

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tjaša Banko

**Podobe islama v slovenskem tisku:
o džamiji v Delu in Slovenskih novicah**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2011

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tjaša Banko

Mentorica: doc. dr. Maruša Pušnik

**Podobe islama v slovenskem tisku:
o džamiji v Delu in Slovenskih novicah**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2011



IZJAVA O AVTORSTVU magistrskega dela

Podpisani/-a Tjaša Banko, z vpisno številko 21091170, sem avtor/-ica magistrskega dela z naslovom: Podobe islama v slovenskem tisku: o džamiji v Delu in Slovenskih novicah.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo magistrsko delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela;
- sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem poskrbel/-a, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem pridobil/-a vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo in sem to tudi jasno zapisal/-a v predloženem delu;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerim so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorstvu in sorodnih pravicah, Uradni list RS št. 21/95), prekršek pa podleže tudi ukrepom Fakultete za družbene vede v skladu z njenimi pravili;
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatorstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za družbene vede;
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko magistrskega dela ter soglašam z objavo magistrskega dela v zbirki »Dela FDV«.

V Ljubljani, dne

Podpis avtorja/-ice: _____

Podobe islama v slovenskem tisku: o džamiji v Delu in Slovenskih novicah

Dominantni zahodni diskurzi pogosto interpretirajo islam kot pretečo nevarnost oziroma grožnjo Zahodu in krščanski civilizaciji. Bodisi zaradi pomanjkljivega znanja bodisi zaradi odklonilnih subjektivnih stališč novinarjev v medijih prevladujejo negativne podobe o islamu, ki je v številnih primerih karikiran, predstavljen kot problem in sinonim za terorizem. Tovrstnim reprezentacijam sledijo tudi slovenski mediji, ki odražajo problem na globalni ravni: islamsko skupnost predstavljajo kot grožnjo, zahteve muslimanov pa največkrat kot družbeno breme. V magistrskem delu se zato osredotočam na medijsko reprezentacijo islama, v okviru katere sem s kritično diskurzivno analizo prispevkov dveh osrednjih slovenskih dnevnikov preučevala razlike med podobami islama v kakovostnem in popularnem tisku. Obravnavala sem informativna novinarska besedila iz Dela in Slovenskih novic, ki so bila v obdobju 2008/2009 objavljena na temo izgradnje islamskega versko-kulturnega centra v Ljubljani. Vodila me je predpostavka, da je islam v prispevkih kakovostnih medijev predstavljen bolj nevtrarno in nepristransko kot v popularnih, kar naj bi se odražalo predvsem na jezikoslovni in diskurzivni ravni. Zanimalo me je, čigavi pogledi so reproducirani v medijskem diskurzu obeh dnevnikov, kakšne so implicitne predpostavke v besedilih in katere diskriminatorne prakse legitimirajo obravnavani medijski teksti. Prišla sem do zaključka, da oba dnevnika prakticirata podobne prvine diskriminatornosti, ki pa se odražajo z rabo različnih jezikovnih sredstev.

Ključne besede: islam, tiskani mediji, reprezentacija, džamija, kritična diskurzivna analiza

Images of Islam in Slovenian press: about a Mosque in »Delo« and »Slovenske novice«

Dominant western discourses often interpret Islam as a menacing danger and threat to the West and Christian civilization. Whether due to the insufficient knowledge of journalists or as a result of their negative subjective viewpoints, the images of Islam that prevail in the media are mostly negative. Islam is often caricatured and presented as a problem and synonym for violence and terrorism. The Slovenian media also follow such representations, reflecting the problem on the global level: the Islamic community is usually presented as a threat and Muslims' requirements as a burden on the society. The master's thesis is focused on the representation of Islam in the quality and popular media. Through a critical analysis of articles published in the two leading Slovenian daily newspapers, the thesis discerns and reveals the differences between the representation of Islam in quality and popular press. It concentrates on informative journalistic texts published in "Delo" and "Slovenske novice" during the years 2008/2009 in connection with the building of a Muslim religious and cultural center in Ljubljana. It is based on the presumption that Islam is presented more neutrally and impartially by the quality media than by the popular media, which was supposed to be reflected in particular on the level of linguistic and discourse analysis. The purpose of the master's thesis is to establish whose opinions are reproduced in the media discourse of both daily newspapers, what implicit presumptions appear in the analyzed media texts, and what discriminatory practices are legitimated by these texts. I have come to the conclusion that both aforementioned daily papers apply similar elements of discrimination which reflect in the use of however different linguistic means.

Key words: Islam, the printed media, representation, mosque, critical discourse analysis

KAZALO

1 Uvod	5
2 Kulturno-historični okvir islama	8
2.1 Islam kot način življenja	11
2.2 Islam v Sloveniji	14
2.2.1 Status muslimanov v Republiki Sloveniji	14
2.2.2 Problem (ne)izgradnje džamije v Sloveniji	16
2.3 Islam in mediji	18
2.3.1 Podobe islama v slovenskih medijih	21
2.4 Družbeni odzivi na islam	24
3 Konstrukcija realnosti v tisku: klasifikacija tiska	27
3.1 Temeljne značilnosti kakovostnega in popularnega tiska	29
3.2 Vizualne in vsebinske prvine popularizacije	31
4 Od medijske reprezentacije do stereotipizacije	35
4.1 Medijski stereotipi o islamu	37
5 Analiza prispevkov o džamiji	41
5.1 Metodološki zasnutek	41
5.2 Analiza prispevkov iz Slovenskih novic	43
5.2.1 Analiza virov	43
5.2.2 Jezikovna analiza in interpretacija v okviru diskurza	44
5.2.3 Družbena diskusija	48
5.3 Analiza prispevkov iz Dela	50
5.3.1 Analiza virov	50
5.3.2 Jezikovna analiza in interpretacija v okviru diskurza	51
5.3.3 Družbena diskusija	55
6 Primerjava reprezentacije v Delu in Slovenskih novicah	56
6.1 Primerjava virov	56
6.2 Primerjava na jezikovni in diskurzivni ravni	57
6.2.1 Poimenovanje akterjev	57
6.2.2 Predikativne strategije	58
6.2.3 Tranzitivnost	58
6.2.4 Modalnost	59
6.2.5 Novinarske predpostavke	59
6.2.6 Retorični tropi	60
6.3 Ključne ugotovitve	61
7 Zaključek	66
8 Literatura	70

1 Uvod

Islam je kot religija in način življenja dandanes stereotipiziran na številnih ravneh; v večini primerov se ga enači s fundamentalizmom, nasiljem, terorizmom, barbarskimi zakoni, neustreznim položajem žensk in fanatizmom, kar vodi k popačenju njegove podobe v javnosti, oblikovanju izkrivljenih in zgrešenih predstav ter k povečevanju (že tako obstoječe) nestrpnosti (Pašić 2006). K negativni podobi islama je med drugim znatno pripomogla dominantna zahodna ideologija oziroma prevladujoč zahodni diskurz in množični mediji, ki imajo kot pomembni nosilci tega diskurza precejšen vpliv na mnenja in stališča ljudi do islama, saj posedujejo »moč, da odločajo, katere probleme bodo izpostavili javnosti, na kakšen način jih bodo predstavili ter kdo in pod kakšnimi pogoji bo sodeloval pri predstavitvi problema. Mediji tako povedo ljudem v javnosti, kaj naj si mislijo o stvari, kako naj si jo razložijo« (Vreg 2000, 43). Skozi medije pa se proizvaja tudi dobršen del reprezentacijske prakse; tako so tudi reprezentacije narodnosti, kulture, verskih ali etničnih skupnosti organizirane in regulirane preko različnih medijev in znotraj različnih diskurzov, v zakonskih aktih, oglaševanju, literaturi, filmu, političnih govorih itd. (Hall 2004, 34).

Islam je v zahodnih medijih pogosto reprezentiran kot grožnja Zahodu in krščanski civilizaciji, kar neizogibno povečuje prepad med islamom in krščanstvom. »Za splošno občinstvo v Evropi in Ameriki predstavlja islam danes novico v posebno nezaželeni obliki. Mediji, vlada, geopolitični strategji in akademski strokovnjaki se strinjajo – islam je grožnja zahodni civilizaciji. Negativne podobe o islamu prevladujejo« (Said 1996).

Tudi v Sloveniji je odnos do islama in muslimanov bolj ali manj odklonilen, kar je moč zaznati že zgolj v diskurzu osrednjih medijev, ki ponavadi poročajo o njem v povezavi z nemiri in terorističnimi napadi ter na ta način učinkovito poudarjajo ločnico med "nami" in "njimi". Dragoš (2004) v svoji študiji medijskega poročanja o islamu razmišlja o islamofobiji na Slovenskem in ugotavlja, da se le-ta generira na polju politike, mediji pa delujejo kot njeni reproducenti. Nestrpnost do islama pa se odraža tudi v negativnem odnosu večinskega prebivalstva, ki za potrebe muslimanske verske manjšine pri nas nima

veliko posluha. Zgovoren primer za to je (ne)izgradnja islamskega versko-kulturnega centra, ki je med številnimi nemuslimani naletela na odpor in nasprotovanja ter bila povod odmevnih javnih diskusij.

Magistrsko delo se teoretično naslanja na idejo, da je islam v medijih večkrat reprezentiran stereotipno in negativno, obenem pa temelji na ključni tezi, da je v kakovostnih medijih islam predstavljen manj stigmatizirano kot v popularnih, kar se odraža predvsem na ravni terminologije, ki je lahko diskriminatorna že sama po sebi. Raziskovalno vprašanje je tako povezano z medijsko reprezentacijo izbrane verske manjšine. Skušala bom ugotoviti, čigavi pogledi so reproducirani v medijskem diskurzu Dela kot kakovostnega slovenskega dnevnika in Slovenskih novic kot časnika tabloidne vsebine. Zanimalo me bo, kakšne so implicitne predpostavke v besedilih in katere diskriminatorne prakse legitimirajo obravnavani medijski teksti. V analizi prispevkov omenjenih slovenskih dnevnikov se bom osredotočila predvsem na razlike med reprezentacijo islama v kakovostnem in popularnem tisku. Pri tem predpostavljam, da je islam v prispevkih Dela predstavljen bolj nevtralnno oziroma nepristransko kot v Slovenskih novicah. Poleg tega pričakujem, da se Delo v svojih reprezentacijah dotika širšega, političnega ozadja, Novice pa ta vidik zanemarjajo in se bolj posvečajo personificiranim zgodbam.

Magistrsko delo je vsebinsko razdeljeno na dva dela – teoretičnega in empiričnega. V prvem delu bom na kratko predstavila islam kot religijo in način življenja. Pri tem bom posebej pozorna na položaj, ki ga islam zavzema v Sloveniji, kar bom med drugim ponazorila na podlagi informacij o gradnji oziroma negradnji džamije v Ljubljani, v nadaljevanju tega poglavja pa bom začrtala osnoven teoretični okvir, ki zadeva prevladujoč odnos medijev do islama in (posledične) družbene odzive. S klasifikacijo na kakovostni in popularni tisk se bom ukvarjala v tretjem poglavju. Opisala bom ključne dejavnike, ki so privedli do razvoja popularizacije, opredelila karakteristike "resnega" in "rumenega" ter posebej izpostavila vsebinske in vizualne prvine popularnega tiska.

V četrtem poglavju se bom posvetila konceptu reprezentacije. Ker bom v nadaljevanju preučevala jezikovna sredstva, s katerimi slovenski tiskani mediji pripomorejo k stigmatizaciji islamske verske manjšine, bom posebno pozornost namenila jeziku kot sredstvu, prek katerega se proizvaja reprezentacijski pomen. Predstavila bom tudi teorijo o stereotipizaciji in najpogostejše stereotipe o islamu ter spregovorila o vlogi, ki jo pri tem odigravajo mediji.

Naslednje, peto poglavje, bo najprej namenjeno predstavitvi vzorca in metode. Raziskovalni vzorec bo osnovan na informativnih novinarskih besedilih iz Dela in Slovenskih novic, ki so bila v letih 2008 in 2009 objavljena na temo izgradnje islamskega versko-kulturnega centra v Ljubljani. Konkretno medijske prispevke bom analizirala s pomočjo teorije in metode kritične diskurzivne analize, znotraj katere se bom po njenem utemeljitelju Faircloughu (1992) osredotočila na tekstualno, diskurzivno in družbeno raven besedila. Sprva bom kvantificirala izbrane prispevke glede na medij, naslov in datum objave. Nato bom analizirala prisotne oziroma odsotne novinarske vire, zatem pa, pri tekstualni obravnavi, preučevala terminologijo v okviru katere bom pozorna na poimenovanje, predikativne strategije, tranzitivnost, modalnost, predpostavke in retorične trope (hiperbole, metafore in metonimije). Lingvistične ugotovitve bom nato aplicirala na diskurzivni in družbeni kontekst.

V nadaljevanju bom glede na preučevane jezikovne elemente s pomočjo komparacije vzporejala reprezentacijo islama v Slovenskih novicah in Delu, kasneje pa bom na podlagi rezultatov primerjave poskušala odgovoriti na zastavljeno raziskovalno vprašanje in ugotoviti, ali je bilo z analizo prispevkov moč potrditi ključno tezo in zaznati razlike med poročanjem o islamu v kakovostnem in popularnem tisku. Svoje ugotovitve bom nato povzela in kritično interpretirala v zaključku.

2 Kulturno-historični okvir islama

Islam izvira iz arabskega glagola "aslama" in pomeni pokorščino oziroma vdanost v Božjo voljo. Gre za najmlajšo svetovno religijo, ki jo je ustanovil in ji dal ime Mohamed v sedmem stoletju v Arabiji. Islam se naslanja na monoteistično tradicijo svetopisemskega očaka Abrahama, zato ga skupaj z judovstvom in krščanstvom uvrščamo med abrahamske religije. »Islam ni zgolj vrnitev k religiji Abrahama, temveč tudi k religiji Adama, saj obnavlja izvorni monoteizem in ga ne istoveti z določenim ljudstvom kot na primer judovstvo ali z edinstvenim dogodkom v človeški zgodovini kot na primer zgodovinsko dožemanje inkarnacije v krščanski teologiji« (Nasr 2007, 23).

Islam je torej monoteistična religija in Božjo edinstvo razglša podobno kot krščanstvo. »Ni boga razen Alaha«. Kdor priznava ta stavek, se podreja Bogu. Zato tudi postane musliman; namreč tisti, ki se podreja. Islamsko sporočilo je torej v ožjem smislu osredotočeno na sprejetje Boga kot enega in edinega ter na podreitev le-temu. Postati musliman pomeni priznanje pred najmanj dvema muslimanskima pričama, da ni drugega Boga kot Alaha in da je Mohamed njegov prerok. »Ti dve izjavi vsebujeta alfo in omego islamskega sporočila. Ena zagovarja enost Božanskega principa in druga prejetje sporočila o enosti s pomočjo osebe, ki jo je izbral Bog kot svojega zadnjega preroka« (Nasr 2007, 21).

Mohamed, ki se je imel za zadnjega iz vrste Božjih prerokov, je poleg tega, da je utemeljil novo versko gibanje, tudi korenito reformiral do tedaj veljavne družbene norme, moralo in pravo. Mohamedu je prvemu uspelo organizirati državo na ozemlju, ki nikoli prej ni bilo združeno. Prebivalci so se smatrali kot skupnost, Mohamed pa je temu nazivu dodal nov pomen – skupnost tistih, ki živijo v skladu s pravili islama. Pomembno je poudariti, da muslimani razlikujejo tri plati človekovega življenja; svetno, obredno in duhovno. Mohamed je imel v oblasti vse tri.

Ena najpomembnejših dolžnosti, ki jih je Mohamed predpisal svojim pristašem, je "džihad" oziroma kolektivni odpor ali boj, ki pa ne vključuje nujno uporabe orožja.

Muslimani naj bi z džihadom, predvsem z zgledom, načinom življenja in dejanji, širili novo vero. Ob tem pa Mohamed ni pozabil uvrstiti vojaške službe ob svetni in duhovni oblasti v kompleksen verski sistem. Večina prebivalcev sosednjih pokrajin se namreč ni takoj spreobrnila v islam, ampak so postali zaščitene manjšine. Toda člani teh manjšin so sami sebe obravnavali kot drugorazredne državljane in so se v teku stoletij, počasi a vztrajno spreobračali v muslimane. Tako je islam postal prevladujoča religija v deželah, ki so bile prvotno domovina krščanstva.

Religija muslimanov je podrobno razložena v Koranu, islamski sveti knjigi. »Koran je središčna teofanija islama, dobesedna beseda boga, ki se je razodel preroku po nadangelu Gabrijelu« (Nasr 2007, 50). Beseda izhaja iz arabske besede "qur an" in pomeni berilo oziroma knjigo. Gre za zbirko vseh razodetij, ki naj bi jih po verovanju muslimanov prerok Mohamed sprejel od Boga in jih kot Božji poslanec sporočal ljudem (Kerševan in Svetlič 2003, 10). Koran sestavlja 114 poglavij (sur), ki vsebujejo verske nauke, razumljene kot Božje razodetje. »Glavni problem za sestavljalce in kasneje razlagalce je bil razpored, zapisano zaporedje sur« (Kerševan in Svetlič 2003, 10). Danes velja, da so sure razporejene po svoji dolžini; na začetku so daljše, potem vedno krajše. »Delijo se na mekanske, teh je 90, in na medinske, teh je 24« (Janković 2000, 197).

Koran pripisuje vrhovno oblast Bogu, medtem ko je človek samo njegov namestnik na Zemlji. Za muslimane je Koran Božja beseda oziroma sprejetje vseh razodetij, ki jih je Mohamed prejel neposredno od Boga. »V primerjavi z Biblijo in na primer evangeliji, ki s človeško besedo prerokov ali pričevalcev poročajo o Božji besedi in Božjem razodetju, je za muslimane Koran Božja beseda v najvišji, celo absolutni stopnji« (Kerševan in Svetlič 2003, 17).

Velja omeniti, da je Koran tako z vsebinskega kot stilističnega vidika napisan v dokaj zahtevnem jeziku, zaradi česar v praksi pogosto prihaja do napačnih interpretacij njegovih naukov. Sporočila in pravila v Koranu se pogosto nanašajo na konkretne življenjske situacije, v katerih se je znašel prerok in podajajo odgovore svojim vernikom na najrazličnejša vprašanja. »Vendar pa ta pravila niso zapisana sistematično oziroma na

enem mestu, temveč postopoma in v različnih verzih. Pravila glede istega vprašanja, ki so zapisana v različnih verzih, so včasih v medsebojnem nasprotju oziroma kontradiktorna, kar bi lahko pri razlagi povzročilo nejasnosti« (Šterbenc 2005, 45). Večina sur ni vsebinsko zaokroženih, temveč sestavljenih iz segmentov vsebine, ki so med seboj le ohlapno povezani. Prav tako je za sure značilno, da vsaka od njih nosi svoje ime, vendar to ime ne odraža nujno tudi njene vsebine. Največ težav pri interpretaciji sur se pojavlja, ker posamezne sure, razen redkih izjem, navadno ne obravnavajo ene same tematike in ker si vsaj na prvi pogled med seboj pogosto nasprotujejo. »Islamski koranski specialisti in verski pravni strokovnjaki so za reševanje tovrstnih primerov sprejeli pravilo abrogacije, ki določa, da najpozneje razodeti verz, ki se nanaša na neko zadevo, odpravlja veljavnost vseh bolj zgodaj razodetih verzov, ki se nanašajo na isto zadevo in ki so z njim v nasprotju« (Šterbenc 2005, 45).

Druga pomembna knjiga islama je Hadis. To je zgodba o vsem, kar je Mohamed naredil, rekel in dovolil vernikom. Sestavljena je na način, da ljudje, ki so Mohameda osebno poznali in mu bili blizu, pripovedujejo dogodke v zvezi z njim, ki so jim bili priča. Gre za izročila, ki vsebujejo izreke, etične nauke in posvetne zgodbe Mohameda in njegovih tovarišev. Muslimani pa v njem »iščejo odgovor na praktična vprašanja usklajevanja med pretečo poljubnostjo vsakdanjega življenja in avtoriteto Korana« (Debeljak 1994, 13).

Sveta islamska postava se imenuje šeriat, od tod naziv za islamsko šeriatsko pravo. V njej so zapisani predpisi glede družinskega življenja in verske obveznosti, ukvarja pa se tudi z družbenimi vprašanji. Izhodišče za šeriat je bilo predislamsko običajno pravo in upravna praksa zgodnjega islama. Izvira iz pravil v Koranu in Mohamedovega zgleda ter predstavlja temelj družbene zgradbe. Kečanovič meni, da se šeriat »navadno prevaja kot islamsko pravo ali islamski verozakon, pri tem pa je potrebno opozoriti, da ne gre za pravni sistem v tehničnem pomenu, temveč za najširšo zbirko človekovih obveznosti, ki sicer predstavlja temeljno podlago za izdelavo pravnega sistema v ožjem pomenu besede« (Kečanovič 1999, 155).

Šeriat razdeljuje vsa dejanja na pet kategorij:

1. kar je Bog zapovedal (fard)
2. kar je Bog priporočil, vendar ne predpisal kot popolnoma obvezno (mandub)
3. kar je Bog pustil z zakonom nedoločeno (mubah)
4. kar je Bog odklonil, vendar ne izrecno prepovedal (makruh)
5. kar je Bog izrecno prepovedal (haram)

Primer prve skupine so dnevne molitve, primer druge je dajanje miloščine revnim in ubogim, tretja kategorija lahko vključuje na primer vrsto zelenjave, ki jo zaužije posameznik, četrta je ločitev in peta umor, prešuštvo ali kraja kot tudi določene prehrambene prepovedi (Nasr 2007, 83-84).

