

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 plasmanu 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.