

ISLAM I MEDIJI

ISLAM U BH MEDIJIMA U OSKUDICI VJERSKOG NOVINARSTVA

nedžad grabus

Suvremeni znanstvenici komuniciranje definiraju kao mehanizam pomoću kojega opstoje i razvijaju se odnosi među ljudima. Nakon usmene, verbalne, i gestovne komunikacije, razvio se oblik prenošenja poruke slikom, potom pismom a onda se razvilo štamparstvo a potom se razvila elektronska komunikacija. Razvojem radija, televizije i kompjutera uspostavio se novi oblik komuniciranja na daljinu koji sintetizira razne oblike komuniciranja: govor, sliku, zvukove, pokrete itd. Komunikacija i kulturni odnosi nužni su sadržaj u duhovnom, političkom, socijalnom i etičkom okviru unutar kojeg se održava vitalnost i dinamičnost muslimanskoga društva i čuva jedinst-

vo Ummeta. Komunikacija na individualnoj i džematskoj razini potiče harmoničniji odnos između pojedinca i Uzvišenog Boga kao i unutar društva u cjelini.

Iako na svijetu živi više od milijarde muslimana, islam je jedna od najnerazumljivijih religija, posebno u zapadnom svijetu. Prema anketi američkog časopisa *Time*, koja je provedena u aprilu 1993. godine, 64% u Americi ispitanika ne zna ništa o islamu, a jedini izvor informacija za većinu anketiranih su mediji². Javno mnijenje u zapadnim društvima ima "nerealnu sliku" o islamu a muslimani, općenito, skeptično gledaju i indolentno se odnose prema medijskoj i informativnoj ekspanziji zapadnog svijeta. Knjige, časopisi i novine mogu biti

kontrolirane i zaustavljene na nacionalnim granicama ali elektronski mediji ne respektiraju ovakvu vrstu ograničenja. Robert McLeish lucidno primjećuje kako politički programi i propaganda ili kršćanski misionari mogu biti poslani u jednu zemlju a čuti se i djelovati putem medija u drugoj.³

Budući da je kraj dvadesetoga stoljeća obilježen povećanim interesom za duhovnost i religiju, paralelno se razvijao i specifični oblik novinarstva koji prati globalni fenomen vraćanja tradicionalnim vrijednostima. Za ove se vrijednosti naglašava da mogu pomoći u novom valoriziranju i prakticiranju vjere kao i njene implikacije na sveukupni ljudski život. Na tragu ove činjenice u posljednjih desetak godina nast-

Iako na svijetu živi više od milijarde muslimana, islam je jedna od najnerazumljivijih religija, posebno u zapadnom svijetu. Prema anketi američkog časopisa *Time*, koja je provedena u aprilu 1993. godine 64% ispitanika u Americi ne zna ništa o islamu, a jedini izvor informacija za većinu anketiranih su mediji. Javno mnijenje u zapadnim društvima ima "nerealnu sliku" o islamu, a muslimani, općenito, skeptično gledaju i indolentno se odnose prema medijskoj i informativnoj ekspanziji zapadnog svijeta.

lo je nekoliko značajnih knjiga koje bilježe i obrađuju specifičan odnos medija prema islamu kao svekolikom sistemu života. Izdavamo knjigu Muhammeda Siddikija, profesora na Western Ilionis Univerzitetu, *Islam muslimani i mediji, mitovi i realnosti*. U veoma sistematičnom radu, profesor Siddiki analizira odnos informativnog, dokumentarnog i filmskog programa prema islamu. Po njegovoj analizi filmovi kao naprimjer: Lorens od Arabije 1962. Crna nedjelja (1977.) i Formula (1980.) pokazuju muslimanski svijet kao "egzotično, čudno i mjesto puno nasilja". Reditelji i scenaristi podliježu negativnim stereotipima pa ovakvi filmovi potiču nerazumijevanje i negativan odnos prema muslimanima i muslimanskome svijetu. Većina ovakvih filmova uspijeva kreirati sljedeće mitove:

- svi muslimani su Arapi i svi Arapi su muslimani;
- sve arapske porodice su samodestruktivne.

