

UDK 004.738.5:28(497.6)

Primljeno: 03. 04. 2020.

Izvorni naučni rad

Original scientific paper

Ilvana Salić

VJERSKE ZAJEDNICE I IZAZOVI ONLINE KOMUNIKACIJE – PRIMJER ISLAMSKE ZAJEDNICE U BOSNI I HERCEGOVINI

Savremeno komunikacijsko okruženje direktno ili indirektno utječe na svakog pojedinca i instituciju u društvu. Internet, a posebno društvene mreže postavljaju sasvim nove komunikacijske izazove na koje je teško ali potrebno odgovoriti. Pored izazova za pojedince, sudionike savremenog komuniciranja, posebno težak zadatak imaju institucije od kojih se očekuje da drže korak s vremenom i aktivno sudjeluju u novom medijskom okruženju. Za vjerske zajednice s dugom tradicijom i složenom unutarnjom strukturom zahtjevi savremenog medijskog okruženja postaju još veći. U ovom radu analizirat ćemo na koji se način Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini nosi s izazovima savremenog komunikacijskog okruženja.

Ključne riječi: vjerske zajednice; Islamska zajednica u BiH; mediji; komunikacija; internet; društvene mreže

UVOD

Islam je jedna od četiri monoteističke religije koje su zastupljene u Bosni i Hercegovini. Kao i sve druge institucije, vjerske zajednice traže način da se uklope u savremene komunikacijske tokove. U ovom radu bavit ćemo se izazovima na polju savremene komunikacije sa kojima se susreću vjerske zajednice i to na primjeru Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini. Za potrebe rada analizirali smo sve online kanale komuniciranja koje koristi Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini.

NOVA KOMUNIKACIJSKA ERA

Brzina širenja i pristupa informacijama iz svakog dijela svijeta, pametni telefoni koji pojedincu, sudioniku savremenog komunikacijskog okruženja, omogućavaju pristup brzom internetu u skoro svakom trenutku i na svakoj lokaciji, aplikacije s pristupom društvenim mrežama i medijskim servisima, dostupnost live-streama¹ koji je moguće podijeliti sa cijelim svijetom² samo su neke od karakteristika novog komunikacijskog doba, koje se slobodno može nazvati i doba “instant-informacija” (Carr 2011).

S obzirom da “publika nije pasivni objekt nego interaktivni subjekt” (Castells 1998: 365), izazovi učesnika komunikacijskog procesa su mnogostruki. Hiperprodukcija informacija, kao i kanala komuniciranja, za posljedicu ima nemogućnost pravovremene provjere vjerodostojnosti informacija, te se zahvaljujući tome javnost može efektno dezinformirati, usmjeravati i manipulirati. Stoga je pitanje medijske pismenosti i medijskog opismenjavanja od ključne važnosti, s obzirom na to da dostupnost velike količine informacija ne znači nužno i kvalitetnu informiranost (Poter 2011). Pri tome treba imati u vidu da je “osnovna vrednost još uvijek privatnost” (Dej 2004: 64).

Društvene mreže u posljednje vrijeme postaju legitimni kanali komuniciranja koji informativni mediji uzimaju kao validan i vjerodostojan izvor. Mediji često citiraju objave zvaničnika/političara s društvenih mreža i prenose ih kao zvanične stavove. Političari u SAD-u i u zemljama zapadne Evrope najčešće se koriste Twitterom, te tako prenose svoje poruke direktno, milionima pratilaca, bez posrednika i medijske cenzure.³

RELIGIJE U ONLINE OKRUŽENJU

Mediji su postali sastavni dio sistema svake važnije institucije, pri čemu ni one religijske nisu izuzetak, te se, po Hjarvardu (2008; prema Kuburić, Sremac, Beuk 2010: 24), “kao rezultat toga, religija sve više podvodi pod logiku medija koja postaje primarni izvor religijskih ideja”.

¹ Internet-prenos uživo.

² Tako često imamo live-streamove kulturnih događaja, prirodnih katastrofa, antivladinih protesta ili izrazitog nasilja, ratova i sl. koji se svjetskom internet-zajednicom mogu proširiti u samo nekoliko minuta i biti pogledane/podijeljene na milione puta.

³ Krajem 2019 godine bivšeg predsjednika SAD-a Baracka Obama na Twitteru je pratilo 110,8 miliona ljudi. <https://www.statista.com/topics/737/twitter/> pristupljeno 27. 4. 2020.

