

RAMAZAN U JAVNOM PROSTORU: IZMEĐU TRADICIJE I SUVREMENIH MARKETINŠKIH TRIKOVA

Sažetak

S kraja devedesetih godina prošloga stoljeća u vremenu velikih demokratskih promjena na prostorima balkanske regije, mjesec ramazan, kao i svi drugi islamom propisani ibadeti, na radost vjernika, u najširem značenju te riječi, izašli su iz intime doma i porodičnog ambijenta, i zakucali na vrata, do tada nepoznatog i neiskorištenog medijskog prostora. U ovom radu autorica donosi uvid u izazove s kojima se, posebno u posljednjoj deceniji, u mjesecu ramazanu susreću muslimani Bosne i Hercegovine. Prilog tertira odnos medija prema muslimanima posebno u vrijeme ramazana, odnos Islamske zajednice u BiH prema izazovima organiziranja novih oblika komuniciranja s vjernicima, ali i novim formama odnosa vjernika prema ramazanu u eri konzumerizma.

Zehra ALISPAHIĆ

S kraja devedesetih godina prošloga stoljeća u vremenu velikih demokratskih promjena na prostorima balkanske regije, mjesec ramazan, kao i svi drugi islamom propisani ibadeti, na radost vjernika, u najširem značenju te riječi, izašli su iz intime doma i porodičnog ambijenta, i zakucali na vrata, do tada nepoznatog i neiskorištenog medijskog prostora. Šta je bilo sa nama u ovom blagoslovljenom mjesecu? Kako smo se snašli na vjetrometini novih izazova? Jesmo li podlegli zovu konzumerizma?

Današnji tridesetogodišnjaci, kao najmlađi, i oni stariji rođeni u prošlom stoljeću, vjerovatno se sjećaju da su ezan sa najbliže džamije i upaljeni kandilji bili jedini navjestitelji ove posebne svetosti i vremena iftara, najveće radosti za svakoga postača. Ramazanski vazovi, dersovi i mukabele, za one najhrabrije, najodvažnije, poneki hafiz iz Makedonije ili Kosova – ali sve zapretno u džamijskim zidovima i haremima. Ramazan se postio i šutio. O ramazanu se nije pisalo ni pričalo u javnom prostoru a vjernici su bili najsretniji da ih niko ne uznemirava te da često i nasilno ne moraju prekinuti post. Službenici, radnici, đaci i studenti svoj su post morali tajiti a u najboljem slučaju ga nije bilo preporučljivo javno manifestirati. Osim javnih glasila Islamske zajednice u tadašnjoj SFRJ, *Preporoda*, *Glasnika*, *Takvima* i *Muallima*, sav drugi printani prostor bio je zatvoren za bilo kakvu vrstu oglašavanja ili tretiranja vjere osim za potrebe montiranih procesa i iznuđenih napisa i serijala koji su bili u službi egzekutora istaknutih i izgrađenih muslimanskih znanstvenika. Jer, trebalo je maknuti sa scene lučonoše modernih muslimanskih medija kakav je, zasigurno, kroz svoje nastupe, predavanja, pisane radove, retoričke sposobnosti i neponovljivu harizmu u novijoj povijesti Islamske zajednice ovih prostora bio rahmetli dr. Ahmed Smajlović.

Kako su se muslimani snašli u vremenu vjerskih sloboda?

Muslimani, Bošnjaci, umorni od decenijskog zatajavanja, prikrivanja, zakrivanja, uzmicanja i pretvaranja, najprije oprezno a onda sve otvorenije i otvorenije krenuli su u susret jednom novom vremenu u kojem je vjera i dalje bila pitanje izbora ali su njene manifestacije posve suvereno počele koristiti javni prostor koji je desetljećima neopravdano bio uskraćen i zabranjen zarad otvorenih interesa partijskog režima.