SVJETSKI MEDIJI

I ISLAM

Analize dalje govore kako muslimane u medijima najčešće prikazuju u negativnome svjetlu,

bez ravnoteže i objektivnosti. Ovo su ustvrdili sljedeći znanstvenici: Adams 1981., Altheide 1976., Asi 1981., Atwater 1986., Ghareeb 1983., Heumann 1980., Kern 1981., Paraschos 1985. i Woll 1987. godine.³

Štampani mediji, neki svakodnevno, donose, nažalost, negativne informacije o islamu i na taj način izgrađuju neobjektivan odnos javnog mnijenja prema svemu što ima "islamski" atribut. Znanstvenik Said u knjizi koja je objavljena 1987. godine pod naslovom *Zapadni i američki mediji i islam*, potcrtava kako nekada mediji sugeriraju da su muslimani odgovorni za sve probleme u dvadesetom stoljeću. Ghareeb je još 1984. naglasio da i tako značajan list kao Washington post muslimane poistovjećuje s teroristima. Slično razmišlja i znanstvenik John Esposito u knjizi *The Islamic Threat: Mith or Reality? Islamska prijetnja, mit ili realnost?* navodeći zabrinutosti koje su se reflektirale kroz naslove priča, u posljednjem desetljeću 20. stoljeća, u vodećim novinama i medijima kao što su: "Sveti rat dolazi u Ameriku", "Novi početak za islam, globalna borba protiv sekularne države", "Dži-

had u Americi" itd.⁴

Novije analize, pak, govore kako su mediji oprezniji u pružanju negativnih informacija o muslimanima. Čini nam se da su snažaniji poticaj razumijevanju islama i muslimana i ozbiljniji pristup njegovom proučavanju u današnjem svijetu dali moderni političari, prije nego znanstvenici, na zapadu poput Klintona, Blera, princa Čarlsa i drugih. Ipak, nemamo iluzija da će se uskoro drastično promijeniti medijska slika islama budući da se u zapadnoevropskoj i američkoj naobrazbi, univerzitetskom naučnom studiju, bibliotekama i knjižnicama islam proučava i svrstava, usprkos njegovom monoteizmu i poslaničkoj tradiciji, sa "stranim religijama" (hinduizmom, budizmom, taoizmom itd.) Na Zapadu se još uvijek više potiču razlike između monoteističkih tradicija, a manje zajednički teološki vidik ili udio u etičkom monoteizmu koji može biti izvor uzajamnog poštivanja i saradnje.⁵

Analizirajući razloge negativnog i stereotipnog portretiranja muslimana u medijima znanstvenici navode sljedeće:

1. kulturne razlike;
2. sukob između Arapa i

Izraela;

3. nedostatak informacija u medijima o sukobu između Arapa i Izraela;

4. politička moć izraelskog lobija i njegov utjecaj u američkim medijima;

5. sekularna osnova medija i

6. nove tehnološke mogućnosti medija.⁶

Najutjecajniji zapadni poznavaoči islamske kulture i civilizacije potiču strah od islama i muslimana i putem medija sugeriraju slikama i ilustracijama nomadski i barbarski imidž sljedbenika ove tradicije. Profesor Sidiki svoje teze potvrđuje ilustracijama iz medija u kojima se muslimani poistovjećuju s nomadima koji jašući kamile dolaze na Zapad praćeni naslovom "The Muslims are coming! The Muslims are coming!", "Muslimani dolaze! Muslimani dolaze!".⁷

ELEKTRONSKI MEDIJI U BIH

Odnos najutjecajnijih medija prema religiji općenito, i islamu posebno, u Bosni i Hercegovini izuzetno je složen problem koji je uvjetovan nizom činilaca. Mislimo prije svega na odnos političkih snaga koje drugo i drugačije nerijetko doživljavaju neprijateljskim, minimalno znanje o drugima, podložnost stereotipima i "zakovanim" historijskim i inim istinama, naslijeđene modele iz bivšega sistema o drugima, nepostojanje javnoga mnijenja i minimalna participaci-

ja građana u kreiranju boljeg ambijenta u društvu. S obzirom da se informacije objavljene putem medija najčešće uzimaju kao gotove i definitivne istine, držimo važnim iznova aktualizirati odnos elektronskih medija u našoj zemlji prema univerzalnim religijskim vrijednostima općenito i islamu posebno u kontekstu izgradnje harmoničnijih odnosa u bosanskohercegovačkom društvu.