Hronološki gledano, religijska komunikacija prvo se odvijala usmeno, *face to face*, dok je pisana riječ bila samo za uski krug odabranih. S rastom pismenosti, a posebno s izumom štamparskog stroja, pisana religijska riječ postaje dostupna širim narodnim masama. Prva knjiga štampana u Gutenbergovoj štampariji upravo je bila Biblija. Savremeni mediji religijsku komunikaciju podižu na jedan sasvim novi nivo, s obzirom na to da su vjerske zajednice prepoznale važnost savremenih komunikacijskih tokova te su također prisutne u tom “virtuelnom kontinentu” (Novak i Valković 2016: 389).

Masovni mediji već se dugo vješto koriste u procesu širenja religije i oblikovanja njenih sadržaja, što se, prema Knoblauchu (2004: 266), najbolje oslikava u “fenomenu Electronic Church”, koji podrazumijeva “navješćivanje kršćanske spasenjske objave preko televizijskih postaja i drugih novih medija”. Prvi susreti religije i interneta sežu od kraja 20. stoljeća, kada su se formirale prve virtuelne zajednice s raspravama o vjerskim temama, a prva crkva u virtuelnom prostoru pojavljuje se 1994. godine, kada je Henderskom pokrenuo The first Church of Cyberspace (Novak i Valković 2016).

Po Knežević i Radić (prema Kuburić, Sremac, Beuk 2010: 242, 243) religiozni sadržaji se na internetu javljaju u tri kategorije. Prvu čine komunikacijski kanali temeljeni na jednosmjernoj komunikaciji, na kojima se isključivo prezentiraju informacije religioznog sadržaja. Drugu kategoriju čine interaktivni forumi i blogovi, dok u treću spadaju društvene mreže. Pojavom društvenih mreža, posebno Facebook⁴, Twitter⁵ i YouTube⁶ situacija se umnogome usložnjava. Internet je postao svojevrsna komunikacijska arena, kojoj, na osnovu svjetskih statističkih izvještaja iz marta 2020 godine, pristup ima 4,5 milijardi ljudi (Internet World Stats 2020).

Govoreći o stvarnosti, tj. realno postojećem okruženju i virtualnom, tj. simboličkom predstavljanju i njegovom utjecaju na doživljaj religije, potrebno je ukazati i definirati pojam “stvarne virtualnosti tj. sustava u kojem je sama stvarnost (to jeste ljudsko materijalno/simboličko postojanje) u potpunosti obuhvaćena, posve uronjena

⁴ Internetska društvena mreža osnovana 2004. godine od strane Marka Zuckerberga, koja ima za cilj umrežavanje korisnika i razmjenu informacija, slika, audio i videomaterijala. U novije vrijeme Facebook ima i opciju korištenja live-streama, koja omogućava prenos uživo s bilo koje lokacije. Facebook je u posljednjem kvartalu 2019 godine aktivno koristilo 2,5 milijardi ljudi. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> pristupljeno 27. 4. 2020.

⁵ Internetska društvena mreža osnovana 2006. godine, namijenja za mikro-blogging, tj razmjenu kratkih poruka i novosti. Twitter je u posljednjem kvartalu 2019 godine dnevno koristilo 152 miliona korisnika. <https://www-statista.com/topics/737/twitter/> pristupljeno 27. 4. 2020.

⁶ Globalna video online platforma za razmjenu videomaterijala, osnovana 2005. godine, koju je u 2019. godini koristilo 1,68 milijardi ljudi širom svijeta. <https://www.statista.com/topics/2019/youtube/>. Pristupljeno 27. 4. 2020.

u virtualnu postavu slika, u izmišljeni svijet, u kojem pojave ne postoje samo na ekranu pomoću kojeg se iskustvo komunicira, već same postaju iskustvo” (Castells 2000: 400). Stoga treba imati u vidu da savremenu religioznost ne možemo u potpunosti shvatiti dok ne shvatimo okruženje u kojem ona obitava.

