sistem kulture koji funkcioniše shodno različitim industrijskim vrstama. Ima svoje žanrove i podžanrove, koji njeguju vlastite principe proizvodnje, igrajući po sopstvenim pravilima. Bez predstava medijske

<sup>2</sup> Komuniciranje i ideologija, dr. Emina Kečo, SOUR "Veselin Masleša", 1986.



kulture, religijski folklor u svim svojim pojavnim oblicima zauvijek bi ostao u sjeni, bez mogućnosti da se ispolji tako agresivno kao što je to slučaj s njegovom vizuelnom i auditivnom ekspanzijom. Predstave medijske kulture vrlo uspješno demonstriraju svoju moć. One dramatičiraju i legitimiziraju moć postojećih sila, pokazujući tako slabijima da pristanu i uklope se u postojeće stanje, ili im prijeti izolacija.<sup>3</sup>

Koristeći raznovrsne blagodati medijske kulture, religijski folklor u svojoj plagijatorskoj scenografiji, naš je surogat dobročinstvu, djelu, akciji, zajedništvu, te stvarnoj i potrebnjoj nam harmoniji duha i tijela, i svega što nas okružuje, polovično i krivotvoreno objedinivši mnoge izvorne vrijednosti od kojih smo otpali. Religijski folklor predstavlja javni manifest našeg kolektivnog ignoriranja duhovnog bezdana u koji poniremo

Nekritičko veličanje vlastitih poduhvata najautentičniji je atribut spektakla: „Spektakl je neprestani govor vladajućeg poretka o samom sebi, njegov neprekidni monolog samouzdanja, autoportret tog poretka u fazi njegove potpune dominacije nad svim aspektima života. Svi mediji preporučuju se vladarima postojećeg poretka kao sredstvo za sprovođenje posebnih oblika upravljanja.“<sup>5</sup>

Kako je religijski folklor neodvojiv substitut medijske kulture, važno je znati identificirati njegove diskurse, slike, likove i simboličke forme. Prvim pravim početkom emancipiranog i masovno-industrijskog folkloru u Bošnjaka, mogao bi se okarakterizirati prvi i antologijski koncert ilahija i kasida, održan u martu 1990. godine, u Olimpijskoj dvorani Zetra, u Sarajevu. Hor Gazi Husrev-begove medrese i interpretatorka sevdalinke Zehra Deović, donijeli su pravu revoluciju u fenomenologiju kolektivnog ushićenja Bošnjaka. Sevdalinke su izvodili: Safet Isović, Hanka Paldum, Muaz Borogovac, Zekerijah Đezić i Omer Pobrić.

### Religijski folklor između spektakla i manipulacije

Kako primjer i ilustruje, religijski folklor bitno određuju spektakl i manipulacija. Spektakl nužno zahtjeva opsjenu i varku: Kada se stvarni svijet preobrazi u puke slike, puke slike postaju stvarna bića, koja efikasno podstiču hipnotičko ponašanje. Pošto je zadatak spektakla da nam putem različitih specijaliziranih oblika posredovanja pokazuje svijet koji više ne može biti direktno doživljen, on neminovno na prostoru kojim je nekada vladao dodir, daje prednost pogledu: „Najapstraktnije i najnepouzdanije čulo najbolje se prilagođava opštoj apstraktnosti sadašnjeg društva. Ali, spektakl nisu samo slike, niti samo slike i ton. To je sve što izmiče čovjekovoj aktivnosti, sve što ometa i zavarava njegovu sposobnost preispitivanja i korekcije. To je suprotnost dijalogu.“<sup>4</sup>

Fenomen nekritičkog i populističkog veličanja simbola religijskog folkloru i podilaženja u primjeni kulturnih sadržaja užitku raskalašene publike, u svom ekstremnom obliku najčešće dovodi do populističkog i pretjerano pozitivnog stava prema doživljaju publike, po principu - daj svjetini šta traži! U takvim okolnostima najčešće se gube iz vida manipulativna dejstva određenih tipova medijske kulture i onih grupa koje koriste industriju kulture za promoviranje sopstvenih gledišta i interesa, na jedan posve neprimjetan način: „U manipulaciji se ne teži dokazivanju, tj. razmjenjivanju mišljenja, već njegovom nametanju. Manipulacijom se želi na silu prodrijeti u nečiji duh da bi se tamo usadilo neko mišljenje ili ponašanje, a da čovjek nije svjestan prisile. Sve je u tom činu, koji sam od sebe krije svoju manipulatorsku prirodu. U tome je njegova suštinska agresivnost. Zaista za razliku od fizičkog nasilja koje izaziva eksplicitno očiglednu reakciju, psihološka ili kognitivna prinuda uspješna je zbog svoje prikrivenosti.“<sup>6</sup>

Ovakav način usmjeravanja sadržaja medijske kulture kroz naglašavanje pojedinih simbola religijskog folkloru, kod primitivne mase mobilizira suosjećanje, emocije, percepciju, i osigurava saglasnost s određenim, za manipulatora strateški važnim pozicijama.

### Medijskom pismenošću protiv kulturološkog materijalizma

Skoro preovladavajuće mišljenje je, da je cjelokupna masovna kultura nižerazrednog kvaliteta, te da ide ka zaglupljivanju mase svojih

3 Medijska kultura, Daglas Kelner, Clio, Beograd, 2004.

4 Guy Debord, Društvo spektakla – komentari društva spektakla, prijevod Goran Vujasinović, Arkzin d.o.o, Zagreb 1999., teza 18.

5 Ibid, teza 24.

6 Izmanipulisana riječ, Filip Breton, prijevod Marijana Ivanović, Clio, Beograd 2000.

pasivnih konzumenata.<sup>7</sup> Činjenica je da je naša kultura medijska kultura, te da su mediji uspješno kolonijalizirali kulturu. Sredstva masovne komunikacije zamijenila su ranije vidove kulture kao što su knjige ili usmeno izražavanje. Živimo u svijetu u kojem mediji dominiraju slobodnim vremenom i kulturom. Otuda, medijska kultura predstavlja dominantni oblik i centar kulture savremenog društva.

Međutim, hrabro bi bilo priznati da svi pokušaji prevazilaženja krize duha našeg društva, i predstavljanje Bošnjaka kao apsolutnih i neprikosnovanih pobjednika, nominiranih u ekstazi inkvizicije kiča i religijskog folklor, jesu simptom očigledne nesposobnosti prihvatanja poraza. Svi ti raskošni sadržaji religijskog folklor simbolička su kompenzacija za

<sup>7</sup> Ovaj stav prvobitno je utemeljila frankfurtska škola, a autor studije "Medijska kultura" Daglas Kelner tretira ga problematičnim i poziva na sagledavanje kritičkih i ideoloških momenata u čitavom spektru kulture, izbjegavajući pri tome primjenu kritičkih elemenata isključivo na klasičnu kulturu.

Medijska pismenost i kritička nastrojenost prema sopstvenoj kulturi način su da se suprotstavimo manipulativnim silama u postojećoj društvenoj strukturi, a krizi duha umjesto religijskog folklor ponudimo kvalitetnu alternativu. Zajednica će ukoliko želi, značajnije utjecati na mišljenje i ponašanje, energiju posvećenu svirkama i teferičima morati preusmjeriti na jačanje svojih medijskih kapaciteta, u svrhu kvalitetnije promocije i zaštite svojih interesa

naš kolektivni gubitak, stid i osjećaj krivice. Medijska pismenost i kritička nastrojenost prema sopstvenoj kulturi način su da se suprotstavimo manipulativnim silama u postojećoj društvenoj strukturi, a krizi duha umjesto religijskog folklor ponudimo kvalitetnu alternativu.

Zajednica će ukoliko želi, značajnije utjecati na mišljenje i ponašanje, energiju posvećenu svirkama i teferičima morati preusmjeriti

na jačanje svojih medijskih kapaciteta, u svrhu kvalitetnije promocije i zaštite svojih interesa. Svi ti pokušaji za sada su omeđeni nemarom u pogledu opstanka i razvoja prvog elektornskog medija IZ-e, čiji rad se finansira sergijama i kojekakvim sličnim iznudama. Spotičemo se još i o neumjesne kolumne naših vječitih zapitanika, neumornih tragalaca za Svetim Gralom, koji nam svako petnaestak dana otkrivaju friške tajne bića, prirode, i društva, naravno u samo njima svojstvenom halucinantnom intenzitetu.

Summary



RELIGIOUS FOLKLORE



Ismet BEĆAR

ä

The text discusses religious folklore through the prism of media culture and its manifestations. It also emphasizes the spectacle and the ceremoniality as a manipulative character distinctive of this phenomenon, as well as the affirmation of media literacy and the strengthening of media capacities as the possible ways of overcoming the negativity that is part of the phenomenon of religious folklore.

يتحدث المقال عن الفولكلور الديني عبر عدسة الثقافة الإعلامية ومظاهرها. ويركز على المشاهد الاستعراضية والاحتفاليات، ويتطرق أيضا إلى سمة التلاعب التي ترافق هذه الظاهرة. كما يركز على تعزيز المعرفة الإعلامية وتقوية الطاقات الإعلامية باعتبارها أساليب ممكنة للتغلب على السلبات المصاحبة للفولكلور الديني.

## **MEDIJSKA PISMENOST IMAMA**

Muhamed JUSIĆ

### Sažetak

Medijska pismenost (*media literacy*) je dio komunikologije, koja se sve više razvija kao posljedica šoka od komunikacijske revolucije i globalnih medijskih trendova. Danas se ovaj obrazovni proces definira kao "sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija" i u većini razvijenih zemalja svijeta je sastavni dio nastavnog procesa. Ta društva ne ostavljaju pojedincima da se samostalno brinu i nesistemske snalaze u stjecanju tih znanja, nego potiču različite društvene strategije „medijskog opismenjavanja“, slijedeći pozitivne međunarodne primjere i preporuke.

Autor sugerira da u odsustvu inicijative države da počne raditi na polju „medijske pismenosti“ njenih građana, IZ zbog osjetljivosti medijskog imidža imama i neophodnosti korištenja medija i novih komunikacijskih tehnologija u uspješnom obnašanju imamske misije u XXI stoljeću, naročito sa mladima, treba napraviti prve korake ka uvođenju principa „medijske pismenosti“ u svoj obrazovni proces. Također, on ostavlja mogućnost da se u sklopu jedne šire strategije odnosa sa javnošću/ javnostima Islamske Zajednice u BiH počne kroz specijalističke seminare (kakvi su sa drugim temama već redovni u IZ) počne raditi na „medijskom opismenjavanju“ već angažiranih imama, vjeroučitelja, pa čak i džematlija.

**M**edijska pismenost (*media literacy*) je dio komunikologije, koja se sve više razvija kao posljedica šoka od komunikacijske revolucije i globalnih medijskih trendova. To je pojam koji se u svijetu koristi već neko vrijeme, a definiran je na Konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine (National Leadership Conference on Media Literacy, 1992) kao "spodobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija" (Aufderheide, 1992). Prema mišljenju Nade Zgrabljic-Rotar (Zgrabljic-Rotar, 2005): „ova definicija je usmjerena na koncept medijske pismenosti koji polazi od medija kao pozitivnih izvora informacija i zabave, a za njih treba usvojiti ili osvijestiti mnoga različita znanja i vještine. Razvijena društva ne ostavljaju pojedincima da se samostalno brinu i nesistemske snalaze u stjecanju tih znanja, nego potiču različite društvene strategije medijskog opismenjavanja, slijedeći pozitivne međunarodne primjere i preporuke. UNESCO je još sedamdesetih godina prošloga stoljeća potaknuo pitanje obrazovanja za medije. Temeljeći ideju na važnosti koju mediji imaju u životu pojedinaca i porodice, zatražili su da se na međunarodnom nivou sastanu naučnici kako bi istražili načine uključivanja medijskog odgoja u obrazovne sisteme svih razvijenih, pa i manje razvijenih, zemalja.“

I dok u brojnim društvima svijeta, uključujući i naše okruženje, država, uviđajući svu ozbiljnost problema „medijske pismenosti“, kroz svoj obrazovni sistem radi na „medijskoj edukaciji“ građana, kod nas su građani prepušteni sami sebi da se nose sa fenomenom ekspanzije medija. U državama kao što su: Australija, Finska, Danska, Kanada, Mađarska, Njemačka, Norveška, Irska, Slovenija, Švedska i Velika Britanija, medijska pismenost je dio nastavnog plana i programa. U nekim drugim zemljama postoji minimalna uključenost medijske pismenosti u školske časove: kao što su susjedna Hrvatska, Austrija, Holandija ili SAD.

U odsustvu državne inicijative koja bi za cilj imala „medijsko opismenjavanje“ građana, IZ i Ilmija bi mogle zbog osjetljivosti medijskog imidža imama i činjenice da oni sve češće i mimo svoje volje postaju, nerijetko zlonamjerno,

uvučeni u medijske vode, ali i radi uspješnosti njihove misije, poduzeti prve korake na dodatnom upoznavanju sadašnjih, a naročito budućih imama i vjeroučitelja, sa principima „medijske pismenosti“. Bilo da se to radi kroz nastavni plan i program obrazovnih institucija IZ ili kroz specijalističke seminare, ima dovoljno prostora da se ne čekajući društvo i državu da to urade sa svim građanima još u godinama obaveznog obrazovanja, kod imama razviju „spodobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“.