Obseg šeriata je dosti širši kot obseg kateregakoli zahodnega pojmovanja prava, ker pokriva vse vidike življenja in v prvi vrsti uteleša od Boga razodeti zakon, ne pa teološke sekulacije in z njo ustreznega racionalnega premisleka ter koherentne argumentacije (Debeljak 1994, 14). Ta postava naj bi predstavljala neke vrste od Boga posredovan načrt, ki se mu mora vsaj skušati približati sleherni musliman. Teoretično so človeški predpisi primerni le za zadeve, ki jih je Bog pustil z zakonom nedoločene. V praksi pa so že od vsega začetka celo uradna sodišča dopuščala številna sredstva, ki so olajševala strogost nekaterih predpisov šeriata.

2.1 Islam kot način življenja

»Islam je vera, ki poudarja pripadnost islamski skupnosti. Celotna muslimanska družba ima temelj v družini med moškim in žensko, hkrati pa islamski učenjaki poudarjajo, da vsi muslimani pripadajo tudi *ummi*, svetovni islamski skupnosti, kar pomeni, da so vsi muslimani bratje in sestre v verskem pomenu« (Pašić 2006, 83). Islam pa ni zgolj religija, temveč tudi način življenja; skupek politike, vere, ekonomije, družbe in kulture. Kot takšen ne predpisuje zgolj predpisov verovanja, ampak tudi pravila družbenega vedenja. Vernikom narekuje norme, po katerih naj bi se ravnali v svojem vsakdanu in poudarja

zmernost, tudi v tistem, kar je absolutno dobro. Zato naj bi se muslimani oblačili skromno, da ne bi privlačevali nasprotnega spola z razkazovanjem svojega telesa; ženske naj bi imele pokrito glavo, roke in noge. Ponekod se je uveljavil običaj, da imajo v javnosti pokrit tudi obraz, čeprav v islamskih svetih knjigah o tem ni natančno določenih pravil.

Vsemu, kar bi ogrožalo družinsko življenje, se je potrebno izogniti; ženske in moški se ne smejo svobodno sestajati. Koran poudarja dolžnost muslimana, da spoštuje starše, pomaga sirotam, tujcem in nemočnim. Islam priznava enakost med ljudmi in je proti mišljenju, da je lahko zgolj en sam narod izbran od Boga.

Islamska etika je tesno prepletena s šeriatom kot Božjim zakonom in s Koranom kot Božjim razodetjem. »Islamska misel nikoli ni sprejela ločenosti med etiko in religijo, ki je ena od posledic posrednjeveškega humanizma na Zahodu« (Nasr 2007, 102).

Muslimanska pokorščina se izraža skozi verovanje v Alaha; kaže se v izvrševanju vseh islamskih predpisov in dolžnosti, v lepem islamskem obnašanju in obvladovanju. »Celotno muslimansko življenje je prežeto z etičnim premišljanjem, saj islam ne odobrava socialnih, političnih in ekonomskih dimenzij, ki bi se odmaknile od etičnega premisleka« (Nasr 2007, 101).

Islamska morala se začne z odrekanjem vsakemu oboževanju, razen oboževanju Boga. Potrebno se je odreči oboževanju samega sebe, oboževanju produktov našega dela in nasploh vsemu, kar lahko degradira človeštvo (Hamidullah 1989, 105). Zmernost in skromnost sta v islamskem svetu eni izmed pomembnejših vrednot.

Verska načela, po katerih se muslimani znatno razlikujejo od ostalih monoteističnih verstev, vsebujejo razmeroma številne prepovedi v vsakdanjem življenju. Na prvem mestu je vsekakor potrebno omeniti prepoved uživanja svinjskega mesa oziroma mesa živali, ki ni bila zaklana po določenem predpisu. Ob tem je nujno dodati, da prepoved ne zavezuje tistega, ki je v nevarnosti in bi lahko umrl od lakote ali žeje, v kolikor ne bi

zaužil prepovedane hrane. Muslimani so obvezani k postu v svetem mesecu ramazanu, ki traja trideset dni. Obstajajo pa še številne druge prepovedi, od katerih sta pomembnejši popolna prepoved alkoholnih pijač in ukvarjanje s hazarderskimi igrami (loterije, stave...). Prav tako islam prepoveduje ubijanje živali za zabavo; tudi pravice živali so namreč del etičnega sistema.

Ohranjanje muslimanske tradicije se najbolj izrazito odraža v izpolnjevanju petih stebrov islama. Islamska religija namreč temelji na petih načelih, ki naj bi jih vernik spoštoval na svoji življenjski poti. Vsem muslimanom je skupnih pet svetih dolžnosti oziroma stebrov islama, po katerih je vsak posameznik primoran:

1. Verjeti v enega in edinega Boga Alaha in v Mohameda kot njegovega zadnjega preroka (šahada)
2. Moliti petkrat na dan ob točno določenem času; ob zori, opoldne, popoldne, ob sončnem zahodu in ko pade noč (salat)
3. Nameniti del svoji prihodkov za pomoč revnim in ubogim. Gre za obvezen verski davek oziroma miloščino (zakat)
4. Spoštovati post v mesecu ramadana, kar pomeni, da se sme jesti le v času od sončnega zahoda do vzhoda (saum)
5. Obiskati Meko vsaj enkrat v življenju, izjeme so le bolni ljudje in pa tisti, ki si potovanja ne morejo privoščiti (hadž)

(Janković 2000, 169).

Stebri islama narekujejo, kako je vero potrebno upoštevati v vsakdanjem življenju in predstavljajo osnovna pravila kakovostnega islamskega življenja.

2. 2 Islam v Sloveniji

2. 2. 1 Status muslimanov v Republiki Sloveniji

Muslimani kot verska skupina so v številnih primerih bolj stigmatizirani od ostalih verskih skupin na Zahodu, ker slednje svojo percepcijo o islamu pogosto gradijo na izkrivljenih predpostavkah, napačnih predstavah, delno interpretiranih zgodovinskih dogodkih in aktualnih političnih dogajanjih. Muslimani so zato primorani razmišljati o svoji identiteti in skupnosti ter z njima povezani prilagoditvi okolju, v katerem živijo. Pašić (2006, 14) v zvezi z muslimani na Zahodu omenja tri strategije prilagoditve:

- a) *asimilacija* kot popolno vesternizacijo, ki vključuje zanikanje lastne identitete in poskus "zlitja" z okolico, v kateri živijo;
- b) *integracija* kot prilagoditev okolici, s hkratnim ohranjanjem muslimanske identitete in tradicije. Gre za poskus simbioze dveh različnih vrednostnih sistemov in spoštovanje sekularizirane moderne zahodne družbe;
- c) *segregacija* kot zavestno izolacijo na družbenem robu, saj bi tako lažje ohranili muslimansko identiteto in tradicijo, ki se potencialno lahko razvije v radikalno obliko, ki med drugim predvideva tudi nasilje kot način boja za lastne cilje in je lahko tudi akcija, ne samo reakcija. Segregacija je izrazito destruktivna oblika "strategije preživetja".

Muslimanska verska manjšina se pri nas pojavi že v času socialističnega režima, ko je Slovenija predstavljala priseljevalno območje številnim pripadnikom ostalih držav bivše Jugoslavije. »Muslimani iz bivših jugoslovanskih republik so prišli v Slovenijo predvsem zaradi ekonomskih razlogov, najbolj pogosto pa so se zaposlili v industriji, gostinstvu, gradbeništvu in turizmu« (Pašić 2006, 75). Čeprav danes v Sloveniji živijo tudi muslimani iz arabskih in drugih muslimanskih držav, je Islamska skupnost v Republiki Sloveniji v primerjavi z drugimi zahodnimi islamskimi skupnostmi dokaj homogena, saj jo sestavljajo pretežno Bošnjaki, v manjšem odstotku pa jim sledijo Albanci, Romi, Turki in študenti iz držav Gibanja neuvrščenih.

Po popisu prebivalstva iz leta 2002 v Sloveniji živi skoraj 50.000 muslimanov. Večina jih prebiva v industrijskih mestih; dobra tretjina (36%) živi v Ljubljani in okolici, na Jesenicah (8%), v Kopru (6%) in v Mariboru (5%).

Islamska skupnost v Sloveniji je ena izmed triinštiridesetih verskih skupnosti, ki so registrirane na Uradu za verske skupnosti. Čeprav njeni začetki segajo v šestdeseta leta prejšnjega stoletja, je bila v register formalno vpisana šele leta 1976 (Pašić 2002). Danes deluje pod okriljem Rijaseta Islamske skupnosti v BiH, ki ima sedež v Sarajevu. Najpomembnejši organ Islamske skupnosti v RS je Sabor, v katerega se vsaka štiri leta izvolijo predstavniki iz vsake krajevne skupnosti – *džemata*. Slednji delujejo pod vodstvom *mešihata* v Ljubljani, ki mu predseduje mufti.

Eden izmed ključnih faktorjev, ki muslimanom v Sloveniji (vsaj formalno) omogoča ustrezno stopnjo integracije, je dejstvo, da so muslimani pri nas v večji meri državljani Republike Slovenije. Po besedah Pašića »med muslimani v Sloveniji ni prisotnih faktorjev, ki bi težili k segregaciji in velika večina muslimanov v Sloveniji se je uspešno integrirala v slovensko družbo na vseh področjih« (Pašić 2006, 77). Kljub temu je celovita slika odnosa med pripadniki islamske skupnosti in ostalimi Slovenci še vedno daleč od idealne; muslimani se v naši družbi še kar soočajo z nestrpnostjo in nezaupanjem, ki se je v zadnjem desetletju po teroristični napadih na ZDA, 11. septembra 2001, še povečalo. Poleg tega velja omeniti, da muslimani v Sloveniji še danes nimajo svojega versko-kulturnega centra, konfesionalnih vrtcev in šol, radijskih in televizijskih programov... Edina muslimanska organizacija pri nas ostaja Islamska skupnost v RS, lokalnih skupnosti in molilnic pa je malo. Kot opozarja Pašić, imajo muslimani pri nas tudi velike težave s prehrano, ki jo predpisuje Koran in naglavnimi rutami za ženske, ki so zdaj sicer dovoljene na fotografijah za osebne dokumente, še vedno pa ovirajo dekleta pri iskanju zaposlitve (Pašić 2006, 76).

2. 2. 2 Problem (ne)izgradnje džamije v Sloveniji

»Eden od najbolj perečih problemov Islamske skupnosti v RS je izgradnja islamskega kulturnega centra v Ljubljani. Sedanji prostori Islamske skupnosti v Ljubljani so zelo majhni in ne zadovoljujejo niti osnovnih verskih potreb muslimanov« (Pašić 2005, 109). Castles in Davidson (2000, 135) opozarjata, da je vpliv religije pri imigrantskih skupinah pomemben in nezanemarljiv, saj lahko odigrava veliko vlogo pri vnovični izgradnji identitete in razvijanju odpora v situacijah izključevanja in rasizma. Identiteta in občutek etnične pripadnosti pa sta pogosto osnovana na vrednotah in ciljih, ki so skupni vsem pripadnikom skupnosti.

Slovenija je razen Luksemburga edina država v Evropski Uniji, ki nima džamije. Poleg tega velja poudariti, da imajo slovenske sosede očitno več posluha za izpolnitev potreb svojih verskih manjšin, ki jo muslimanom zagotavlja islamski versko-kulturni center. Hrvaška ima tak center v Zagrebu, Avstrija na Dunaju, Madžarska v Budimpešti, Italija pa jih ima celo več – poleg tistega v glavnem mestu se ti centri nahajajo še v Torinu, Milanu, Veroni in Neaplju.

Problem (ne)izgradnje džamije v Sloveniji sega že v leto 1969, ko so muslimani v Sloveniji prvič zaprosili za dodelitev zemljišča oziroma dovoljenje za izgradnjo objekta, ki bi muslimanom zagotavljal izpolnitev temeljnih verskih potreb. Po številnih predlogih o še številčnejših lokacijah je prišlo do konkretne priložnosti za lokacijo ob ljubljanskih Žalah, vendar Islamska skupnost ni mogla pridobiti soglasja Zavoda za ohranjanje kulturne dediščine RS, zato do realizacije načrta ni prišlo. Čeprav potrebe in ideje po izgradnji džamije v Sloveniji segajo v daljno leto 1969, je bilo soglasje za izgradnjo islamskega kulturnega centra v Sloveniji sprejeto šele na zasedanju Mestnega sveta občine Ljubljane, leta 2001. Lokacija je sprejemljiva tudi za muslimane, saj se parcela nahaja v sklopu mesta Ljubljane in leži ob avtocesti. (Pašić 2005, 105)

Kljub temu je tudi predlog o novi lokaciji med Malim Grabnom in Cesto dveh cesarjev na Viču kmalu sprožil glasna nasprotovanja gradnji, ki so postala najočitnejša leta 2003 in

2004, ko je mestni svetnik Mihael Jarc zbiral podpise v podporo razpisa referendumu, na katerem naj bi občani odločali o ustreznosti predvidenega zemljišča za gradnjo džamije. »Dne 8. julija 2004 je Ustavno sodišče v RS končno zavrnilo referendum, s čimer so bila odprta vrata za nadaljevanje aktivnosti. 3. avgusta 2004 je akt stopil v veljavo« (Pašić 2005, 105).

Zapletov pa s tem še ni bilo konec. Kmalu zatem, ko je Islamska skupnost v RS po več desetletjih dobila zeleno luč za gradnjo džamije, je v zvezi s predvideno lokacijo začelo nasprotovati lokalno prebivalstvo in nekateri mestni svetniki. Tako je v letu 2006 prišlo do novega predloga za gradnjo na zemljišču ob križišču Kurilniške in Parmove ulice za Bežigradom.. V Mestni hiši sta se konec leta sestala ljubljanski župan Zoran Janković in mufti Nedžad Grabus, ki sta se prvič uradno pogovarjala o novi lokaciji, s katero je soglašala tudi Islamska skupnost. Leta 2008 je Ljubljanski mestni svet sprejel osnutek prostorskega načrta za islamski versko kulturni center ob Parmovi ulici, po katerem naj bi glavni objekt v višino meril do dvanajst metrov, molilnica do štiriindvajset metrov, minaret pa do štirideset metrov, kar je sprožilo nov val nesoglasij. Zaradi štiridesetmetrskega minareta v središču prestolnice se je ponovno oglasil mestni svetnik Mihael Jarc in začel zbirati podpise za referendum o gradnji minareta ob džamiji. Referendum sicer ni bil razpisan, Islamska skupnost v RS pa je tako šele konec leta 2008 postala lastnik približno 12.000 kvadratnih metrov velikega zemljišča, predvidenega za izgradnjo džamije. Na predbožični dan so z Mestno občino Ljubljana sklenili pogodbo o nakupu zemljišča med Parmovo in Kurilniško ulico v Ljubljani, pod katero sta se podpisala mufti Nedžad Grabus in župan Zoran Janković.

Gradnja islamskega kulturnega centra v Ljubljani se do danes še ni pričela, vendar je bil preteklo leto v zvezi s tem storjen majhen, a ne nezanemarljiv korak naprej. 13. avgust 2010 je bil za slovenske muslimane gotovo pomemben datum, saj je na mestu bodoče džamije potekala prva petkova molitev, kar pomeni, da je Islamska skupnost v Sloveniji s praznovanjem lanskoletnega ramadana začela z izvajanjem vseh aktivnosti na svoji – težko dočakani – lokaciji.

2. 3 Islam in mediji

Podoba manjšin v množičnih medijih je pomembno vprašanje modernih multi-etničnih družb. Uporaba množičnih medijev je eden pomembnejših vidikov modernega nacionalizma (Hobsbawm 1990). Tako imajo množična občila kot eden izmed nezanesljivih nosilcev diskurza tudi precejšen vpliv na oblikovanje predstav, mnenj in stališč ljudi do islama, saj oblikujejo družbeno jedro interpretacij, s tem pa omogočajo določen pogled na islam in odražajo prevladujočo družbeno ideologijo. Za slednjo pa so značilne »reprezentacije vidikov sveta, ki prispevajo k oblikovanju in vzdrževanju odnosov moči, dominacije in izkoriščanja« (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 21).

Po mnenju Pašića (2006, 17) je »predstava o muslimanih kot drugih in drugačnih, v zahodnih družbah, medijih in političnem dogajanju zelo prisotna. Muslimani v modernih zahodnih družbah se ponavadi "spopadajo" z dvojno (ali celo trojno) identiteto: biti musliman, lojalen državljan (ali prebivalec) države, v kateri živi in pripadnik etnične skupine, kateri pripada itd«.

Dominantna zahodna ideologija je znatno pripomogla k stereotipizaciji islama na številnih ravneh. Z odnosom Zahoda do islama se v odmevni knjigi *Orientalizem: Zahodnjaški pogledi na Orient* podrobneje ukvarja tudi Edward W. Said (1996), ki koncept orientalizacije pojmuje kot način mišljenja, ki temelji na ontološkem in epistemološkem razlikovanju med Vzhodom in Zahodom. Obenem pojasnjuje, da naj bi šlo pri tem tudi za način (nad)vladanja Orientu, saj orientalizem vsebuje idejo evropske identitete kot nadrejene neevropskim ljudstvom in kulturam. Vse, kar je vzhodno, orientalsko, naj bi bilo namreč manj razvito, zaostalo (1996, 14). Said pod pojmom »orientalizem« obravnava celoten zahodnjaški (ameriški in zahodnoevropski) slog imaginarnega ali dejanskega miselnega in emocionalnega obvladovanja Orienta in Orientalcev. Mentalna struktura orientalizma pa ostaja bolj ali manj nespremenjena že od sredine 19. stoletja in je izpostavljena predvsem razlikam med "Orientom" in "Okcidentom" oziroma med islamom in krščanstvom (Said 1996, 11-38).

V zahodnih medijskih diskurzih prevladujejo predvsem negativne reprezentacije islama, kar še povečuje razkol med zahodno in islamsko civilizacijo ter hkrati med islamom in krščanstvom. »O islamu in Arabcih redno izhajajo knjige in članki, ki se čisto nič ne razlikujejo od strupenih antiislamskih polemik iz srednjega veka in renesanse. Za nobeno drugo etnično ali religiozno skupino ne velja, da je o njej mogoče zapisati ali reči tako rekoč karkoli, ne da bi temu kdo nasprotoval ali oporekal« (Said 1996, 354). Podobno razmišlja tudi Franco Cardini (2003), ki meni, da se omejena informiranost o islamu zdi dovoljšnja in bogata zgolj zaradi bombardiranja množičnih medijev, ki s trmastim vztrajanjem ali celo grotesknim obnavljanjem starih predsodkov onemogočajo, da bi se dokopali do jasne in fleksibilne predstave o islamu.

Islam je za medije postal zanimiv že s prvo naftno krizo v začetku osemdesetih let 20. stoletja, svoj vrhunec pa so medijske reprezentacije islama dosegle leta 2001 po terorističnih napadih na ZDA. Takrat so se zahodni mediji še dodatno okrepili s protiislamsko propagando; začeli so z množičnim objavljanjem pakistanskih žensk s Koranom v eni in puško v drugi roki. Upodabljali so muslimane z dolgimi črnimi bradami, ki vzklikajo "Alah je velik!", da bi še dodatno opozorili na grozečo nevarnost islamskega fundamentalizma in posledičnega terorja. Takšne in podobne medijske podobe pa vodijo v nevarno poenostavljanje kompleksnih aktualnih mednarodnih odnosov, vendar pa se zato ne smemo prepustiti škodljivi iluziji, da je stalna napetost v odnosu med krščanskim Zahodom in islamskim svetom samo posledica sovražnega delovanja peščice skrajnežev na obeh straneh (Osolnik 2003, 697). O muslimanih in islamu se je najpogosteje poročalo prav v zvezi z nemiri, vojnami in terorizmom, na ta način pa so zahodne strukture moči skonstruirale islam kot grožnjo Zahodu in s tem (še) povečale prepad med obema civilizacijama, saj nenehno poudarjanje nasilja, goreče verske pripadnosti oziroma fanatizma v številnih posameznikih vzbuja strah in odpor.

»Stereotipiziran pogled na islam je postal opora za preživetje zahodne kulturne identitete. Ne glede na mojo sekularnost in ateizem me mediji, politika in okolica vedno spominjajo, da nisem del danske, evropske in zahodne kulture« pravi Bashy Quraishy (2001), avtor kratke študije o islamu v zahodnih medijih, ki ugotavlja, da je dandanes v vodilnih

medijih vse težje najti prispevke, ki bi opisovali islamsko umetnost, kulturo, filozofijo, poezijo ali pa predstavljali splošno znanje. V svoji študiji o reprezentaciji islama v danskih medijih je Quraishy po terorističnem napadu v ZDA analiziral šest danskih časopisov in dve televizijski postaji v obdobju treh mesecev. Zasledil je 75% medijskih poročil, povezanih z islamom, od tega je bilo 60% izrazito negativnih. Z reprezentacijo islama v zahodnih medijih po 11. septembru se ukvarja tudi Elizabeth Pool, ki se osredotoča na podobe islama v britanskih tiskanih medijih. Poolova (2002) je podrobneje obravnavala pokrivanje dotične tematike v časopisih *Guardian* in *The Times* ter ugotovila, da se je zanimanje britanskega tiska za islam po terorističnem napadu znatno povečalo. V obdobju od 12. septembra do 25. oktobra 2001 je našla kar 700 prispevkov o islamu v časopisu *The Times* in 1058 prispevkov v časniku *Guardian*. Prišla je do ugotovitve (2002, 3-7), da so se novinarji obeh medijev pri reprezentacijah islama večinoma osredotočali na teroristične dejavnosti v Britaniji, v manjši meri pa so pisali o spremembah zakonodaje, s katero bi tamkajšnje razmere morda lahko izboljšali. Tudi Nickels in drugi (2010) so v obdobju od leta 1974 do leta 2004 s kritično diskurzivno analizo preučevali podobe islama v britanskem tisku in dokazali, da slednje že v naslovih zbujejo pozornost in so največkrat povezane z besedami, kot sta "nasilje" in "napad", s čimer britanski tisk ohranja predstavo o islamu kot nenehno prisotni grožnji. Sides in Kimberly (2007) prihajata do podobnih zaključkov v zvezi z ameriškim medijskim diskurzom, saj pravita, da tudi tamkajšnji novinarji muslimane največkrat označujejo z izrazi "terorist", "fundamentalist", "ekstremist" in "radikalnež".

