

ISLAMSKA MISAO

Osnivač i izdavač: Fakultet za islamske studije, Novi Pazar

Za izdavača: Prof. dr. Enver Gicić

Glavni urednik: Prof. dr. Enver Gicić

Pomoćnik urednika: Prof. dr. Hajrudin Balić

Redakcija: prof. dr. Admir Muratović, prof. dr. Almir

Pramenković, hfz.doc. dr. Haris Hadžić, doc. dr. Siham Mevid

Šerijatski recenzent: prof. dr. Almir Pramenković

Tehnički urednik: Senad Redžepović

Lektor: Samir Škrijelj

Štampa: El-Kelimeh, Beograd

Tiraž: 500 primjeraka

Adresa redakcije: Fakultet za islamske studije,
ul. Rifata Burdževića 1, 36300 Novi Pazar

Štampanje ovog broja pomogla je Vlada R. Srbije - Kancelarija
za saradnju sa crkvama i verskim zajednicama

CIP - Katalogizacija u publikaciji

Narodna biblioteka Srbije, Beograd

378:28

ISLAMSKA misao : godišnjak Fakulteta za islamske studije Novi Pazar /
glavni urednik Enver Gicić. - 2007, br. 1- . - Novi Pazar : Fakultet za islamske
studije, 2007- (Užice : Grafičar). - 24 cm

Godišnje.

ISSN 1452-9580 = Islamska misao (Novi Pazar)

COBISS.SR-ID 141771532

Prof. dr. Mevlud ef. Dudić

28:316.776.33

Msc. Harun ef. Eminagić

28:077

ULOGA MEDIJA I INTERNET DVA DANAŠNJICE

Sažetak

Tema kojom se bavi ovaj rad obavezuje nas na propitivanje onih fenomena koji, u većoj ili manjoj mjeri, utiču na popularnu percepciju islama današnjice kroz neizbježnu virtuelnu stvarnost. Ne treba imati nimalo dvojbi da mediji i internet imaju iznimno veliki upliv na savremeno javno mnijenje pa, prema tome, i na shvatanje islama posebno među adolescentskom populacijom. Mediji i internet, kao izraz i oblik masovne kulture, svojim propagandističkim metodama decenijama utiču na popularnu imaginaciju miliona ljudi. Ako je nekada fizička snaga bila mjerilo pozicije u zajednici, sada je tehnička moć postala presudan faktor civilizacijske supremacije jednih nad drugim. Tehnika je postepeno osvajala naš životni prostor da je danas život bez mnogih tehničkih pomagala nezamisliv. Ono što ne smijemo dozvoliti jeste da se pretvorimo u pasivne konzumente, bez jasne svijesti o tome koje sadržaje gledamo i koga slijedimo i slušamo. Neophodno je razvijati kritički pristup spram sadržaja koji nam se nude i definirati vlastite reference za procjenjivanje određenih sadržaja. Mediji i internet jačaju i ruše naša stajališta, djeluju na naše emocije, mogu nas razveseliti, rastužiti, smiriti, potaknuti na neko djelovanje itd. Isto

tako, mogu nas korisno educirati, ali i usmjeriti u neku drugu štetnu krajnost. Zato je nužno vrlo često propitivati i procjenjivati medije i biti obazriv sa sadržajem kojeg gledamo i persone od koje isto percipiramo. Mnogobrojni tako(samo)zvani „google šejhovi“ pored malih ekrana ili sa raznih internet portala ne snose nikakvu odgovornost za izrečeni stav ili tvrdnju, jer nemaju kontinuitet u ovlasti, a slušateljstvo u najvećoj mjeri od njih uzima samo one „fetve“ koje im lično odgovaraju kako bi zadovoljili svoju sujetu i duhovnu prazninu. Moramo shvatiti da postoje učeni ljudi koji su priznati alimi u svijetu i da samo od priznatih vjerskih autoriteta uzimamo mišljenja i slijedimo njihove savjete, a da maksimalno izbjegavamo bilo koje nastrano mišljenje, posebno ona koja tekfire vjernike i izdvajaju ih iz ummeta muslimana zbog nekih njihovih postupaka.