Naravno, trebamo napomenuti, a kao što se vidi i iz uvoda, da se „medijska pismenost imama“ ne postavlja kao jedini imperativ za nas, nego da se to odnosi na sve slojeve društva, pa čak i na djecu. Ali, tema foruma nas navodi na to da akcenat stavimo na odnos imama i medija, odnosno ljudi koji u kontaktu s javnošću predstavljaju islam i IZ. Raditi na konceptu „medijske pismenosti“ imama ne znači nastojati da se od imama napravi novinar, nego razvijati refleksivne i produktivne sposobnosti za korištenje medija, te razvijati analitički i kritički pristup medijskim sadržajima.

Već dugo vremena, neophodnost poznavanja medija i novih tehnologija nije samo za uski krug specijaliziranih zvanja. Mediji su postali dio naše svakodnevnice i oni već dugo vremena „ne odražavaju našu stvarnost, nego je konstruiraju“.

Uzme li se u obzir značajna uloga koju imami obavljaju u našem društvu i utjecaj koji imaju u narodu, gdje se nerijetko od imama traži da naročito među slabije obrazovanim džematlijama i u ruralnim sredinama bude tumač događaja u duhu islamskih vrijednosti, od suštinske je važnosti da imam ima sposobnost analitičkog, kritičkog i kontekstualnog razumijevanja vijesti i događaja o kojima obično informaciju dobije samo preko medija. Uzmemo li u obzir da je u većini naših džemata trend da se hutba koncipira tako da bude „aktuelna“ tj. da se bavi trenutnim događajima, a ne samo univerzalnim moralnim porukama ili tradicionalnim vjerskim naukom, postaje nam jasno zašto je u današnjem vremenu nezamislivo imati uspješnog imama koji ne barata osnovnim vještinama „medijske pismenosti“ ili ga prepusti-

IZ i Ilmija bi mogle zbog osjetljivosti medijskog imidža imama i činjenice da oni sve češće i mimo svoje volje postaju, nerijetko zlonamjerno, uvučeni u medijske vode, ali i radi uspješnosti njihove misije, poduzeti prve korake na dodatnom upoznavanju sadašnjih, a naročito budućih imama i vjeroučitelja, sa principima „medijske pismenosti“

ti da samostalno stiče te vještine. Da ne govorimo o tome kako je već sada u bh. društvu, da bi se stekla tačna slika čak i o svakodnevnim događajima i da bi se prikupile najosnovnije informacije iz dnevne štampe, neophodno poznavati sve od vlasničke strukture novine do ličnih razmjerica među akterima pojedinih „sarajevskih krugova moći“. Kod budućih imama, ali i onih koji to već jesu, mora se razvijati svijest o tome da današnji mediji žude za senzacionalnošću i da su rijetki oni koji vijest provjeravaju i koji razmišljaju o posljedicama koje netačne vijesti ili medijske konstrukcije mogu imati po nečiji privatni život i profesionalnu karijeru. U tom smislu, svaki postupak imama koji se na bilo koji način može dovesti u vezu sa neprimjernim ponašanjem s obzirom na poziciju koju oni imaju u društvu, za većinu je medija senzacija i oni će je rado iskoristiti. Kako mediji dobijaju na značaju u svjetskoj, ali i lokalnoj ekonomiji, tako se naglasak premješta sa njihove kulturne i obrazovne dimenzije na ekonomsku. O tome šta je ispravno, a šta ne, sve manje se u svijetu medija govori. Trka da se bude prvi, koji je nešto saopćio daje prednost brzini preuzimanja informacija nad tačnošću, provjerom činjenica i upotrebom većeg broja izvora.

Mediji nisu ni dobri ni zli, oni su ono što mi od njih napravimo

Osim toga etnička i vjerska „naelektrisanost“ ovih naših medijskih prostora još više svjetla stavlja na imame čiji se svi postupci, naročito u islamofobičnom svijetu nakon 11. septembra, pokušavaju prikazati u kroz prizmu „islamske prijetnje“ s ciljem produbljivanja brojnih stereotipa o muslimanima.

Nadalje, poznavanje komunikacijskih tehnologija i komunikacijske prakse postali su temelj za uspjeh misije IZ, naročito u radu sa mladim generacijama gdje je imam ponovo u prvom planu. Mladi danas sve više žive u vlastitom virtualnom svijetu digitalnih tehnologija i zato je neophodno ne samo poznavati taj svijet kako bi se mladi ljudi razumjeli i kako bi se jaz između njih i njihovih odgajatelja (bilo da se radi o roditelju, vjeroučitelju ili imamu) ne bi još više produbio. Danas, mladi ljudi sve više vremena provode u virtualnim paralelnim životima poput društvene platforme Second Life ili društvenih mreža Facebook ili Twitter. Na forumima i blogovima mladi više uče o svijetu, nego možda od svojih roditelja i učitelja. Na internetu vlada pravi mali ideološki rat oko interpretacije islama i sve sljedbe koje su se u BiH pojavile nakon rata

imaju svoje portale i aktiviste koji uporno promoviraju fetve i stavove svojih mentora. Zato ne samo da je neophodno taj novi virtualni svijet razumjeti nego bi se u njemu trebalo i učestvovati. Barem bi nova, mlađa, generacija imama mogla biti prisutna u tom virtualnom svijetu, a za to je neophodno ovladavanje osnovnim vještinama, na čemu koncept „medijske pismenosti“ insistira.

Proces medijske pismenosti kod građana treba razviti svijest o tome da se komunikacijska prava smatraju temeljnim ljudskim pravima. Imam, kao i svaki građanin, treba biti svjestan da on ima „pravo na tačnu informaciju, pravo na sudjelovanje u medijima i pravo na privatnost“. Usto je svakome ko se bavi bilo kakvim javnim poslom bitno da poznaje osnovnu zakonsku regulativu koja uređuje medijski prostor. Današnji imam bi trebao poznavati procedure kojima se reagira na ono što on smatra da su neprimjereni sadržaji na javnim servisima, privatnim TV i radio stanicama ili pak printanim medijima. Živimo u društvu u kojem bi svako ko je društveno aktivan trebao biti upoznat sa Zakonom o pravu na pristup informacijama, Zakonom o zaštiti od klevete FBIH, pa nerijetko i osnovnim postulatima u radu Vijeća za Štampu BiH i Regulatorne agencije za komunikacije.

Prostor predviđen za ovaj prilog raspravi na zadatu temu ne daje mogućnost da se sagledaju svi aspekti eventualnog uvođenja u obrazovni proces IZ BiH koncepta „medijske pismenosti“, ali doprinosi raspravi, možemo reći da umjesto straha od medija i „moralne panike“, te proglašavanja čitavog novinarskog esnafa kao neprijateljskog prema islamskim vrijednostima, te često i nepotrebne konfrontacije sa određenim medijima, treba uraditi više na izgradnji vlastite strategije odnosa s javnošću i stvoriti uvjete za otpočinjavanje procesa „medijskog opismenjavanja“ imama, a kasnije i džematlija. Mediji nisu ni dobri ni zli, oni su ono što mi od njih napravimo.

#### Literatura

1. AUFDERHEIDE, P. (1992) *A Report of the National leadership conference on media literacy*. <http://www.interact.uoregon/MediaLit/FA/aufderheide/report.html>.
2. ZGRABLJIĆ ROTAR, NADA (2005). *Mediji - medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji* (Media - Media Literacy, Media Content and Media Effects), Mediacentar, Sarajevo

## Summary



## „MEDIA LITERACY“ AMONG THE IMAMS

Muhamed Jusić

Media literacy is part of communicology, which is increasingly developing as a consequence of the shock of communication revolution and global media trends. Today, this educational process is defined as the „ability to access, analyse, evaluate and send messages through the media“, and in the majority of developed countries of the world it is an integral part of the teaching process. Those societies do not leave it to the individuals to independently care for and unsystematically cope in the acquisition of that knowledge, but instead give impetus to different social strategies of „media literacy“ by following positive international examples and recommendations.

The author suggests that in the absence of state initiative to become active in the sphere of „media literacy“ of its citizens, the Islamic Community, due to the sensitivity of the media image of the imams and the indispensability of the use of media and new communication technologies for successfully carrying out the mission of the imam in the 21st century, especially with the youth, should be the first to take steps towards introducing the principles of „media literacy“ into the educational process. Furthermore, the author leaves the possibility to, within a wider strategy of public relations of the Islamic Community in Bosnia and Herzegovina and through specialist seminars (which regularly occur in the Islamic Community when it comes to other topics), begin activities in „media literacy“ of the already employed imams, religious instructors and even jamat (congregation) members.

يعتبر التعليم الإعلامي (Media Literacy) جزءاً من علم التواصل، ويتزايد نمو هذا الفن نتيجة للصدمة الناجمة عن ثورة الاتصالات والصراعات الإعلامية العالمية. وتعرف هذه العملية اليوم “بالقدرة على الوصول إلى المعلومات، وتحليلها وتقومها وتبليغها بواسطة وسائل الإعلام”، وهي في معظم دول العالم المتطور جزء من العملية التدريسية. ولا تترك تلك المجتمعات للأفراد أن يهتموا باكتساب هذه العلوم بأنفسهم وبأساليب غير منهجية، ولكنها تطلق العديد من الإستراتيجيات الاجتماعية “للتعليم الإعلامي”، متبعة في ذلك الأمثلة والتوصيات الدولية الإيجابية.

وفي ضوء غياب المبادرة الحكومية لبدء العمل في ميدان تعليم المواطنين إعلامياً، ونظراً لحساسية الصورة الإعلامية لإمام المسجد ولضرورة الاستفادة من وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصالات الجديدة في أداء رسالة الإمام في القرن الحادي والعشرين، خاصة في العمل مع الأطفال والشباب، فإن الكاتب يقترح أن تقوم المشيخة الإسلامية باتخاذ الخطوات الأولى لإدراج مبدأ “التعليم الإعلامي” في نظامها التعليمي. كما يترك للمشيخة الإسلامية في البوسنة والهرسك – ضمن إستراتيجية واسعة لتطوير العلاقات مع الرأي العام – إمكانية البدء بعقد حلقات دراسية (على غرار الحلقات الدراسية الدورية في المشيخة الإسلامية حول قضايا مختلفة)، من أجل تعليم الأئمة ومعلمي الدين، وحتى باقي المسلمين إعلامياً.

# VRATITI DOSTOJANSTVO VJERSKOM GOVORU

Mevludin DIZDAREVIĆ

## Sažetak

U tekstu koji slijedi propituje se fenomen govora kao ljudskog specifikuma i posebice, hutbe kao vjerskog govora „par excellence“. Cilj je podastrijeti argumente za važnost riječi u formiranju, ali i deformiranju čovjeka, i u tom kontekstu naglasiti važnost hutbe. Kur'an je knjiga koja u implicitnoj i eksplicitnoj formi donosi iskaze o značaju auditivnog aparata čovjeka. Ovo nam sugerira da se duhovni sadržaji najbolje mogu prenijeti posredstvom govora kao žive riječi, koja je kadra prenijeti tanahne titraje duše. U ovom smo radu na poziciji specifičnosti hutbanskog diskursa i znanja koje se sa tog časnog mjesta nudi. Naime, hutba u sebi sabire horizontalnu i vertikalnu dimenziju znanja. Vertikalna ravan je ona koja nas spaja sa Izvorom i osigurava pouzdanu tačku oslonca u prostoru trajnih promjena. Horizontalna nit nas veže sa vremenom i prostorom koje je samo naše, i koje mora naći svoj odraz u hutbi i ličnosti hatiba u kojoj se ove ravni presijecaju. Uvažavanjem obje dimenzije, može se vratiti dostojanstvo vjerskom govoru i slijediti uzornu praksu Allahovih poslanika.

Ključne riječi: ajet, govor, vjerski govor, auditivni i vizualni aparat, intelektualci, profesionalci

U prebogatoj kura'nskoj leksici riječ ajet se javlja u tri različita konteksta i značenja. Prvo značenje ove riječi jeste, stavak ili pasaż Kur'ana koji, treba naglasiti, ne odgovara rečenicama s obzirom na to da kur'anski ajeti ne moraju ispunjavati sve uvjete rečenice kao misaone cjeline. Drugo značenje ove riječi je, u čudima ili mudžizama koja je Allah činio u svrhu argumentiranja autentičnosti misije glasonoša svoje riječi. Ta čuda predstavljaju dekonstrukciju Allahovog ustaljenog poretka i kao takvi jesu natprirodna događanja kojima se krši ustaljeni red stvari i ustanovljava novi, do tada nepoznat poredak<sup>1</sup>. I treći kontekst, u kojem nahodimo ovu riječ jesu sasvim obične svakodnevne stvari čiju smo začudnost izgubili iz vida, koje doživljavamo sasvim običnim, čak banalnim. Ove «prirodne» stvari i događaje koji nas okružuju Allah želi da prepoznamo kao mala svakodnevna čuda koja ukazuju na Stvoritelja tako što ih određuje kao ajete<sup>2</sup>.