Poolova (2002) ob tem izpostavlja še dejstvo, da tovrstno (enostransko) poročanje novinarjev vodi v marginalizacijo določenih zadev oziroma njihovo izključitev iz debate, posledično pa so druge zadeve javnosti vedno približane na en in isti način. Pomemben pogoj vsake demokratične družbe je namreč prav seznanjenje občinstva s celovito sliko, ki vključuje raznolike informacije. Podobno razmišlja tudi Dragoš (2003, 45), ki v zvezi s tem govori o diptihoniziranju. Slednje v ospredju vključuje skrb za analizo oziroma interpretacijo realnosti na način, ko mediji s pristranskim izborom dejstev (na račun neizbranih) ustvarjajo želeno podobo realnosti, ki navadno služi zadovoljevanju takšnih ali drugačnih interesov.

Medijsko poročanje o islamu je bilo po 11. septembru 2001 usmerjeno v dramatičnost, mnenja manjšine pa izločena, saj so se zahodni mediji ravnali po načelu ameriške vlade: "Kdor ni z nami, je proti nam" (Bizjak 2002). Do zanimivih in precej vzporednih ugotovitev v študiji odnosa avstralskih medijev do islama prihaja Anne Aly (2007), ki se osredotoča na analizo diskurza popularnih medijev in spozna, da se tudi avstralski novinarji poslužujejo protiislamske terminologije in enačenja islama s terorizmom, hkrati pa opozori na manko študij, ki bi se posvečale interpretaciji in odzivom muslimanov na takšne in podobne diskriminatorne diskurze v medijih. »Celo v Nemčiji, kjer živi približno tri milijone muslimanov, potekajo tekoče in nadvse živahne javne razprave o integraciji muslimanov in vplivih islama na večinsko družbo«, pravita Yasemin El-Menouar in Melanie Becker (2010, 229), ki v okviru reprezentacij islama v nemških medijih izpostavljata tri pereče kategorije (2010, 233):

- a) zatiranje žensk,
- b) fundamentalistično indoktrinacijo v mošejah in šolah Korana,
- c) vprašanje razvoja t.i. paralelnih družb

»Množični mediji in vlade v modernih zahodnih družbah morajo biti izredno pazljive pri uporabi določenih izrazov, saj ravno posploševanje o islamu pri številnih muslimanih, tako v muslimanskih družbah kot tudi na Zahodu, proizvajajo protizahodna stališča. Bilo bi zelo smotno, če bi se vsi skupaj osredotočili na skupne težave, kot so AIDS, trgovina z drogami, prostitucija, naravne nesreče ipd« (Akbar v Pašić 2006, 96).

2. 3. 1 Podobe islama v slovenskih medijih

Odnos slovenskih medijev do islama in muslimanov je v glavnem podoben odnosu ostalih zahodnih medijev. Prevladujejo bolj ali manj negativne medijske reprezentacije, ki odražajo problem na globalni ravni in prikazujejo muslimansko versko manjšino kot grožnjo ostalim državljanom. »O islamu kot načinu življenja velikega števila muslimanov po celem svetu se zelo malo govori. Slovenski mediji temu trendu enostavno sledijo« je prepričan Pašić (2005, 111). Do reprezentacije islama v slovenskih medijih je kritičen tudi Gojko Bervar (2009), saj trdi, da ti »v boj pošiljajo neizkušene novinarje, ki pobirajo

izjave politikov in samozvanih "ekspertov", ne da bi sami preverili, kaj se za temi izjavami skriva, oziroma ne da bi si vzeli vsaj nekaj časa za to, da bi pri viru preverili tematiko, o kateri pišejo. Koran je dostopen tudi v slovenščini, a je seveda, podobno kot Sveto pismo, zahtevno in dolgo branje».

Mediji so pomemben člen tako pri konstrukciji lastne identitete kot pri oblikovanju "tujih" identitet. »Identiteta družbenih akterjev v medijskem tekstu je najpogosteje konstruirana in definirana kot identiteta članov posameznih skupin s poudarjanjem reprezentacije drugih kot drugačnih, deviantnih (odklonskih) in kot grožnja« (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 29). Za slovenski medijski prostor pa je v odnosu do družbenih manjšin značilno pogosto utrjevanje oziroma poudarjanje podobe "Slovencev" v nasprotju z vsemi "drugimi", pa naj gre pri tem za muslimane, Rome ali za pri nas živeče pripadnike nekdanjih jugoslovanskih republik. »Medijski teksti vzdržujejo ravnovesje med kategorijama Slovenci in neslovenci. Na temelju nekaterih zamišljenih karakteristik, kot na primer skupna zgodovina, skupen jezik in skupen etnični izvor, medij kreirajo kategorijo Slovencev kot "naravno in starodavno" ter izobčajo vse tiste, ki teh kriterijev ne izpolnjujejo« (Pušnik 1999, 803). Na ta način (uspešno) ohranjajo razlike med "nami" in "njimi".

Po mnenju Špele Kalčič (2007, 118) se je še zlasti po 11. septembru »v slovenskem dnevnem časopisju veliko pisalo o terorizmu in vzbujalo strah pred islamskim fundamentalizmom ter nasilno islamizacijo«. Kot pravi Jezernik (2002, 17-19), terorizem s svojo dramatičnostjo vzbuja zanimanje javnosti, mediji pa to dramatičnost terorizma aktivno spodbujajo s prizadevanjem, da bi pritegnili pozornost javnosti – tudi s pretiravanjem.

Tudi Pašić se v knjigi *Islam in muslimani v Sloveniji* dotakne odnosa slovenskih dnevnih časopisov do islama. S preučevanjem in analiziranjem prispevkov o islamu v najbolj branih slovenskih dnevnikih (Delo, Dnevnik, Večer in Slovenske novice) ugotovi, da »skoraj devetdeset odstotkov člankov iz slovenskega dnevnega tiska o islamu piše s predsodki, nepreverjenimi informacijami, pristranskim zavajanjem javnosti in lažmi«

(Pašić 2005, 113). Najpogostejše predsodke o islamu, na katere je naletel med analizo prispevkov, razdeli v sedem kategorij (2005, 118):

1. globalni strah pred islamom in "islamskim fundamentalizmom",
2. širjenje vere z ognjem in mečem ter podpiranje terorizma,
3. konfuzija z izrazoma musliman in mohamedanec,
4. status Isaa a.s. in Mohameda,
5. zatiranje žensk,
6. gradnja mošeje v Ljubljani,
7. sekte in islam.

Poleg tega avtor anketira sto oseb islamske veroizpovedi, ki jim zastavi dve vprašanji. Zanima ga, ali menijo, da so muslimani v slovenskih dnevnikih dovolj prisotni in kakšen je po njihovem mnenju odnos slovenskih dnevnikov do islama kot vere. Kar petinsedemdeset anketirancev se je strinjalo, da muslimani v slovenskem dnevniku niso dovolj prisotni, visok odstotek (67 %) vprašanih pa je odnos slovenskih dnevnikov do islama opredelilo kot negativen. Tako Pašić (2005, 116) v zvezi s tem zaključuje, da imajo »muslimani v Sloveniji o odnosu slovenskih dnevnikov do islama kot vere in njihove zastopanosti v dnevnikih dokaj negativno mišljenje«. Dragoš v svoji študiji *Islam in suicidalno podalpsko pleme* (2003) v obdobju od 11. septembra 2001 do februarja 2002 analizira časopise Dnevnik, Mag, Mladina, Družina in Primorske novice ter pride do zaključka, da so mnenja o odnosu slovenskih medijev do islama sicer različna, vendar pa priznava, da gre za občutljivo tematiko, saj so muslimani v Sloveniji nosilci raznih atributov manjšinskosti in so kot taki tudi drugačni. Ker se ta drugačnost dogaja v specifičnem (slovenskem) kontekstu, so zapostavljeni (Dragoš 2003, 36).

Zaradi svoje drugačnosti pa so muslimani zapostavljeni tudi izven slovenskih meja. Podobno kakor Pašić tudi Quraishy (2006, 7) preučuje najpogostejše stereotipe o islamu. Lastnosti, ki jih večinska družba največkrat pripisuje pripadnikom muslimanskih manjšin, uvršča v enajst kategorij:

1. verski fanatiki in bojavniki;
2. trmasti in zlovoljni, neizobraženi in nesofisticirani;
3. imajo veliko otrok zaradi pridobivanja socialnih koristi;
4. nosijo naglavna pokrivala in dolge brade;
5. prakticirajo patriarhat in zatirajo ženske ter otroke;
6. kulturni tradicionalisti;
7. stremijo k življenju v getu in ne k družbeni integraciji;
8. podpirajo džihad in so vpleteni v terorizem;
9. sovražijo vse nemuslimane, njihove ženske pa smatrajo kot prostitutke;
10. zavračajo modernizacijo in napredek;
11. želijo vzpostaviti muslimanski kalifat namesto demokracije.

V empiričnem delu bom na omenjene stereotipe pozorna tudi sama. Poskušala bom ugotoviti, ali novinarji Dela in Slovenskih novic na podlagi izrazoslovja legitimirajo katero izmed zgornjih kategorij.

2. 4 Družbeni odzivi na islam

Kot ugotavlja Said (1996), je vir odpora do islama in muslimanov moč pripisati zgodovinskim, političnim in psihološkim dejavnikom, ki izhajajo iz skupnega temelja – islam že od renesanse dalje predstavlja nezanemarljivo konkurenco krščanstvu, zahodni civilizaciji pa velik izziv. Geografsko je islam občutno prisoten; gre za nekrščansko religijo, ki je Evropi najbližja, hkrati pa tudi za edino religijo, ki je krščanstvo v zgodovini resno ogrožala. »Islam ni postal brez razloga sinonim za nasilje, uničenje, demonstvo za horde osovraženih barbarov. Za Evropo je bil islam dolgotrajna travma. Vse do konca 17. stoletja je otomanska nevarnost ogrožala vso krščansko civilizacijo« (Said 1996, 82).

Debeljak (2004, 75) opozarja, da slika ni povsem enostranska in da je odnos latinskega krščanstva do islama precej bolj dvoumen. Evropejcem je islam morda res predstavljal grožnjo, vendar pa so evropski dvori, zlasti v obdobju Otomanskega cesarstva, poleg

preteče nevarnosti videli v njem tudi prostor prefinjenih manir, kompleksne vojaške tehnike in visoke družbene organiziranosti. Halliday (2002, 206) zatrjuje, da določeni kulturologi skušajo dokazati, da Zahod nikoli ni maral islama in muslimanov, toda ob tem poudarja, da to ne sme biti poenostavljena razlaga za zahodno retoriko islamske grožnje. Ne smemo sklepati, da tisto, kar je obstajalo v preteklosti, obstaja tudi danes. Če pa res obstaja, je bilo ponovno ustvarjeno oziroma na novo obujeno, saj se ljudje vendar ne rojevamo s predsodki o muslimanih.

Razpravam o islamu lahko večkrat očitamo pomanjkanje znanja in racionalnosti. Zahod je konstruiral islam, ki mu ustreza in ki najbolj zadostuje zahodnim političnim in psihološkim potrebam. S poudarjanjem razlike Vzhod – Zahod se ustvarja in ohranja polarno nasprotje, preko katerega Zahod varuje lastne vrednote in oblikuje percepcijo *nezahodnega* (Quraishy 2001). Posledica vsesplošnega strahu pred islamom pa v kombinaciji z njegovim nepoznavanjem še danes povzroča zavračanje islama kot vere, načina življenja, običajev in kulture. Po mnenju Saida (1996, 18) islam zahodnemu svetu predstavlja »eno najglobljih in najpogosteje nastopajočih podob Drugega«. Kot pravi Mastnak (1998), zgodovine evropske civilizacije ne moremo razumeti, ne da bi upoštevali njen odnos do muslimanskega sveta. Antagonizem med Evropo in islamom je precej pripomogel k formiranju evropske identitete in konstrukciji muslimanskega sveta kot antiteze zahodnega krščanstva. Ključno vlogo pri tem sta seveda odigravala že sovražnost in strah pred Turki, ki so ogrožali invencijo Evrope kot politične skupnosti. Posledične protimuslimanske ideje pa so veliko prispevale k oblikovanju evropske kolektivne identitete.

Stanje dandanes ni razveseljivo niti v ZDA. Sides in Kimberly v svoji študiji (2007) navajata javnomnenjsko raziskavo v Ameriki iz leta 2006, ki je pokazala, da približno ena tretjina anketiranih meni, da islam spodbuja nasilje; 58 % je prepričanih, da obstaja več "nasilnih skrajnežev" v islamu kot v drugih religijah, 46% vprašanih pa izjavlja, da je njihovo splošno mnenje o islamu "neugodno". Tudi Nisbet, Ostman in Shanahan (2009) v raziskavah odnosa ameriške javnosti do tamkajšnjih islamskih manjšin zaznavajo

zaskrbljujočo stopnjo nevednosti o osnovnih načelih islama in negativen odnos do muslimanske religije in njenih privržencev.

V kolikor upoštevamo ovire, ki so se slovenskim muslimanom postavile na pot do islamskega versko-kulturnega centra in dejstvo, da se gradnja še vedno ni realizirala, lahko sklepamo, da je tudi v odnosu slovenske družbe do islama moč potegniti paralele z Zahodnim odnosom *mi-oni*. Diskriminacija v Sloveniji živečih muslimanov je postala nespregljena med vojno v BiH oziroma po njej, ko je v Slovenijo prišlo okoli 70.000 beguncev, v večini muslimanske veroizpovedi. Najočitnejša pokazatelj odpora slovenske družbe do islama pa sta po mnenju Kalčičeve (2007) zagotovo dolgoletno čakanje na dovoljenje za izgradnjo muslimanskega verskega objekta in z njim povezanega diskriminatornega medijskega diskurza, ki bo v nadaljevanju tudi predmet preučevanja magistrskega dela.

Dragoš (2004) celoten zaplet v zvezi z gradnjo islamskega versko-kulturnega objekta razdeljuje na tri obdobja; označuje jih s prehajanjem latentne ksenofobije v eksplicitno in manifestiranje le-te z institucionaliziranjem islamofobije. Prvo obdobje obsega čas od zapletov v zvezi z vložitvijo prvega zahtevka za izgradnjo džamije do prvih zavrnitev oblasti (1969–2001), ki niso več temeljila na težavah izbora primerne lokacije. Drugo obdobje (2001–2003) označuje intenzivne zaplete konkretne problematike z eksplicitnim artikuliranjem nasprotovanja, zadnje obdobje, od leta 2003 pa vse do danes, ocenjuje kot nevarnejši odziv, manifestacijo, ksenofobijo, ki se je s pobudo referendumu tudi institucionalizirala (Dragoš 2004, 13). Ksenofobija oziroma nestrpnost Slovencev do islama in interesov muslimanske manjšine, ki je dosegla vrhunec z referendumsko pobudo proti izgradnji džamije, se je konstruirala na treh področjih; na ravni politike, reprezentacije medijev in (posledičnih) odklonilnih stališčih večinske družbe.

3 Konstrukcija realnosti v tisku: klasifikacija tiska

»Iz britanskih in ameriških historiografskih analiz lahko razberemo, da "veliko delitev" žurnalizma na zabavljaški in politični tisk praviloma povezujejo z dvema pomembnima obdobjema v zgodovini tiska. Ti obdobji sta temeljnega pomena, ko govorimo o nastajanju popularnega komercialnega novinarstva, kot ga poznamo danes« (Luthar 1998, 10).

Prvo pomembno obdobje predstavlja prva polovica devetnajstega stoletja, ko se v Ameriki pojavi tako imenovani "tisk za en peni". Prvi primer tega je bil Dayev časopis *New York Sun*. Namenjen je bil predvsem obrtnikom in mehanikom, torej neizobraženim ljudem, ki do takrat s časopisi sploh še niso imeli opravka. Ker se je Day zavedal, da mora pritegniti ravno to neizobraženo množico, je uvedel prodajo časopisa na ulici, ker ni imel finančnih sredstev za dopisnike. Istega leta je začel izhajati drugi časopis za en peni *New York Evening Transcript*, ki mu je kmalu zatem sledil še Bennettov *New York Herald*. Tisk za en peni je bil finančno neodvisen od političnih strank. Enačil se je z vsebino, ki temelji na splošnem, zdravem razumu in obravnava teme oziroma življenjske zgodbe vsakdana. Osredotočal se je na senzacionalizem, lokalne zgodbe, nasilje, kriminal, živali in trače. Da bi zagotovil ustrezen učinek t.i. "human interest" zgodb, je razvil posebne tehnike poročanja, ki so kasneje postale standardne novinarske prakse (Bird 1992, 14). Kot novost v svetu medijev, ki so do tedaj prinašali le resne novice, je peni tisk vzbujal veliko pozornosti, med ljudmi pa postajal vedno bolj priljubljen. »Popularna kultura in elitna kultura sta se v devetnajstem stoletju dokončno ločili, čeprav je ta ločitev v različnih delih Evrope potekala različno hitro in bolj ali manj radikalno« (Luthar 1998, 12).

V istem obdobju se v Veliki Britaniji pojavi radikalni politični tisk oziroma tisk za reveže. »Poleg političnih "časnikov za reveže" so bili v Britaniji razširjeni in še bolj popularni njihovi stranski produkti – nedeljski časniki, ki so črpali iz tradicionalnih ljudskih kulturnih oblik – koledarjev, pratik, almanahov in balad, natisnjenih na enem listu« (Luthar 1998, 10).

Pojav tiska za en peni in radikalnega političnega tiska se tako danes upošteva kot prvi korak v popularno medijsko kulturo, pa tudi sama delitev na kakovostni in popularni tisk sega v tisto obdobje. »Komericializacija medijev se je torej začela s časniki za en peni ali prostitutcijo časopisnega poslanstva, kot so govorili ogorčeni sodobniki in tekmeči« (Luthar 1998, 16). Erjavčeva (1999, 89) v zvezi z razmišljanjem o učinkih komercializacije med drugim ugotavlja, da je ena izmed opaznejših posledic komercializacije tudi visoka stopnja medijske koncentracije in homogenizacija medijske vsebine, katere ponudba večinoma zajema zlasti poceni zabavo, spolnost in nasilje.

Drugo obdobje, ki pomembno zaznamuje razvoj delitve na popularni in kakovostni tisk, sega v šestdeseta leta devetnajstega stoletja. Označuje ga pojav rumenega tiska v Angliji in Združenih državah Amerike. »Komericializacija je bila med drugim posledica tehničnega razvoja v časopisni proizvodnji, tako da je bil za vstop na trg potreben vedno večji kapital. V ZDA je bil to čas rumene publicistike – novega žurnalizma, ki ga poosebljata dve imeni: Pulitzer in Hearst, založnika tabloidov, po katerih je populistični žurnalizem dobil ime rumeni tisk« (Luthar 1998, 12).

V Angliji to obdobje označujejo kot čas "tiskovnih baronov". V tem obdobju se je nadaljeval razvoj, ki se je začel že prej – koncentracija tiska, verižno lastništvo večih časnikov, tako lokalnih kot nacionalnih, ogromno povečanje bralstva in naklad. Le nekaj časopisov je obvladovalo celoten trg, vsi drugi so bili odrinjeni na rob. Obdobje sredine 19. stoletja v Angliji ni prineslo le osvoboditve tiska izpod državne kontrole (po ukinitvi obdavčenja tiska s postopnim odpravljanjem t.i. davkov na znanje od l. 1853 do 1861), temveč tudi nov sistem cenzure – tržni mehanizem (Luthar 1998, 12).

3. 1 Temeljne značilnosti kakovostnega in popularnega tiska

Tudi Hartley (1996, 43) trdi, da je popularno novinarstvo iznajdba 19. stoletja in ob pregledu tozadevnih zgodovinskih dejavnikov ugotavlja, da:

- a) je bila sfera imperialne politične, ekonomske in vojaške moči, za katero se tradicionalno domneva, da je realnost, ki naj bi jo novinarstvo odsevalo, do konca 19. stoletja že mešanica fantazije, informacij, fikcije in simbolov;
- b) je novinarstvo postmoderno že več kakor sto let. Novinarske vidike prezentacije, vizualnost in diskurzivno vizualizacijo lahko razumemo ne kot nesrečno onečedenje sicer čistega realizma, temveč kot sestavino novinarstva od samega začetka.

V državah, kjer so se razlike med resnim in komercialnim tiskom najprej oblikovale, je veljalo, da ima resni, elitni tisk predvsem funkcijo informiranja odgovornih državljanov, rumeni, komercialni tisk pa si v glavnem prizadeva zabavati svoje bralce in s tem ustvariti trg potrošnikov za izdelke oglaševalcev (Košir 2003, 62). Še danes velja, da se ena izmed osnovnih razlik med kakovostnim in popularnim tiskom skriva v tem, da je kakovostni tisk namenjen majhnemu številu premožnejših in bolj izobraženih bralcev, medtem ko popularni tisk želi pritegniti več občinstva z bistveno nižjo prodajno ceno. Njegov glavni motiv je »dobiček, ki ga ustvarjajo s prodajanjem prostora oziroma časa oglaševalcem« (Erjavec 1999, 96). »Logika popularnega tiska zato ni logika razprave ali estetske refleksije, temveč melodramatizacije, zdravega razuma, personalizacije, intimizacije, naturalizacije. Tabloidni žurnalizem je politična govornica, vendar ne zato, ker daje prednost določenim stališčem pred drugimi ali določenim področjem realnosti pred drugimi, temveč ker določene kulturne konstelacije vzpostavlja kot naravnejše od drugih« (Luthar 1998, 258).