Ključne riječi: mediji, internet, Islamska zajednica, daije, fetve, mladi.

The topic of this paper obliges us to question those phenomena that, to a greater or lesser extent, affect the popular perception of today's Islam through the inevitable virtual reality. There should be no doubt that the media and the Internet have an extremely large influence on modern public opinion and, therefore, on the understanding of Islam, especially among the adolescent population. The media and the Internet, as an expression and form of mass culture, have been influencing the popular imagination of millions of people with their propaganda methods for decades. If once physical strength was a measure of position in the community, now technical power has become a decisive factor in the supremacy of civilization over one another. Technology has gradually conquered our living space that today life without many technical aids is unthinkable. What we must not allow is to turn into passive consumers, without a clear awareness of what content we are watching and who we are following and listening to. It is necessary to develop a critical approach to the content offered to us and to define our own references for evaluating certain content. The media and the internet strengthen and destroy

our attitudes, they affect our emotions, they can cheer us up, make us sad, calm us down, encourage us to take action, etc. They can also usefully educate us, but also direct us to some other harmful extreme. That is why it is necessary to question and evaluate the media very often and to be careful with the content we watch and the people from whom we perceive the same. Many so-called google sheikhs next to small screens or from various internet portals do not bear any responsibility for the stated position or statement, because they have no continuity in authority, and the audience is mostly taken from them only by those "fatwas" that suit them personally. They would satisfy their vanity and spiritual emptiness. We have to realize that there are educated people who are recognized scholars in the world, and we should only take opinions and advice from recognized religious references, and we must avoid as much as possible any perverted opinion, especially those who believe in expelling others and expelling them from the Muslim community only based on some their actions.

Keywords: media, internet, Islamic community, dais, fatwas, youth.

Uvod

Tema kojom se bavi ovaj rad obavezuje nas na propitivanje onih fenomena koji, u većoj ili manjoj mjeri, utiču na popularnu percepciju islama današnjice kroz neizbježnu virtuelnu stvarnost. Ne treba imati nimalo dvojbi da mediji i internet imaju iznimno veliki upliv na savremeno javno mnijenje pa, prema tome, i na shvatanje islama posebno među adolescentskom populacijom. Mediji i internet, kao izraz i oblik masovne kulture, svojim propagandističkim metodama decenijama utiču na popularnu imaginaciju miliona ljudi. Mnoge različite emisije na malim ekranima ili brojne internet stranice, pored edukacije ili, pak, zabave koju nam svakodnevno pružaju, u naš unutarnji svijet importiraju i određenu ideologiju, svjetonazor, vjerske i političke stavove, određuju prijatelje i stvaraju neprijatelje. Internet je toliko prisutan da ga je nemoguće izbjeći. Ustvari, njegov veliki propagandistički potencijal proizlazi upravo iz masovnosti njegovih konzumenata, koji se nerijetko, pogotovo mlađi naraštaji, često izgube i srljaju tražeći rješenja za zadovoljenje svog duhovnog stanja.

Stoga, u redovima koji su pred nama, nakon govora o ulozi i važnosti medija, te tretiranja istih u islamu, poseban akcenat bit će na načinu medijskog tretiranja islama, islamskih institucija i autoriteta od strane persona koji po svaku cijenu žele nametnuti svoju ideologiju, pravac i shvatanje, ne uzimajući u obzir prostorni i vremenski okvir u kojem se nalazimo, niti slabu naobrazbu i moć vlastitog rasuđivanja mladalačke publike. I umjesto da se zadovolji intencija islama kroz *pozivanje u dobro i odvracanje od zla*, stvara se konfuzno stanje kojim se, zapravo, podržava razvijanje i širenje radikalizma, ekstremizma, pa na koncu i islamofobije.