Tako je jedan od ajeta i dokaza koji sugeriraju Allahovu moć i prisustvo, postojanje jezika: «I jedan od dokaza njegovih je stvaranje nebesa i Zemlje, i raznovrsnost jezika vaših i boja vaših; to su, zaista, pouke za one koji znaju»<sup>3</sup>. Ovaj ajet indicira začudnost govora koja je ravna začudnosti stvaranja nebesa i Zemlje. Šta više, sposobnost govora i imenovanja pojmova se u kur'anskom izričaju<sup>4</sup> navodi kao krunska osobina čovjeka i sposobnost po kojoj je superioran u odnosu na meleke, bića izvanrednih moći, što podrazumijeva etimologija njihova imena. Dakako, kur'anski rijek implicira da i meleki govore i razgovaraju, ali čovjekov govor posjeduje određenu kvalitetu kao nijedno drugo Allahovo stvorenje. Znanost i Kur'an svjedoče da je jezik u svojoj primitivnoj formi prisutan i kod drugih organizama kao što su ptice, mačke, mravi ili delfini, ali neki njegovi iznimno važni segmenti su prisutni jedino kod čovjeka.

Riječ je toliko važna da sa njom sve počinje u čemu se slažu i Biblija i Kur'an. Istina, dok Biblija ne govori kojom riječi je sve počelo, Kur'an jasno ukazuje da je Stvoriteljeva riječ «Budi», na početku svega

Ovdje nam iskrsavaju najmanje dvije osobine ljudskog govora koje ne nalazimo u biološkom svijetu, a to su složenost i sposobnost apstraktnog mišljenja. Životinje mogu izraziti samo osjećanja, emocije i reakcije na vanjske podražaje dok nisu kadre opisati predmete ili neke složene idejne koncepte. Ovdje je važno naglasiti neosnovanost popularnih tvrdnji autora iz devetnaestog vijeka koji su pod utjecajem teorija evolucije nastojali objasniti nastanak i razvoj jezika kao postepen proces od jednostavnog ka složenom tj. od onomatopeje, uzvika ili krika do konkretnih i simboličkih izraza. Ovu hipotezu negira Oktavio Paz koji tvrdi da su i najstariji poznati jezici iznimno komplicirani. «Gotovo u svim arhaičnim jezicima postoje reči koje same po sebi predstavljaju rečenice i čitave iskaze...što god dublje prodiremo u prošlost ne nalazimo jednostavnija društva, nego upravo nailazimo na takvu složenost koja prosto zbunjuje»<sup>5</sup>. Možemo zaključiti da prijelaz od jednostavnog ka složenom može da bude konstanta u prirodnim znanostima, ali

ne i kulturološkim studijama u kojima važi neka druga unutarnja logika.

Vjerovatno najznačajniji lingvista današnjice, Noam Chomsky, zastupa sličnu tezu i specifična svojstva imanen-

tna ljudskom govoru diferencira u dvije vrste: homologna tj. da svi jezici imaju isto porijeklo i analogna, da svi posjeduju istu strukturu. «Te su osobine zajednička i specifična genetska karakteristika svih nas i mi bismo želeli otkriti njihovu suštinu»<sup>6</sup>. Dijete iz bilo kojeg govornog područja može odrasti u bilo kom ambijentu, ali će uspjeti da nauči jezik osoba sa kojima se susretao, što jasno ukazuje na istovjetnost strukture ljudskog govora. Majmuni, na drugoj strani, mogu odrasti sa čovjekom, ali ipak neće naučiti govoriti i sporazumijevati se na višoj razini. Chomsky izražava golemu zapitanost pred činjenicom porijekla jezika i tvrdi da: «tek rođeno dete najpre počinje da registruje svoju okolinu, u kojoj vlada potpuno neizdiferencirana buka i aktivnost da bi mu nakon toga uspelo da, na neki način, raspozna šta je od toga jezik»<sup>7</sup>.

Sličan fenomen imamo kod pčela, koje se sporazumijevaju čuvenim «plesom micanja»,

1 «... s našim znamenjima – ajetima – vas dvojica i oni koji vas budu slijedili postačete pobjednici». Kur'an, prijevod Besim Korkut, Kasas, 35.

2 «Jedan od dokaza – ajeta- Njegovih je to što On šalje vjetrove...». Kur'an, Rum, 46.

3 Kur'an, Rum, 22.

4 «I pouči On Adema nazivima svih stvari, a onda ih predoči melekima i reče: «Kažite Mi nazive njihove ako istinu govorite». Kur'an Bekare, 31.

5 Oktavio Paz, *Luk i lira*, Vuk Karadžić, Beograd, 1979., str. 41.

6 Noam Chomsky, *Propaganda i javno mnjenje*, Rubikon, Novi Sad, 2004., str. 230.

7 Ibid., str. 231.



što je svojevrsna pčelinja igra kojom prenose poruke i informacije o udaljenosti i kvalitetu cvjetova. U tom silnom kretanju pčela čovjek nije kadar razaznati šta je od toga informacija, a šta običan pokret bez dubljeg smisla. Samim tim, njihov nam «govor» ostaje potpuna nepoznanica. Međutim, ljudska bića imaju daleko složeniju zadaću, a to je da od mnoštva zvukova iz svoje okoline pokupe ono što predstavlja jezik, što ne čini nijedno drugo biće. Stoga je Noamov zaključak da mala djeca posjeduju neku neobjašnjivu vrstu mentalne sposobnosti, neki poseban dio cjelokupnog intelektualnog sistema koji nazivamo „umijeće govora“. Dakle, riječ je Božji dar i distinktivna čovjekova odrednica koja ga je izdvojila iz svijeta prirode.

Hutba se ne govori u povijesnom i kulturološkom vakuumu. Bez uvažavanja konteksta hutba će biti beživotna, sterilna i rastećena od aktualnosti. Naime, da bismo stigli tamo gdje smo naumili valja poznavati vlastitu poziciju, jer je «besmisleno pričati o ciljevima ako ne znate gdje ste»

svoje pune životne potencijale dok osobe rođene bez sposobnosti slušanja, to nisu kadre dosegnuti.

Po nekim teorijama, ljudska povijest motrena kroz prizmu glavnog medija koji ju je oblikovao, dijeli se u tri

glavne epohe: epoha prije alfabeta, epoha alfabeta i štampe i završna faza epoha elektronskih medija. Prva era, u kojoj je dominantni medij govor, svojstvena je za one zajednice u kojim je izražen osjećaj za zajedničko, gdje su ljudi upućeni jedni na druge, gdje je kolektivno ispred individualnog, jer ljudi više slušaju jedni druge. Ovo je daleko od kasnijih vremena koja su dominantno obilježena pisanim medijima u kojima na scenu izlazi individualizam i egoizam a gube se osjećaji zajedništva, bliskosti i povezanosti.

### Riječ stvara čovjeka i čovjek stvara riječi

Riječ je toliko važna da sa njom sve počinje u čemu se slažu i Biblija i Kur'an. Istina, dok Biblija ne govori kojom riječi je sve počelo, Kur'an jasno ukazuje da je Stvoriteljeva riječ «Budi», na početku svega. Koliko je riječ značajna posvjedočuju nam riječi velikog mudraca Konfučija koji je upitan: «Kada bi te vladar od Veja pozvao da upravljaš njegovom zemljom, koju bi mjeru prvo poduzeo»? Maestrov odgovor je glasio «Reformu jezika»<sup>8</sup>. Ukoliko anticipiramo ovu tezu biva jasnije zašto su svi ili gotovo svi, preporodi koje je zabilježila ljudska historija počinjali iz sfere jezika, da bi tek u drugoj fazi slijedili drugi segmenti društvene reforme.

Iz ovih redaka razaznajemo da riječi nisu puke apstraktne kategorije bez utjecaja na realni život. One su važne zato što imaju mobilizatorski kapacitet. Riječi su toliko značajne da bismo mogli s punim pouzdanjem ustvrditi da „Riječ stvara čovjeka, ali i da čovjek stvara i oblikuje riječi.“ Riječi nas formiraju, ali je sasvim moguće da nas i deformiraju pa nam valja pokazati ozbiljnost pri njihovoj upotrebi.

Ako je riječ i govor toliko bitan, jasno je zašto je naš auditivni aparat daleko važniji i složeniji od vizualnog aparata tj. oka. Istina je da gotovo 80 procenata svojih spoznaja o svijetu dobivamo putem vida, ali je također, tačno da osobe koje su rođene bez vida mogu da ostvare

### O oku i uhu

Usmena komunikacija, u kojoj je govor, a ne oko u prvom planu, značajna je iz tog razloga što omogućava razvoj i drugim čulima koja djeluju simultano omogućavajući potpuniju i tačniju percepciju vlastitog okruženja<sup>9</sup>. Riječ, za razliku od slike podstiče i one zapretene potencijale ljudskog uma i duše, razvija maštu, kreativnost, imaginaciju i tako podaruje širi prostor za cjelovitije doživljavanje ponuđenog sadržaja. Možemo se donekle složiti sa onima koji određuju govor kao suženu formu mišljenja, jer se ipak govorom ne mogu izraziti sve višeslojne dimenzije vlastitih misli i osjećanja. Istovremeno, možemo ustvrditi da je pisanje sužena forma govora, jer se izražavanjem misli kroz pismo ipak može manje kazati nego govorom. Dakle, pisanje reducira govor kao što govor reducira misao.

Također, mnogi autori govore da su moderna vremena u bitnome obilježena opadanjem kreativne moći čovjeka, čiji se uzroci mogu tražiti baš u dominaciji vizualnog nad auditivnim. Čovjek je praktično okružen slikama koje se nude kao gotova rješenja oduzimajući konzumentu potrebu razvijanja vlastite percepcije i doživljaja. Samim tim se ruini sposobnost mašte i imaginacije, što obesmišljava i onemogućava kreativne sposobnosti.

<sup>9</sup> Radi se o poznatoj teoriji Marshalla McLuhana o shvaćanju prirode medija komuniciranja v., Ismet Dizdarević, *Psihologija masovnih komunikacija*, Studentska štamparija Univerziteta Sarajevo, 1998., str. 57-58.

<sup>8</sup> Oktavio Paz, nav. djelo, str. 38.

Iščitavajući kur'anske stavke dolazimo do još jednog zanimljivog zaključka. Naime, u Kur'anu se na preko sedamnaest mjesta spominje čulo sluha prije čula vida što je svakom autentičnom islamskom misliocu valjan argument prednosti sluha nad vidom. Ilustracije radi, u ajetu sa početka Knjige veli se da je: «Allah zapečatio srca njihova i uši njihove, a pred očima njihovim je koprena...»<sup>10</sup>. I u ovom pasažu je sluh ispred vida i to, zanimljivo je, odmah iza srca. Imamo li u vida tvrdnju znalaca i tumača Knjige kako nijedna riječ niti slovo u Kur'anu nije bez razloga tamo gdje jeste, dohodimo do jednog interesantnog zapažanja. Naime, ne samo da je sluh ispred vida, već je sluh bliži srcu i brže se do srca putuje posredstvom auditivnog aparata. Također je indikativno da: «Musa a.s. nije mogao vidjeti svoga Gospodara, ali ga je zato mogao čuti», što također, ide tragom dokazivanja iste tvrdnje<sup>11</sup>.

Fundamentalna razlika između vida i sluha počiva u činjenici da ljudsko uho ima sposobnost da detektira i ono što je apstraktno kao što je muzika, koja se baš iz tog razloga u zapadnom kulturalnom univerzumu razumijeva kao krunska forma umjetnosti.

Stoga se zaključak nameće sam po sebi i on glasi da: „Kur'an daje jasne iskaze o primatu usmene komunikacije.“

Kur'an na ovu istinu ukazuje i na posredan način tj. činjenicom da je objavljen u usmenoj formi te se određuje kao Knjiga koja se čita, recitira. Kur'an se u počecima islama zapisivao samo zbog straha od zaborava i deformacije, ali je izgovaranje i učenje osnovna metoda kojom se iz njegovih ajeta upijaju prebogati duhovni sadržaji.

Ovo je posebno značajno u kontekstu činjenice da je Kur'an kao sveti govor „*par excellence*“, metafizička činjenica prvog reda. A istine iz ove dimenzije ne mogu se predočiti doslovnim jezikom već su mu potrebni simbolizmi bez kojih njegova značenja gube na intenzitetu i aktualnosti.

<sup>10</sup> Kur'an, Bakare, 7.

<sup>11</sup> Izudin Džaka, «Uloga učenja hifza u savremenom dobu», *Glasnik, RIZ IZ u BiH*, br. 11 – 12. 2001., str. 1013.

## Vratiti dostojanstvo vjerskom govoru

Sve ovo što smo kazali imalo je samo jednu zadaću, a to je da ukaže na nezamjenjivost govora u transmisiji vjerskog sadržaja. Stoga će hutba kao vjerski govor „*par excellence*“ imati svoje mjesto i značajnu ulogu unatoč razvoju sredstava masovnih komunikacija.

