

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 znalčki, 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 *medijatizaciji*, 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 *medijatizaciji*, 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 medijatizacije, 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, mediatisation, 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 والمهرسك، 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.