Definicija medija

Mediji imaju svoje korijene u počecima društvenih zajednica u kojima je postojala potreba za javnim priopćavanjem informacija. Medij je posrednik prijenosa poruke od pošiljatelja do primatelja

poruke. Sam naziv ima nekoliko značenja, a zapravo se različito tumači s obzirom na znanstveno područje ili područje društvenog djelovanja. U komunikacijskim znanostima medij je tehničko ili fizičko sredstvo pretvorbe poruke koja se može slati preko kanala. Također se definira i kao savremeno sredstvo za prenošenje informacija.¹⁰²

Mediji kao sedma sila

Pojam *sedma sila* nastao je u revolucionarnoj Francuskoj, a kasnije se probio u bosanski jezik. Prvo je Napoleon Bonaparte skovao dosjetku da je novinarstvo "peta sila u Evropi" (poslije Francuske, Velike Britanije, Rusije i Austrije). Pošto su ujedinjavanjem nastale Italija (1861) i Njemačka (1871), broj evropskih sila povećao se na šest i novinarstvo je spalo na poziciju *sedme sile*, kako se najčešće naziva u svijetu.¹⁰³

Ako je nekada fizička snaga bila mjerilo pozicije u zajednici, sada je tehnička moć postala presudan faktor civilizacijske supremacije jednih nad drugim. Tehnika je postepeno osvajala naš životni prostor da je danas život bez mnogih tehničkih pomagala nezamisliv. I tako smo od dobrog sluge dobili lošeg gospodara. Kao riba u vodi - koja vodu ne primjećuje, ali joj ona omogućava život - tako smo i mi uhvaćeni u mrežu medija koji više ne služe samo prijenosu informacije, već stvaranju svog vlastitog svijeta, koji je ponekad i stvarniji od onog realnog vanmedijskog svijeta i prostora.¹⁰⁴

Mediji su snažan, čak i presudan, agens političkih, društvenih, ekonomskih i kulturoloških mijena. Era medija je svanula i sada nema bijega, niti uzmarka, nema skrovišta od njegove moći. Ovu novu realnost za muslimanski svijet antropolog Ahmed Ekber poredi sa invazijom

¹⁰² Jurčić, Daniela, *Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj*, Mostar, 2017, str. 129

¹⁰³ Vukić, Lea, *Novinarstvo - četvrta vlast, sedma sila*, Zagreb, oktobar 2013. (www.djecamedija.org)

¹⁰⁴ Dizdarević, Mevludin, *Film i popularna percepcija islama*, Zbornik radova, IPF Zenica, 2013, str. 285

divljih Mongola na Bagdad, dodajući jednu presudnu razliku. Naime, nekada su muslimani od raznih invazija uspijevali da se sklone u druge dijelove velikog muslimanskog carstva, ili u daleka brda, kako bi sačuvali netaknutost svojih života i ugroženi kulturalni identitet. Na taj su način omogućavali ne samo preživljavanje već i revitalizaciju vlastite kulture. Današnji tehnološki napredak bijeg je učinio nemogućim.¹⁰⁵ Od medijskog utjecaja, sadržaja i vrijednosti koje promoviraju moguće je bježati, ali nije moguće sakriti se.

Islam i mediji

U naučnim islamskim krugovima danas se vodi rasprava o potrebi aktivnijeg učešća muslimana u masovnom medijskom komuniciranju. Dok, sa jedne strane, još uvijek postoje glasovi koji zabranjuju televiziju, internet i sve druge *dedžalske* tehnologije, od drugih slušamo kako se islam kao civilizacijski okvir jedne ogromne populacije mora uključiti u sve medijske tokove. Realnost je, ipak, neumoljiva - mase muslimanske omladine sve više vremena provode uz medije radi zabave, informiranja i učenja. A pošto vodeći mediji u svijetu nemaju islamskog sadržaja, posljedice po tu omladinu mogu biti kobne. Da islam pridaje veliku pažnju medijima najbolje govori činjenica da je Muhammed s.a.v.s. koristio sva dostupna sredstva kako bi dostavio poruku svojim sljedbenicima ili onima koje želi pozvati u islam. S napretkom medija omogućeno je mnogo brže prenošenje poruka. Nekada su glasnici prelazili kontinente da bi prenijeli poruku jednog vladara drugome, a sada je to moguće postići za samo jedan trenutak.