Važno je potcrtati da vjersko znanje koje se kazuje sa mimbera petkom i drugim danima posjeduje dvojaku narav. Prije svega, to znanje je transcendentno i kao takvo ono nas veže vertikalno sa Izvorom. Da bi vjerski govor u punom kapacitetu mogao ponijeti taj atribut mora se napajati sa vrela konstitutivne tradicije islama, tj. onog znanja koje je poteklo «odozgo». Ova povezanost može biti u eksplicitnoj formi pozivanja na sveti tekst ili na implicitan način uvažavanja duha Objave i principa koji se u njoj reflektiraju.

Druga, nezaobilazna ravan vjerskog govora jeste horizontalna koja nas veže sa mjestom i vremenom u kojem se hutba kazuje. Hutba se

ne govori u povijesnom i kulturološkom vakuumu. Bez uvažavanja konteksta hutba će biti beživotna, sterilna i rasterećena od aktualnosti. Naime, da bismo stigli tamo gdje smo naumili valja poznavati vlastitu poziciju, jer je «besmisleno pričati o

ciljevima ako ne znate gdje ste»<sup>12</sup>. Obje ove ravni, vertikalna i horizontalna, transcendentna i immanentna, univerzalna i partikularna, Apsolutna i relativna sastaju se i prepliću u ličnosti hatiba, koji ih nastoji pomiriti kroz prizmu vlastite duše i uma.

Treba znati da je sva drama modernog čovjeka koja se karakterizira kao «egzistencijalni škripac» potekla iz njegova fokusa na temporalno i zanemarivanja onoga što je Apsolutno, trajno i nepromjenljivo<sup>13</sup>. Stoga je za ispravno određivanje vlastite pozicije u vremenu i prostoru nužno uvažiti realnost vremena kojeg određuju relativnost i stalne mijene, ali i držati se za Tekst

<sup>12</sup> William C. Chittick, «Ka teologiji razvoja», *Znakovi vremena*, br. 32., Ibn Sina, Sarajevo, 2006., str. 24.

<sup>13</sup> O ovom fenomenu Nasr piše: «Danas, čak i u akademskim krugovima na Zapadu kojima dugo vlada evolucionizam devetnaestog stoljeća, neki znanstvenici i učenjaci započinju iznova otkrivati i potvrđivati nepromjenljivu prirodu čovjeka i njegovih potreba i usredsređivati svoju pažnju na stalne elemente...». S. H. Nasr, «Šta islam ima ponuditi savremenom svijetu», *Živi sufizam*, Ibn Sina, Sarajevo, 2004., str. 241.

kao tačku izvan nas koja nam osigurava stabilnost. U životu u kojem je promjena jedina nepromjenljivost nepostojanje ove fokusne tačke znači gubitak ravnoteže. Uvažavanje multiformnosti znanja je izvanredan intelektualni i duhovni napor koji od hatiba zahtjeva ne samo temeljito poznavanje tradicionalnih vjerskih disciplina već i ovladavanje širokim spektrom drugih znanja koji omogućavaju interdisciplinarni pristup tematiziranim sadržajima. Stoga sam sklon ulogu hatiba poistovjetiti manje sa ulogom eksperta u islamskim studijama, a više sa ulogom angažiranog intelektualca koji javno postavlja temeljne probleme vjere, kulture, građanstva i naročito etike. Činjenica je da veliki alimi koji su eksperti isključivo za svoju usku specijalnost često nisu kadri ponuditi hutbu koja uspijeva da potakne na promišljanje i akciju. Oni prečesto žive u svijetu visokih ideja koje ne dotiču stvarni život. Dakako, da ovo ne znači simplificiranje vjerskog govora, odricanje od znanstvenih postulata, niti odstupanje od ideala islama već njihova punovažna primjena. Ilustrativno je podsjetiti da su sve glasonoše Allahove riječi imali dvojaku zadaću; detektiranje i demaskiranje širka, njihova vremena i ukazivanje na sociopatološke fenomene u vlastitom društvu. Stoga su

Poslanici ne samo govorili o vjeri u Jednog Boga i sa nje skidali natruhe politeizma već su sa punom odvažnošću ukazivali i na društvena zla vlastite zajednice. Chomsky ide toliko daleko u tumačenju njihove društvene uloge da Poslanike uspoređuje sa «intelektualcima disidentima», jer su «osuđivali državne zločine, kao i nemoralne običaje...prema njima su se odnosili bijedno što je norma ponašanja prema disidentima»<sup>14</sup>.

Smatramo da za širi društveni utjecaj nije dostatno biti ekspert za bilo koju oblast vjerskih studija, nego pokazati dozu odvažnosti razvijajući kritički duh i biti spreman susresti se sa drugačijim mišljenjima i stavovima. O ovom fenomenu, dakako, u drugom kontekstu, Edgar Morin kazuje sljedeće: «Specijalista je nesposoban da misli spoznaju, jer zadržava samo jedan njen fragment. On je nesposoban da misli ne samo ono što obuhvata njegovu specijalnost nego ni samu

Iščitavajući nevjersku literaturu imami će razaznati šta to oblikuje i utječe na duhovnost njegova džemata koji se u dobroj mjeri napaja sa tih vrela. Ovim će putem razaznati i aktualna društvena pitanja i usvojiti specifični vokabular koji je blizak modernom čovjeku a lišiti se jezika koji taj čovjek praktično ne razumije

tu specijalnost...»<sup>15</sup>. Stoga je njegov zaključak da bi znanstvenike trebalo upućivati na to da se ne bave isključivo specijalističkim aspektima svoga rada već da se vrte javnim problemima što će opet od njih zahtijevati razmišljanje, šire informiranje i upoznavanje sa onim spoznajama koje se ne tiču samo njegovih profesionalnih opredjeljenja. Ukoliko ove ideje apliciramo na naš problem, doći ćemo do zaključka da bi hatib trebao i morao biti dobro upućen u aktualne probleme svoje zajednice, što će opet od njega zahtijevati praćenje relevantnih časopisa i dosta šireg spektra literature. Ovim će se putem realizirati još neki iznimno vrijedni rezultati. Naime, iščitavajući nevjersku<sup>16</sup> literaturu imami će razaznati šta to oblikuje i utječe na duhovnost njegova džemata koji se u dobroj mjeri napaja sa tih vrela. Ovim će putem razaznati i aktualna društvena pitanja i usvojiti specifični vokabular koji je blizak modernom čovjeku a lišiti se jezika koji taj čovjek praktično ne razumije. Tako se sa naših mimbera

i ćurseva neće slušati odveć smiješne ocjene i procjene, zanošenje raznim plitkim tezama i idejama, čak iznošenje činjenica koje se nikako ne mogu znanstveno zasnovati. Ovovrstan pristup za iole upućenijeg slušaoca izgleda smiješno, neodgovorno i devalvirajuće

za cjelokupni sadržaj hutbe. Također, on će time izići ispod staklenog zvona i duhovno sterilnog prostora i razumjeti šta tišti onog čovjeka kojem se obraća sa visine mimbera. Jedino tako će biti u stanju ponuditi adekvatan lijek i odgovor na njihove razumljive svakodnevne zapitanosti ili će barem uspjeti postaviti relevantna pitanja. Naravno da ovo nije lahak zadatak i zahtjeva dosta odricanja i nadnošenja nad literaturu kako bi se postigla intelektualna i idejna svježina. Ovo je jedini način da u punom kapacitetu iskoristimo hutbu kao najvrjedniji mediji unutar muslimanskih zajednica za afirmiranje univerzalnih vrednota ali i rješavanje problema iz naše okoline. K tome, ovim će se putem vratiti dignitet i udahnuti snaga vjerskom govoru čiji je ugled devalviran

14 Noam Chomsky, *Intervencije*, Bookline, Sarajevo, 2008., str. 170.

15 Edgar Morina, *Kako misliti Evropu*, preveo Spasoje Čuzulan, Svjetlost, Sarajevo, 1989., str. 145.

16 Ovdje smo upotrijebili termin «nevjerska» literatura kako bismo označili literaturu koja svijet ne tumači sa teoloških pozicija uprkos činjenici da smo više skloni dijeliti znanje na «korisno i nekorisno» nego na vjersko i nevjersko.

naježdom Mōderne i, zašto ne kazati, slabostima nositelja vjerske riječi. To je jedini put da hatibi budu uzorni sljedbenici Allahovih poslanika kao autentični znalci vjere i znalci autentične vjere.

### Literatura

1. Kur'an, prijevod Besim Korkut, Visoki saudijski komitet, 1998.
2. Chittick C. William, «Ka teologiji razvoja», *Znakovi vremena*, br. 26. Ibn Sina, Sarajevo, 2006.

3. Chomsky Noam, *Intervencije*, Bookline, Sarajevo, 2008.
4. Chomsky Noam, *Propaganda i javno mnjenje*, Rubikon, Novi Sad, 2004.
5. Dizdarević Ismet, *Psihologija masovnih komunikacija*, Studentska štamparija Univerziteta Sarajevo, 1998.
6. Džaka Izudin, «Uloga učenja hifza u savremenom dobu», *Glasnik*, RIZ IZ u BiH, br. 11 – 12. 2001.
7. Morina Edgar, *Kako misliti Evropu*, preveo Spasoje Ćuzulan, Svjetlost, Sarajevo, 1989.
8. Nasr Sejid Husein., «Šta islam ima ponuditi savremenom svijetu», *Živi sufizam*, Ibn Sina, Sarajevo, 2004.
9. Paz Oktavio, *Luk i lira*, Vuk Karadžić, Beograd, 1979.

### Summary



#### RESTORING DIGNITY IN RELIGIOUS DISCOURSE

Mevludin Dizdarević

In the following text the phenomenon of discourse as a human specificum and especially the hutba (sermon), as religious discourse „par excellence“, is discussed. The aim is to present for consideration the arguments for the importance of words in the formation, but also in deformation of man, and in that context, emphasize the importance of hutba. The Qur'an is a book which implicitly and explicitly offers evidence about the importance of auditory apparatus in man. The suggestion here is that the spiritual content can best be transmitted by means of discourse as a living word which is capable of conveying the delicate fluttering of the soul. In this work we discuss the specific characteristic of the hutba discourse and the knowledge it offers. Specifically, the hutba contains the horizontal and the vertical dimension of knowledge. The vertical plane is the one that connects us with the Source and provides us with a reliable point of support within the space of constant change. The horizontal thread binds us with the time and space which only belongs to us and which must find its reflection in the hutba and the personality of the hatib (person who delivers hutbas - sermons) where these planes intersect. By having due regard and respect for both dimensions, dignity in religious discourse can be restored and one can follow the exemplary ways of the prophets of Allah.

KEY WORDS: ayah (verse), discourse, religious discourse, auditory and visual apparatus, intellectuals, professionals

يناقش هذا المقال ظاهرة الخطاب باعتبارها خاصية وميزة بشرية، والخطبة باعتبارها خطابا دينيا بامتياز. والهدف هو تقديم الحجج حول أهمية الكلمة في تشكيل الإنسان وتفكيكه، والتركيز في هذا السياق على أهمية الخطبة. إن القرآن الكريم يبين - بصيغة ضمنية وجلية - أهمية الجهاز السمعي عند الإنسان. وهذا يشير إلى أن أفضل طريقة لنقل المضامين الدينية هو الخطابة من حيث كونها كلمة حية قادرة على تبليغ أدق هزّات الروح. لقد اشتغلنا في هذا المقال بخصوصية خطاب الخطبة والمعرفة التي تقدم من فوق ذلك المكان الطاهر. فالخطبة تجمع في ذاتها بُعْدَيْن للمعرفة؛ أحدهما عمودي والآخر أفقي. أما العمودي، فهو ذلك السطح الذي يشبكننا بالمصدر ويوفر لنا نقطة استناد آمنة في حيزِ المتغيرات الدائمة. وأما الخيط الأفقي فإنه يربطنا بزماننا ومكاننا، اللذين يجب أن يكون لهما انعكاس في الخطبة وفي شخصية الخطيب التي يتقاطع فيها هذان البُعدان. إن الخطاب الديني لن يستعيد كرامته إلا باحترام هذين البعدين، وبذلك نكون متبعين لسنة أنبياء الله.

الكلمات الرئيسية: الآية، الخطاب، الخطاب الديني، الجهاز السمعي والجهاز البصري، المثقفون، المحترفون.

# POSTOJI LI VJERSKO/ RELIGIJSKO NOVINARSTVO?

Dr. Fahira FEJZIĆ ČENGIĆ

## Sažetak

Ne može se reći da postoji vjersko novinarstvo kao neko zasebno i od cjeline bića novinarstva odvojeno novinarstvo. Prije se može reći da je moguće govoriti samo o profesionalnom i neprofesionalnom novinarstvu i da se doza jedne i druge varijante rada susreće svuda, pa i kada govorimo o vjerskom/religijskom novinarstvu kod nas. Moguće je po standardima profesije itekako utjecati na bolji izgled prezentacije islama i muslimana BiH u javnom prostoru. Ovaj tekst govori o načinima kako se to postiže. Ključne riječi: događaj, vjersko novinarstvo, komunikator, recipijent, medijatizacija, eter, publicum, profesionalna norma.