Dakako, vrijeme i vjerskih sloboda mnogima je imponovalo. Dok su neki pokušaji javnog prezentiranja vjerskih osjećaja bili rezultat neznanja, religijske nepismenosti, amaterizma i improvizacije dotle su oni drugi, uspješniji, vješto sintetizirali islamsko nasljeđe ovoga podneblja i profesionalne kompetencije ljudi iz medijskog ešalona. Kao da je sve krenulo sa prvom *Zetrom* 1990. godine¹ i *zov Allahu* bio uslišan pa su *potekli rajski potoci* i *din bulbuli izašli*. Neka neobjašnjiva, možda zapretna i sputana energija krenula je *iz dergjaha naših srca*. Nije više bilo Partije, nije više bilo Tita, došlo je vrijeme slobode i demokratskih promjena. No, muslimani su svijet koji po nekom nepisanom pravilu svaka sloboda, svaka mogućnost izbora, svaka prilika da planiraju, kreiraju, vode, upravljaju, odlučuju, kritikuju i samokritikuju – dobrahno iznenadi pa se prođu toga posla, podijele se ili posvađaju. Iz jedne partije nastanu dvije, tri, četiri... Jedno udruženje preraste u drugo, drugo u treće i četvrto... Uslijedilo je vrijeme nesnalaženja, lutanja, odmjeravanja, vaganja. Nepovjerenje u one druge, možda dobronamjerne, nije se isplatilo. Odgajanje i educiranje vlastitog kadra spremnog i doraslog da na jedan dopadljiv i seriozan način prezentiraju islam u javnom prostoru – izostalo je. Na tom putu četverogodišnja agresija na Bosnu i Hercegovinu ostavila je nesagledive posljedice. Vrijeme u kome je životima trebalo braniti narod, vjeru i domovinu kreiralo je drukčiji ambijent i postavilo druge standarde. U vremenu iznuđenog mira ili prije njega nestalo je *Islamske misli* i probošnjačkih medija koji su obećavali, ugasio se *Ljiljan*, dugo najavljivana *Bošnjačka televizija* počela je sa radom pa je više nema, okupljali se neki probošnjački sabori pa prestali... Tako, od prvih uspješnih spotova ilahija i kasida *Trojice hafiza* i hora Gazi Husrevbegove medrese u Botaničkoj bašti Zemaljskog muzeja u Sarajevu, preko godišnjih koncerata ilahija i kasida u Zetri do brojnih manje ili više uspješnih horova duhovne muzike i popularnih interpretatora različitih muzičkih žanrova

¹ Zetra 1990. godine bio je prvi veliki i uz visoke umjetničke domete organizirani koncert ilahija, kasida i sevdaha u Olimpijskoj dvorani Zetra u Sarajevu. Ovim koncertom predstavljen je dio islamskog nasljeđa muslimana ovoga podneblja te najljepši plodovi bošnjačkog muzičkog nasljeđa. Učešće u ovom koncertu uzeo je Hor Gazi Husrevbegove medrese u Sarajevu, hafizi Mensur Malkić, Sulejman Bugari, Aziz Alili, Senad Podojak, te interpretatori sevdaha Safet Isović, Zehra Deović, Hanka Paldum, Zekerijah Đezić uz pratnju Omera Pabrića i Muaza Borogovca.

koji su izvodili poznate ilahije i kaside, teško da smo šta više uradili. Danas, više od dvije decenije poslije, ne možemo se oteti utisku da smo vrijeme početka demokratskih sloboda, pa u tom kontekstu i vrijeme medijskih sloboda s početka devedesetih, dočekali nespreni i izgubljeni, jednostavno, nismo se snašli. Ipak, vodeći mediji koji su uvijek pod pokroviteljstvom aktualnih sistema, otvorili su vrata svim vjerskim zajednicama ovih prostora. Na stranicama ovog časopisa prije četiri godine pisali smo o diskontinuitetu medijske prezentacije vjere na javnim emiterima Bosne i Hercegovine čiji su pretplatnici i vjernici, o medijskom tretmanu vjere samo u mjesecu ramazanu te o folklorističko-hedonističkom i konzumerskom pristupu ovim najsvetijim trenucima u životu vjernika. Sa izuzetkom Federalnog radija koji u svojoj programskoj shemi od 1991. godine ima posebne vjerske sadržaje namijenjene predstavnicima triju religija kao i prigodne vjerske sadržaje poput ramazanskog iftarskog i sehurskog programa, drugi javni emiteri u Bosni i Hercegovini, ali i neovisni mediji ovih prostora, nemaju kontinuitet vjerskog programa a postojeći sadržaji su kolažnog tipa urađeni na način „tri u jedan“ ili „dva u jedan“ (BH Radio 1, FTV Mozaik religija od 2001., BHTV Duhovni mostovi prozvodnja RTRS od 2005) ili su ti sadržaji sporadični. Situacija se popravlja na nekim neovisnim i manjim medijskim kućama i onim na lokalnom nivou.² Uz obrazloženje da televizija nije džamija, neke tv-kuće poput FTV nasilno su prekinule emitiranje ramazanskog programa koji je uspješno realiziran od 1996. do 1999. godine kada smo prvi put na tv prijemnicima uz druge prigodne sadržaje mogli slušati ezan i odlomke iz Kur'ana Časnog. Tek dvanaest godina poslije, 2011., snimljen je zapažen serijal *Ramazanskih razgovora* koji su emitirani u dnevnoj programskoj shemi tokom mjeseca ramazana. Izuzme li se prijenos bajram-namaza i Lejletu l-Qadra te spomenute emisije *Duhovni mostovi* koja je kolažnog tipa i koja se u cjelosti preuzima od RTRS, državna televizija (a zakon je na to obavezuje) morala bi imati svoju redakciju vjerskog programa i svoj producirani vjerski program.³ Ovdje se