Mediji imaju tri funkcije: edukacija, zabava i informiranje. Da bi medij bio kvalitetan, potrebno je da osigura dovoljno sadržaja sva tri ova elementa. Pojavom savremenih medijskih sredstava pruža se prilika slanja poruka onim sredstvima koja najbolje odgovaraju. Neke poruke pogoduju za televiziju, ali se ne mogu reći sa minbera i ćursa ili objaviti u novinama itd.

¹⁰⁵ Akbar S. Ahmed, *Medijski Mongoli na kapijama Bagdada*, Hilmo Neimarlija, Religija i društvo, FIN, Sarajevo, 2006, str. 443

Internet da'ije

Šta bi to mogao biti glavni problem kada je u pitanju vjerska edukacija, prvenstveno mladih, preko interneta, naročito onih koji su nimalo ili vrlo površno upućeni u vjeru? Odgovora je, svakako, mnogo, ali prvi među njima bio bi preskakanje stepenica u tom duhovnom odgoju i obrazovanju, koji, u razvoju zdrave ličnosti i revnosnog džematlije, mora ići od niže ka višim instancama: od mektebske pouke, preko raznih aktivnosti u matičnom džematu, pa, eventualno, do pohađanja medrese ili islamskog fakulteta. Naravno, nisu svi u situaciji ispoštovati ovu vertikalu, ali zato su svi u situaciji o dilemama i pitanjima iz domena vjere konsultirati, prvenstveno, svog džematskog imama kojeg lično poznajemo i svakodnevno srećemo u svojoj mahali ili gradu, ili profesore medrese i islamskog fakulteta iz svoje neposredne blizine, a ne odmah posezati za Googlom i sopstvenim idžtihadom davati sebi odgovore i to, u najvećoj mjeri, one koje nam odgovaraju bez obzira kakvu refleksiju će to imati na našu duhovnu naobrazbu. Da paradoks bude veći, slučajnim izborom i mahinalnim klikom na link ili preporukom nekog početnika poput sebe samog, slušaju se dersovi i predavanja ljudi o kojima ništa ne znamo, niti smo ih ikada u životu sreli, niti ima izgleda da ćemo ih ikada imati prilike sresti i upoznati, pritom, neupitno se slijede njihovi stavovi, a svi ostali nipodaštavaju. To je isto kao kada nas zaboli zub koji moramo popraviti ili izvaditi ili, pak, razbolimo se, pa se moramo operisati, ili imamo kvar na svom skupocjenom automobilu koji treba popraviti - da li bismo tada konsultovali Google govoreći kako doktori obje profesije ne znaju ništa ili bi se javili zubaru, odnosno ljekaru na dalje postepeno liječenje i mehaničaru za otklanjanje kvara na automobilu?! Siguran sam da u takvoj situaciji ne bismo potražili rješenje na Google, već bi zatražili pomoć iz struke, zahtijevajući, pritom, najveće stručnjake iz pomenutih oblasti.

Kako je moguće da se džamijski ambijent, u kojem je i sami boravak ibadet, gdje je i Allahov poslanik Muhammed s.a.v.s. ashabe podučavao vjeri prenoseći im kur'anske poruke, može zamijeniti

lokalnim domovima kulture, kino-salama i drugim sličnim prostorima gdje razne (ne)organizacije organiziraju predavanja onima koji ne vide dalje od sedmog vijeka i čija je vizuelna lična karta galabija, bijela kapica i, uglavnom, neuredna kosa i duga brada. Da bi publicitet bio što masovniji u pozivima na predavanja, nerijetko, obećavaju se vrijedne nagrade, najčešće mobiteli i tableti, a na nekim od predavanja su učesnici iznenađeni plaćenim odlaskom na hadž ili umru.