Ovakvo jedno, *de facto*, panoramsko ili tautološko pitanje je vrsta pitanja koja su naivna poput pitanja – postoji li modno novinarstvo, postoji li biznis-novinarstvo, ili pak, postoji li dječije novinarstvo? Za iole uozbiljeniji razgovor, ili govor o ovoj temi, trebat će nam pokoji oslonac u teoriji, ali i u uobičajenoj i standardiziranoj praksi savremenih, sve raširenijih komunikacija kod nas i u svijetu. Ta vrsta novinarstva nije posebno izdiferencirana kao studijska grupa, studijska vrsta, i ne do te mjere individualizirana da bi se smatralo zasebnim i odvojenim žanrom izvan dosega uobičajenih profesionalnih standarda i normi.

Novinarstvo kao najpopularnija komunikološka praksa bavi se, treba to na početku kazati, *događajima*. I to samo i u osnovi društveno relevantnim događajima. Istina, novinarstvo se bavi i *ličnostima*, ali je ova druga profesionalna sadržina novinarstva za ovdje razmatranu temu manje važna, i također se, logički može podvesti pod prvu stavku. Ličnosti u fokusu događaja. Ako je to tako, a jeste, onda je i vjera /religija moguća kao predmet, objekat ili sadržaj novinarstva uvijek onda kada je pretočena u događaj, koji se u novinarstvu javlja u dvostrukoj ulozi, kao *izvor* i kao *predmet* informacije. Onda kada je vjera izvor novinarske informacije (sadržaja bilo koje vrste), može biti tretirana i u prezentu, i u perfektu kao i u futuru svoje značajnosti, kao i svaka događajnost koja je ono što se zbivalo i zbiva u vremenu i prostoru. Ali, ne može biti novinarski relevantan svaki događaj, baš sve što se tiče vjere/religije i na bilo koji način.

Ono što reducira ovu teorijsku općenitost je događaj koji sadrži **novost-aktualnost-važnost-zanimljivost-blizina** i niz drugih pomoćnih kriterija. A događaj u definicijskom smislu je „zgnusnuta tačka nekog zbivanja, ili neka kritična tačka trajanja, nekog stanja ili zbivanja. Svakako jedna strukturirana tačka u nekom kretanju kojega sačinjavaju empirijske činjenice, odnosi unutar tih činjenica, odnosi (korelacije) između tih činjenica. Događaj je vremenski i prostorno određena tačka kretanja koja ima korelaciju, svoju unutarnju dinamiku i svoje aktere“. (Fejzić, 2007;64). Ako je to tako, a jeste, onda je i vjera/religija kao predmet, objekt, sadržaj novinarstva uvijek relevantna kad je pretočena u događaj, kad se može *objektivizirati kao izvanjska komunikabilna forma*, kao događaj u definicijskom smislu. A to dalje znači da sve dok je vjera kao bitan osjećaj individue ili kolektiva,

ili bitno moralno određujuće stanje neke osobe ili zajednice samo unutarnje osjećanje, stav i credo, neispoljen i utihao, intiman i neemitiran, ostaje izvan definicije događajnosti, kao same suštine novinarske prakse. Ali, onog časa, kada se elementi djelatnoga, ispoljavajućega, ili vidljivoga pronađu u svakodnevnom protoku vremena i obimu prostora, može se govoriti i govori se o vjerskom/religijskom novinarstvu kao događajima. A to je onda dakako, legitiman sastavak novinarske pažnje.

U teoriji novinarstva nema takve potrebe da se deklarira posebna tematska podvrsta novinarstva, već se univerzalne premise profesionalizma i normi odnose na svaki događaj /ili ličnost, pa ma koga da predstavlja/ju. A to su prije svega norme o (5+2W), ili *Quintilijanova teorema*, (*Why, Who, What, Where, When,* ) (Fejzić, 2007; 37-40) odgovori i pitanja o najbitnijim elementima informacije (ko, šta, gdje, kako, kada, zašto i izvori koji to potvrđuju). Ili, norme o tome kako se uopće, ili po čemu se određuje događaj. A kada je riječ o samo četiri važna svojstva događaja, onda su to, podsjećamo: *novost, blizina, dramatika i relevantnost*. Dakle, ako je vjera/religija, kao stanje ili osobina, ili faktor konstituiranja društvene i kolektivne, pa i individualne svijesti faktor *društvenog stratuma, društvenog reda*, onda sve manifestne forme koje dobiju formu događaja imaju status kao i svaki drugi događaj iz sfere politike, ekonomije, kulture, obrazovanja, rekreacije, zabave, izdavaštva, filma, znanstvenih dostignuća i sl. Kada bi se svaka ova forma ljudskog angažmana, posebno nominirala u vrstu, ili makar podvrstu novinarstva, bilo bi mnogo, i previše podvrsta novinarstva, što bi vodilo ka *entropiji* ove profesije. (Fejzić, 2007: 60). Pošto je to nepraktično sa stajališta norme i prakse, daleko je lakše i praktičnije opća zanatska umijeća pretočiti u različite događajnosti. Otprilike kako France Vreg definira jednu od najboljih varijanti za definiranje osnovne uloge masovnih medija u društvu: informativna, edukativna i rekreativna. Stoga masovni mediji rade na tome da društvo informiraju, educiraju i zabave u granicama profesionalnih standarda.

Prema tome, kad god se iz sfere i oko vjere, vjernika, vjerskih vođa, vjerskih institucija izdvajaju zasebni događaji i ličnosti, a uz pomoć i sa njima o nečemu/nekome može informirati, ili educirati ili rekreirati, saznati nešto novo, uvijek je riječ, ili bi mogla biti riječ o tzv. *vjerskom/religijskom novinarstvu*.

I ovo se po načinu *enkodiranja*, uobličavanja, plasmana ili emitiranja, tj. *diseminacije* u eter ka recipijentima (čitateljima, slušateljima, gledateljima) ne razlikuje od bilo kojeg drugog profesionalnog novinarstva. Poruke i medijski sadržaji sa vjerskim sadržajima trebaju enkodirati (pripremiti) komunikatori (novinari, saradnici, urednici, vjerski službenici, portparoli vjerskih institucija) profesionalno i znalački, te plasirati u eter na prijem i dekodiranje (od strane *publicuma* vrlo različitoga). Važni elementi u ovom slučaju za kvalitet tog, tzv. vjerskog novinarstva su: komunikator, poruka i recipijenti. Te, kao i obično, dobro izabrano mjesto emitiranja i vrijeme emitiranja poruke/sadržaja.

Danas, u BiH, komunikatori vjerskih sadržaja, vjerskih programa su najčešće vjerski uposlenici u ulozi sagovornika, uvodničara, izlagača, autora, ili novinari sa dobrom vjerskom narobrazbom, ili bez nje.

U prvom slučaju, vjerski autoriteti najčešće mogu ponuditi dobar sadržaj, ali su počesto loši u izvedbi i zanatskoj prezentaciji, ili su loši u PR-u.

U drugom slučaju, novinari komunikatori sa dobrim vjerskim predznanjem su najpoželjnija forma ili osnova dobrog vjerskog novinarstva, naročito onoga koje informira i educira. Pa čak i onoga koje ima intenciju da zabavi.

U trećem slučaju, novinari bez vjerskog znanja, ili predznanja su vrlo nepouzdati predstere ili poslovni komunikatori koji ovoj podvrsti novinarstva oduzima svaku čar i smisao egzistiranja u javnoj sferi.

Prva skupina komunikatora ima prednosti znanja, poštuje načelo kompetentnosti i načelo merituma kao ekspertnog i stručnog govora. No, i tu može odmoći pretjerana količina stručnosti koja proizvodi *nekomunikabilnost*, pa prosječan recipijent ostaje zbunjen, pa se time krši načelo atraktivnosti i razumljivosti (komunikabilnosti).

Kod druge skupine komunikatora se sreće sretna mjera i znanja i profesionalnog umijeća, te su ponajbolji novinarski zadaci oni koje ova vrsta novinara obavlja. Nedostatak im je što je takvih komunikatora mali broj, što nisu u stru-

ci gdje bi trebali biti, ili što 'skaču s teme na temu' te nemaju dovoljne pripreme.

Konačno, kod trećih komunikatora, koja su i najveća opasnost po vjersko novinarstvo, najprije, nedostaje profesionalne kompetencije, jer nemaju znanja iz struke. A ni iz profesionalizma te improviziraju. U izrazito sekularnim, dakle, prvenstveno zapadnim društvima, u kojima preovladava *rigidni sekularizam*, i sistemi komunikacija i informacija, vjersko novinarstvo postoji kao veza sa događajnostima, ili stvara se tzv. negativna doza atraktivnosti vjerskih sadržaja kao obavezno negativan, provokativan i odbojan sadržaj. (islam) Tamo se opće teme, kao češće forme, javljaju *ad hoc*, od slučaja do slučaja, mahom bez sistema, pripremljenog sistema, i tiču se ili kršćanske tradicije, ili prazničnih kao porodičnih i kulturno-civilizacijskih događaja i njihovih poruka.

Inače, treba naglasiti da su islamski sadržaji, islamski događaji i islamske ličnosti postali

Treba naglasiti da su islamski sadržaji, islamski događaji i islamske ličnosti postali poseban komunikacijski fenomen. I u svijetu i kod nas. Islam je naime, kao fenomen i vjera ekspanzije, izložen pretjeranoj *medijizaciji*, a to je medijski fenomen koji podrazumijeva uprizorenje u medijski prostor svega onoga što do tada, ili do sada, nije bilo uključeno

poseban komunikacijski fenomen. I u svijetu i kod nas. Islam je naime, kao fenomen i vjera ekspanzije, izložen pretjeranoj *medijizaciji*, a to je medijski fenomen koji podrazumijeva uprizorenje u medijski prostor svega onoga što do tada, ili do sada, nije bilo uključeno.

A to je prvenstveno sfera svetoga kao sakralnoga, čega je islam kao vjera, skup propisa, i vjerozakon prepun. Dakle, ispod medijizacije, s jedne, i događaja s druge strane, unutar zajednice muslimana, može se kazati da je islam na medijskom udaru. I to samo po sebi nije ni loše ni dobro. Barem nije previše loše, a dobro je onoliko koliko sami muslimani budu educirani, sposobni i kvalitetni u tzv. prezentaciji svoje vlastite vjere i samoprezentaciji svojih stavova, mišljenja, ideja, zamisli, praksi i sl.

Što bi bilo prema ovome obrascu vjersko novinarstvo kod nas? Kako tekst ovaj nastaje u ramazanu 2009. godine, usudila bih se suziti ovu tematiku kao stav da je u stvari vjersko novinarstvo kod nas *ramazansko novinarstvo*, i to prije svega, ovo slično prezentacijsko kao revijalno i kao TV-novinarstvo o ramazanu, i uz ramazan. A to su svega nekolike radio i TV-stanice, privatne svakako. Na njima je velika odgovornost, misija, kako se prezentirati na optimalan način

iskorištavajući velike medijske mogućnosti javnog i direktnog govora o svetim elementima vjere. Ovdje bi stepen profesionalizma morao biti velik. Srazmjerno velik onome što inače slični mediji nude u bh. medijskom prostoru i medijskom tržištu.

Neznanje, snishodljivost, koketiranje, dosada, tlapnja su osnovni nedostaci u ovome govoru i u vrijeme ramazana. Nadjačava ona materijalna strana posta, umjesto duhovne. Tim se dijelom kompromitira i reducira stvarna vrijednost posta.

Treba primijetiti da je vjerski program, ramazanski program, nestao sa javnih emitera (servisa) i zadržao se samo na minimumu, na dvije, tri privatne stanice. Dakle, prešao je u posve privatnu sferu, iz javne. O tome koliko je to i da li opravdano, neki drugi put, jer i vjernici plaćaju RTV-pretplatu, pa bi bilo prirodno da im barem neki pokretni telop označi vrijeme iftara u svakom kutku BiH.

Sad kad je preživio na samo pokojemu privatnom kanalu, nema sumnje da ga treba podržati i pohvaliti kao vrijedan projekat. I neće biti dobro ako ga u budućnosti nestane, i zbog kojih razloga, pa makar i razloga nabrajanih u tekstu.

I kad već postoji vjerski ramazanski program, onda bi ga se trebalo profesionalno i stručno podizati, pohvaliti ga, ali i ukazati na moguće greške i pravce razvoja. A to su prije svega profesionalni zahtjevi kod uređivanja i realiziranja ovih programa. Podsjetit ću na tri važna zahtjeva:

1. Zahtjev za kompetentnošću,
2. Zahtjev za svrsishodnošću i
3. Zahtjev za aktualizacijom.

Kod prvog zahtjeva potreban je veći broj kompetentnih i meritornih sagovornika. Kod drugog zahtjeva bi se podrazumijevalo da je u medijatzaciji ramazana dat dignitet duhovnim nad materijalnim i uskokonzumerskim zahtjevima. Tim dijelom svog sadržaja ramazanski program upada u zamku revijalizacije i pretvaranja u zabavni program. (zato je moguće da usljed pretjerane komercijalizacije i konzumerizma iz Istanbula pored silnih i slavni džamija i historijskih spomenika gledamo iz noći u noć kuhinju hotela „Šereton“...) Kod trećeg zahtjeva potrebno je doista aktualizirati i reaktualizirati sve referentne tačke duha i bića islama i muslimana.