Iako su mnogi vjerski dužnosnici korištenje savremenih komunikacijskih kanala smatrali velikom prednošću u privlačenju širokih narodnih masa i propagiranju religijskih naučavanja ljudima iz različitih geografskih, kulturalnih i religijskih okruženja do kojih bi tradicionalnim kanalima komuniciranja vrlo teško došli, ubrzo su postali svjesni niza različitih posljedica koje iz toga proizlaze, te se, između ostalog, postavilo pitanje da li i na koji način internet mijenja religijsku ideologiju i praksu. Campbell i Teusner (2011) u svom radu o religijskim autoritetima u vremenu interneta navode niz promjena u novom komunikacijskom okruženju. Jednostavan pristup informacijama izvan okvira zvanične procedure i legitimnih vjerskih autoriteta, alternativni prostor za diskusije o vjerskim službenicima i naučavanjima, korištenje društvenih mreža za izvještavanje, kritiziranje ili reinterpretiranje iznesenih naučavanja, kao i uspostavljanje novih online rituala za upražnjavanje svojih vjerovanja, samo su neke od promjena koje donosi savremeno komunikacijsko doba.

Istraživači navode pet zajedničkih osobina koje karakteriziraju prisustvo religije na internetu: umrežena zajednica koja funkcioniše na principima različitim od tradicionalnog uređenja, fokus na individualni a ne kolektivni identitet, izmjena religijske prakse koja se prilagođava željama i potrebama pojedinca ali i samog tehnološkog okruženja, višeslojna stvarnost koja se odnosi na stvarnost i religijsku praksu u realnom ali i virtuelnom okruženju kao i smjena autoriteta. (Campbell 2011)

Kada je u pitanju zastupljenost islama na internetu, radi se o vrlo raznolikoj online prezentaciji. Rüdiger Lohlker (2001) je u svom istraživanju analizirao niz islamskih online platformi od kojih je posebno izdvojio: servise s vijestima i informacijama, kur’anski tekst s prevodima, kolekcije hadisa, forume s diskusijama koji se uglavnom tiču Kur’ana, hadisa, islamskopравниh dilema kao i rasprava na fonu odnosa islama i kršćanstva. U istraživanju je utvrdio je da se islam i muslimanska zajednica na internetu pojavljuju s raznolikim sadržajem, različitim intelektualnim pristupima, te velikim brojem individua, organizacija i institucija koje ga predstavljaju.

ISLAMSKA ZAJEDNICA U BOSNI I HERCEGOVINI – KRATAK PREGLED

Na osnovu konačnih rezultata Popisa stanovništva iz 2013. godine (Federalni zavod za statistiku 2020), u Bosni i Hercegovini od ukupno 3.531.159 građana, živi 50,11% Bošnjaka a 50,7% muslimana. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini je jedna i jedinstvena zajednica muslimana u Bosni i Hercegovini i Sandžaku, Hrvatskoj, Sloveniji i Srbiji, muslimana Bošnjaka izvan domovinskih zemalja i drugih muslimana koji je prihvataju kao svoju.⁷

Islam je na prostore današnje Bosne i Hercegovine došao s padom srednjovjekovne kraljevine pod osmansku vlast 1463. godine. Vjerski život se odvijao pod okriljem Osmanske Imperije i nadležnosti vrhovnog vjerskog poglavara, šejhul-islama. Austrougarskom okupacijom 1878. godine počinje se postavljati pitanje samostalnog organizacionog funkcioniranja muslimana na ovim prostorima, što je umnogome podržala i sama austrougarska uprava, s obzirom na to da su postojale jasne težnje da se muslimani u svakom smislu odvoje od Osmanske Imperije za koju su više od četiri stoljeća bili vezani. Stoga je Austro-Ugarska carskim dekretom 17. oktobra 1882. godine postavila Hilmi ef. Omerovića za bosanskog muftiju i proglasila ga prvim reisul-ulemom, te se ta godina uzima za godinu formiranja Islamske zajednice u BiH. (Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini 2020)

Islamska zajednica u Bosni i Hercegovina ima izuzetno složenu strukturu funkcioniranja: džemati, medžlisi, muftijstva, odnosno mešihati, te Sabor, Reisu-l-ulema, Rijaset, Vijeće muftija i Ustavni sud. Sabor je najviše predstavničko i zakonodavno tijelo Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini.

ANALIZA ONLINE KANALA KOMUNICIRANJA ISLAMSKE ZAJEDNICE U BOSNI I HERCEGOVINI

Za potrebe ovog rada izvršili smo detaljnu analizu online kanala komuniciranja svih nivoa Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini, što obuhvata webstranice i profile na društvenim mrežama. Pri tome smo analizirali vizuelni identitet stranica/profila, količinu i ažuriranost objavljenih informacija, foto i videomaterijal, broj pratilaca, broj lajkova i komentara kao i interaktivnost na stranicama/profilima.