Kako je moguće da instituciju Islamske zajednice, koja vjekovima, uprkos svim vjetrometinama, uspijeva očuvati žeravicu islama, kroz sopstveno razvijene ustanove od dječijih vrtića do Univerziteta, pokušavaju zamijeniti aktivnostima i predavanjima nekakvih, često sumnjivih, mreža nevladinih organizacija, koje favoriziraju i proizvode ovakve pojedince, a najčešće su registrirane kao udruženja za promociju pozitivnih vrijednosti i izvornog islama, omladinska udruženja ili klubovi knjige.

Sve nam to aludira i govori da mi kao zajednica i ummet u cjelini moramo poduzeti niz koraka u sprečavanju ovakvih i sličnih devijacija, te naš mladi naraštaj usmjeriti jedinom ispravnom pravom srednjem putu, bez primjesa radikalizma i ekstremizma kojima su izloženi na društvenim mrežama.

Savjeti za rješavanje fenomena “google šejhova”

Jedno od rješenja je, svakako, **osvješčivanje vjernika** kako bi oni mogli razlikovati ispravan pravac od nastranog i slijediti onaj koji je ispravan. Bitno je da vjernici znaju da fetvu ne može izreći bilo ko, odnosno da se ona ne može uzimati osim od ljudi koji su stručni i osposobljeni za davanje fetve i koji imaju ovlasti šejhu-l-islama putem menšure, te prenošenje vjerskih ovlasti reisu-l-uleme putem murasele na muftije koje ovo lice čini odgovornim za izrečenu fetvu. Mnogobrojni tako(samo)zvani „google šejhovi“ pored malih ekrana ili sa raznih internet portala ne snose nikakvu odgovornost za izrečen stav ili tvrdnju, jer nemaju navedeni kontinuitet u ovlasti, a slušateljstvo

u najvećoj mjeri od njih uzimaju samo one „fetve“ koje im lično odgovaraju kako bi zadovoljili svoju sujetu i duhovnu prazninu. Kao što biramo sve u životu, poput izbora škole koju ćemo učiti ili knjige koju čitamo, potrebno je izabrati i pravac koji ćemo slijediti u vjeri i ulemu koju ćemo slušati. Moramo shvatiti da postoje učeni ljudi koji su priznati alimi u svijetu i da samo od priznatih vjerskih autoriteta uzimamo mišljenja i slijedimo njihove savjete, a da maksimalno izbjegavamo bilo koje nastrano mišljenje, posebno ono koje tekfiri vjernike i izdvajaju ih iz ummeta muslimana zbog nekih njihovih postupaka.¹⁰⁶

Zatim, **proizvoditi sopstveni misionarski kadar** koji će se samo baviti da'vom. Danas u svijetu imamo profesionalne ljekare, inženjere i advokate. Koliko profesionalnih daija imamo? Kao što Časni Kur'an kaže u 110. ajetu sure Ali Imran, svaki musliman je obavezan činiti da'vu. Međutim, u 104. ajetu iste sure stoji:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*I neka među vama bude onih koji će na dobro pozivati i tražiti da se čini dobro, a od zla odvrćati - oni će šta žele postići.*¹⁰⁷

Ovaj ajet govori o profesionalnim daijama, koji imaju samo jedno zanimanje: pozivanje ljudi u islam. Obaveza cijelog ummeta je da ih podrži, posebno sa materijalnog aspekta. Međutim, mi našim institucionalnim daijama dajemo samo verbalnu podršku: „MašaAllah, dobar si ti. Neka te Allah nagradi.“ Naravno, dova je važna. Bez Allahove pomoći nema napretka. Ali, tu se završava sva naša podrška daijama. Škrtili smo kada je u pitanju materijalna pomoć, a pripadamo vjeri koja najviše od svih podstiče sadaku.

Potom, **najpametniji da se bave da'vom**. Veliki broj kršćanskih misionara školovao se na Harvardu. Da li ste znali za to? Koliko visokoobrazovanih ljudi iz svih oblasti, mimo teologije, imamo među daijama? Vrlo malo. Kod nas bi svi da se bave da'vom i budu daije.