O tome kako izvještavati o vjerskim događajima i temama, među ostalim, piše u *Njemačkom novinarskom kodeksu* (1996.):

- „Objavljivanje slika i teksta, koji po svom obliku i sadržaju mogu povrijediti moralna i religiozna osjećanja grupe ljudi nespojivo je sa odgovornošću štampe“, te također, „da niko ne smijem biti diskriminiran zbog svog pola ili rase, etničke, rečligijske, socijalne i nacionalne pripadnosti“. (Nuhić, 1999: 52-53).
- Ivo Cvitković u svojoj knjizi „Religije suvremenog svijeta“ slijedeći misao Š. Ramakrišne navodi slijedeće: „Sve religije su dobre samo ako su dobri i poštteni oni koji ih slijede“. Potom navodi: „Nikad ne treba jedno vjersko uvjerenje suprotstavljati drugome, jer bi to moglo voditi isticanju (ili poticanju) međuvjerskih suprotnosti i netrpeljivosti. Nasuprot tome novinarski prilog mora pridonositi razumijevanju i snošljivosti među pripadnicima različitih religija i konfesija.
- Novinar nikad ne potiče primjenu sile i nasilja nad slobodom savjesti i vjeroispovijesti.
- Novinar nikada neće prihvatiti bilo čiju diskriminaciju, pravljenje razlika ili davanje nekomu prednosti zbog vjerske/konfesionalne (ne)pripadnosti.
- Nikad neće podržavati zabranu izgradnje objekata koji služe za zadovoljenje vjerskih potreba građana, ili nabavku materijala nužnog za obavljanje vjerskih običaja i obreda.
- Nikad neće podržavati zabranjivanje tiskanja i distribuciju odgovarajućih publikacija religijskog sadržaja.
- Nikad neće biti protiv prikupljanja i davanja dobrovoljnih priloga u korist religijskih ustanova.
- Nikad neće biti protiv prava roditelja (ili zakonitog staratelja) da svojoj djeci osiguraju vjersko obrazovanje koje je u skladu sa njihovim osobnim uvjerenjima.
- Nikad neće biti protiv poštivanja neradnih dana i proslavljanja vjerskih blagdana.
- Nikad neće biti protiv prava građana na osnivanje konfesionalnih zajednica.
- Nikad neće pozivati i poticati izazivanje, raspirivanje ili podržavanje vjerske diskriminacije, netrpeljivosti, nasilja, mržnje i razdora. (Cvitković; 1999:289-290).



Summary



DOES RELIGIOUS JOURNALISM EXIST?

Dr Fahira Fejzić Čengić

One cannot say that religious journalism exists as a separate form of journalism. It can rather be said that it is only possible to speak of professional and non-professional journalism and that we come across both, even when we speak of religious journalism in our parts. It is possible to, in accordance with the standards of profession, exert influence on better presentation of Islam and Muslims in Bosnia and Herzegovina. This text discusses the ways in which this can be achieved.

KEY WORDS: event, religious journalism, communicator, recipient, mediatization, air waves, publicum, professional norms

1 . . .

! . " "

لا يمكن الحديث عن الصحافة الدينية، على أنها صحافة مستقلة ومنفصلة عن كيان الصحافة العام. إن ما يمكن الحديث عنه، هو الصحافة الاحترافية والصحافة غير الاحترافية، وبأن هذين النمطين موجودان، وبدرجات متفاوتة، في كل مكان، حتى في الصحافة الدينية عندنا. ومما لا شك فيه - بناء على معايير المهنة - التوصل إلى عرض أفضل عن الإسلام والمسلمين في البوسنة والهرسك، في الفضاء العام. ويتحدث هذا المقال عن الطرق التي يمكن بها تحقيق ذلك.

الكلمات الرئيسية: الحدث، الصحافة الدينية، أداة التواصل، المتلقي، التسخير الإعلامي، الأثير، الجمهور، ضوابط الاحتراف.

# ISLAMSKI VJERSKI PROGRAM U BOSANSKO- HERCEGOVAČKIM ELEKTRONSKIM MEDIJIMA: FORMA VS. SUŠTINA

Adnan RONDIC

## Sažetak

Autor u članku pokušava ukazati na osnovne značajke pozicije islama u elektronskim medijima u BiH, kroz specijalizirane emisije vjerskog karaktera. Pri tome dolazi do zaključka da pristup suštinskim islamskim porukama, sve više postaje formalan, kao što i formalizam u načinu predstavljanja islama postaje „*mainstream*“. U pojašnjavanju statusa islamskih tema u medijima, uvodi stari-novi termin „*infoteiment*“, medijski hibrid, koji od vijesti pravi spektakl. Islam, kao i druge vjere, postaje medijskim spektaklom, što nužno ne nosi lošu poruku.

Ono što se na početku same priče o medijskom tretmanu islama u ovoj zemlji bez zadržke može reći, jeste da se bosanskohercegovački mediji, očito, veoma zanimaju za islam, bez obzira da li je riječ o elektronskim medijima ili štampi i bez obzira iz kojeg dijela Bosne i Hercegovine dolaze. Iako je tema ove kratke analize pozicija **obredno-doktrinarnog** dijela islamskog učenja u domaćim medijima, ili ono što bi se moglo u klasičnom smislu riječi nazvati „*vjerski program*“ ne može se ne pomenuti sljedeća činjenica: U domaćim medijima, (ili barem najvećem dijelu njih), islam zauzima prostor prvenstveno kao socio-politički fenomen. O islamu se izvještava u kontekstu islamskih institucija i njihovih lidera, globalne pozicije islama i muslimana, tzv. ženskog pitanja u islamu, pitanja hidžaba u sociopolitičkom smislu, u kontekstu „sukoba“ civilizacija... S vremena na vrijeme, u formi reportažno-dokumentarnog zapisa, bilo u štampanim, bilo u elektronskim medijima, mogu se pojaviti sadržaji koji donose određene islamske teme. No, i u ovom slučaju, doktrinarno je tek sporedni momentum, a pažnja konzumenata određenih medija, zadržava se na vanjskom, bez obzira da li je riječ o islamskoj arhitekturi, povijesti, ili obredoslovlju koje nosi svojevrsnu medijsku atrakciju ( primjer emisija o šema-plesu čuvenih pripadnika mevlevijskog reda iz Konje)

Kad je riječ o samom vjerskom programu, bosansko-hercegovački mediji, prvenstveno elektronski, mogu se podijeliti u više grupa. Preciznije, u okviru postojeće ponude islamskog vjerskog programa, mogu se izdiferencirati različite vrste pristupa bosanskohercegovačkih medija ovoj problematici.

Govoreći o medijima nacionalnog karaktera ( poimanje nacionalnog u ovom kontekstu u skladu je sa evropskom definicijom nacije i odnosi se na medije koji svojim signalom „ pokrivaju“ najveći dio teritorija jedne države), može se uočiti tendenca jednog pristupa vjerskom programu putem javnih servisa, te drugog, putem privatnih medija

Javni servisi, uglavom imaju redovne termine za vjerski program. Oni mediji čije je sjedište u Sarajevu ( BH radio, Radio Federacije BiH, BHT i FTV ) nude relativno ujednačen pristup svim „ibrahimovskim vjerama“ koje egzistiraju na teritoriju BiH. Pri tome koriste način koji podrazumijeva nešto širi, gore pojašnjen koncept. Koncept, koji ne podrazumijeva tek doktrinarni

pristup, te koji izlazi iz okvira klasičnih definicija vjerskog programa. S druge strane, Radio televizija RS, u redovnom sedmičnom terminu, pravoslavlj u daje privilegirani položaj, kroz zasebnu emisiju koja se upravo tako i zove: Pravoslavlje. Time se, de facto, potvrđuje „državotvornost“ pravoslavlja, ( iako de iure, stvari nisu takve). Islam, katoličanstvo i judaizam, moraju se zadovoljiti „dijeljenjem“ medijskog prostora u zasebnoj emisiji. Ove tri vjere zajedno, dobijaju isti vremenski prostor koliko i pravoslavlje samo.

Zanimljivo je istaknuti da se islam u ovoj emisiji tretira školski, na način koji implicira da je islam nova pojava na teritoriju koji se danas naziva Republika Srpska. Abeceda islama ( što nije nužno loš medijski tretman i često je urađeno na zanimljiv i korektan način), glavna je karakteristika medijskog predstavljanja vjerske komponente islama putem ovog medija. Iako u pojedinim slučajevima, postoji intencija suštinske priče o islamu, javni servisi sve više afirmiraju formalizam, pa se pod firmom vjerskog programa emitiraju i koncerti duhovne muzike, reportaže, prevashodno povijesnog sadržaja ( povijest Mekke i Medine, sudbina španjolskih muslimana, povijest Osmanskoga carstva, itd, itd...)

Kad je riječ o islamskom vjerskom programu, koji se emitira putem privatnih medija, a koji pokrivaju najveći prostor države BiH, može se govoriti jedino o Hayat TV. Ova televizija, nema redovni termin za islamski vjerski program, osim u vremenu Ramazana.

Ipak, islamske vjerske teme, obrađuju se u okviru jutarnjeg programa, te u okviru dokumentarnog programa ove televizije. No, i na ovom primjeru, može se uočiti rastegljivost pojma i definicije „*vjerskog programa*“, a što slijede i druge privatne televizije manjeg dometa, kao i znatan broj općinskih i kantonalnih televizija na teritoriju gdje su muslimani u većini. Sve je veći broj priloga, reportaža i emisija gdje povjesni kontekst dobija na velikom značenju. U skladu sa pozicijom medija u tranzicijskim zemljama, te borbom za gledanost, uočljiv je još jedan fenomen: Priče o muslimanima i islamu, ispričane su jezikom uglednih članova muslimanske zajednice, jezikom harizmatičnih vjerskih lidera, jezikom onih koji dolaze iz drugih kulturno-povijesnih krugova, a koji su nedavno prigrlili islam i izabrali ga za svoj svjetonazor. Ovdje do izražaja dolazi spoljašnja atraktivnost islamskih tema, koja se zadržava na formi ( opet možemo konstatirati da ovakva pojava nije nužno loša). Tako

svjedočimo čitavom nizu novih pojava u plasmu islamske duhovne muzike, kroz višejezičnost tekstova, način primjene modernih televizijskih tehnika za njihovo prikazivanje i atraktivnost načina izvođenja pomenutih sadržaja.

Dakle, medijima je važno privući pažnju njihovih konzumenata, što najčešće znači i privlačenje medijskih oglašivača, pa tako i profit. Ove tendence, nije ostao pošteđen ni islamski vjerki program, odnosno, ono što se pod njim podrazumijeva.

Činjenica je da ovo postaje ireverzibilan proces, a u okviru sve jačeg etabliranja pojma *infoteiment*, medijskog hibrida, koji od vijesti pravi spektakl.

Ako bi klasični vjerski program, imao ulogu da educira, informira, upozna ( a sve se ovo može uklopiti, eksplicitno ili implicitno, u sam pojam „vijest“ - jedared je Arthur MacEwen, prvi urednik San Francisco Examiner-a izjavio da je „vijest bilo šta na što konzument informaci-

je kaže 'Oh'“), ono što danas postaje dominantan oblik izvještavanja o vjeri, pa tako i islamu, sve više postaje infoteiment. I ako ne u punom smislu riječi spektakl, onda sasvim sigurno, u skladu sa samom etimologijom pojma, zabava.

Da rezimiramo:

Iako sam pojam zabava zvuči prilično rogovatno kad o vjeri govorimo, očito da govorenje o vjeri na zabavan ili spektakularan način ( a što je upravo primjetno i kod medija u čiju dobrotamjernost spram islama ne treba sumnjati), postaje glavni pravac i afirmativnoga izvještavanja i govorenja o islamu. S obzirom da smo već rekli da to manje-više postaje ireverzibilan proces, te da se stvari očito teško mogu vraćati na početak, preostaje nam jedan, nadati se, uspješan pokušaj. Pokušaj u kojem će i kroz muslimanski i islamski *infoteiment*, do punog izražaja dolaziti osobe kao što je, recimo, Samy Yusuf, a koje će, bez obzira na nesporni „estradni“ pristup islamu, promovirati i njegove suštinske i najvažnije poruke.

Summary



Islamic Religious Program in the Electronic Media in Bosnia and Herzegovina: Form vs. Essence

Adnan Rondic

In this text the author identifies the basic characteristics of the position of Islam in the electronic media in Bosnia and Herzegovina, by looking at specialized religious programming. By doing so, the author arrives at a conclusion that the approach to the essential Islamic messages is becoming increasingly formal as much as formalism, in the way Islam is presented, is becoming mainstream. When explaining the Islamic topics in the media, the author introduces the old-new term infotainment, hybrid media, which makes a spectacle of news.