Po mnenju Jernejčičeve (2004, 16) pa kakovostne časnike na drugi strani definirajo javne zadeve, njihov namen pa je objavljane čim bolj ažurnih in aktualnih prispevkov v skladu z novinarskim kodeksom. V ospredju sta informativna in interpretativna funkcija, fotografije in naslovi zavzemajo le majhen del prostora. Po drugi plati pa so v popularnem tisku družbeno pomembne novice izjemno redke, več prostora je

namenjenega razvedrilu, kriminalu, športu in "ženskim stranem". »Komerčni interes popularnega tiska je nujno pripeljal do oblikovanja govornice za žensko bralstvo, saj ženska kot gospodinja nadzoruje družinski proračun in je zato potencialna potrošnica in naslovljenka oglasov v časopisju« (Luthar 1998, 24).

Ena izmed temeljnih značilnosti popularnega tiska je njegova tržna usmerjenost. Popularni tisk bralcu ponudi, tisto, kar ta želi, in ne tistega, kar dejansko potrebuje. Conboy (2002, 94) današnji popularni tisk primerja z novim žurnalizmom 19. stoletja. »Današnji popularni tisk črpa iz novega žurnalizma, ki se je pojavil v 19. stoletju in ga je označevala zabava in želja pridobiti čim večje množice«.

Kakovostni tisk se od popularnega razlikuje tudi po objavi vrednosti oziroma novičarskih konvencijah. Kriteriji, ki vplivajo na to, ali bo nek dogodek sploh postal novica, so pri kakovostnem tisku drugačni kot pri popularnem, v obeh primerih pa ti kriteriji igrajo pomembno vlogo pri interpretaciji dogodkov. Slednja se prvič dogaja s konstrukcijo dogodka v zgodbo (prek retorike in naracije), drugič pa s pomočjo specifične medijske poetike v ožjem smislu, zlasti z uporabo jezikovnih sredstev (Luthar 1998, 150). V popularnem tisku je agenda novičarskih faktorjev nedvomno drugačna kot v resnih uredništvih, saj je osnovana predvsem na izbiri novičarskih vrednot, ki poudarjajo negativna stališča in dejanja. Lutharjeva se do popularnega tiska kritično opredeli, ker le-ta obravnava nepolitične dele realnosti, kot so škandal, kriminal, trivialno in osebno. »Prinaša mehke novice namesto trdih, zanimive namesto pomembnih, človeške zgodbe namesto informacij, zgodbe o moralnem redu in neredu v družbi namesto kronike o velikih možeh ob pomembnih dogodkih« (Luthar 1998, 136). Po mnenju Birdove pa (1992) so popularni časopisi priljubljeni iz istega razloga, kot so zaničevani; kljub temu, da so narejeni po ustaljeni formuli, vzbujajo pozornost in vznemirljivost, saj obenem povečujejo povprečnost in presežke.

Tudi Jože Vogrinc (2005) deli slovenski množični tisk na kakovostni in popularni oziroma na resni in rumeni. Kot primer kakovostnega časopisa navaja Delo, ki poroča o zunanji in notranji politiki, gospodarstvu, kulturi in športu, v nasprotju z njim pa omenja

rumeni tisk, ki je apolitičen in streže domnevno nizkim strastem s trač novicami, razširjeno črno kroniko in fikcijsko ter romantizirano obdelavo političnih in gospodarskih tem.

Colin Sparks (2000) razmišlja o družbeni vlogi kakovostnega in popularnega tiska, ob čemer izpostavi še en pomemben vidik razlikovanja med njima. »Videti je, da je resni tisk socialno umeščen med višje razrede, popularni tisk pa med nižje, kar si lahko pesimistično razložimo z idejo: demokracija za elite in zabava za množice. Sodeč po tej interpretaciji lahko sklepamo, da so množice prebivalstva prostovoljno obrnile hrbet javnemu demokratičnemu procesu in se raje osredotočile na intimne in zasebne zadeve« (Sparks 2000, 29).

Medtem, ko se večina teoretikov osredotoča na razlike med konceptoma kakovostnih in popularnih strategij, pa Dahlgren (1998) premišljuje tudi o stičnih točkah med njima. Trdi (1998, 14), da je pripovedovanje zgodb (storytelling) ključna povezava med novinarstvom in popularno kulturo. Novinarstvo namreč teži k informiranju o dogodkih v svetu, o katerih največkrat poroča kot o zgodbah, podoben namen pa imajo tudi narativne tehnike popularnega. Glavna funkcija teh zgodb je v obeh primerih generiranje svojega lastnega sveta (Dahlgren 1998, 15)

3. 2 Vizualne in vsebinske prvine popularizacije

Če se osredotočimo na ugotovitve Jernejčičeve (2004, 17), lahko povzamemo, da je ključne značilnosti popularnega tiska v širšem smislu moč strniti na vizualne in vsebinske.

Med vsebinske značilnosti uvrščamo zlasti izbrane teme in razvedrilno funkcijo. Koširjeva (2003, 46) opozarja, da je v medijih iz dneva v dan prisotnega manj klasičnega žurnalizma, ki nagovarja državljana, in vse več zabave za bralce. Dodaja še, da se rumeni mediji oddaljujejo od odgovornega novinarstva, ki si prizadeva za točnost, uravnoteženost in preverjenost dejstev. Sparks (1991, 70) pravi, da se je v popularnem

tisku izgubila meja med zabavo in resnimi vestmi, novica pa je postala sinonim za zabavo. Podobno razmišlja tudi Lutharjeva (1998, 29), ki trdi, da so kriteriji politične ali družbene pomembnosti novic v popularnih medijih nadomeščene s kriterijem pritegnitve pozornosti, torej s senzacijo.

Karakteristike popularnega tiska se na vsebinski ravni odražajo tudi z mešanjem informativnega in interpretativnega žanra, s senzacionalizmom, dramatičnostjo in oglasnimi sporočili, ki neizpodbitno vplivajo na kakovost same vsebine in personalizacijo. Lutharjeva (1998) dodaja, da problematičnosti popularnega tiska ne gre iskati zgolj v vzorcu selekcije dogodkov, temveč bolj v stereotipnih oblikah obravnave realnosti. Poleg tega se popularnemu časopisju pripisuje pogosto sklicevanje na zdravorazumsko moralo, oziroma na družbeni *prav* in *narobe*, moralizacija pa se po mnenju Pušnikove (2003, 283) reproducira zlasti prek rabe zasebnega jezika in folklornih elementov, kot sta skeptičnost in distanciranje.

Ena izmed poglobitnih značilnosti popularnega novinarstva je, kot sem že omenila, tudi personalizacija in poudarjanje čustvenosti, obenem pa pomanjkanje teženj po vzdrževanju vtisa nepristranskosti in objektivnosti. »Takšen pristop odpira možnost za ustvarjanje polemike kot analize, spodbujanje voajerizma ali razumevanja, za utrjevanje predsodkov in stereotipov ali nepristransko razgrinjanje kompleksnosti teme, lahko sproži debato ali pa ponudi spektakel in senzacijo« (MacDonald 2000, 255-259). Čustveno noto dodajajo tudi t.i. "ganljive zgodbe" ali zgodbe, ki izhajajo iz subjektivnega izkustva, saj v bralcih vzbujajo take ali drugačne čustvene reakcije. Emocionalnost oziroma izkustvenost teh zgodb pa je ravno tisto, kar ostro loči tabloide od racionalnih, resnih časopisov (Milosavljević 2003, 15). Kot pravi Pušnikova (2003, 276), diskurzivne strategije, ki potencirajo čustvovanje, sprožajo tudi ideološki učinek, saj občinstvo osvobajajo pritiskov vsakdanjega sveta. O učinkih personificiranih zgodb na bralce razmišlja tudi MacDonalдова (2000, 260) in priznava, da personalizacija lahko odvrne pozornost od resnejših tem, in sicer s tem, da analizo nadomesti z emocijami, težnjo po razlagi pa z voajerističnim vznemirjenjem.

Birdova (1998) je prepričana, da so učinki popularizacije opazni na vseh področjih novinarstva, zato opozarja na nevarnost, da bodo personificirane naracije počasi nadomestile tudi racionalne in kritične analize novic. »Mlajše generacije že postajajo vse manj zainteresirane za novice, obenem pa vse manj kritične do tipičnih tabloidnih tehnik upovedovanja« (Bird 1998, 33). Glynn (2000, 75) k tem ključnim tabloidnim strategijam med drugim prišteva tudi vselej prisotno obljubo razkrivanja prikritih informacij tistim, ki do njih pravzaprav nimajo dostopa.

Lastnosti popularnega tiska pa lahko odčitamo celo na ravni izrazoslovja. Po mnenju Joganove (2002, 115-116) se težnja po senzacionalizmu izraža tudi s specifičnimi jezikovnimi sredstvi, s katerimi popularni mediji skušajo pritegniti pozornost. Realnost je v popularnih diskurzih navadno upovedena v preprostem stilu pisanja, ki temelji na kratkih in jedrnatih stavkih. Jezik v popularnem tisku je enostaven, kramljajoč in neformalen, poln komentarjev, osebnih nagovorov in anekdot. Tabloidni tiskani mediji so namreč razvili posebno govorico, osnovano na številnih metaforah in hiperboličnosti, s katero vzbujajo občutek berljivosti. »Pri stilistiki je o senzacionalizmu smotrno govoriti le kot o posledici posebne rabe jezikovnih sredstev, kar pomeni, da je hotena oblika naslavljanja, upovedovanja in strukturiranja, s katero se želi doseči konkretni učinek, npr. boljša prodaja časopisa« ocenjujeta Poler Kovačičeva in Kalin Golobova (2005, 291). Enako stališče zasledimo pri Korošču (1998, 150), ki pravi, da so stilne prvine tako v naslovih kot v besedilih hotena oblika, s katero se želi doseči točno določen učinek, tj. pritegnitev kupcev. Sodeč po tem bi smeli reči, da »slovenskim novinarjem to uspeva, saj so Slovenske novice kot edini *rumeni dnevnik* že od l. 1992 najbolj bran slovenski dnevnik« (Kalin Golob in Poler Kovačič 2005, 291).

Besedišče v popularnem tisku je torej bliže pogovornemu jeziku. Erjavčeva in Volčičeva (1999, 14) dodajata, da je jezik v tovrstnem diskurzu pogosto tudi bolj prostaški, Poler Kovačičeva (2005, 79) pa opozarja, da izbor jezikovnih sredstev z rabo stilno zaznamovanih in čustveno obremenjenih izrazov kaže tudi na (negativno) vrednotenje predmeta upovedovanja.

Calsamiglia in Van Dijk (2004, 372) menita, da temeljna značilnost popularizacije tiskanih medijev v prvi vrsti ni zgolj uporaba posebnih besedilnih struktur, temveč bolj kot to specifičen komunikacijski kontekst, v katerega so zajeti vsi udeleženci in udeleženke vlog, kot so znanstveni viri, specializirani novinarji, laična javnost; njihovi nameni, prepričanja in znanja, pa tudi pomembnost tega znanja v vsakdanjem življenju državljanov.

Vizualne prvine popularnega tiska so bralcem razpoznavne že na prvi pogled, ne da bi prispevek posebej prebrali. Značilne so za celotno zunanjo podobo časopisa (manjši – tabloiden format, barvni tisk), opazamo pa jih tudi na ravni posameznih prispevkov, za katere je značilna večja preglednost, kratkost novinarskih sporočil, številne fotografije, katerih osnovni namen je privabiti bralce, in veliki oziroma "mastno tiskani" naslovi. Hiebert in Gibbonsova (2000, 143) o popularnih medijih med drugim pravita, da se običajno zanašajo na ulično prodajo in ne toliko na naročnine. Zato na naslovnici ponavadi objavijo glavno zgodbo skupaj z vablivo fotografijo, da privabijo bralce k nakupu. Zaradi manjšega formata je branje enostavnejše kot pri ostalih časopisih, poleg tega pa so strani razdeljene v stolpce, zgodbe pa zgoščene na eni strani z velikimi naslovi. Namen omenjenih vizualnih značilnosti popularnega tiska je predvsem "hitro branje", ki bralcu omogoča, da dobi informacije, tudi če časopis samo preleti. Vizualizacija pa je danes pomemben element slehernega medija, zato so medijski producenti prisiljeni oblikovati drugačna medijska sporočila kot nekoč (Erjavec 1999, 91). Vprašanje vizualne podobe časopisa je danes najmanj tako pomembno kot vsebinsko. »Vizualizacija komunikacijskega sporočila omogoča prenos občutkov, motivacije in informacije ter poudarja pomembne informacije« (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 80).

Birdova (2000, 215) proces medijske popularizacije na vsebinski in vizualni ravni povzame v dveh ključnih točkah:

- a) popularno novinarstvo se osredotoča na pripovedovanje zgodb (storytelling) in na intimne pripovedi o posameznikih,
- b) vizualne podobe v popularnem tisku prevladujejo nad analizami in racionalnimi opisi.

4 Od medijske reprezentacije do stereotipizacije

Koncept reprezentacije je s pomočjo t.i. konstruktivističnega obrata v sodobnih medijskih in kulturnih študijah ponudil nov okvir za razumevanje družbe. V nasprotju s humanističnim in objektivističnim pogledom na svet se je s konstruktivizmom vzpostavil nov pristop k dojetanju posameznika, predvsem pa širši vpogled v njegov odnos do množičnih medijev. Konstruktivistične ideje reprezentacije opredeljujejo vsak diskurz kot arbitraren in neresničen. Zaradi subjektivnosti posameznikovega dojetanja se tako ne moremo dokopati do absolutne oziroma objektivne resnice.

Po Hallu (2004, 35) je »reprezentacija ključni del procesa, v katerem člani iste kulture proizvajajo pomen in si jih izmenjujejo. Vključuje uporabo jezika, znakov in podob, ki štejejo za stvari ali jih predstavljajo«. Bistveni del reprezentacijske prakse je vezan na množične medije; pomen reprezentacije je namreč predvsem produkt govora, pisanja, radia, televizije in seveda tiska. Odvisen je od odnosov med stvarmi v svetu – ljudmi, predmeti in dogodki, najsi bo resničnimi ali izmišljenimi – in od konceptualnega sistema, ki lahko deluje kot njihova miselna reprezentacija (Hall 2004, 38). Predvsem pa je, sodeč po konstruktivističnih teorijah, odvisen od nas samih, saj temelji na posameznikovem idejnem oziroma miselnem sistemu. Skonstruiramo ga s pomočjo skupnih kod, ki določajo in utrjujejo odnos, ter povezavo med našim miselnim in jezikovnim sistemom. Kodi so rezultat družbenih konvencij. Povedo nam, na katere koncepte se nanašamo, kadar slišimo ali pa beremo določene znake (Hall 2004, 42). Poleg tega je pomen reprezentacije vezan na kulturo oziroma na konsenz pripadnikov določene kulture o skupnem jeziku in konceptualnih zemljevidih. Kot pravi McDonaldova, (2003, 9) »pomeni, ki jih pripisujemo besedam ali podobam, temeljijo na kulturnih predpostavkah in jih pomagajo ohraniti«.

Mediji kot ključni nosilci pomena reprezentacije nosijo pomembno vlogo tudi pri konstrukciji identitet, ki se dogaja v širokem družbenem kontekstu. Identitete se pogosto oblikujejo na podlagi interpretacij medijskih vsebin, ki podobno kot jezik niso nemotivirane, saj so vpete v družbene sisteme in predstavljajo medijsko ustvarjeno

realnost. »Reprezentacija narodnosti, na primer, je organizirana in regulirana preko različnih medijev in znotraj različnih diskurzov, v zakonskih aktih, oglaševanju, literaturi, filmu, političnih govorih itd.« (Hall 2004, 34). Mediji so torej pomemben člen tako pri konstrukciji lastne nacionalne identitete kot tudi pri konstrukciji identitete "drugih". Ob tem velja omeniti tudi vlogo državne ideologije, ki s pomočjo reprezentativnih sistemov oblikuje svoje interese. Slednja običajno razvije lastno nacionalistično retoriko, ki ponavadi vključuje povečevanje svojega naroda in s tem krepitev nacionalne zavesti, hkrati pa reproducira negativno reprezentacijo ostalih. Na ta način mediji pogosto oblikujejo nacionalno realnost in legitimirajo delitev *mi-oni*, kar bom podrobneje preučevala kasneje na podlagi diskurza v slovenskih tiskanih medijih o muslimanski verski manjšini.

Ker bo predmet magistrske naloge v nadaljevanju reprezentacija medijskih tekstov s pomočjo analize izrazoslovja, naj nekaj besed namenim še mestu, ki ga v procesu reprezentacije zavzema jezik. Preko jezika se namreč proizvaja pomen, zato je za ustrezno komunikacijo oziroma učinkovito izmenjavanje teh pomenov nujno potrebno, da ljudje, ki pripadajo isti kulturi, enako interpretirajo jezikovne znake.

Stuart Hall (2004, 45-46) glede reprezentacije pomenov prek jezika omenja tri pristope. Po reflektivnem pristopu je pomen vsebovan že v sami ideji, predmetu, osebi, zgodbi ali sliki iz realnega sveta. Jezik pri tem deluje kot ogledalo, ki reflektira pravi pomen, ki v svetu že obstaja. Intencionalni pristop določa, da je avtor oziroma govorec tisti, ki svetu s pomočjo jezika nalaga svoj enkratni pomen. Besede torej pomenijo tisto, kar si njihov avtor želi, da bi pomenile. Po konstruktivističnem pristopu pa stvari same po sebi nimajo nikakršnega pomena, dokler jim ga ne določimo mi sami – z lastno konstrukcijo konceptov in znakov, ki so produkt kulturnega oziroma družbenega konsenza. Sodeč po slednji definiciji je Islamska skupnost v RS reprezentirana povsem objektivno, zgolj kot verska oziroma družbena manjšina. Negativne konotacije in odklonilen predznak dobiva šele in izključno iz naše interpretacije, ki se konstruira na podlagi informacij, ki so nam znane o islamu in muslimanih, ter sociokulturnega okolja, ki nas obdaja. Po mnenju Pušnikove (1999, 796) je »konstruktivistični pristop podlaga za identitetno konstrukcijo.

Zato moramo identiteto vedno obravnavati kot identifikacijo, kot proces in ne kot statičnost, saj je identiteta produkt interakcije oziroma produkt različnih diskurzov«.

Pogled na jezik kot sredstvo reprezentacije zasledimo tudi pri švicarskem lingvistu Saussureu, ki podobno kot Hall pravi, da je proizvodnja pomena odvisna od jezika. V svojem (strukturalističnem) pristopu (1997) opredeljuje binarna nasprotja znotraj jezika kot osnovno sredstvo proizvajanja pomena. Če naj besede proizvedejo pomen, morajo biti organizirane v sistem razlik, kar pomeni, da so opredeljene glede na svoje neposredno nasprotje. Pomemben doprinos je k obravnavani tematiki prispeval tudi Michael Foucault (2008), ki je predstavil nov, diskurzivni pristop k reprezentaciji, v okviru katerega govori o proizvodnji vednosti (in ne pomena), ki se konstruira s pomočjo diskurza (in ne jezika). Svojo pozornost z jezika torej preusmeri na diskurz, prek katerega se proizvaja vednost.

4. 1 Medijski stereotipi o islamu

Definicij stereotipizacije je skoraj toliko, kolikor je njenih avtorjev, pa vendar imajo bolj ali manj vse te opredelitve skupni imenovalec v pripisovanju lastnosti posameznikom na podlagi njihove skupinske pripadnosti. Mirjana Nastran Ule (1997, 193) pojasnjuje, da kadar zaznavamo ljudi na podlagi njihove skupinske pripadnosti, jih tipično obravnavamo tako, da so bolj podobni članom skupine, ki ji pripadajo oziroma bolj različni od članov drugih skupin, kot so v resnici. Ker smo navadno nagnjeni k mišljenju, da je "naša" skupina boljša od "drugih", je zaznavanje skupin skoraj nujno pristransko ali celo diskriminatorno. Skratka, stereotipizacijo lahko razumemo kot proces poenostavljanja sporočil, ki je namenjen obvladovanju kompleksne stvarnosti, v najslabšem primeru pa kot sredstvo za oblikovanje predsodkov in diskriminacije. Na podoben način razmišlja tudi Oakes skupaj s soavtorjema (1994), ki pravi, da je »stereotipizacija po najboljši plati proces poenostavljanja, ki naredi realnost znosno, in po najslabši plati patološko vozilo za predsodke ter bolezensko ravnanje«. Kuhar (2003, 46) k temu dodaja, da je za stereotipe značilno, da »v ospredje definicije določene skupine postavljajo nekaj izbranih karakteristik, za katere se predvideva, da ji pripadajo, in jih začnejo predstavljati kot lastnosti, ki so že od nekdaj lastne vsem njenim pripadnikom«.