¹⁰⁶ Dr. Jusuf el-Kardavi, *Islam i internet*, intervju preveo Muharem Adilović, Novi Horizonti str. 64 (Ilitizam.org)

¹⁰⁷ Korkut, Besim, *Kur'an s prijevodom*, Medina, Saudijska Arabija, 1412. h., str. 63

Međutim, nama treba krem društva, a ne njegovi ostaci. Za da'vu angažirajmo mlade ljude koji su već pokazali zavidan nivo inteligencije na studijama medicine, astronomije, matematike i drugih nauka, a ne samo teologe. Dajmo najbolje što imamo za da'vu, najinteligentniju djecu!¹⁰⁸

Svi gore navedeni problemi, u našem vremenu, ostavljaju prostora pojedincima ili manje organiziranim grupama da pored legitimne Islamske zajednice osnivaju svoje nelegalne paradžemate, parazajednice, paramuftije i parareisove, a sve sa ciljem nipodaštavanja islamskih autoriteta i narušavanja dina i jedinstva ummeta, te time otvaraju vrata raznim sektaškim grupama i udruženjima, kao i agresivnim pojedincima da tumače vjeru.

Na kraju, moramo priznati da se naša zajednica još uvijek nije izborila za profesionalizaciju radnih mjesta i zadataka, pa tako da imami obavljaju samo imamski posao, hatibi samo hatibski, muallimi muallimski i daije samo da'vetski. Ali isto tako, smatramo da je Islamska zajednica dovoljno snažna i kompetentna, te da će imati kapaciteta u okviru svih svojih ustanova da se izbori za takav status njenih službenika i na taj način suzbiju prostor svim eventualnim vaninstitucionalnim malverzacijama usmjerenim najviše prema mlađoj džematskoj populaciji.

¹⁰⁸ Dr. Zakir Naik, *Mediji i muslimani, IV dio*, preveo Senad Redžepović, Glas islama br. 264, april 2015, str. 19

ZAKLJUČAK

Već smo kazali da je svaki pokušaj bijega od svijeta medija i interneta naprosto nemoguć. Samoizolacija i potpuna zabrana ne samo da nisu mogući nego su i dokazano neefikasni. Jedini uspješan način sučeljavanja sa izazovima koje popularna kultura sa sobom nosi jeste selektivan pristup u konzumiranju medijskih i internet sadržaja. Nekada su roditelji svoju djecu sklanjali sa ulice u varljivi mir vlastitih avlija kako bi ih sačuvali od izazova koje svijet sa sobom nosi. I danas se inercija zabranjivanja izlaska nastavlja, sa tom, paradoksalnom, razlikom što se istoj toj omladini dozvoljava neselektivno konzumiranje internet sadržaja, koji su nekada i gori od onoga što se nudi na stvarnoj ulici. Stoga nam se nameće pitanje šta da se radi? Prije svega, trebamo znati da gledanje raznih internet sajtova ne predstavlja samo domen zabave, već je to čin koji značajno utiče na formiranje naših stavova i vrijednosnog sistema.

Ono što ne smijemo dozvoliti jeste da se pretvorimo u pasivne konzumente, bez jasne svijesti o tome koje sadržaje gledamo i koga slijedimo i slušamo. Ako je za očuvanje fizičkog zdravlja neophodno voditi računa o tome šta jedemo, za ispravno samorazumijevanje i stabilnost našeg duhovnog svijeta još je važnije šta gledamo i za čijim stavovima u vjerskom životu se povodimo. Neophodno je razvijati kritički pristup spram sadržaja koji nam se nude i definirati vlastite reference za procjenjivanje određenih sadržaja.

Mediji i internet nisu ni štetni ni korisni, ali mogu biti i jedno i drugo. Oni jačaju i ruše naša stajališta, djeluju na naše emocije, mogu nas razveseliti, rastužiti, smiriti, potaknuti na neko djelovanje itd. Isto tako, mogu nas korisno educirati, ali i usmjeriti u neku drugu štetnu krajnost. Oba načina utiču na formiranje stavova pojedinca i njegovog identiteta. Zato je nužno vrlo često propitivati i procjenjivati medije i biti obazriv sa sadržajem kojeg gledamo i persone od koje isto percipiramo.