Islam, as well as other faiths, is becoming a media spectacle, which doesn't necessarily convey a bad message.

• • • • •  
• • • • •  
•

يحاول الكاتب في هذا المقال أن يشير إلى الخصائص الأساسية لمكانة الإسلام في وسائل الإعلام الإلكترونية في البوسنة والهرسك، من خلال البرامج المتخصصة ذات الطابع الديني. ويخرج الكاتب باستنتاج مفاده أن التعامل مع رسائل الإسلام الجوهرية صار أكثر شكلية، كما أصبح التركيز على الشكل في طريقة التعريف بالإسلام هو التيار السائد. ويستخدم الكاتب المصطلح القديم الجديد "الإعلام الترفيهي"، هذا الهجين الإعلامي الذي يصنع من الخير مشهدا استعراضيا. وهكذا يصبح الإسلام، والأديان الأخرى، مشهدا استعراضيا إعلاميا، وهذا لا يحمل، بالضرورة، في طياته رسالة سيئة.

# PRIKAZ ISLAMA U ZAPADNIM MEDIJIMA SA POSEBNIM AKCENTOM NA INTERNET

Azra HADŽIĆ

## Sažetak

Elektronski mediji imaju posebno mjesto u životu ljudi, a utjecaj koji oni vrše na formiranje svijesti ljudi o pojedinim pitanjima je očit, tako da je jako bitan način na koji oni plasiraju informacije javnosti.

I prije 11. septembra postojala je negativna slika o islamu na Zapadu, ali danas je ona osvježena i proširena. Tome je u mnogome doprinijela medijska propaganda koju vode zapadni mediji zloupotrebljavajući slobodu govora i novinarstva.

Kako na televiziji tako i na internetu uočavamo neispravnosti i pristrasnost u izvještavanjima o islamu, pa se tako muslimani dovode u kontekst nejednakosti spolova, marame kao simbola ekstremizma i neintegracije, terorizma, radikalizma, konzervatizma, zaostalosti, i sl.

Iako je uočljiv porast internet stranica koje nastoje da nepristrasno izvještavaju, kao što su tu i alternativne TV stanice sa islamskim sadržajem, postavlja se pitanje da li dopiru do auditorijuma?

Bilo da se radi o namjernom ili nenamjernom krivotvorenju, trebamo se zapitati koliko muslimani doprinose toj zloupotrebi medija i šta čine u borbi protiv te pojave. Borba protiv pogrešne prezentacije islama jeste zadatak koji zahtijeva potpunu saradnju među muslimanima u cilju združivanja i razvijanju raspoloživih sredstava i sposobnosti potrebnih za korištenje širokog spektra mass-medija za prenošenje poruke islama.

Ključne riječi: zloupotreba medija, krivotvorenje, predrasude, neznanje, saradnja, razvoj

**E**lektronski mediji danas imaju posebno mjesto u životu ljudi. Pored toga što se preko njih šalju i primaju informacije sa jednog kraja svijeta na drugi nevjerovatnom brzinom, čime su štampane medije ostavili daleko iza sebe, oni utječu na javno mišljenje i na neki način formiraju identitet ljudi. S toga jako je bitan način na koji elektronski mediji informiraju javnost, kao i materijal i teme koje se prezentiraju putem njih.

Živimo u dobu kada nema niti jedne kuće bez radija i televizora, a ubrzo će ista situacija biti i sa internetom. Internet kao moderni način informiranja jedan je nevjerovatan medij putem kojeg se može doći do bezbroj nevjerovatnih informacija, stupiti u kontakt sa drugom stranom svijeta ili uživo pratiti TV i radio emisije ili preko satelita poglediti Zemlju iz svemira ili čak vlastitu zgradu i aute koji se oko nje kreću.

Kako su ljudi u ovom dobu globalizacije vezani za ove elektronske medije očit je izravan utjecaj koji oni vrše na formiranje stava ljudi o pojedinim pitanjima. U ovom tekstu govorimo o načinu na koji se islam prezentira u elektronskim medijima, sa akcentom na internet stranicama na engleskom jeziku, posvećujući posebnu pažnju na internet stranice iz Njemačke, obzirom da je Njemačka jedna od zapadnih zemalja sa najvećim brojem naših izbjeglica i najvećom muslimanskom manjinom.

Nakon 11. septembra i terorističkih napada na WTC u Njujorku, sam pomen riječi islam i muslimani asocira na: talibane, terorizam, ekstremizam, totalitarizam, Irak, Iran, Afganistan, Al-Qaidu, mahramu/hidžab, zatucanost, neobrazovanost, grupu prljavih i poderani ljudi kako pale zastave Amerike, Izraela i Danske uzvikujući divljački: „*Tekbir*“. Zapravo, slična slika o islamu je postojala i prije, samo što je nakon 11. septembra ta slika osvježena i proširena. Tome je u mnogome doprinijela medijska propaganda koju imaju zapadni mediji. Zapad je stvorio ovu sliku o islamu zloupotrebjavajući medije i slobodu govora i novinarskog izražavanja. Samo gledajući vijesti i emisije na CNN-u ili EURONEWS-u, uviđamo neispravnosti i pristrasnost u izvještavanjima iz Palestine, Iraka, Irana, uopće kada su u pitanju muslimani, pa i kada je u pitanju izvještavanje o Bosni po pitanju Srebrenice. Prilikom izvještavanja sa komemoracije u Potočarima na EURONEWSU-u se i dalje o ratu u Bosni govori kao o građanskom ratu. Na CNN-u tragajući za senzacionalnim

pričama sa Istoka, prave emisije o podređenom mjestu žene u društvu, njihovoj neobrazovanosti i zlostavljanjima, o ratnicima na Božijem putu – mudžahedinima, a sada se najavljuje emisija o mladoj generaciji muslimana sa oštrim i zabrinutim glasom voditeljice Kristijan Amampur od kojeg se sledi krv u venama, a slike američkih vojnika koji izglednjelaj djeci Iraka ili Afganistana daju čokoladice podsjeća na one iz 1992-95. godine u Bosni i Hercegovini. Prije dvije godine na istom CNN-u prikazana je i skraćena verzija i segmenti kontraverznog dokumentarnog filma *Obsession (Opsesija): rat radikalnog islama protiv Zapada*, čiji je režiser Wayne Kopping rekao da se djeca u arapskom svijetu hrane mržnjom protiv Zapada, te da je i cijela kultura prožeta tom mržnjom.

Kada je prije nekog vremena avion sa putnicima koji su išli iz Brazila u Francusku pao u Atlantik, u vijestima se odmah javilo da nije isključena mogućnost terorističkog napada islamskih ekstremista. Koja god bomba eksplodira u vijestima se pretpostavlja da se radi o islamskim ekstremistima, baš kao što je i prije desetak godina E. Said govorio u svojoj knjizi *Krivotvorenje islama*.

Zapravo, ne moramo ni gledati strane kanale da bismo vidjeli kako obavještavaju i u koji kontekst stavljaju muslimane i islam, obzirom da naše TV-stanice preuzimaju vijesti sa zapadnih medija bez bilo kakvog pokušaja ispravljanja ili preformuliranja pogrešno sročeni vijesti.

Na internetu, nepreglednom moru informacija, o islamu se govori na sličan način: o prelascima na islam i predviđanjima prelazaka u narednim godinama, o terorizmu, obavezno pitanje mahrame/hidžaba i njene povezanosti sa ekstremizmom i mogućnošću integracije, džihadu, 11. septembru, dozvoli gradnje džamija, stereotipima, fundamentalizmom, terorizmom, ekstremizmom, radikalizmom, netolaranciji, nazadnosti, neobrazovanosti, nasilju, u kontekstu rasprava o ulasku Turske u EU, teokraciji, integraciji, sekularizmu, islamskom zauzimanju svijeta, rigoroznom Šerijatu, klanju životinja i kamenovanju preljubnika, demokratizaciji arapskog svijeta, te vjerskim slobodama i jednakostima.

Kako je bilo i ranije, opet su se pojavile informacije u elektronskim medijima o povećanju broja muslimana u EU, posebno u Njemačkoj. Prema toj statistici, za pedesetak godina petina stanovništva Njemačke biće musli-

mani, potičući time problem imigracije i stranih državljana na Zapadu. Pitanje mahrame/hidžaba još uvijek je aktuelno, posebno jer u Njemačkoj nema zakona na državnom nivou koji zabranjuje nošenje mahrame. Nošenje mahrame predstavlja vjerski simbol i nejednakost, prema onima koji se protive nošenju mahrame, kažu da ona vrijeda osjećaje drugih. U jednom intervjuu sa Wolfgangom Bosbachom, ekspert za unutrašnje poslove u njemačkom parlamentu, konzervativne Kršćanske Demokratske Unije, na [www.dw-world.de](http://www.dw-world.de) u kojem se govori o integraciji muslimana u Njemačko društvo i uopšte mogućnosti integracije muslimana postavlja se i pitanje da li se marama suprostavlja integraciji, na koje je W. Bosbach odgovorio da se suprostavlja.

Aktuelne su bile i rasprave o gradnji džamija. Posebno je privukla pažnju, za našu javnost, rasprava koja se vodila u Sloveniji, ali rasprave su se vodile i u Njemačkoj gdje je bilo, i još uvijek ima, velikih suprostavljanja gradnji džamija. Uvijek aktuelno je pitanje vjeronauke u školama i nošenje mahrame. *When Faith is More Important than School* (Kad je vjera bitnija od škole) bio je jedan od niza naslova na stranici [www.dw-world.de](http://www.dw-world.de), a koji se ticao teme hidžaba i pohađanja časova tjelesnog odgoja u mješovitom razredu.

Ono što nam posebno para uši jeste konstantno etiketiranje terorističkih napada i bilo kakvih napada sa pridjevom *islamski*. O tome je govorio i Mustafa Klanco, glavni imam Mešihata Islamske zajednice Njemačke, u intervjuu za BOŠNJACI.net, 2007. godine.

Ipak mnogobrojne su internet stranice koje nam daju manje pristrasne informacije, koje nastoje prikazati obje strane priče i koje nastoje javnost upoznati sa islamom na objektivni način. Tako na stranici BBC-a u odjeljku o religijama možemo naći poseban sadržaj koji je vezan za islam, a koji u kratkim crtama i audio zapisima govori o islamu i njegovim temeljnim sadržajima i vjerovanjima. Dosta je reagiranja na pristrasno izvještavanje o izraelsko-palestinskom pitanju i uopće pogrešnom i nepravednom odnosu prema muslimanima. Tako na stranici [www.globalresearch.ca](http://www.globalresearch.ca) nalazimo tekst *Merkell's Will* Ali Fathullah-Nejada u kojem se naširoko govori o cenzurisanju glavnih i najvećih TV-stanica u Njemačkoj od strane države i drugih interesnih grupa. Uočljiv je i porast broja stranica islamskog sadržaja koji se uređuju od strane muslimana na Zapadu, kao što su tu i alternativne TV stanice sa

islamskim sadržajem. Ali postavlja se pitanje da li one dopiru do auditorijuma, kao što je to pitanje postavila i Anke Bentzin analizirajući program Njemačkog OKB-a, gdje muslimani imaju mogućnost izražaja.

O zloupotrebi medija govorili su, između ostalih, E. Said, Akbar S. Ahmed i Louay M. Safi, koji su upozoravali na krivotvorenje islama i politički motiviranu medijsku kampanju protiv islama na Zapadu u kojoj se islam izjednačava sa nasiljem i agresijom, ali i na neadekvatan odgovor i stav muslimana po istom pitanju.

Bilo da se radi o neznanju izvjestitelja, njihovom generaliziranju na temelju ličnih iskustava religije ili se radilo o namjernom, smišljenom i politički potaknutom krivotvorenju, trebamo postaviti pitanje koliko su muslimani doprinijeli toj zloupotrebi slobode medija i šta muslimani čine na borbi protiv zloupotrebe sloboda i pogrešnog predstavljanja islama. Muslimanski odgovor na medijsko iskrivljeno predstavljanje islama je u većini slučajeva oskudan i neefektivan. Kako kaže M. Safi, kampanja izobličavanja i pogrešnog informiranja o islamu se efektivno ne odbija od strane muslimanskih medija, zbog toga što muslimanski mediji, praktično, ne postoje. Jer izvan nekoliko publikacija koje normalno cirkuliraju unutar malog broja ljudi, koji su već angažirani za stvar islama, bilo ko drugi jedva da može i govoriti o muslimanskim mass-medijima. Istinski razlog neefikasnosti muslimanskih medija i njihovoj nemogućnosti da se suprostave uvredljivoj kampanji protiv islama jeste način na koji se islam predstavlja i promovira. Uprkos važnosti elektronskih medija i dalekovidnih rezultata koje oni mogu učiniti u izmjeni kulturne stvarnosti, oni još nisu postali oruđa i instrumenti za širenje poruke islama. Jedan važan znak pomanjkanja razumijevanja ovih moćnih oruđa može se vidjeti u činjenici da visoke islamske obrazovne institucije ne smatraju razne oblike umjetnosti i tehnologije kao korisna sredstva koja imaju veze sa porukom islama, već nastavljaju da se fokusiraju na interpersonalnu komunikaciju i manje učešće u javnom komuniciranju, a časopisi i poneki mediji ili emisije koje postoje usmjereni su samo prema čitateljstvu ili gledaocu muslimanu, nego što je usmjereno javnosti.