Prema podacima Nezavisne komisije za medije u BiH djeluje 270 javnih i privatnih radio i televizijskih stanica. U Federaciji BiH djeluju 82 javne radio-televizijske stanice.⁸ Javne se radio-televizijske stanice finansiraju najvećim dijelom iz budžeta općine ili kantona. Pa ipak, vrlo su rijetke one koje u programskoj shemi imaju redovan program iz domena religije.⁹ Bosanskohercegovačka televizija kao najjači elektronski medij u našoj zemlji, koja se najvećim dijelom finansira iz pretplate, nema u svojoj shemi emisiju posvećenu religiji. Pozitivniji odnos prema temama iz domena religija ima Radio BiH koji u svojoj shemi već punih osam godina ima redovne polusatne sedmične termine o islamu, katoličanstvu i pravoslavlju a odnedavno i polusatnu emisiju Međureligijskog vijeća BiH "Susret" koja se emitira svake sedmice.

Mediji u našoj domovini imaju različit pristup tretiranju tema iz domena vjere. Iako je bosanskohercegovačko društvo bremenito svekolikim problemima, mediji masovnoga komuniciran-

ja, nažalost, nisu uspjeli artikulirati pozitivnu energiju vjere koja može pomoći u ublažavanju i rješavanju problema naše današnjice i pružanju vizije za bolju budućnost. Moramo naglasiti da su današnji vodeći novinari u BiH svoj odnos prema religiji izgradili još u bivšem sistemu u kojem je religija tretirana kao "opijum za narod". Nismo sigurni ni da li će mladi svršenci Odsjeka žurnalistike, Fakulteta političkih nauka u Sarajevu, imati drugačiji pristup s obzirom na aktualni program na Fakultetu i odsustvo značajnijih promjena u odnosu na proučavanje religije. Kao pozitivan primjer mogli bi im koristiti pomoci u pristupu proučavanju religije udžbenici i nastavni planovi i programi na zagrebačkome sveučilištu u kojima je već uvršteno posebno poglavlje o "vjerskom novinarstvu". U knjizi *Osnove znanosti o novinarstvu* dr. Marko Sapunar, u poglavlju *Posebne vrste novinarstva* ističe da po masovnosti i utjecaju odmah nakon poslovnog dolazi vjersko novinarstvo koje je do vrhunca razvila Katolička crkva. Samo u Republici Hrvatskoj ona izdaje nekoliko sedmičnjaka, više časopisa i povremenih edicija, tako se ovo novinarstvo uvrštava u snažan faktor formiranja javnoga mnijenja. Budući da je Katolička crkva međunarodna organizacija, Sveta stolica je osnovala i svoj poseban ured koji prati kako djeluje vjersko novinarstvo i stalno nad njim bdije i pomaže pojedinim crkvama da ga un-