Eni izmed najpogostejših stereotipov so danes brez dvoma nacionalni, rasni in etnični stereotipi. Zaradi pomanjkanja informacij, strahu pred neznanim in občutka lastne večvrednosti pa se slednji tudi najverjetneje razvijejo v diskriminacijo in odpor. Poenostavljene in neutemeljene sodbe o narodih ali nacionalnih skupinah nastanejo z generalizacijo določenih značilnosti in lastnosti za celoten narod ali skupino (Ule 2000, 157). Tudi Musek (1997) poudarja, da tovrstni stereotipi spadajo v kognitivno komponento nacionalne identitete, ki jo tvorijo misli, predstave in osebne sodbe o karakteristikah nacionalne skupnosti oziroma njenih pripadnikov. »Pomemben del teh kognitivnih vsebin so nacionalni atributi, npr. predstave o nacionalnih simbolih, o osebnih značilnostih pripadnikov lastne nacionalne skupnosti, predstave o nacionalnem značaju in nacionalni stereotipi« (Musek 1997, 10).

Nacionalno, rasno, versko ali etnično stereotipizacijo pa pogosto legitimirajo tudi množični mediji. Slednji namreč reprezentirajo družbene identitete in relacije, a jih poleg tega hkrati tudi konstruirajo in konstituirajo. Z različnimi sredstvi vzpostavljajo zdravorazumske predpostavke v diskurzu kot obliko ideologije, kar ima seveda tudi širše družbene posledice. »Medijska moč je predvsem "diskurzivna" in "simbolna", saj je medijski diskurz ključni vir človekovega znanja, pa naj gre za elite ali običajne državljane« (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 37). Z reprezentacijo in selekcijo dogodkov ter izborom novinarskih virov prispevajo k razumevanju sveta in družbe na točno določen način, hkrati pa so pogosto tudi sredstvo, prek katerega politika, elite in ostale institucije širijo stereotipe. S pozitivno prezentacijo lastne družbene oziroma kulturne skupnosti in z negativno prezentacijo vseh ostalih v ljudeh vzbujajo splošen vzorec razmišljanja o njih. Tudi Lippmann (2001) razmišlja o medijskih stereotipih in ugotavlja, da imajo nekateri lahko celo pozitiven vpliv na posameznika. Najprej zato, ker s stereotipi "varčujemo", saj je svet preveč kompleksen, da bi ga lahko v celoti razumeli, pa tudi zato, ker stereotipi delujejo kot način obrambe naše identitete.

Predsodki in stereotipi so ukoreninjeni v družbenih odnosih in navadno izvirajo iz socialnih, kulturnih, političnih, ekonomskih, ideoloških, religioznih in vseh ostalih oblik družbenega razlikovanja. V poglavju Islam in mediji sem že predstavila nekaj medijskih

stereotipov o islamu, kot jih navajata Pašić (2005) in Quraishy (2006), s stereotipizacijo islama v medijih pa se ukvarja tudi Achugar (2004, 304-305), ki ravno tako izpostavlja najbolj tipične lastnosti, ki jih zahodni mediji pripisujejo islamu in muslimanom. Strne jih v štiri osnovne kategorije:

- enačenje islama s fundamentalizmom,
- predstavljanje islama kot sovražnika post hladne vojne,
- opredeljevanje terorizma kot islamskega,
- reprezentiranje ZDA in Izraela kot *mi* v nasprotju s Srednjim Vzhodom (*oni*).

Shaheen (1984) je prepričan, da so upodobitve Arabcev in muslimanov še posebej stereotipizirane v popularni kulturi, kjer se jih običajno predstavlja kot divjake in nasilneže, s čimer se ohranja in krepi stigma o njih kot o nazadnjaških in nevarnih. Said (1996, 56) pa dodaja, da je eden izmed stereotipov, ki so značilni za Vzhod in muslimane, tudi ta, da se jih prikazuje kot lahkoverne, neenergične, nagnjene h klečeplazenju in pretiranemu laskanju, spletkarjenju, neprijaznosti in nepopoljšljivemu laganju. Pogosto se dogaja, da novinarji lastnosti, ki jih pripisujejo radikalnim islamistom, posplošujejo na celoten islam in njegove pripadnike. Na ta način mediji ustvarjajo in ohranjajo zeleno podobo realnosti, predvsem pa s tem namerno ali nezavedno zavajajo javnost. Said (1996) tudi ugotavlja, da so se stereotipi o islamu v elektronski dobi postmodernega sveta še okrepili, saj raznovrstnost medijev omogoča novinarjem, da "tlačijo" informacije v bolj in bolj standardizirane kalupe. Kljub novim tehnologijam in posodobljenemu načinu komuniciranja pa svoj delež krivde še vedno nosijo klasični mediji. »Tisk ima s tem, ko izbira teme in ko določene dogodke opisuje, drugih pa ne, s poudarjanjem in izpostavljanjem določenih tem, s pretiravanjem, opisovanjem in stilom, pomembno vlogo pri definiranju družbenega položaja. To pa vpliva na to, kako javnost ta položaj razume« (Van Dijk 1991, 42).

Dragoš (2003, 37-47) piše o medijskih tehnikah, s katerimi se generira nestrpni diskurz o muslimanih in islamu. Poleg že omenjene diptihonizacije navaja še humoriziranje in stigmatiziranje. Pri humoriziranju gre za ustvarjanje nestrpnosti s smešenjem, stigmatiziranje pa je vezano na vzpostavljanje stigme, ki je najpogosteje vezana na

terorizem in islamske skrajneže. »Ena od problematičnih jezikovnih tehnik, ki jo mediji uporabljajo v reprezentacijah manjšin, je generalizacija«, piše Kuhar (2006, 131). Slednja stopa v medijski prostor na dva načina:

- a) s pripisovanjem stereotipnih lastnosti kot značajskih oziroma vedenjskih lastnosti vseh pripadnikov in pripadnic skupine. Navadno gre pri tem za negativno stereotipizacijo;
- b) s prenosom specifike kakšnega dogodka/posameznika v splošno značilnost takšnih dogodkov/posameznikov

Čeprav je islam danes stereotipiziran na številnih ravneh in se ga v mnogih primerih enači z agresijo, fundamentalizmom, fanatizmom, neustreznim položajem žensk ter barbarskimi zakoni, je najpogostejši sodobni stereotip o islamu gotovo prav njegova povezava s terorizmom. Predstava o muslimanih kot teroristih združuje različne vrste groženj Zahodu in se je po 11. septembru za terorističnimi napadi na ZDA še dodatno okrepila. Tareq in Rippen (2009) trdita, da je bila po 11. septembru in kasnejših napadih v Madridu in Londonu (leta 2004 in 2005) prisotnost muslimanskih skupnosti v zahodnih družbah eno največjih varnostnih vprašanj širokega političnega pomena. Vlada, javnost, še posebej pa mediji so naenkrat razmišljali le še o nevarni povezavi med Zahodom in muslimani oziroma radikalnim islamom in terorizmom. Bervar (2009) je prepričan, da so muslimani po mnenju novinarjev soodgovorni za zločine teroristov, ki se pri svojih dejanjih sklicujejo na islam, soodgovornosti pa se lahko rešijo samo tako, da se od teh dejanj distancirajo z javnimi manifestacijami. »Po eni strani stereotipi o muslimanih nastajajo "po delih", saj so nekateri ljudje že po naravi nagnjeni k generaliziranju in negativnemu mnenju o družbenih manjšinah, po drugi strani pa so stereotipi in predsodki o islamu pogosto tudi posledica političnih preferenc« pravita Sides in Kimberly (2007, 35).

V poglavjih, ki sledijo, bom poskušala ugotoviti, s katerimi jezikovnimi sredstvi slovenski tiskani mediji legitimirajo stereotipizacijo muslimanske verske manjšine, na katerih segmentih diskurza se to najbolj odraža in kakšne so posledice teh stereotipov v družbi.

5 Analiza prispevkov o džamiji

5. 1 Metodološki zasnutek

Ena izmed analiz, ki ustreza konceptu reprezentacije, je tudi kritična diskurzivna analiza (KDA). Z njeno pomočjo ugotavljamo, na kakšen način je pomen skonstruiran in kakšni so njegovi učinki (Hrženjak 2002, 16).

Vzorec sestavljajo prispevki časopisa Delo kot primer kakovostnega tiska in prispevki Slovenskih novic kot primer popularnega. Omenjena dnevnika sem izbrala, ker sta med Slovenci najbolj brana, hkrati pa tudi dovolj reprezentativna. Med pregledovanjem po arhivu Delovih tiskanih izdaj sem ugotovila, da je število prispevkov, ki se nanašajo na izgradnjo islamskega versko-kulturnega centra v Sloveniji, v Delu in Novicah zelo različno. Medtem, ko je bilo v Delu v obdobju med letoma 2000 in 2008 objavljenih 65 dotičnih prispevkov, jih je bilo v Slovenskih novicah v istem času objavljenih le 29, od tega gre večinoma za kratke vesti ali poročila iz črne kronike. V letih 2008 in 2009 je bilo v Delu objavljenih 31 prispevkov na omenjeno temo, v Slovenskih novicah pa le 6, od tega 4 vesti pod rubriko "Na kratko". Če povzamem, sta v letih 2008/2009 v Novicah izšla torej le dva obsežnejša informativna prispevka v zvezi z izgradnjo islamskega versko-kulturnega objekta v Sloveniji.

Ker KDA daje prednost kvalitativni analizi pred kvantitativno, sem vzorec zožila in se osredotočila zgolj na informativne prispevke, ki so bili v obeh dnevnikih objavljeni v letih 2008 in 2009, ko so slovenski mediji poročali predvsem o osnutku prostorskega načrta za gradnjo islamskega versko-kulturnega objekta ob Parmovi ulici, ki je bil sprejet v tem obdobju. Hkrati so se takrat posledično pojavila tudi prva nesoglasja v zvezi z višino minareta, konec leta 2008 pa je Islamska skupnost v RS postala lastnik zemljišča predvidenega za izgradnjo džamije, kar sem podrobneje predstavila že v prvem delu naloge.

V omenjenem časovnem okviru sem izbrala pet prispevkov; v Slovenskih novicah sem analizirala edina dva prispevka, ki sta izšla v omenjenem obdobju, v Delu, kjer je bila izbira pestrejša, pa sem se posvetila trem prispevkom. Upoštevane kriterije izbora sem razdelila na:

- a) vsebinske (izbrani prispevki izpostavljajo konkreten problem o gradnji džamije);
- b) funkcionalno-organizacijske (novinarska zvrst oziroma besedilna funkcija je v obeh primerih informativna);
- c) strukturno-narativne (informacije v prispevkih so urejene po padajočem vrstnem redu pomembnosti, po konceptu obrnjene piramide. Dolžina prispevkov je zaradi primerjave podobna)

KDA z analizo teksta in njegovo interpretacijo združuje mikro analizo besedila ter makro raven družbenih problemov. Z empirično jezikovno analizo skuša prispevati k reševanju družbenih vprašanj, tako da prispeva k razreševanju širših socialnih problemov in odkriva, kako se le-ti kažejo na mikro ravni teksta in interaktivnih dogodkih (Erjavec in Poler Kovačič 2007). Po Faircloughu (1992, 71-73) lahko vsak družbeni dogodek analiziramo na treh ravneh, ki jih bom v nadaljevanju upoštevala tudi sama; na zapisanem oziroma govorjenem besedilu, diskurzivni praksi in družbeni praksi. Pri preučevanju medijskih tekstov se bom oprla na segmente analize, ki jih v delu Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov izpostavljata Erjavčeva in Poler Kovačičeva (2007). Po začetni analizi virov bom na podlagi tekstualne obravnave v prispevkih preučevala:

- a) poimenovanje akterjev,
- b) predikativne strategije,
- c) tranzitivnost,
- d) modalnost,
- e) novinarske predpostavke in
- f) retorične trope.

Izhajajoč iz rezultatov preučevanja navedenih kriterijev bom ugotovitve s jezikoslovne analize kritično aplicirala na diskurzivno in družbeno raven.

5. 2 Analiza prispevkov iz Slovenskih novic

V Slovenskih novicah sem analizirala prispevka:

- Državni evri za prvi minaret (9.2.2008)
- Referendum proti minaretu mošeje (27.11.2008)

5. 2. 1 Analiza virov

Vprašanja o tem, s čigavimi stališči je podkrepjen nek medijski tekst, odpirajo poglede na medij, ki nam te novice posreduje. O tem razmišlja tudi Poler Kovačičeva (2004), ki trdi, da so novinarski viri ključni (so)oblikovalec medijske realnosti. Tabela, ki sledi, prikazuje vire, na katere so se novinarji Slovenskih novic opirali v posameznih prispevkih in njihove ključne izjave oziroma stališča. Slednje sem vključila, ker lahko pripomorejo k razumevanju obravnavane problematike, saj posredno sporočajo, kdo so najpomembnejši akterji v obravnavanem kontekstu in kakšni so njihovi interesi.

Tabela 5. 1: Viri in njihova stališča po datumih objave

Datum objave	Vir	Pomembne izjave/stališča
9.2.2008	predstavnica mestnega oddelka za urejanje prostora Alenka Pavlin	»Za območje IVKC so izdelane variantne rešitve, ki bodo podlaga za izdelavo občinskega podrobnega prostorskega načrta...«
	župan Zoran Janković	bo umestil džamijo v križišče med Kurilniško in Parmovo za Bežigradom
	publicist Tino Mamić	opozori na odnos Slovencev do muslimanov v RS in poudari, da minaret že imamo
27.11.2008	mestni svetnik Mihael Jarc	napovedal zbiranje podpisov za referendum o višini minareta
	župan Zoran Janković	prepričan, da je lokacija za džamijo na Parmovi primerna
	komisar za človekove	opozori na versko

	pravice Sveta Evrope	nestrpnost
	mufti Nedžad Grabus	pove, da muslimani pri odzivanju na klic molitve v petnajstih slovenskih mestih niso imeli nikakršnih težav

Iz tabele 5.1 je razvidno, da so se avtorji prispevkov najbolj zanašali na mnenja in izjave ljubljanskega župana Zorana Jankovića, ki se kot vir pojavi v obeh člankih in je gradnji džamije očitno naklonjen. Sledita mu druga pomembna akterja, pobudnik referendumoma proti džamiji in kasneje proti minaretu, mestni svetnik Mihael Jarc in pa mufti Nedžad Grabus, predstavnica mestnega oddelka Alenka Pavlin ter evropski komisar za človekove pravice in publicist Tino Mamić, ki opozorita na problem nestrpnosti. Novinarji so torej uravnoteženo izbrali vire, saj so predstavili stališča *za* in *proti*, kljub temu, da so reprezentirali predvsem "glas močnih". Po mnenju Erjavčeve in Poler Kovačičeve (2007, 80) tovrstni viri nastopajo v besedilih kot "zanesljivi in dostopni".

5. 2. 2 Jezikovna analiza in interpretacija v okviru diskurza

a) Poimenovanje akterjev

Pri analizi besed, besednih zvez oziroma stavkov, sem najprej opazovala poimenovanje posameznih akterjev. Pri tem sem za pripadnike islamske veroizpovedi zasledila naslednja imena: *slovenski muslimani*, *muslimani*, *verniki*, za nasprotnike gradnje džamije pa *Slovenci*, *domačini* (27.11.2008), *krajani* in *varuhi prestolnične silhuete* (9.2.2008). Minaret je novinar poimenoval z izrazoma *stolpič* in *raketa* (27.11.2008), islamski versko-kulturni center pa z besednima zvezama *verski hram* in *verski prostor* (27.11.2008).

»Način, kako so ljudje poimenovani v novinarskem diskurzu ima pomemben vpliv na način, kako so ljudje zaznani in upoštevani v družbi« (Richardson v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 56). Novinarji pišejo o *muslimanah* oziroma *slovenskih muslimanah* na eni strani, na drugi pa o *Slovencah* oziroma *domačinah*, s čimer ustvarjajo ločnico med "nami"

in "njimi". Raba izraza Slovenec tu ni ustrezna, saj imajo status državljanov RS tudi pri nas živeči muslimani. Poleg tega so slednji poimenovani še kot *verniki*, »...*ki se bodo gnetli*...«, kar v tem kontekstu lahko že konotira na fanatizem. Tudi uporaba izraza *stolpič* oziroma *raketa* namesto minaret, je stilno zaznamovana in je v prenesenem pomenu bolj ali manj žaljiva, zato na podlagi izbrane strategije poimenovanja lahko govorimo o diskriminatornem diskurzu.

b) Predikativne strategije

Reisigl in Wodakova (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 58) definirata predikativne strategije kot »osnovni proces in rezultat jezikovno dodeljenih kvalitete ljudem, živalim, predmetom, dogodkom, dejanjem in družbenim fenomenom«. Upoštevajoč slednjo definicijo so mojo pozornost v besedilih pritegnili zlasti predikati, kot so: ***množično zbirališče, že zdaj vedno polna enosmerna Livarska, slovensko rečeno*** (27.11.2008) in ***vrli ljubljanski župani in županje*** (9.2.2008). Iz uporabe predikatov je med drugim razvidno, da so novinarska stališča do lokacije za islamski versko-kulturni center odklonilna. Iz povedi »*Verniki se bodo, ob že zdaj številnih uslužbencih podjetij in družb iz Parmove ulice, lahko gnetli le po že zdaj vedno polni enosmerni Livarski in Bežigradu*« lahko sklepamo, da (po avtorjevem mnenju) na omenjeni lokaciji ne bo prostora še za *množično zbirališče*. Prav tako novinar izrazi svojo vrednostno sodbo, ko se ironično nanaša na *vrle ljubljanske župane in županje*, v predikatu *slovensko rečeno* pa lahko zaznamo poudarjanje lastne nacionalne identitete oziroma vnovično namigovanje na to, da muslimani *niso* Slovenci.

c) Tranzitivnost

Tudi glagolske oblike, ki so povezane s ključnimi akterji v prispevkih, posredno kažejo na odnos novinarjev do obravnavane problematike. Pri obravnavi tranzitivnosti sem se sprva osredotočila na glagole, ki so v besedilu povezani s ključnimi akterji. Zaznala sem, da so pripadniki islamske verske manjšine v RS povezani z glagoli, kot na primer: ***verniki se bodo gnetli, zbirajo denar, bodo dobili verski hram*** (27.11.2008); na drugi strani pa se

oblast *pogaja* (27.11.2008); medtem ko *je* "Slovenec" *strah* (27.11.2008). Poleg tega sem opazila kar nekaj primerov stavkov, v katerih odgovorni subjekt ni znan, kot so: »*Za območje islamskega verskega kulturnega centra so izdelane variantne rešitve...*«, »*Predvideno je, da bo OPPN izdelan letos.*«, o džamiji »*se je že govorilo...*« (9.2.2008). Zgornji primeri nazorno prikazujejo, da so muslimani reprezentirani kot aktivni vršilci dejanj, ki *se gnetejo, zbirajo denar...*, oblast *se pogaja* in v danem kontekstu deluje kot posrednik med interesi muslimanov in nasprotovanji večinskega prebivalstva, ki *se boji*. Sporna se mi zdi tudi poved »*Ne kaže namreč pozabiti, da tovrstna arhitektura le ni del narodovega kulturnega izročila...*« (27.11.2008), v kateri novinar celo neposredno opozori na to, da so med "nami" in "njimi" nezanemarljive kulturne razlike, ki jih velja upoštevati. Primeri z rabo pasivnih glagolov, ki so navadno vezani na institucionalne vire, omogočajo (bodisi avtorju bodisi njegovemu viru), da zakrije konkretnega vršilca dejanj oziroma, da ga v svojih izjavah ne izpostavi.

d) Modalnost

Med analizo sem zabeležila predvsem naslednje modalne oblike: »*V Sloveniji naj bi živelo približno 60.000 muslimanov.*« (9.2.2008); »*Maja naj bi se začela razraščati verska nestrpnost.*«, »*...minaret naj bi bil visok...*« (27.11.2008).

Oblike modalnosti se v nasprotju s tranzitivnostjo v tekstu nanašajo na sodbo, komentar in stališče, še posebej pa na to, v kolikšni stopnji je sporočevalec prepričan o svoji trditvi, menita Erjavčeva in Poler Kovačičeva (2007, 67-68), ki sta obenem kritični do tipov povedi, kot je »*Maja istega leta naj bi se začela razraščati verska nestrpnost*«, saj trdita, da novinarji ne smejo tako nekritično upovedovati morebitnih dogodkov«. Ostale modalne oblike (v *Sloveniji naj bi živelo 60.000 muslimanov, minaret naj bi bil visok...*) v analiziranih tekstih kažejo na to, da novinar v svoje trditve ni povsem prepričan.

e) Novinarske predpostavke

Tudi primeri novinarskih predpostavk nam posredno omogočajo, da razberemo, kakšen je novinarjev odnos do vsebine. »Predpostavlanje je zdravorazumsko in implicitno vključevanje trditev v tekst. Predpostavlanje je torej koncept, ki izraža implicitni pomen danega, nespornega in samoumevnega« (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 69). Zanimiva se mi je zdela predpostavka »*Muslimani v Sloveniji pa kot verska skupnost niso nikdar pozivali k nestrpnosti...*« (27.11.2008), ki v bralcu lahko vzbudi vprašanje, ali muslimani sicer (oziroma drugod) pozivajo k nestrpnosti. Iz primera predpostavke, ki se v drugem prispevku skriva že v samem naslovu »*Državni evri za prvi minaret*« (9.2.2008), pa je moč razbrati, da bo država v prihodnosti financirala tudi minarete, ki bodo sledili.

f) Retorični tropi

Pri retoričnih tropih gre za uporabo stilno zaznamovanih besed ali besednih zvez. Pozorna sem bila na hiperbole, metonimije in metafore. Med analizo prispevkov Slovenskih novic sem zabeležila primer hiperbole »*pravi pravcati minaret*« (9.2.2008). Hiperbole so v besedilu uporabljene z namenom, da bi avtor dosegel določen retorični učinek; ponavadi je to pretiravanje. Hiperbola *pravi pravcati minaret* tako ustvarja vtis, da je minaret ali nekaj zelo nenavadnega ali pa nekaj izjemno redkega.