Borba protiv pogrešne prezentacije islama s ciljem uspostave istinske slike islama jeste zadatak koji zahtijeva potpunu saradnju među muslimanima i islamskim organizacijama, te visokim obrazovnim institucijama u cilju

zduživanja raspoloživih sredstava i sposobnosti. On također, zahtijeva razvoj umjetničkih i tehnoloških vještina i sposobnosti, kako kaže M. Safi, potrebnih za korištenje širokog spektra mass-medija za prenošenje poruke islama.

#### Izvori

1. Akbar S.Ahmed, "Medijski mongoli na kapijama Bagdada", *Na kraju stoljeća*, prevela Gabriela Abramac, Zagreb, 1999.
2. Edward W.Said, *Krivotvorenje islama*, prevela Suzana Sesvečan, Zagreb, 2003.
3. www.hajrat.com
4. www.rijaset.ba
5. www.mediaonline.ba

6. www.bbc.co.uk
7. www.spiegel.de
8. www.themodernreligion.com
9. www.dw-world.de
10. http://affiliate.kickapps.com
11. http://jis.oxfordjournals.org
12. www.integration-in-deutschland.de
13. www.magazine-deutschland.de
14. www.ingentaconnect.com
15. www.en.bmi.bund.de
16. www.globalresearch.ca
17. www.sussex-academic.co.uk
18. http://electronicintifade.net
19. http://tnjn.com
20. www.state.gov
21. www.islamicvoice.com

#### Summary

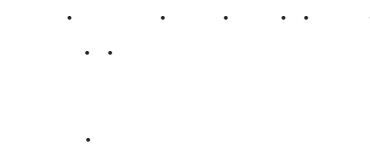
#### PRESENTATION OF ISLAM IN THE WESTERN ELECTRONIC MEDIA WITH SPECIAL EMPHASIZES ON THE INTERNET

Azra Hadzic

The electronic media have a special place in people's lives and the influence they have on the formation of consciousness among people on certain issues is obvious, so that the way they launch information to the public is very important.

Even before September 11, there had been a negative portrayal of Islam in the West, and today it is further stimulated and broadened. The Western media propaganda, which abuse the freedom of speech and the freedom of press, bear much responsibility for this. We can observe the inaccuracies and the bias in the reporting about Islam on television and the Internet, so that the Muslims are brought into a context of gender inequality, hijab (scarves) as a symbol of extremism and non-integration, terrorism, radicalism, conservatism, backwardness and the like. Although there is an increase in the number of Internet websites which attempt to offer unbiased reporting, as do the alternative TV stations with Islamic content, one must wonder whether they are reaching the audience? Whether it is the case of intentional or unintentional falsification, we have to ask ourselves to what extent do the Muslims contribute to the abuse of the media and what it is they are doing to combat such an occurrence. The struggle against false portrayal of Islam is a task that demands total cooperation among Muslims with the aim of integration and the advancement of available means and capabilities required for the use of a wide spectre of mass-media for the dissemination of the message of Islam.

KEY WORDS: media abuse, falsification, prejudices, lack of knowledge, cooperation, development



تحتل وسائل الإعلام الإلكترونية مكانة خاصة في حياة الناس، ولا يخفى على أحد تأثيرها في صياغة إدراك الناس لمختلف القضايا، بحيث أنه من المهم جدا الكيفية التي تقدم بها المعلومات إلى الرأي العام.

قبل الحادي عشر من سبتمبر، كانت توجد صورة سلبية عن الإسلام في الغرب، واليوم أصبحت هذه الصورة أكثر انتشارا وتكرارا. وقد ساهمت في ذلك الدعاية الإعلامية التي تقودها وسائل الإعلام الغربية، مسببة استغلال حرية التعبير والصحافة.

أصبح من الملحوظ وجود تقارير مغلوبة عن الإسلام ومتحيزة ضده، سواء على شاشات التلفزيون، أو على صفحات الإنترنت، وتحدثت تلك التقارير عن المسلمين بأنهم معادين للمساواة بين الجنسين، وعن الحجاب بأنه رمز التطرف والعزلة، وتلصق بالمسلمين تهمة الإرهاب والتطرف والتعصب والتخلف، الخ.

وبالرغم من التنامي الملحوظ في أعداد صفحات الإنترنت التي تحاول تقديم التقارير بموضوعية وعدم انحياز، وبالرغم من وجود محطات التلفزيون البديلة ذات المضامين الإسلامية، فإن السؤال المطروح هو: هل تصل هذه الصفحات والخطوات إلى المتلقين؟

إن التزوير، متعمداً كان أو غير متعمداً، يجعلنا نتساءل عن حجم إسهام المسلمين في ما نراه من إساءة استغلال لوسائل الإعلام، وما الذي يقدمونه في مكافحة هذه الظاهرة. إن مكافحة العرض المغلوط للإسلام مهمة تتطلب تعاوناً بين المسلمين يهدف إلى تجميع الطاقات المتاحة والإمكانات اللازمة للاستفادة من الطيف الواسع من وسائل الإعلام من أجل نشر رسالة الإسلام.

” .

سوء استغلال وسائل الإعلام، التزوير، الأحكام المسبقة، الجهل، التعاون، التطور.



## Prilog uz temu:

# RADIO "BIR"

Remzija PITIĆ

Početak rada prvog elektronskog medija Islamske zajednice otkrio nam je više nepoznanica o kojima ranije nismo ni mogli, a nismo ni imali prilike misliti. Mogućnost permanentnog kontakta sa našim vjernicima, slanje poruke njima i uzimanje povratne informacije je postala stvarnost 10. januara 2008. godine kada se na bosanskom nebu pojavio Radio „BIR“. Mnogi od nas nisu tada, a neki od nas ni danas, bili svjesni mogućnosti koju nudi ovo sredstvo za realiziranje misije Islamske zajednice. Radio „BIR“ je zahvaljujući svojim vrijednim ljudima i svojim prijateljima uspio za vrlo kratko vrijeme početi emitirati cjelodnevni program i postati dragim gostom mnogih naših domova i time nam pokazati neslućene mogućnosti koje su se „iznenada“ ukazale pred nama.

Iako nam mnoge stvari, a Boga mi i ljudi, nisu išli na ruku uspjeli smo postići zavidne rezultate za kratko vrijeme. Evo nekih pokazatelja:

- najgori rezultat slušanosti imamo u sarajevskoj općini Centar, gdje od 25 ispitanika njih 13 sluša Radio „BIR“, - tako pokazuje studija koju je uradila firma CMC iz Sarajeva;
- od početka emitiranja cjelodnevnog programa naša internet stranica je zabilježila ubjedljivo najveći rast u zemlji 309 procenata;
- ovog ramazana imamo pet puta više slušatelja putem interneta nego prošlog;
- doprinijeli smo boljoj obaviještenosti naših ljudi i njihovoj edukaciji;
- doprinijeli smo povećanju broja ljudi na brojnim manifestacijama Islamske zajednice...

### A šta je Radio „BIR“

Vrlo zahtjevan i vrlo složen projekt, pogotovo u nedostatku adekvatne podrške osnivača. Svaki ozbiljan projekt ima neki period razvoja u kojem treba i mora imati podršku osnivača na pravi način. Mi nismo imali taj period. Pa, ipak, i unatoč nedostatku podrške Radio „BIR“ je uspio napraviti ono što se u ovoj branši radi godinama i gdje samo rijetki uspiju. A mi smo uspjeli:

- pronaći lojalne slušatelje među našim ljudima;
- pridobiti mnoge simpatizere;
- polahko, ali sigurno počeli razvijati liniju podrške u svakome smislu;

- programski profilirati stanicu i pozicionirati je na tržištu;
- početi proces izgradnje kvalitetnih ljudi u ovoj oblasti;
- Izgraditi urbani radio dostojanstvenog profila.

### Šta dalje?

Za uspješno realiziranje naše misije trebaće nam još mnogo truda, znanja i učenja. Ova vrsta posla je vrlo dinamična i „nezahvalna“. Dinamična toliko da često nemate kad ni razmišljati koliko vremena, truda i znanja morate uložiti za jedan dobar programski sadržaj, „Nezahvalna“ jer sav vaš trud i naporan rad u kratkom vremenu odoše u „havu“, zvanu eter. Ali, istovremeno ovaj posao ima toliko privlačnog u sebi da mu je teško odoljeti. I, ovaj posao ne mogu uspješno raditi ljudi koji nemaju strasti, koji nisu zaljubljenici radijskog novinarstva, koji ne vole ljude. Svaka upsješna poslovna priča vezana je za ljude. Novinari, tehničari i ostalo osoblje čine projekt uspješnim ili neuspješnim. Novac nije nikakva garancija da će projekat uspjeti, bez novca nema uspješnih projekata. Radio „BIR“ već sada ima prepoznatljive sadržaje koje su naši slušatelji sebi odabrali. To možemo zahvaliti ljudima koji te sadržaje realiziraju. Dakle, uspjeti smo izgraditi i nekoliko ljudi u branši koja je u našem društvu uspješno zapuštena. Izgradnja ljudi, kvalitetnih kadrova na vrhu je liste naših prioriteta. Stabiliziranje finansijske situacije je drugi važan prioritet koji ne smije biti briga samo nas na Radiju. Treći važan prioritet je izgradnja svijesti o korisnosti društvu. To podrazumijeva potpunu promjenu svijesti sa koncepta humanitarne, svijesti sadake na koncept radinosti, korisnosti i doprinosa vrijednostima koje prepoznamo svojim. A Radio „BIR“ može biti vrijednost koju možemo prepoznati kao svoju, kao korisnu za društvo i svakog od nas pojedinačno. Najgore što nam se može desiti je repriza Musaove a.s.situacije kada ga narod njegov upućuje da se „*on i njegov Bog bore*“. Ako se opredijelimo kao narod za tu varijantu onda smo mi prošlost. Mi vjerujemo u budućnost ovog naroda i njegovu dobrotu, te istančani osjećaj da prepozna prave vrijednosti. Izgraditi svijest koja će podržati Radio „BIR“ svojim učešćem znači izgraditi svijest koja želi, hoće

i može podržati sebe. Uspjeće samo oni koji su spremni na žrtvu, na odricanje zarad svoga dobra i dobra svoje zajednice.

### Šta nismo uspjeti?

Ako bi se to moglo kazati u nekoliko riječi onda bismo mogli reći – nismo se uspjeti prodati. Blaže rečeno nismo uspjeti „uvjeriti“ naše kupce (osnivača, potencijalne klijente, prijatelje Radija) da ovaj proizvod vrijedi i da ga trebaju kupiti.

Dakle, Radio „BIR“ nije uspio sve svoje uspjehe, postignuća, vrijednosti kapitalizirati na pravi način i time osigurati nesmetan razvoj ovog projekta i pripremanje pokretanja televizijskoga kanala. A, je li to bilo moguće učiniti u ovako kratkom periodu? Je li uopće moguće komercijalizirati misiju? Moguće je da komercijala bude misija, ali komercijalizacija misije je njena smrt.

### Umjesto zaključka

Radio emituje program dvadest četiri sata dnevno, svaki dan u sedmici. Tu nema neradnih dana, vikenda, pauza. Standard u ovoj profesiji za ozbiljne kuće jeste šest sati koncentracije za tehničara – realizatora programa ili voditelja. Iako se matematikom ne bavim od 1984. godine kada sam došao u medresu, ipak mogu izračunati koliko ljudi treba za cjelodnevni, cjelosedmični, cjelogodišnji, cjeloživotni program Radija, pogotovo Radija sa ovolikom količinom vlastite produkcije.

Dakle, Radio „BIR“ je zahtjevan i skup projekt koji nipošto ne bismo smjeli mjeriti samo kroz prizmu njegovog koštanja, odnosno novaca koje troši. Mnogo je važnije šta donosi, kakvi su mu rezultati, kako je prihvaćen i šta bi sve, konačno, jednog dana mogao biti. Danas u svim džamijama (ako ih ima 1000) u Bosni i Hercegovini možemo imati 30.000-50.000 ljudi.

Radio svojim signalom pokriva, već sada, 1.4 miliona stanovnika na zemaljskoj mreži, a gore spomenute hiljade ima na internetu ili putem satelita. A, ako tome dodamo i one naše ljude kojih nemamo u džamiji, i koje nikad nećemo ni imati, a Radio im ulazi u domove...

Nema kraja mogućnostima. Samo ima jedan uvjet. Treba vjerovati i biti u „kondiciji“. I trebamo biti zajedno – biti „BIR“.