² Ovdje treba izdvojiti iskorake koje u posljednjih nekoliko godina pravi TVSA, TV Hema, TV Igman kao i druge kantonalne i lokalne televizijske stanice.

³ Vidjeti detaljnu analizu ramazanskog programa i medijske prezentacije vjere, tekst autorice Zehre Alispahić u *Novom Muallimu*, jesen 2009. god. X, br. 39, Muallimov forum o

neminovno nameće pitanje zašto je redukcija ili potpuno ukidanje vjerskog ili ramazanskog programa, redukcije u spomenutim postojećim sadržajima kao i neosnovane promjene termina pojedinih emisija na različitim emiterima prolazilo tiho, bez saopćenja, reagiranja, protesta vjernika uopće i Islamske zajednice na poseban način? Zašto se Islamska zajednice u Bosni i Hercegovini i njene resorne službe i administrativni aparat, kao ni druge religijske zajednice nikada nisu upustile u ovu pravnu borbu sa javnim emiterima za prostor koji im legalno pripada? Svaka ozbiljnija analiza bi pokazala da bi građani Bosne i Hercegovine dobili takvu sudsku parnicu jer pitanje medijskog tretmana vjere u današnjem svijetu je na ljestvici temeljnih građanskih prava. U tom smislu otvaranje vlastitih religijskih radijskih i tv-stanica jeste radost ali ne skida odgovornost zvaničnih državnih medija za prostor na koji imamo pravo i koji nam je godinama uskraćen.

U ramazanu na raskršću tradicije i modernosti

Ramazan je po definiciji jedan od vjernih identiteta, kruna pojedinačne i porodične radosti, vrhunac sreće, prilika za zblizavanjem, potpomaganjem, obnavljanjem pokidanih veza i nadasve godišnja šansa za oprost i novi početak. Onog trenutka kada su popucale stege prethodnog režima i kada je manifestacija vjerskog života uz porodični ambijent i džamijske okvire postala i dio naših ulica, kafana, restorana, aščinica, domova kulture i sportskih dvorana, bili smo počesto ne samo radosni nego i zbunjeni. Da li se prepustiti rijeci emocija, prikrivenom zovu konzumerizma i na taj način utoliti višedecenijsku žeđ za zabranjenim vjerskim sadržajima u javnoj sferi ili ostati vjeran tradiciji pa sve to nekako držati u zidovima svoje avlije?!

I dok su jedni razmišljali kako napraviti balans između islamske tradicije i vjerske prakse ovoga podneblja u doticaju sa izazovima modernog vremena i konzumerizma, oni drugi su shvatili da sveto vrijeme kod muslimana, mjesec posta, mjesec milosti, oprosta i spasa od vatre može biti vješto marketinški iskorišteno i eksploatirano na putu sticanja značajne ekonomske dobiti firmi osobito iz gastro i turističkog područja. Već sedmicu ili dvije prije nastupanja mjeseca ramazana u svojoj mail-pošti ili poštan-

religijskom programu u bh medijima.