Bolj pogosta je bila uporaba metonimij, kjer je dogodek oziroma odgovorni subjekt nadomeščen z institucijo, ki jo predstavlja: »*Prvo prošnjo za izgradnjo islamskega kulturnega centra z džamijo v Ljubljani je islamska skupnost vložila leta 1969...*«, »*...bo islamska verska skupnost razpisala javni arhitekturni natečaj...*« (9.2.2008); »*...se je tedanja oblast pogajala z mestno skupnostjo...*«, »*...leta 1976 je mestni urbanistični zavod sprejel predlog lokacije...*« (27.11.2008). Tovrstni primeri metonimij omogočajo novinarjem, da »zameglijo odgovornost za določena družbena dejanja«, pravita Erjavčeva in Poler Kovačičeva (2007, 74), ki poleg tega navajata še metonimije, v katerih znane dogodke nadomeščajo datumi, kot v primeru: »*Strah jih je 11. septembra...*« (27.11.2008).

Tudi metafore so ena izmed strategij, ki jih prakticirajo novinarji, da bi naredili besedilo bolj zanimivo in berljivo. V obravnavanih prispevkih so bile številne: muslimani versko kulturni center skoraj »že **vonjajo**« (27.11.2008); »...za obnovo **bo v mošnjiček segla tudi država**«, »o džamiji, ki si jo vrli ljubljanski župani in županje **podajajo kot vroč kostanj**...«, »Varuhi prestolnične silhuete so se najbolj **zaticali in spotikali ob minaret**«, »prvi minaret na Slovenskem pa že blizu sto let **kipi v nebo**...«, »**varuhi prestolnične silhuete**« (9.2.2008).

5. 2. 3 Družbena diskusija

Toda česa je Slovencev – ne samo katoličanov, ampak tudi protestantov, pravoslavcev, mormonov, budistov, magari scientologov – v resnici strah? Fundamentalizma. Strah jih je svete vojne, džihada, ki ga Koran v svojem bistvu zanika, skrajneži pa ga znajo interpretirati med vrsticami. Strah jih je 11. septembra, avtomobilov bomb, šeriatskega prava, povratka v davne čase, ko je podobno, pač po tedanjih možnostih, počela Rimskokatoliška cerkev. Ali kar je počel Rim s prvimi kristjani. Po drugi strani pa je krščansko biti razumevajoč, toleranten, strpen (27.11. 2008).

Zgornji odlomek nazorno prikazuje, kakšen je odnos večinskega prebivalstva v Sloveniji do muslimanske verske manjšine. *Strah jih je*. Islam je tudi pri nas postal sinonim za fundamentalizem, terorizem in nasilje. Postal je prisproda za 11. september. K ustvarjanju takšnih in podobnih negativnih predstav o islamu ter k ohranjanju s tem povezanih stereotipov pa bistveno pripomorejo predvsem mediji, ki javno legitimirajo različne diskriminatorne prakse. Z vztrajnim poudarjanjem razlik med "nami" in "njimi" še povečujejo odpor večinske družbe do muslimanov oziroma krepijo (že tako dovolj velik) prepad med krščanstvom in islamom. Kot je razvidno iz zgornjega odlomka, novinarji na eni strani reprezentirajo islam kot religijo nasilja, ki grozi in vzbuja strah, na drugi strani pa krščanstvo kot miroljubno religijo, za katero je značilno razumevanje in strpnost. Tudi po prepričanju Erjavčeve in Poler Kovačičeve (2007, 29) je »identiteta družbenih akterjev v medijskem tekstu najpogosteje konstruirana in definirana kot identiteta članov posameznih skupin s poudarjanjem reprezentacije drugih kot drugačnih,

deviantnih (odklonskih) in kot grožnja«. Zanimiva je tudi poved »V Ljubljani je najvišja cerkev sv. Jakoba s 66 metri, toda katoliške so del narodovega zgodovinsko-kulturnega izročila« (27.11.2008), ki znova legitimira razmerje *mi-oni*, oziroma, *naše-njihovo*.

»Besede, katerih namen je poniževati, razčlovečiti, odvzeti dostojanstvo, postaviti v podrejen položaj, nekoga prikazati kot nečloveka, tretjerazredno necivilizirano bitje, vplivajo na to, kakšen položaj bodo imeli ti ljudje v družbi« (Leskošek 2005, 81). Z ozirom na analizirani diskurz v Slovenskih novicah in z upoštevanjem vseh ovir oziroma nasprotovanj, ki so se pri nas pojavljala zaradi izgradnje islamskega versko-kulturnega centra, bi prevladujoč odnos slovenske družbe do muslimanov težko označili kot razumevajoč in strpen.

Na podlagi jezikovne in diskurzivne analize novinarskih prispevkov iz Slovenskih novic torej lahko govorimo o diskriminatornem diskurzu. Za popularni tisk je sicer značilna uporaba stilno zaznamovanih besed (hiperbol, metafor, metonimij) in senzacionalizma, vendar tu velja opozoriti, da nosijo, glede reprezentacije identitet, popularni mediji enako oziroma še večjo odgovornost kot kakovostni, saj so navadno naslovljeni na širši krog občinstva. »Če nastopa popularna kultura po eni strani v vlogi ponudnika identitet, predstavlja po drugi strani prostor legitimiziranja različnih oblik družbenega razlikovanja« (Luthar 1998, 8). Primer diskurza o gradnji džamije v Novicah med drugim nakazuje na družbeno netolerantnost in večinsko neupoštevanje potreb oziroma pravic manjšinskih skupnosti. Kot takšen pa lahko ta diskurz nevarno pripomore k ustvarjanju novih oziroma ohranjanju že obstoječih stereotipov o islamu in povečevanju splošne nestrpnosti v slovenski družbi.

5. 3 Analiza prispevkov iz Dela

V Delu sem analizirala naslednje prispevke:

- Džamija in mi (1.8.2008)
- Molitev čez ovire (1.12.2008)
- Za džamijo pol milijona iz proračuna? (20.2.2009)

5. 3. 1 Analiza virov

Iz spodnje tabele so razvidni viri, ki so jih novinarji uporabili v Delovih prispevkih in njihovi pogledi na izgradnjo islamskega versko-kulturnega centra v Ljubljani.

Tabela 5. 2: Viri in njihova stališča po datumih objave

Datum objave	Vir	Pomembne izjave/stališča
1.8.2008	vladni predstavniki	»To ni v pristojnosti vlade«
	islamska skupnost	bila optimistična
1.12.2008	ljubljski mesti svet	sprejel dokument o prostorskem načrtu
	svetnik Mihael Jarc	napovedal referendum o džamiji
	vodja poslanske skupine SNS Zmago Jelinčič	zahteva sklic izredne seje državnozbornske komisije za nadzor nad delom varnostnih in obveščevalnih služb
	največja opozicijska stranka SDS	se bo strinjala s pobudo za referendum
	nekdanji ljubljanski metropolit Franc Rode	»Vsak islamski center je hkrati središče za nabor teroristov.«
20.2.2009	prvi mož islamske skupnosti v Sloveniji Nedžad Grabus	bo srečen šele, ko bodo islamsko kulturno versko središče odprli
	urad za verske skupnosti	predlaga, da bi islamski skupnosti pomagali pri odplačilu posojila za nakup zemljišča

	državni sekretar vlade za področje nevladnih organizacij Jožef Školč	»To je predlog urada za verske skupnosti, osebno se z njim strinjam.«
	prvi mož SNS Zmago Jelinčič Plemeniti	vladi zastavi pisno vprašanje
	tajnik islamske skupnosti Nevzet Porić	»Do konca leta moramo banki vrniti še 2,4 milijona evrov in za zdaj ni razloga, da tega ne bi storili.«

Iz zgornje tabele je razvidno, da so se pisci Delovih prispevkov najpogosteje opirali na institucionalne vire. »Institucionalni predstavniki so "pooblašteni" zaradi svoje institucionalne moči in položaja kot tudi zaradi svojega "reprezentativnega" statusa (Hall in drugi 2000, 648). Poleg akterjev, ki v zvezi z gradnjo islamskega versko-kulturnega centra odigravajo ključno vlogo (mufti Nedžad Grabus, tajnik Islamske skupnosti Nevzet Porić, župani in mestni svetniki), so se novinarji v analiziranih prispevkih precej zanašali še na stališča politikov oziroma vladnih predstavnikov in interese političnih strank. Razen tega pa so izpostavili tudi mnenje nekdanjega ljubljanskega metropolita, urada za verske skupnosti in podobno, torej so tudi avtorji prispevkov iz Dela predstavili zlasti "zanesljive" vire.

5. 3. 2 Jezikovna analiza in interpretacija v okviru diskurza

a) Poimenovanje akterjev

Muslimani so bili v analiziranih prispevkih korektno poimenovani z naslednjimi nazivi: *muslimani v Sloveniji*, *v Sloveniji živeči muslimani* (1.8.2008); *muslimani, Slovenci muslimanske veroizpovedi* (1.12.2008); *islamska skupnost v Sloveniji* (20.2.2009), tako da na podlagi poimenovanja v Delovih prispevkih ne moremo govoriti o diskriminatornem diskurzu.

b) Predikativne strategije

V zvezi s ponudbo lokacije za gradnjo džamije je novinar uporabil predikat **najbolj resna in najverjetnejša ob Cesti dveh cesarjev** (1.8.2008), s čimer je hkrati tudi neposredno izrazil svoje stališče do morebitne lokacije. Izbor besed v tem primeru namreč kaže na to, da se ostale ponudbe avtorju besedila niso zdele tako resne in verjetne. V istem prispevku sem zasledila tudi predikat »...se utegne politični oblasti s pleč odvaliti **precej težak tovor preteklosti**...«, ki bralcu sporoča, da so zahteve islamske skupnosti v Sloveniji predvsem veliko breme za vladajočo oblast. Ostale predikativne strategije v besedilih, kot na primer: **največja opozicijska stranka v Ljubljani in državi – SDS, nespretna izjava, mlačna odločitev, prvi mož islamske skupnosti v Sloveniji Nedžad Grabus** (1.12.2008) in **prvi mož SNS Zmago Jelinčič Plemeniti, petdesettisočglava muslimanska skupnost v Sloveniji** (20.2.2009) so produkt subjektivnega izbora besed, s katerim so novinarji verjetno skušali narediti besedilo bolj privlačno in berljivo. Bolj sporen pa je predikat **nevarno območje islamskega terorizma** (1.12.2008), s pomočjo katerega avtor islam neposredno poveže tako z nevarnostjo kot z nasiljem.

c) Tranzitivnost

Islamska skupnost oziroma muslimani so v besedilih Dela povezani zlasti z glagoli, kot so: **javno pozivajo, si želijo** (1.8.2008); **zaposijo za pomoč, usmerjajo vse napore** (20.2.2009)... Ti kažejo na to, da so muslimani pri nas sicer aktivni v svojih prizadevanjih, niso pa aktivni vršilci dejanj, kot je na primer mestni svet, ki **opravi svoje naloge, sprejme dokument** in s tem **odstrani oviro**... (1.12.2008). Vladni predstavniki **hitijo zatrjevati**, politični oblasti pa **se utegne s pleč odvaliti tovor** (1.8.2008). V okviru preučevanja tranzitivnosti sem zasledila tudi primere, kjer je novinar (z uporabo pasivnih glagolskih oblik) zameglil odgovornost konkretnega subjekta: »...ponujeno jim je bilo že ničkoliko zemljišč...« (1.8.2008); »Slišati je, da se bo s pobudo za referendum...«, »Kako bo oblikovano referendumsko vprašanje...«, »...bo kmalu zgrajen prizidek k srbski pravoslavni cerkvi...«, »Pobude za referendum ni bilo« (1.12.2008); »...minevajo štiri desetletja, odkar je bila prvič vložena zahteva...« (20.2.2009).

d) Modalnost

Modalne oblike v prispevkih so naslednje: »Najnovejša epizoda z zemljiščem za Bežigradom **morda res pomeni** začetek konca...«, »...**bi utegnila biti** najustreznejša lokacija za islamski center...« (1.8.2008); »...**obravnali naj bi** načrtovano gradnjo...« (1.12.2008); »...**naj bi** vse **potekalo po načrtih**...«, »...**kjer naj bi gradili** islamsko versko in kulturno središče...« (20.2.2009). Modalnost se v naštetih primerih nanaša na novinarsko (ne)prepričanost v lastne trditve in je posebej izpostavljena v povedih, ki zadevajo konkreten začetek izgradnje islamskega centra. Iz modalnih oblik v tem kontekstu lahko sklepamo, da novinarji v realizacijo gradnje niso prepričani.

e) Novinarske predpostavke

Primer: »Navsezadnje je tudi vlada odrezala roke magistratu glede aktualnih in morebitnih težav...« (1.8.2008) kaže na to, da so magistratu "odrezali roke" še nekateri drugi. V stavkih »S tem je odstranil prvo oviro za začetek zidave objekta...«, »Oglasil se je tudi vodja poslanske skupine SNS...«, »Slišati je, da se bo s pobudo za referendum strinjala tudi največja opozicijska stranka v Ljubljani in državi...« (1.12.2008) novinar predpostavlja, da je ovir več, da so se s tem v zvezi, poleg poslanca SNS, oglasili še ostali in da so se s pobudo za referendum strinjale tudi druge stranke. Predpostavka (v istem besedilu) »Kako bo oblikovano referendumsko vprašanje, da ne bo vnovič vplivalo na verska čustva...« sporoča, da je referendumsko vprašanje nekoč že vplivalo na verska čustva, iz naslednjega primera v tem besedilu »...in prav v tem je treba iskati razloge za desetletno hotenje po svojem verskem in kulturnem centru« pa lahko razberemo, da novinar predpostavlja, da mora hotenje po verskem in kulturnem centru imeti svoje razloge. Poved »Najbrž je precej srečna okoliščina, da je Slovenija zunaj nevarnega območja islamskega terorizma« (1.12.2008) konotira na to, da je islam nevaren in da ima Slovenija srečo, ker ji ta nevarnost ne grozi neposredno, v primeru »Državna pomoč tudi za pravoslavno cerkev« (20.2.2009) pa avtor predpostavlja, da je država pomagala še drugim verskim manjšinam.

f) Retorični tropi

Pri analizi retoričnih tropov sem opazila naslednje hiperbole: »**ničkoliko** zemljišč«, »**precej težak tovor**«, (1.8.2008); »**nasmejano nastavili**«, »**odločno** bojevali« (1.12.2008), ki so po mojem mnenju bolj kot ne plod avtorjevega osebnega sloga pisanja, katerega namen je predvsem poudarek določenih prvin realnosti.

Zelo pogosti so bili primeri metonimij, kjer predstavnike skupnosti oziroma institucije nadomeščajo ustanove, ki jih le-ti zastopajo: »...država za gradnjo džamije v Ljubljani namenila 500.000 evrov...«, »...islamska skupnost za pomoč zaprosila...« (20.2.2009). Raba metonimij je bila očitna tudi v ostalih prispevkih: »...pred dvema letoma je oblast presenetila s predlogom...«, »...islamska skupnost pa je bila vse bolj optimistična«, »...je slovensko javno mnenje glede džamije in islamskega centra doživelo svojevrstno očiščenje« (1.8.2008); »...bi islamski center povečal poplavno ogroženost...«, »Ljubljanski mestni svet je svoj del naloge opravil...«; pojavi pa se še v naslovu »Molitev čez ovire« (1.12.2008). Pri slednji gre za obnovitev druge znane stalne zveze (Korošec 1998, 131-132), kar lahko deluje duhovito in učinkovito, če naslovnik prepozna prvotni vzorec.

Iz besedil sem razbrala še metafore: »Z nakupom je bil narejen **eden prvih korakov**...« (20.2.2009); »...vlada **odrezala roke** Magistratu...«, »**Najnovejša epizoda** z zemljiščem za Bežigradom morda res pomeni začetek konca **te nadaljevanke**«, »V predvolilnem času pa je kljub vsemu mogoče pričakovati kakšno **nabiranje točk**...«(1.8.2008); »Zdaj je **prva ovira** odstranjena«, »...Nedžad Grabus ne **skače od veselja**...« (1.12.2008). V teh primerih so metafore večinoma uporabljene z namenom, da bi novinar poživil besedilo, medtem ko ima metaforičnost v povedi »...se utegne politični **oblasti s pleč odvaliti precej težak tovor preteklosti**« (1.8.2008) širši pomen, ki ga lahko apliciramo na diskurzivno raven. Avtor nam z izborom metafore v tem kontekstu namreč sporoča, da politični oblasti nekaj "leži na plečih", hkrati pa namiguje tudi na svoj odnos do problematike – gradnja džamije je breme za slovensko politično oblast.

5. 3. 3 Družbena diskusija

Če ugotovitve s tekstualne in diskurzivne analize obravnavanih novinarskih prispevkov iz Dela apliciramo na širšo, socialno raven, lahko (iz posameznih segmentov) povzamemo, da gre v slovenski družbi še vedno za delitev na "mi" proti "oni". Na to opozarja že eden izmed naslovov, *Džamija in mi*, ki konotira na konkretno družbeno stanje: na eni strani smo *mi*, na drugi pa *džamija*, torej islam. Slednja ugotovitev vnovič kaže na medcivilizacijske razlike, oddaljuje islamsko kulturo od zahodne in dodatno utrjuje že tako odklonska stališča ljudi. S spremljanjem novic, ki o islamu pišejo na način *mi-oni*, si ljudje utrjujejo negativne predsodke do islama, medtem ko za utrjevanje pozitivnih skoraj nimajo možnosti, saj jim mediji ne prinašajo pozitivnih novic v zvezi z islamskim svetom (Van Dijk 1991, 8-14).

Tudi poved »*Najbrž je precej srečna okoliščina, da je Slovenija zunaj nevarnega območja islamskega terorizma*« (1.12.2008), je tozadevno precej zgovorna. Bralca lahko pripelje do treh sklepov: prvič, da je islam tesno povezan s terorizmom in je kot tak nevaren; drugič, da so nekatere države znotraj te nevarne cone; tretjič, da imamo Slovenci srečo, da nam nevarnost islamskega terorizma ne grozi neposredno.

Analizirani novinarski diskurz v Delu pa nam poleg razmerja med večinsko skupnostjo in islamsko manjšino sporoča tudi o odnosu države oziroma (takratne) oblasti do muslimanske verske skupnosti in z njo povezanih potreb. Nanj novinarji namigujejo predvsem z vključevanjem in izključevanjem virov, na katere se nanašajo v prispevkih. V obravnavanih besedilih so namreč prisotni le tisti politični viri, ki gradnji islamskega versko-kulturnega centra nasprotujejo. Najbolj izpostavljen med njimi je poslanec SNS-a Zmago Jelinčič, omenjena pa je tudi opozicijska stranka SDS. Med nasprotniki gradnje se seveda omenja tudi mestni svetnik Mihael Jarc, nikjer pa ni govora o političnih predstavnikih, strankah ali svetnikih, ki izgradnjo džamije podpirajo.

6 Primerjava reprezentacije v Delu in Slovenskih novicah

Na prve razlike med poročanjem o izgradnji islamskega-versko kulturnega centra v Delu in Slovenskih novicah sem naletela že pri pregledovanju arhiva tiskanih izvodov obeh dnevnikov. Številčnost prispevkov v Delu kaže na to, da je časopis tej temi posvečal precej pozornosti, medtem ko so se Novice z objavo pičlih dveh prispevkov zadeve komaj dotaknile.

6. 1 Primerjava virov

V obeh medijih so bili izpostavljeni le uradni viri, večinoma predstavniki različnih institucij, kar je za novinarske prispevke tudi značilno, saj je novinarstvo »zaveznik uradnih virov, ki v sporočanski proces vstopajo po svoji funkciji oziroma so del formalne strukture oblasti v družbi« (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 147). Novinarji so se tako pri poročanju o izgradnji islamskega versko-kulturnega centra najpogosteje sklicevali na izjave župana, muftija, tajnika islamske skupnosti v RS in mestnega svetnika Mihaela Jarca, pripadniki islamske skupnosti oziroma večinskega prebivalstva so kot "običajni državljani" iz diskurza izključeni.

V Slovenskih novicah se novinarji približno v enakem razmerju nanašajo na stališča župana Zorana Jankovića, ki gradnjo džamije podpira, in izjave mestnega svetnika Mihaela Jarca, ki gradnji odločno nasprotuje. Poleg tega je kot vir naveden publicist Tino Mamić, ki izpostavi odklonilen odnos večinskega prebivalstva do islamske manjšine kot družbeni problem, povzeta pa je tudi izjava komisarja za človekove pravice Sveta Evrope, ki opozarja na naraščajočo versko nestrpnost. Zato lahko rečemo, da gre s stališča novinarskih virov v tem primeru za uravnoteženo poročanje. Novinarji Dela, na drugi strani pa poleg predstavnikov islamske skupnosti in državnega sekretarja vlade za področje nevladnih organizacij izpostavijo zgolj vire, ki so v odnosu do gradnje džamije v Sloveniji bodisi nevtralni bodisi je njihov odnos izrazito odklonilen. Sklicujejo se le na akterje, ki nasprotujejo gradnji oziroma pozivajo k referendumu. Jožef Školč, vladni sekretar na področju nevladnih organizacij, je v analiziranih prispevkih v Delu (poleg

muftija in tajnika islamske skupnosti) edini novinarski vir, ki gradnjo islamskega centra podpira, pa še ta se v besedilih pojavi samo enkrat, tako da bi tozadevno težko govorili o uravnoteženem poročanju.