⁷ <https://static.islamskazajednica.ba/>, pristupljeno 7. 2. 2020.

Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini ima zvaničnu web-stranicu⁸ na kojoj se nalazi veliki broj informacija o njenom historijatu, funkcioniranju, strukturi kao i linkovi ostalih organa u njenom organizacionom sistemu. Pored toga, stranica sadrži dnevnu vaktiju⁹, hadis dana¹⁰, link za digitalna izdanja Gazi Husrev-begove biblioteke, kao i mnoštvo aktuelnosti. Stranica se redovno ažurira i ima odgovarajući dizajn. Posebnu zanimljivost predstavlja rubrika „Pitanja i odgovori“, u kojoj svi zainteresirani građani mogu postavljati pitanja iz oblasti islamskog prava prof. dr. Enesu Ljevakoviću, fetva-eminu¹¹ Islamske zajednice, koji je uz to i muftija sarajevski. Pitanja i odgovori postavljaju se na web-stranicu kao i na profile Islamske zajednice na društvenim mrežama, te se mogu i pretraživati. U ovom slučaju postoji mogućnost dvosmjerne komunikacije između organa Islamske zajednice i građana, što u ostalim segmentima, kada su u pitanju drugi komunikacijski kanali o kojima će u nastavku biti riječ, nije slučaj.

Medžlisi ako organizacione jedinice Islamske zajednice koje po pravilu obuhvataju džemate na teritoriji jedne općine, ili najmanje sedam džemata kao cjelinu, u većini slučajeva također imaju svoje web-stranice. Pregledom stranica utvrdili smo da ne postoji unificiran izgled kao ni unificirana domena. Sadržaj uglavnom, pored aktuelnosti koje se preuzimaju s glavne stranice Islamske zajednice, obiluje novostima i aktivnostima iz pojedinih džemata. Sadržaj kao i ažuriranost varira od stranice do stranice. Potrebno je istaknuti web-stranicu Medžlisa Islamske zajednice Sarajevo¹², koja donosi mnoštvo informacija o aktivnostima iz svih džemata u sarajevskim općinama. Svaka informacija u pravilu je potkrijepljena odgovarajućim fotografijama.

Zvaničan logo Islamske zajednice u BiH nalazi na svim spomenutim web-stranicama, kao i profilima na društvenim mrežama. Islamska zajednica u BiH ima zvaničnu Facebook stranicu¹³ koju prati 16.656 osoba. Stranica je uspostavljena 22. 6. 2017. godine. Ažurira se skoro svakodnevno, uglavnom istim vijestima kao i zvanična web-stranica. S datumom pregleda¹⁴ ima oko 70 fotografija i pet videozapisa. Objave nemaju mnogo lajkova, uglavnom se dijele, tj. preuzimaju ih

⁸ <https://static.islamskazajednica.ba/>, pristupljeno 7. 2. 2020.

⁹ Raspored namaskih vremena.

¹⁰ Govor, priopćavanje iz života i prakse poslanika Muhammeda, a. s.

¹¹ Fetva-emin je funkcija pri Vijeću za fetve Rijaseta Islamske zajednice, te je zadužen da odgovara na pitanja iz oblasti islamskog prava.

¹² www.sarajevskimedzlis.ba, pristupljeno 7. 2. 2020.

¹³ <https://www.facebook.com/islamskazajednicaubih/>, pristupljeno 7. 2. 2020

¹⁴ Pristupljeno 07. 02. 2020.

pretežno profili medžlisa o kojima ćemo također u nastavku ponešto reći. Komentara ima vrlo malo¹⁵ i ni na jedan ne odgovara urednik stranice, tj. ne postoji dvosmjerna komunikacija. Poruku nije moguće poslati putem messenger, već se u rubrici „kontakt“ otvara link kontakata sa zvanične web-stranice.