apređuju.¹⁰

MEDIJSKO ZANIMANJE ZA OBREDOSLOVNI SEGMENT VJERSKOG ŽIVOTA

Indikativno je da su za elektronske medije u BiH jedino interesantne teme iz obredoslovnog segmenta, posebno bajram i džuma-namazi, iako je namaz najintimniji dio manifestiranja vjere, a za većinu takozvanih nezasvisnih časopisa intrigantne teme koje su duboko dnevno-politički obojene. Budući da u našoj domovini ima niz privatnih radio i televizijskih stanica, one popunjavaju, ne uvijek najbolje, medijsku prazninu iz oblasti tema o religiji. Dakako ima stanica koje neprimjerenim i neselektiranim temama degradiraju i folkloriziraju religijska učenja. Sigurni smo da ozbiljniji pristup medijskom valoriziranju temeljnih vrijednosti vjere može pomoći uspostavi harmoničnijih odnosa u porodici, društvu i među različitim religijama u Bosni i Hercegovini. Religijski i nacionalni odnosi u našoj domovini često su emotivno obojeni zato je od izuzetnoga značaja da u medijima potenciramo teme koje vode boljem razumijevanju među sljedbenicima iste vjere kao i između različitih tradicija. Univerzalne vrijednosti vjere temeljne su ljudske vrijednosti i bez potpunog valoriziranja i redefiniranja ovih vrijednosti naše društvo, treba li stalno naglašavati, ne može normalno funkcionirati.

Slobodni smo ustvrditi da je nepostojanje adekvatnog novinarskog kadra i neupućenost većine novinara u osnove učenja i najšešće termine islama s jedne strane, i s druge - nedovoljna spremnost upućenih u islam, koji ga medijski prezentiraju, da saznaju osnove i specifičnosti novinarstava i medija masovnog komuniciranja, posebno elektronskih - suštinski su problem koji onemogućavaju ozbiljniji pristup prenošenja univerzalnih poruka islama. S obzirom da je Islamska zajednica autonomna organizacija, morat će porazmisliti o vlastitoj strategiji i odnosu prema medijima.

Mediji se zato ne bi primarno trebali baviti ekskluzivističkim i intrigantnim temama koje potiču sumnju među pripadnicima iste vjere a kamoli među sljedbenicima različitih tradicija.

Osim što pojašnjavaju sveto i nadnaravno, religije se obraćaju ljudima koji su članovi konkretnih društvenih zajednica. Budući da je u modernom svijetu izražena jasna razlika između sekularnoga i religioznoga, često dolazi do neugodnih tonova u interpretaciji nečasnih djela počinjenih od starne pojedinaca koji religijski, etnički ili kulturno pripadaju ili potječu iz muslimanskog svijeta.¹¹

Postoji značajna razlika između elektronskih i štampanih medija u BiH u pristupu temama iz domena kojeg obrađujemo. Štampani mediji, među kojima prednjači sarajevski sedmičnik *Dani*, konstantno iz broja u broj negativno piše o islamu.¹² Elektronske medije u BiH možemo analizirati kroz jezik kojim se obraćaju gledaocima odnosno slušaocima. Mediji na hrvatskom jeziku imaju redovite termine iz

domena katoličanstva a mediji na srpskome jeziku afirmiraju samo pravoslavlje. Nismo zamijetili da su neke informativne ili obrazovne emisije na ovim jezicima pozitivno obrađivale teme iz domena islama. Zašto ne naglasiti da se još uvijek sjećamo najvulgarnije propagande o islamu na ovim medijima, koja je paralelno tekla sa agresijom na našu zemlju. Osnovna karakteristika medija koji program emitiraju na bosanskom jeziku jest odsustvo bilo kakve definirane koncepcije u programu o religiji. Ove medije možemo podijeliti na sljedeći način:

1. Puni programski sadržaj iz domena islama, npr. Radio Naba, Radio-Hayat;
2. Redovne emisije iz domena islama, npr. Radio BiH, Bošnjačka radio-televizija, TV USK;
3. Povremene i prigodne emisije, TV BiH, TV Hayat i
4. Emisije u povodu mubarek-dana, TV 99, OBN.