Na osnovi analize virov pa se med prispevki Dela in Slovenskih novic pojavi še ena razlika. Medtem, ko so novinarji Novic bolj ali manj navajali zlasti ključne akterje povezane z izgradnjo džamije, so se avtorji prispevkov v Delu zanašali tudi na stališča politikov oziroma političnih strank, s čimer so vzpostavili širši, družbeno-politični kontekst in ponudili bralcem vpogled v odnos slovenske politike do islama (ter z njim povezanih interesov), ki je, vsaj s stališča navedenih virov, odklonilen. V večini primerov vidijo viri v sodelovanju z novinarji možnost posredovanja informacij, ki so zgolj v njihovem lastnem interesu (Gans v Poler Kovačič 2004, 31).

6. 2 Primerjava na jezikovni in diskurzivni ravni

6. 2. 1 Poimenovanje akterjev

Poimenovanje pripadnikov islamske skupnosti v Novicah ni vedno nevtrarno, saj jih novinar naslavlja tudi z izrazom *verniki*, poleg tega pa sta vzdevka za minaret, *stolpič* in *raketa*, slabšalna in žaljiva. Novinarji Novic so reproducirali diskurz "mi" proti "njim", s tem da so vzpostavili dva nasprotujoča si pola; na eni strani muslimani, na drugi pa Slovenci, kar je med drugim sporno tudi zato, ker imajo pri nas živeči muslimani slovensko državljanstvo, torej jih ne moremo izključiti iz "kategorije Slovencev". Poimenovanje muslimanov v Delu je objektivno, nevtrarno oziroma stilno nezaznamovano. Na podlagi analize poimenovanja v Delovih prispevkih prav tako ne moremo govoriti o ločnici med "nami" in "njimi", saj novinarji odnosa med večinskim prebivalstvom in muslimansko versko manjšino v Delu niso polarizirali.

6. 2. 2 Predikativne strategije

Predikativne strategije v Slovenskih novicah kažejo na to, da so novinarska stališča do lokacije za gradnjo islamskega centra odklonilna. Analiza predikatov v prispevkih Novic pa nam sporoča tudi, da so avtorji besedil skeptični do lokalnih funkcionarjev – županov in županj, ki so označeni s predikatom *vrlji*, zaradi česar lahko sklepamo, da je odnos novinarjev do njih nezaupljiv in ciničen. Tudi pregled predikatov v Delu ponuja vpogled v novinarski odnos do vsebinske problematike. Eden izmed uporabljenih predikatov (*nevarno območje* islamskega terorizma) islam tako že v osnovi povezuje z nevarnostjo in nasiljem, torej gre za stereotipizacijo, medtem ko se ostale predikativne strategije navezujejo predvsem na različne ponudbe lokacij za izgradnjo džamije, ki se avtorjem Delovih prispevkov očitno ne zdijo resne in verjetne.

6. 2. 3 Tranzitivnost

Iz analize tranzitivnosti v Novicah je razvidno, da so muslimani reprezentirani kot aktivni vršilci dejanj. Z njimi povezani glagoli (*se gnetejo, zbirajo...*) jih v preučevanem kontekstu predstavljajo kot oviro. Če upoštevamo še to, da je "Slovenec" na drugi strani *strah*, lahko islam interpretiramo kot grožnja, ki preži na večinsko prebivalstvo. Poleg tega novinarji Slovenskih novic opozarjajo bralce, naj ne pozabijo, da so med "nami" in "njimi" kljub vsemu velike kulturne razlike. V Delovih prispevkih pa so pripadniki islamske skupnosti povezani z drugačnimi glagoli (*zaprosijo, si želijo, pozivajo...*), kar jih v diskurzu o gradnji džamije prikazuje kot interesente oziroma prosilce in ne kot grožnjo ostalim verskim skupnostim. Po Hallidayu (1996) stavek oziroma stavki okrog glagola vedno izražajo določeno vrsto procesa. Slovenski muslimani so v Novicah tako reprezentirani kot vplivni udeleženci procesa, ki so odgovorni za svoja dejanja in so v tem procesu zato aktivni, muslimani v Delovih prispevkih pa so predstavljeni kot pasivni udeleženci, saj (glede na pregled tranzitivnosti) na dogajanje nimajo veliko vpliva.

6. 2. 4 Modalnost

Modalnost kot eden pomembnejših elementov medosebne funkcije jezika odkriva sporočevalčevo stališče, sodbo ali celo politično prepričanje. Pomaga nam odkrivati individualno subjektivnost, ki se skriva v ubesedenem (Fowler 1991, 64). Modalnost lahko izražamo na dva ključna načina: z resničnostno ali obligacijsko modalnostjo. Resničnostna modalnost variira od absolutne kategoričnosti skozi različne manjvrednostne oblike in zmanjšanje prepričanosti. Obligacijska modalnost pa se nanaša na prihodnje dogodke in zlasti na stopnjo, do katere sporočevalec verjame, da se bo določena smer dejanja razvijala (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 67).

Modalne oblike se v Slovenskih novicah nanašajo predvsem na bodočo gradnjo džamije, ki *naj bi se začela* v letu 2008. Tudi ostale – s tem povezane - oblike modalnosti v Novicah, na primer, minaret *naj bi bil visok*, džamijo *naj bi zgradili...*, so omahljive in negotove; kažejo, da novinar ni prepričan v realizacijo same izgradnje. Slednje lahko razberemo tudi iz primerov modalnosti v Delovih prispevkih (*bi utegnila biti najustreznejša lokacija za islamski center, obravnavali naj bi načrtovano gradnjo, naj bi gradili islamsko versko in kulturno središče...*), ki znova dokazujejo, da novinarji dvomijo v uresničitev načrta za gradnjo islamskega centra.

V obeh dnevnikih je najpogostejša modalna oblika z dvodelnim členkom *naj bi*, ki ga Korošec (1998) označuje kot hibridno tvorbo, ki ni niti povednik, niti pogojnik, je pa ne-povednik. »Poročevalec, ki določene vsebine ne more ubesediti v povedniku, niti v pogojniku ali v velelniku, ostane – na morfemski ravni – le možnost ne-povednosti, saj le tako lahko uresniči eno od faz propozicije, tj. gotovostjo določitev povedi« (Korošec 1998, 39).

6. 2. 5 Novinarske predpostavke

Preučevanje v besedila vključenih predpostavk v primeru Slovenskih novic kaže predvsem na prizadevanja avtorjev, ki so se z implicitnimi trditvami trudili dokazati

bralcem, da pobude za gradnjo islamskega versko-kulturnega centra niso "tako nedolžne", kajti čeprav muslimani v Sloveniji (še) niso *nikdar pozivali k nestrpnosti*, opreznost ni odveč ter da je financiranje potreb islamske verske skupnosti v rokah države. Z vključevanjem predpostavk v prispevke Slovenskih novic so novinarji torej reproducirali islamsko skupnost in njene interese kot potencialni vzrok družbenih nemirov oziroma breme za državni proračun. Predpostavljanja novinarjev v Delu so bolj raznolika. Prevladujejo predpostavke, ki (podobno kot v Novicah) sporočajo, da bo v povezavi z gradnjo islamskega centra še veliko zapletov, da je zadeva že sprožila odpor in nasprotovanja in da bodo imeli pristojni v zvezi z realizacijo gradnje še precej dela. Posebej diskriminatorna je predpostavka, da imamo Slovenci verjetno srečo, da se nahajamo zunaj *nevarnega islamskega območja*, saj ustvarja vtis o prežeči nevarnosti, ki je sicer še daleč, lahko pa se "nam" približa kadarkoli. Manj pogoste so predpostavke, ki opozarjajo, da država pomaga tudi drugim verskim manjšinam in da je bilo referendumsko vprašanje nekoč že neustrezno oblikovano.

6. 2. 6 Retorični tropi

»Glede na to, da novinarji – tako kot mi vsi – o dogodku ne morejo poročati povsem objektivno in resnično, uporabljajo retorične strategije, da bi druge prepričali, naj sprejmejo njihov pogled na dogodke« (Thomson v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 71). Če od obravnavanih retoričnih tropov najprej izpostavim hiperbolo *pravi pravcati minaret*, v Slovenskih novicah, lahko iz njene besedilne funkcije razberemo, da so novinarji uporabili z namenom, da bi s pretiravanjem še bolj poudarili dejanski pomen izgradnje islamskega centra v Sloveniji oziroma njegove družbene posledice. Enako vlogo imajo tudi primeri hiperbol v besedilih Dela (*ničkoliko zemljišč, precej težak tovor, nasmejano nastavili, odločno bojevali*).

Nadalje so bile v prispevkih obeh slovenskih dnevnikih pogostejše metonimije, ki so dejanje oziroma proces nadomeščale z objektom (*džamijo si župani podajajo kot vroč kostanj*), ali ki so predstavnike skupnosti oziroma institucije nadomeščale z ustanovami (*država za gradnjo džamije namenila 500.000 evrov*). V obeh primerih gre bodisi za

poenostavitev bodisi za zameglitev odgovornosti konkretnih subjektov. Metonimija v Novicah, *bojijo se 11. septembra*, nadomešča dogodek z datumom, pri čemer je novinar uporabil navedeni datum kot sinonim za islamski terorizem. S primerom metonimije v Delu, ki je vsebovan v naslovu, pa je novinar bralcem skušal približati problematiko tako, da jih je pri tem asociiral na neko drugo (bolj znano) tematiko. Za vse metonimično uporabljene besede namreč velja, da primerjalni pomen ni preveč oddaljen od primerjanega in se vedno nanaša na kakšno objektivno določljivo lastnost ali del označene stvari (Kmelc 1996, 111).

Tudi metaforika je bila pogosta v obeh dnevnikih; metafore so bile uporabljene predvsem z namenom požitve besedila oziroma pritegnitve naslovnikov k branju. Na metaforah zasnovani aktualizmi so v tovrstnih sporočilih primarno sicer poročevalska sredstva, »vendar ni mogoče izključiti tudi želje tvorcev po poživljanju besedila, s tem pa kažejo tudi na avtorjevo jezikovno ustvarjalnost« (Korošec 1998, 21).

6. 3 Ključne ugotovitve

Dejstvo, da je v obdobju 2008/2009 v Delu izšlo 31 prispevkov na temo izgradnje islamskega versko-kulturnega središča, v Slovenskih novicah pa v istem obdobju le 6, pripisujem razlikam med enim in drugim medijem. Kakovostni in popularni tisk se, kot že omenjeno, namreč razhajata tudi po svoji družbeni vlogi. Za resne medije je značilno obravnavanje tem javnega pomena; osredotočajo se na politične in ekonomske vsebine ter druge družbeno relevantne informacije. Izbor tem v popularnih medijih pa bolj kot ne temelji na senzacionalizmu; kriminalu, športu, življenju estradnikov in personificiranih zgodbah iz vsakdanjega življenja, o čemer sem podrobneje pisala že v poglavju o razlikah med kakovostnim in popularnim tiskom.

Spodnja tabela služi kot pregled obravnavanih jezikovnih sredstev in njihove funkcije ter pomena v besedilih obeh slovenskih dnevnikov.

Tabela 6. 3: Preučevana jezikovna sredstva, njihova funkcija in pomen v besedilih.

Preučevana jezikovna sredstva	Slovenske novice	Delo
Viri	<ul style="list-style-type: none"> • institucionalni viri • uravnoteženo poročanje • stališča politikov niso reproducirana 	<ul style="list-style-type: none"> • institucionalni viri • neuravnoteženo poročanje • reproducirana tudi stališča politikov
Poimenovanje	<ul style="list-style-type: none"> • diskriminatorno 	<ul style="list-style-type: none"> • korektno
Predikati	<ul style="list-style-type: none"> • novinarji imajo odklonilen odnos do gradnje džamije • novinarji skeptični do lokalnih funkcionarjev 	<ul style="list-style-type: none"> • novinarji skeptični v zvezi z realizacijo gradnje džamije • novinarji povezujejo islam z nevarnostjo in terorizmom
Tranzitivnost	<ul style="list-style-type: none"> • muslimani kot aktivni vršilci dejanj 	<ul style="list-style-type: none"> • muslimani kot neaktivni vršilci dejanj
Modalnost	<ul style="list-style-type: none"> • novinarji dvomijo v realizacijo gradnje džamije 	<ul style="list-style-type: none"> • novinarji dvomijo v realizacijo gradnje džamije
Predpostavke	<ul style="list-style-type: none"> • Slovenija zaenkrat še izven nevarnosti • gradnja džamije kot potencialni vzrok družbenih konfliktov 	<ul style="list-style-type: none"> • islam je nevaren • Slovenija zaenkrat še izven nevarnosti • država pomaga tudi drugim verskim skupnostim
Hiperbole	<ul style="list-style-type: none"> • poudarjanje dejanskega pomena gradnje in njenih posledic 	<ul style="list-style-type: none"> • poudarjanje dejanskega pomena gradnje in njenih posledic
Metonimije	<ul style="list-style-type: none"> • poenostavitev • zameglitev odgovornosti 	<ul style="list-style-type: none"> • poenostavitev • zameglitev odgovornosti
Metafore	<ul style="list-style-type: none"> • poživitev besedila 	<ul style="list-style-type: none"> • poživitev besedila

Kot je razvidno iz zgornje tabele, sem med analizo gradiva pri preučevanju izbora jezikovnih sredstev obeh dnevnikov torej naletela tako na reprezentacijske razlike kot tudi na podobnosti. Slednje so se vzpostavile zlasti pri rabi retoričnih tropov, saj hiperbole, metonimije in metafore v obeh časopisih odigravajo enako vlogo, in pri konceptu modalnosti, ki z najpogosteje uporabljenimi tvorbo "naj bi" v obeh primerih kaže na negotovost novinarjev v zvezi z realizacijo gradnje islamskega versko-kulturnega centra.

Do prvih razhajanj med reprezentacijo islama v Slovenskih novicah in Delu me je vodila že začetna analiza novinarskih virov, na podlagi katerih ocenjujem, da je poročanje v Novicah bolj uravnoteženo, saj so se novinarji Dela pretežno sklicevali na institucionalne vire, ki imajo do gradnje islamskega centra odklonilen odnos, in v diskurzu niso predstavili nasprotno stališč. Naslednja razlika se pojavi pri kriteriju poimenovanja; muslimani so bili v Novicah poimenovani diskriminatorno, v Delu pa nevtrarno in korektno. Tudi predikativne strategije kažejo na to, da je odnos avtorjev besedil obeh dnevnikov do problematike drugačen. Medtem, ko predikati v Novicah kažejo na odklonilen odnos novinarjev do gradnje džamije in skeptičnost do dela lokalnih funkcionarjev, nam v Delu sporočajo o negotovosti avtorjev, da bo do gradnje dejansko prišlo in ponujajo vpogled tudi v širši družbeni kontekst, ker islam neposredno povezujejo z nevarnostjo in terorizmom. V sklopu tranzitivnosti so novinarji prvega in drugega časopisa zavzeli nasprotna stališča; v Novicah so bili muslimani reprezentirani kot aktivni vršilci dejanj, v Delu pa kot pasivni udeleženci dogajanja. Nenazadnje pa so bila različna tudi predpostavljana novinarjev, ki so v Slovenskih novicah bolj enotna in konotirajo na to, da je islamska skupnost v Sloveniji s svojimi interesi prej kot ne vzrok družbenih konfliktov, implicitne predpostavke v Delu pa so raznovrstnejše; prav tako kažejo na stališča novinarjev, da je realizacija gradnje problematična, islam pa nevaren, vendar poleg tega (manj pogosto) opozarjajo na dejstvo, da država pomaga tudi ostalim verskim manjšinam. Novinarji obeh medijev predpostavljajo, da je Slovenija pred islamom zaenkrat še varna.

Glede na razlike med reprezentacijo islama oziroma poročanja o gradnji islamskega versko-kulturnega centra v Slovenskih novicah in Delu ne morem trditi, da je diskurz v enem dnevniku diskriminatoren, v drugem pa ne. Lahko pa, na podlagi tekstualne in diskurzivne analize besedil, zaključim, da oba dnevnika legitimirata podobne diskriminatorne prakse, ki se kažejo na osnovi različnih jezikovnih sredstev. Posledično zato tudi prispevata k ohranjanju stereotipov o islamu, ki jih (kot rečeno v prejšnjih poglavjih) naštevajo že Achugar (2004), Pašić (2005) in Quraishy (2006) - najpogosteje gre za povezovanje islama s terorizmom. Novinarji Slovenskih novic sicer pogosteje reproducirajo odnos "mi"- "oni", razen tega pa se mi reprezentacija ubesedene tematike v Delu kot primeru kakovostnega tiska ne zdi objektivnejša od reprezentacije v popularnih Novicah, kakor sem pričakovala v začetku. Po Saidu (1981) so radikalno poenostavljanje, posploševanje, stereotipizacija, manipulacija, redukcija pomembnih informacij, dihotomija *mi-oni* in večkrat tudi senzacionalizem, tipične lastnosti novinarskega diskurza o islamu. Slednji je pogosto karikiran oziroma reprezentiran pristransko in selektivno ter iztrgan iz konteksta celote. Bervar (2009) ocenjuje, da se stanje še poslabšuje, ker »novi lastniki medijev celo spodbujajo to vseznalsko neznanstvo, saj bolj kot izdelane novinarje potrebujejo novinarje-tekače«.

Po eni strani se resnemu tisku pripisuje izvirnost, saj naj bi ta upošteval načela kakovostnega novinarskega sporočanja, kot so: resnicoljubnost, težnja po objektivnosti, nepristranskost, točnost informacij, verodostojnost, celovitost, uravnoteženost, razumljivost, poštenost, jasnost in podobno. Po drugi strani pa je za popularni tisk značilen lahkoten jezik, poln fraz, vzorcev, klišejev, metafor in ostalih besed, ki si jih bralci zlahka zapomnijo (Franklin in drugi 2005).

Slednji kriteriji pa v mojem primeru niso tako jasno razvidni. Po končani analizi besedil menim, da Delo tozadevno ni zadostilo kriteriju objektivnosti, nepristranskosti in uravnoteženosti, pa tudi pojavnost klišejev, retoričnih tropov in ostalih jezikovnih figur, ki tako ali drugače poživljajo besedilo, v Delu kot kakovostnem časniku ni bistveno manjša kakor v tabloidnih Novicah. Vse to pa je po mojem mnenju moč pripisati dejstvu, da kakovostni tisk sčasoma prevzema vedno več prvin popularnega tiska. Lastnosti

resnega in rumenega se vse bolj prepletajo, jasna ločnica med kakovostnim in popularnim tiskom tako počasi izginja. Prihaja torej do homogenizacije, po mnenju Koširjeve (2003) pa pri nas ne moremo več najti razširjenega množičnega medija, ki bi ga lahko povsem brez zadržkov uvrstili v kategorijo kakovostnih časopisov. O homogenizaciji govori tudi Connell (1998), ki podobno kot Koširjeva trdi, da se je senzacionalistično, populistično novinarstvo močno razširilo in "okužilo" tudi resne medije.

7 Zaključek

Med preučevanjem gradiva in raziskovanjem odnosa slovenske družbe do pri nas živečih muslimanov ter posledičnih (negativnih) stališč do izgradnje islamskega versko-kulturnega centra nisem mogla mimo vprašanja, ki sem si ga zastavila že v poglavju o družbenih odzivih na islam. Želela sem podrobneje raziskati, od kod predsodki do islama pravzaprav sploh izvirajo. Po mnenju Pašića (2005) so se pri nas ukoreninili že v 15. stoletju, ko se Slovenci, v času turških vpadov, prvič srečamo z muslimani. Na podoben način razmišlja tudi Kalčičeva (2007), ki trdi, da se strah pred islamom v Sloveniji konstruira že skozi mitozgodovinske naracije. Torej je morda prav zgodovina vojaških stikov med Slovenci in Turki odločilno vplivala na negativne stereotipe do muslimanov, ki so v slovenski družbi prisotni še danes, ko se za pripadnika islamske veroizpovedi ponekod še vedno pojavlja izraz "Turčin".

Strah pred Turki pa neposredno odraža tudi naša literatura. »Slovenstvo, ki naj bi ga odlikovalo pobožno krščanstvo, skromnost, lepota, iskrenost, domoljubje, pogum, preprostost, žrtvovanje za ljubezen in domovino, se v literarnih delih ostro zarisuje v nasprotju s "Turki", ki so v skladu z orientalistično prakso upodobljeni kot primitivni in animalični nemoralneži in divji nasilneži«, ugotavlja Kalčičeva (2007, 98). S Turki so se "srečevali" že slovenski protestantski pisci; medtem, ko je Jurij Dalmatin govoril o njih kot o *brezbožnih psih*, si jih je Trubar prizadeval pokristjaniti (Pašić 2005, 62). Muslimanov se dotakne tudi France Prešeren v Turjaški Rozamundi in Sonetnem vencu, kjer jih omenja kot *mohamedance*. Razlikovanje med kristjani in muslimani oziroma Slovenci in Turki se pojavi tudi v Juriju Kozaku, kjer Jurčič zapiše:

»Prvi je bil divji krik ljutega Turka, ki je čedil svojo krivo sabljo krščanske krvi in komaj jutra čakal, da bi jo na novo prelival. Drugi krik je bila žalostna, mila molitev tlačeneg, zapuščenega Slovenca, ki morda ni tolikanj sam zase Boga prosil kakor za svoje otroke, da bi jim Bog ohranil staro domovino, staro zveličavo vero« (Jurčič v Kalčič 2005, 98).