skom sandučetu zatičemo brojne i raznovrsne ramazanske ponude iftarskog i sehurskog, skupljeg i jeftinijeg menija, od najmanjih aščinica do najluksuznijih hotela. Tu su i ramazanske turističke ponude. I tako svih trideset dana. A onda dolaze bajramska kafanska slavlja. Pa estradni umjetnici, domaći ili „sa onu stranu Drine“. A otkudgod dolazili takva vrsta folklornih elemenata je nepoznanica ramazansko-bajramskom miljeu koja bespotrebno narušava svetost ovog odabranog vremena. I ne samo to, blagoslovljeni mjesec ramazan je postao marketinški hit printanih i elektronskih medija. Oglasni prostor dnevnih i sedmičnih novina, propagandni program radio i tv kuća, sve vrvi od „primamljivih“ iftarskih ponuda i cijena. Porođična iftarska okupljanja koja na poseban način boje atmosferu naših kuća i stanova, ili su bojila, užurbanost, gužva i smijeh za sofrom, pohvale domaćicama, u percepciji sve većeg broja nas postaju stvar prošlosti, raritetna iskustva koja možemo sresti kod još živih roditelja i starijih članova porodice. Kaže se: Stanovi su nam mali, gdje ćemo se svi smjestiti, supruga nam rade, kada će to sve spremite, a tek pospremiti, najbolje je rezervirati dvadesetak mjesta u tom i tom hotelu... i tako završiti svoje obaveze prema rodbini...?! A zašto ne razmislimo o gotovoj i dostavljenoj hrani?

Slika prva: I sama sam prošle godine iftareći u jednom luksuznom sarajevskom hotelu na poziv mojih prijateljica iz studentskih dana gledala jednu uglednu sarajevsku hadžijsku familiju kako nije odoljela izazovima modernog tržišta. Dvadesetak članova te poznate porodice iftarili su za uglađenim stolovima razdvojeni po četvero u „cipelama“... Prije toga smo uredno stajali u redu za „švedskim stolom“ da uzmemo svoje iftarsko sledovanje. Nisam sigurna da sam se ni ja a ni oni ugodno osjećali te večeri. Sami smo sebi bili čudni i smiješni.

Slika druga: Vidimo sebe kako žurimo na neki od tih iftara u nekom od hotela koji i nije priviknut na ovu eksploziju vjerskih emocija. Ali posao je posao. Nismo ni sigurni u šerijatsku ispravnost njegovog ekonomskog poslovanja tokom godine. Ima li halal-certifikat? Posluga spora, meni daleko od ramazanskog ugođaja, više brze nego tradicionalne hrane, počesto bez prostorija prikladnih za akšam-namaz, u neposrednoj blizini izloga sa pićem, bez adekvatnog prostora za abdest, a na teraviju možda i ne stignete. I onda kažete sebi: ma što mi je ovo trebalo.

Slika treća: Odredimo džamiju koja je najbliža našoj ciljanoj destinaciji, klanjamo akšam i onda požurimo u restoran ili aščinicu ispunjenu do posljednjeg mjesta, gdje nas čeka naše, nekoliko dana prije, rezervirano mjesto, potom iftarimo, onda promijenimo mjesto pa odemo do najbliže kafane na kahvu, pa polahko na teraviju a onda neka boza ili limunada s dragim prijateljima i opet kahva... Jeste, ali opet sve u trku, sve na nogama.

Slika sljedeća: Mi smo kod kuće sa užom ili širom familijom, sa prijateljima lijepo nam je, dugo se nismo vidjeli, divna prilika za druženje, sami smo kupili somune, sami pravili salate, hošaf, topu, čorbe i pite. Cika i vriska djece, juli je pa se može i na bašči, i u avliji i na terasi...

Bilo kako bilo: Možda se i odlučimo za nešto pod 1., 2., ili 3., jednom ili dva put u ramazanu ali smo kod kuće „svoji na svome“. Jesmo na raspuću ali se držimo i putokaza.

Ipak, ne možemo se oteti utisku da su ovi posljednji ljetni ramazani zaista impozantni u takvom čaršijskom ugođaju, da su ulice i šetališta između akšama i teravije te i poslije do sehura prekrasan poligon manifestacije vjerskih osjećaja, mladosti i ljepote, da je to posebno šansa za mladi svijet na njihovom putu u vjeru ali postavlja se pitanje sredine, standarda i pravih sadržaja.