ISLAMSKA ZAJEDNICA I MEDIJI

Slobodni smo ustvrditi da je nepostojanje adekvatnog novinarskog kadra i neupućenost većine novinara u osnove učenja i najšehće termine islama s jedne strane, i s druge - nedovoljna spremnost upućenih u islam, koji ga medijski prezentiraju, da saznaju osnove i specifičnosti novinarstava i medija masovnog komuniciranja, posebno elektronskih - suštinski su problemi koji onemogućavaju ozbiljniji pristup prenošenja univerzalnih poruka islama. S obzirom da je Islamska zajednica autonomna organizacija, morat će porazmisliti o vlastitoj strategiji i odnosu prema medijima. Ohrabruje izjava o Moralnoj obavezi Savjeta Reisu-l-uleme u povodu hadža 1420/2000. godine. Putem ove izjave jasno se pozivaju nadležne vlasti ali i svi odgovorni da razvijaju medije masovnog komuniciranja (radio, televiziju, novine i dr.) koji neće promovirati laž, klevetu, podjelu, nepovjerenje i neprijateljstvo među ljudima, već koji će pridonositi izgradnji zdravog demokratskog društva. S tim u vezi Savjet Reisu-l-uleme u svojoj izjavi apelira da se vjerskim zajednicama omogući veći pristup medijima.

Aktivna medijska politika Islamske zajednice mora uzeti u obzir okolnosti i specifičnosti u kojima živimo u pogledu tema koje su najdominantnije u informativnom, dokumentarnom, obrazovnom, filmskom i zabav-

nom programu. Budući da nema domaće produkcije, ili je vrlo simbolična, ona ne može zadovoljiti potrebe gledalaca i slušalaca radio-televizijskih programa. Predlažemo nekoliko nužnih mjera koje se moraju u što kraćem periodu poduzeti s ciljem poboljšanja programa o islamu na elektronskim medijima u BiH:

1. Prilagoditi, barem djelimično, vazove, hutbe i javna obraćanja zakonitosti prezentacije u medijima masovnoga komuniciranja;

2. Pokušati integrirati i koordinirati rad među redakcijama i osobama zaduženim za rad u medijima;

3. Organizirati obavezne seminare za osobe koje su najčešće, po poziciji u Zajednici, prisutni u medijima, ali i za novinare koji prate teme iz oblasti religije;

4. Osnovati poseban odjel u Zajednici koji će se baviti ukupnim medijskim aktivnostima. **m**

Fusnote

¹ Vidi: Muhammed Siddiqi, *Islam Muslims and Media, Myths and Realities*, Chicago, 1997., str. 47.

² Usporedi: Robert McLeish, *Radio Production*, London, 1995., str. 3-4.

³ John L. Esposito, *The Islamic Threat Myth or Reality?*, New York, 1995., str. 213.

⁴ Usporedi: Ibid., 214-215.

⁵ Vidi: Muhammed Siddiqi, Ibid., str. 22-23.

⁶ Ibid., str. 25-32.

⁷ Vidi: Nezavisna komisija za medije,

Separat o medijima.

⁸ Kao pozitivan primjer izdvajamo TV Unsko-sanskog kantona i Televiziju Travnik. Pokušali smo dobiti podatke i od drugih TV-stanica ali nažalost nismo uspjeli. Naime, direktori i urednici medija koje smo kontaktirali nisu odgovorili na naše upite.

⁹ Usporedi: Dr. Marko Sapunar, *Osnove znansoti o novinarstvu*, Epoha, Zagreb, 1994., str. 241-242.

¹⁰ Treba naglasiti da judaizam, kršćanstvo i islam imaju isti korijen i sve tri tradicije vode porijeklo od Ibrahima, a.s., kao zajedničkog pretka, otuda su poznate kao ibrahimovske ili abrahamske tradicije. Slijedeći ovu činjenicu islam se generalno u javnosti, poput judeo-kršćanske tradicije, predstavlja samo kao religija. Moguće je da je ovo izvor nerazumijevanja koji su često uočljivi na medijima masovnoga komuniciranja. Dužni smo kazati kako islam ne poznaje podjelu svijeta na sakralno i profano, religiozno i sekularno. Potpuna odvojenost politike i etike, politike i ekonomije potpuno su neprirodni u učenju islama. Iz ovoga se razumijeva da je islam ukupan sistem života i ne može se sagledavati samo kroz religijsku dimenziju.

¹¹ S *Danima* se, čak, ne mogu u negativnom portretiranju islama porediti ni štampani mediji na hrvatskom i srpskom jeziku u našoj domovini, pa ni u bližem susjedstvu ili komšiluku. Radi ilustracije pogledajte posljednjih deset brojeva ovog časopisa.