Nenazadnje pa se Turkov dotakne tudi Anton Aškerc v pesmi Brodnik, kjer v drugi kitici nazorno oriše domnevno (značilno) turško vedenje in miselnost:

*»Hoj, starec, kar veslo zdaj v dlan
pa hitro na drugo tam stran
čez šumno prepelji nas Savo!
Čuj, turško rumeno zlató
plačilo bogato ti bo ...
Če nočeš — ti vzamemo glavo!*

Med odnosom slovenskih književnikov do Turkov in odnosom slovenskih novinarjev do muslimanov sem našla številne vzporednice. Analiza je dokazala, da tako slovenski popularni kot tudi resni tiskani mediji v zvezi z reprezentacijo islama legitimirajo določene diskriminatorne prakse in na ta način krepijo že obstoječe stereotipe ter prispevajo k ohranjanju verske nestrpnosti. S poudarjanjem kulturnih razlik v številnih primerih ustvarjajo nasprotje med "nami" in "njimi", islam pa pogosto reproducirajo kot grožnjo krščanski družbi, kar se nazorno pokaže tudi na primeru poročanja o gradnji džamije v Ljubljani. Delo in Slovenske novice poročata o izgradnji islamskega versko-kulturnega centra kot o problemu, kar je včasih razvidno že iz samih naslovov oziroma uvodnikov, kakor tudi iz konkretnega izbora jezikovnih sredstev in celo iz posameznih odlomkov besedil. Pri tem oba časnika le malokrat poudarita, da je džamija v Sloveniji pravzaprav ustavna pravica muslimanov.

Sklepam, da pri odporu slovenske večinske družbe do islama ne gre zgolj za vprašanje religije, temveč tudi za etnično oziroma nacionalno vprašanje. Tudi Vobičeva (2009) pravi, da je nasprotovanje gradnji džamije v Sloveniji zgolj na prvi pogled versko vprašanje. Vsi argumenti, ki se pojavljajo v razpravi o gradnji, so skladni z značilnostmi slovenskega nacionalnega diskurza in mitologije, ki se je uveljavljala po osamosvojitvi. Islam pa poleg druge vere k nam prinaša tudi drugo narodnost, identiteto in kulturo z vsemi svojimi običaji ter tradicijo, s katero pa večina nemuslimanov ni dovolj seznanjena. Pašić (2005, 156-157) ocenjuje, da je »splošno znanje nemuslimanov na

Zahodu (in v Sloveniji) izredno pomanjkljivo in posplošeno s predsodki«. Nezadostno znanje oziroma omejeno védenje o islamu pa večinoma lahko pripišemo tudi (slovenskim) novinarjem. Morda je neizogibno, da v reprezentacije vsaj posredno ne bi vključevali svojih predsodkov in predpostavk, kljub temu pa bi se morali vsaj delno podučiti o temah, o katerih poročajo. Prav nepoznavanje namreč pogosto povzroča zavračanje islama kot religije in načina življenja, iz zgrešenih predstav novinarjev o islamu pa se iz dneva v dan rojevajo zgrešene predstave bralcev. »Mediji lahko spodbudijo razumevanje položaja različnih manjšin in žrtev diskriminacije, s pristranskim in stereotipnim prikazovanjem pa lahko, nasprotno, reproducirajo neenakopravnost, sovraštvo in nestrpnost« (Kogovšek in Petković 2007, 53).

Islam je danes prisoten v zavesti mnogih zahodnjakov in predstavlja pomemben del dimenzije družbenega življenja v Ameriki in Evropi. »In vendar na Zahodu ne obstaja nobena druga velika religija, ki bi sprožila tako kontroverzne odzive kot islam. Ta je po eni strani postal tako domač, da se ga ne pojmuje več kot eksotično religijo, obenem pa še vedno tako drugačen, da se na Zahodu že več kot tisočletje pojavlja kot "drugi"« (Nasr 2007, 19). Še bolj zaskrbljujoče pa je dejstvo, da se islam v dominantnih zahodnih diskurzih pogosto pojavlja kot "*problematicni drugi*"; "drugi", ki se konstruira kot vzrok strahu pred terorizmom, "drugi", ki se kaže kot vir nezaželenih priseljencev, "drugi", katerega ustavne pravice so legitimno sporne in vprašljive. Tovrstne predstave pa le še povečujejo prepad med Zahodom in islamom, o čemer razmišlja tudi Huntington (2005) v delu Spopad civilizacij. Prepričan je, da se s tem v zvezi zastrujejo tudi razlike glede pravic pripadnikov ene civilizacije v državi, kjer prevladujejo pripadniki druge civilizacije, kar sem z analizo diskurza o izgradnji džamije v Sloveniji ugotovila tudi sama.

Moderna misel in izkušnja sta nas naučili, naj bomo občutljivi za to, kar je vpleteno v reprezentiranje, v preučevanje Drugega, v razmišljanje o rasah, v nepremišljeno in nekritično sprejemanje avtoritete in avtoritativnih idej, v družbenopolitično vlogo intelektualcev in v veliko vrednost skeptične kritične zavesti. Če bomo vedeli, da ima preučevanje človeške izkušnje navadno etične posledice, da sploh ne govorimo o

političnih, in to v najboljšem ali pa v najslabšem smislu, potem nemara ne bomo tako brezbržni do tega, kar počnemo kot učenjaki (Said 1996, 402).

»V tem globalnem kontekstu dezideologizacije in identitetne rekonstrukcije po religioznih pravilih se razvija še zadnji podaljšek iskanja skupnosti«, meni profesor Evropskega univerzitetnega inštituta v Italiji Olivier Roy (2007, 192) in se v nadaljevanju (prav tam) sprašuje »kako naj ob vedno večji individualizaciji religioznosti, ob vseh teh oblikah pozahodnjenja družbe, in še huje, tudi religij, človek uveljavi svojo različnost?«. Za začetek bi bilo morebiti dobrodošlo, če bi prevladujoča zahodna ideologija upoštevala tudi podobnosti med krščanstvom in islamom, mediji kot pomemben del te ideologije pa v zvezi s tem reprezentirali vzporednice namesto razlik. Konec koncev noben verski nauk ni nastal z namenom, da bi povzročal konfliktnost in nemir, zato bi odgovor na zgornje vprašanje lahko iskali v prizadevanju za konsenz o korektnem medcivilizacijskem odnosu. »V verskih naukih našega sveta lahko odkrijemo etiko, ki se je sposobna postaviti po robu svetovnemu zlu. Ta etika sama seveda ne rešuje svetovnih problemov, ponuja pa moralni temelj za boljše življenje ljudi in sveta« (Küng 2008, 6).

8 Literatura

Achugar, Mariana. 2004. The events and actors of 11 September 2001 as seen from Uruguay: analysis of daily newspaper editorials. *Discourse&Society*, let. 15, št. 2-3, str. 290-320.

Aly, Anne. 2007. Australian Muslim Responses to the Discourse on Terrorism in the Australian Popular Media [online]. *Australian Journal of Social Issues*, The, Vol. 42, No. 1, Autumn, 27-40.

Bervar, Gojko. 2009. *Islam in mediji*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/35/reprezentacije/> (10. marec 2011)

Bird, Elizabeth S. 1992. *For Enquiring Minds: A Cultural Study of Supermarket Tabloids*. Dostopno prek: http://www.google.com/books?hl=sl&lr=&id=wsNaEHnsqCUC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Bird,+Elizabeth+S.+%281992%29:+For+Enquiring+Minds:+A+Cultural+Study+of+Supermarket+Tabloids.&ots=2vCwp3Pb7u&sig=dNj0M7PRdINfbx_ez9yJtYTDQx4#v=onepage&q=Bird%2C%20Elizabeth%20S.%20%281992%29%3A%20For%20Enquiring%20Minds%3A%20A%20Cultural%20Study%20of%20Supermarket%20Tabloids.&f=false (20. marec 2011)

Bird, Elizabeth S. 1998. News We Can Use: An Audience Perspective on the Tabloidisation of News in the United States. *Javnost/The Public* 5 (3): 33-49. Dostopno prek: <http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/1998-3-bird.pdf> (18. marec 2011)

Bird, Elizabeth S. 2000. Audience Demands in a Murderous Market, Tabloidization in U.S. Television News. V: Sparks, Colin in John Tulloch (ur.): *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*, 213-228. Lanham (Maryland): Rowman & Littlefield, cop.

Bizjak, Barbara. 2002. *Enajsti september, leto pozneje*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/15/analiza/> (9. marec 2011)

Calsamiglia, Helena in Teun Van Dijk. 2004. *Popularization discourse and knowledge about the genome*. Dostopno prek: http://www.occ.upf.edu/img/imatges/cms/2004_calsamiglia.pdf (14. marec 2011)

Castles, Stephen in Alastair Davidson. 2000. *Citizenship and Migration, Globalization and the Politics of Belonging*. New York: Routledge.

Conboy, Martin. 2002. *The press and popular culture*. London: Thousand Oaks.

Connell, Ian. 1991. Tales of tallyland: the popular press and television in the UK. V: *Communication and citizenship: journalism and the public sphere*. Ur. Peter Dahlgren in Colin Sparks, 236-253. London, New York: Routledge.

Dahlgren, Peter. 1992. Introduction. V: P. Dahlgren in C. Sparks (ur.) *Journalism and Popular Culture*, 1–23. Dostopno prek: <http://www.google.com/books?hl=sl&lr=&id=RXcRMoCWewwC&oi=fnd&pg=PR7&dq=P.+Dahlgren+in+C.+Sparks+%281992%29:+Journalism+and+Popular+Culture.&ots=FFLmDMznp&sig=mZibAmFVOpEXdzRzChU7JyIKxo0#v=onepage&q&f=false> (20. marec 2011)

Debeljak, Aleš. 1994. Islamska »sveta vojna« med duhom in telesom. *Časopis za kritiko znanosti*. 22 (170-171): 11-26.

Debeljak, Aleš. 2004. *Evropa brez Evropejcev*. Ljubljana: Založba Sophia.

Dragoš, Srečo. 2003. Islam in suicidalno podalpsko pleme. *Poročilo skupine za spremljanje nestrpnosti* 02. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Dragoš, Srečo. 2004. Islamofobija na Slovenskem. *Poročilo skupine za spremljanje nestrpnosti* 03. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Erjavec, Karmen. 1999. *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Erjavec Karmen in Zala Volčič. 1999. *Odraščanje z mediji: rezultati raziskave Mladi in mediji*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič. 2007. *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Fairclough, Norman. 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.

Fowler, Roger. 1991. *Language in the News, Discourse and Ideology in the Press*. London, New York: Routledge.

Foucault, Michael. 2008. *Vednost – oblast – subjekt*. Ljubljana: Krtina.

Franklin, Bob, Martin Hamer, Mark Hanna, Marie Kinsey in John E. Richardson. 2005. *The Key Concepts in Journalism Studies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

Glynn, Kevin. 2000. *Tabloid Culture*. Durham: Duke University Press.

Hall, Stuart, Chas Critcher, Tony Jefferson, John Clarke in Brian Roberts. 2000. The Social Production of News. V: P. Marris in S. Thornham (ur.) *Media Studies: A Reader*, 645-652. New York: New York University Press.

Hall, Stuart. 2004. Delo reprezentacije. V: Luthar, Zei, Hardt (ur.). *Medijska kultura*. Ljubljana: Študentska založba.

Halliday, Fred. 2002. *Two hours that shook the world. September 11, 2001: Causes and consequences*. London: Saqi Books.

Halliday, Michael. 1996. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold.

Hamidullah, Muhammed. 1989. *Uvod u islam*. Sarajevo: Starješinstvo islamske zajednice Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Slovenije.

Hartley, John. 1996. *Popular reality: journalism, modernity, popular culture*. London: Arnold.

Hiebert, Ray Eldon in Sheila Jean Gibbons. 2000. *Exploring mass media for a changing world*. London, Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Hobsbawm, Eric. 1990. *Nations and Nationalism since 1780*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hrženjak, Majda. 2002. *Njena (re)kreacija*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Huntington, Samuel P. 2005. *Spopad civilizacij in preoblikovanje svetovnega reda*. Ljubljana: Mladinska knjiga.

Janković, Vladeta. 2000. *Resnice, miti in legende: o judovstvu, krščanstvu in islamu*. Ljubljana: Modrijan.

Jernejčič, Andreja. 2004. *Senzacionalistično novinarstvo*. Magistrska naloga. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Jezernik, Božidar. 2002. Nova oblačila prastarega divjaka. V: Jezernik, Božidar (ur.): *Besede terorja: medijska podoba terorja in nasilja*. Ljubljana: Filozofska fakulteta, Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo.

Jogan, Maca. 2002. Žalitev v množičnih medijih kot individualni in družbeni konstrukt. V: Tomo Korošec (ur.). *Razžalitve v tiskanih medijih*, 109-120. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kalčič, Špela. 2007. »Nisem jaz barbika«. Ljubljana: Filozofska fakulteta, Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo.

Kalin Golob Monika in Melita Poler Kovačič. 2005. Med novinarskim stilom in etiko: senzacionalizem brez meja. *Družboslovne razprave* 21 (49-50), str. 289-303.

Kečanovič, Bečir. 1999. Oris šeriatskega prava. *Pravnik* 54 (4-5): 144-167.

Kerševan, Marko in Nina Svetlič. 2003. *Koran o Koranu, Bogu, Islamu...* Ljubljana: Cankarjeva založba.

Kmelc, Matjaž. 1996. *Mala literarna teorija*. Ljubljana: M & N.

Kogovšek, Neža in Petković, Brankica. 2007. *O diskriminaciji: priročnik za novinarke in novinarje*. Ljubljana: Mirovni inštitut, Inštitut za sodobne družbene in politične študije.

Korošec, Tomo. 1998. *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.

Košir, Manca. 2003. *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kuhar, Roman. 2003. *Medijske podobe homoseksualnosti. Analiza slovenskih tiskanih medijev od 1970 do 2000*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Kuhar, Roman. 2006. *Manjšine v medijih: statistična in diskurzivna analiza*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/media4citizens/studije/kuhar.pdf> (10. marec 2011)

Küng, Hans. 2008. *Svetovni etos*. Ljubljana: Društvo 2000.

Leskošek, Vesna. 2005. Sovražni govor kot dejanje nasilja. V *Mi in oni: Nestrpnost na Slovenskem*, ur. Vesna Leskošek, 81-95. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Lippmann, Walter. 2001. Stereotipi. V: *Komunikološka hrestomatija 1 – začetki komunikologije v Evropi in ZDA.*, ur. Slavko Splichal. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Luthar, Breda. 1998. *Poetika in politika tabloidne kulture*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

MacDonald, Myra. 2000. Rethinking Personalization in Current Affairs Journalism. *Javnost* 3(5), 109-126.

MacDonald, Myra. 2003. *Exploring Media Discourse*. London: Arnold.

Mastnak, Tomaž. 1998. *Evropa med evolucijo in evtanazijo*. Ljubljana: Studia Humanitatis.

Milosavljević, Marko. 2003. *Novinarska zgodba*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Musek, Janek. 1997. Psihološke prvine narodne identitete in analiza slovenske samopodobe. V: Nečak, Dušan (ur.). *Avstrija, Jugoslavija, Slovenija, Slovenska narodna identiteta skozi čas : Lipica, 29. maj - 1. junij 1996*, Ljubljana: Oddelek za zgodovino Filozofske fakultete, str. 174-203.

Nasr, Seyyed Hossein. 2007. *Islam: religija, zgodovina in civilizacija*. Maribor: Litera.

Nastran Ule, Mirjana. 1997. *Temelji socialne psihologije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Nastran Ule, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Nickels, C. Henri, Lyn Thomas, Mary J. Hickman in Sara Silvestri. 2010. "*Suspect*" *communities and the enemy within: Representations of the Irish and Muslims in the British press*. Dostopno prek: <http://intrweb.org/fms/MRSite/Research/iset/Sus%20Comms/Enemy.Within.pdf> (13. marec 2011)

Nisbet, Eric, Ronald Ostman in James Shanahan. 2009. Public Opinion toward Muslim Americans: Civil Liberties and the Role of Religiosity, Ideology and Media Use. V: Sinno, H. Abdulkader (ur.): *Muslims in Western Politics*. Dostopno prek: <http://www.google.com/books?hl=sl&lr=&id=SD6nUUUKRboC&oi=fnd&pg=PA1&dq=public+opinion+about+muslims&ots=q6qRdqkG9&sig=KpOV6j6ejzvZfrvQ4soCZJhtnFg#v=onepage&q=public%20opinion%20about%20muslims&f=false> (16. marec 2011)

Oakes, Penelope J., Alexander S. Halsam in John C. Turner. 1994. *Stereotyping and Social Reality*. UK: Blackwell Published.

Osolnik, Marko. 2003. Muslimani v Zahodni Evropi med integracijo in getoizacijo. *Teorija in praksa* let. 40. 4, str. 696-705.

Pašić, Ahmed. 2002. *Islam in muslimani v Sloveniji*. Sarajevo: Emanet.

Pašić, Ahmed. 2005. *Islam in muslimani v Sloveniji*. Tržič: Učila International.

Pašić, Ahmed. 2006. *Islam in moderni zahod: integracija islamskih skupnosti v moderne zahodne družbe*. Kranj: Gorenjski glas.

Poler Kovačič, Melita. 2004. *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri: znanstveni zbornik ob 40. obletnici študija novinarstva na slovenskem*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Poler Kovačič, Melita. 2005. *Kriza novinarske odgovornosti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Poole, Elisabeth. 2002. *Reporting Islam: media representations of British Muslims*. Dostopno prek:

<http://www.google.com/books?hl=sl&lr=&id=tjeq91sQ8bgC&oi=fnd&pg=PR10&dq=islam+in+the+western+media&ots=Kz2UBQAtB4&sig=dpj2a9KQY8dtltJ3AXL9pbigGI#v=onepage&q=islam%20in%20the%20western%20media&f=false>

(9. marec 2011)

Pušnik, Maruša. 1999. Konstrukcija slovenske nacije skozi medijsko naracijo. *Teorija in praksa*, let. 36.5, str. 796-808.

Pušnik, Maruša. 2003. Moralizacija kot estetski projekt dokumentarnega žurnalizma. *Teorija in praksa*. Let. 40.2, str. 267-286.

Quraishy, Bashy. 2001. *Islam in the Western Media*. Dostopno prek: http://www.cameco.org/mediaforum_pdf/MF_04_2001_Bashy.pdf (19. februar 2011)

Quraishy, Bashy. 2006. *Islamophobia in the Media*. Dostopno prek: http://p9445.typo3server.info/uploads/media/21Jan2006_en.pdf (20. februar 2011)

Roy, Olivier. 2007. *Globalizirani islam*. Ljubljana: Krtina

Said, Edward W. 1981. *Covering islam – How the media and the experts determine how we see the rest of the world*. London: Routledge.

Said, Edward W. 1996. *Orientalizem: zahodnjaški pogledi na Orient*. Ljubljana: ISH Fakulteta za podiplomski humanistični študij.

Saussure, de Ferdinand. 1997. *Predavanja iz splošnega jezikoslovja*. Ljubljana: Studia Humanitatis.

Shaheen, G. Jack. 1984. *The TV Arab*. Ohio, Bowling Green: State University Press.

Sides, John in Gross, Kimberly. 2007. *Stereotypes of Muslims, Their Causes, and Their Consequence*. Dostopno prek: http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/0/9/0/7/pages209079/p209079-10.php (14. marec 2011)

Slovenske novice. 2008. Državni evri za prvi minaret. (9. februar) Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano> (14. oktober 2010)

Slovenske novice. 2008. Referendum proti minaretu mošeje? (27. november). Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano> (14. oktober 2010)

Sparks, Colin. 1991. Goodbye, Hildy Johnson: the vanishing "serious press". V: *Communication and citizenship: journalism and the public sphere*. Ur. Peter Dahlgren in Colin Sparks, 59-74. London, New York: Routledge.

Sparks, Colin. 2000. Introduction: The Panic over Tabloid News, 1-42. V: Sparks, Colin (ur.): *Tabloid tales: global debates over media standards*. Dostopno prek: <http://www.google.com/books?hl=sl&lr=&id=xRc5IsjSPQgC&oi=fnd&pg=PR9&dq=tabloid+press&ots=cPdH6A3vst&sig=BhDhvdckLsgyU5bONDBGNJJe4NpE#v=onepage&q=tabloid%20press&f=false> (21. marec 2011)

Šterbenc, Primož. 2005. *Šiiti: geneza, doktrina in zgodovina odnosov s suniti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Tareq Y. Ismael in Andrew Rippin. 2009. *Islam in the Eyes of the West Images and Realities in an Age of Terror*. London: Routledge.

Van Dijk, Teun. 1991. *Racism and the press*. London: Routledge.

Van Dijk, Teun A. 2004. Multidisciplinary CDA: a plea for diversity. V *Methods of Critical Discourse Analysis*, ur. Ruth Wodak in Michael Meyer, 95-120. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

Vodovnik, Dejan. 2008. Džamija in mi. *Delo*, 1. avgust. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano> (16. oktober 2010)

Vodovnik, Dejan. 2008. Molatev čez ovire. *Delo*, 1. december. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano> (16. oktober 2010)

Vodovnik, Dejan. 2009. Za džamijo pol milijona iz proračuna? *Delo*, 20. februar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano> (20. oktober 2010)

Vogrinc, Jože. 2005. Družbeni pogoji za razvoj množičnega tiska in "zlata doba" dnevnikov. V: Gita Zadnikar (ur.): *Resno in rumeno: Tabloidizacija tiskanih medijev v Sloveniji*, 19-29. Ljubljana: Inštitut za civilizacijo in kulturo – ICK.

Vreg, France. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Yasemin El-Menouar in Melanie Becker. 2010. Islam and Integration in German Media Discourse. V: Titus Hjelm (ur.): *Religion and Social Problems*. Dostopno prek: http://www.google.com/books?hl=sl&lr=&id=SC39VncY_LwC&oi=fnd&pg=PA229&dq=islam+in+western+discourse&ots=9xXpQUOUTL&sig=N5C10z2pKTkEErM3M0snQu3xfSA#v=onepage&q=islam%20in%20western%20discourse&f=false (15. marec 2011)