Ako izlazak vjere u javni prostor, pa makar i platili cijenu brojnih ramazanskih marketinških trikova, ne naruši pravu ramazansku atmosferu, ako sačuva skrušenost u nama i oko nas, ako se odupremo bespotrebim folklornim elementima koje ne pronalazimo u temeljnim intencijama islama, onda možemo kazati da smo s vremenom i da se snažno odupiremo njegovim izazovima. Zato smo svi odgovorni. Na poseban način je odgovorna naša Islamska zajednica, njene odgojno-obrazovne institucije i resorne službe, uposlenici, imami, muallimi, muallime, vjeroučitelji... Ne možemo pristajati na lažne koncepte i interpretacije temeljnih islamskih vrijednosti ali ne smijemo ne raditi i ne planirati, ne nuditi projekte, ne savjetovati se, ne razgovarati, ne osjećati puls vremena, zahtjeve mladosti... Iako svaki pojedinac ima pravo na vlastiti izbor od Zajednice se očekuju inicijative i smjernice koje će doprijeti i do onih čije ponašanje i aktivnosti nisu pod njenim izravnim kompetencijama.

U kontekstu naših razmatranja o prisutnosti vjere u javnoj sferi i sferi medija, Islamska zajednica do sada nije pokazala dovoljnu dozu brige i profesionalizma. Analiza ramazanskog programa na javnim emiterima i neovisnim medijima pokazuje nužnost ozbiljnije suradnje između medija i kompetentnih službi Rijaseta Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini kako bi se u prezentiranju vjerskog a osobito ramazanskog programa osigurao profesionalniji pristup i bolji efekat na publiku. Naša Zajednica sa svojim službama i odgovornim licima bi morala postaviti jasne standarde, ali i dati adekvatnu pomoć u procesu njihove realizacije. Možda bi trebalo podsjetiti nadležne službe na preporuke Komisi-

sije za medije Sabora IZ u BiH iz 2005. godine u kojima se uz preporuku za osnivanje Radija IZ u BiH jasno sugerira i osnivanje vlastitog video-produkcijskog studija koji će producirati i distribuirati sadržaje vjersko-dokumentarnog karaktera za potrebe medijskih kuća na prostoru Bosne i Hercegovine i za potrebe medija u inozemstvu.⁴ Ili ćemo ponuditi vlastite sadržaje ili zainteresirane medijske kuće nećemo ostaviti da sami kako (ne)znaju produciraju program koji ćemo kasnije kritizirati i odbacivati. Pa na nama je.

⁴ Izvještaj o stanju elektronskih medija u BiH, Komisija za medije Sabora Islamske zajednice u BiH, 2005.

Summary الموجز

THE MONTH OF RAMADAN IN THE PUBLIC SPHERE: BETWEEN THE TRADITION AND CONTEMPORARY MARKETING TRICKS

Zehra ALISPAHIĆ

رمضان في الأماكن العامة: بين التراث والحيل التسويقية العصرية

زهرة عليسباھيتش

Beyond the end of the last century in the era of vast democratic changes in the Balkans region, the month of Ramadan, like all the other forms of Islamic rituals, to the great joy of believers, in true sense of the word, stepped out of the intimacy of our homes and the family atmosphere into, until then unknown world of the media. In this article the author brings an insight into challenges facing, especially in the last decade, the Muslims of Bosnia and Herzegovina during the month of Ramadan. The text deals with the attitude of media towards the Muslims particularly during the month of Ramadan, attitude of the Islamic Community towards the challenges represented by organising of the new forms of communication with believers, but also the new forms of the relation of the believers towards the month of Ramadan in the era of consumerism.

شهدت أواخر التسعينات من القرن الماضي، تحولات ديمقراطية في منطقة البلقان، فخرجت العبادات الإسلامية بما فيها رمضان، من جو البيت والأسرة الداخلي، لتطرق على أبواب الفضاء الإعلامي الذي لم تكن تعهده أو تستفيد منه في السابق، مما بعث السرور في نفوس المؤمنين، بأوسع ما تعنيه كلمة سرور من معنى. وتقدم الكاتبة في هذا البحث نظرة في التحديات التي يواجهها مسلمو البوسنة والهرسك في السنوات العشر الأخيرة، ولاسيما في شهر رمضان المبارك. يعالج البحث موقف وسائل الإعلام من المسلمين، وخاصة في شهر رمضان، وموقف المشيخة الإسلامية في البوسنة والهرسك من تحديات تنظيم أشكال جديدة من التخاطب والتواصل مع المؤمنين، وكذلك الصيغ الجديدة لموقف المؤمنين من شهر رمضان في عصر النزعة الاستهلاكية.