Ured Rijaseta Islamske zajednice u BiH na Facebooku¹⁶ prati 4.472 osobe. Stranica ima dvadesetak fotografija i jedan videozapis. Uspostavljena je 30. 12. 2016. godine. Objave su skoro identične s objavama sa zvanične web-stranice kao i Facebook profila Islamske zajednice. Komentara ima još manje. Također ni ovdje nismo uočili odgovore ili komentare urednika, a ni poruku nije moguće uputiti putem messenger. Kao što je to slučaj i sa web-stranicama, izdvaja se profil Medžlisa Islamske zajednice Sarajevo. Ovaj profil na Facebooku¹⁷ prati 12.952 osobe. Datumom uvida na profilu nalazi se preko 500 fotografija i 129 videozapisa. Pored informacija koje se preuzimaju s glavne web-stranice Islamske zajednice i njenih zvaničnih profila, i ovaj profil obiluje informacijama iz svih džemata, te se dnevno ažurira i po pet puta. Moguće je direktno poslati poruku putem messenger. Pored aktuelnosti mnogo su zastupljeni i savjeti i hadisi s odgovarajućim grafičkim rješenjima. Određeni broj medžlisa pa čak i džemata također ima svoje Facebook profile.

Najaktuelniji i najposjećeniji profil na Facebooku, a koji predstavlja zvaničan organ Islamske zajednice, jeste profil *Hadž i umra BiH*¹⁸, zvaničan profil Ureda za hadž Islamske zajednice u BiH. Profil prati 31.197 osoba, na njemu se, datumom uvida, nalazi 142 videozapisa i preko 1.000 fotografija, na kojima se vide aktivnosti hadžija¹⁹ i mutemira²⁰. Na profilu se tokom hadža i umre cjelodnevno ažuriraju informacije o aktivnostima hadžija, odnosno mutemira. Sve objave prate fotografije i videozapisi. Objave imaju veliki broj lajkova kao i veliki broj komentara²¹. Ovdje također nismo uočili odgovore urednika, mada se vrlo često postavljaju pitanja u komentarima objava. Omogućeno je slanje poruka putem messenger na ovaj profil.

¹⁵ Veći je broj komentara, 12, uočen na post od 8. 7. 2017. godine o sjednici Sabora Islamske zajednice u kojima su se mogle naći i kritike. No, odgovora ni komentara od urednika stranice nije bilo.

¹⁶ <https://www.facebook.com/rijaset/>, pristupljeno 7. 2. 2020

¹⁷ <https://www.facebook.com/sarajevskimedzlis.ba/>, pristupljeno 7. 2. 2020

¹⁸ <https://www.facebook.com/Hadziumra/>, pristupljeno 7. 2. 2020. godine

¹⁹ Osobe koje idu na hadž - peta islamska dužnost - putovanje/hodočašće u Mekku radi obavljanja propisanih obreda i posjete Kabi

²⁰ Osobe koje obavljaju umru - vrsta islamskog hodočašća, tj. posjete Kabi, obavljanje određenih vjerskih radnji, izvan hadžski propisanog vremena

²¹ Na jednoj objavi uočeno ih je čak 253. Objava se odnosi na Hadž 2019.

Islamska zajednica također posjeduje i Twitter profil koji prati 2.555 osoba. Na Twitteru se nalaze aktuelnosti sa zvanične web-stranice.

U opsežnom istraživanju imidža Islamske zajednice u BiH, koje je proveo Emir Džambegović, utvrđeno je kako ona ne raspolaže sistemski uređenim internetskim komuniciranjem, već je to “prepušteno individualnim sposobnostima njegovih uposlenika” (Džambegović 2014: 152). Ovom našom, doduše površnom analizom, možemo utvrditi određene pomake u odnosu na 2014. godinu. Uspostavljanje kvalitetne web-stranice kao i profila na društvenim mrežama koji se redovno ažuriraju jeste pomak, no u pitanju je još uvijek uglavnom jednosmjerna komunikacija. Tome ide u prilog i činjenica da smo uputili mail Islamskoj zajednici putem više zvaničnih adresa, uključujući i na adresu PR odjeljenja²², te smo ih, za potrebe ovog rada, zamolili za kratke odgovore na nekoliko pitanja o ovoj temi. Nismo dobili odgovor.

Jedan od primjera koji govori o nespremnosti Islamske zajednice za virtualni “razgovor”, tj. dvosmjernu komunikaciju jeste i pitanje organizacije hadža 2019. Naime, Ejub Kučuk, vlasnik marketinške agencije “MITA group”, krajem marta 2019. godine na zvaničnoj Facebook stranici Ureda za hadž postavio je niz pitanja o organizaciji hadža. Pošto nije dobio odgovor, putem svog Facebook profila, ali i profila Islamske zajednice, nastavio je insistirati, otvorivši time javnu diskusiju o organizacionim propustima Ureda za hadž, ali i nespremnosti Islamske zajednice da se uključi u diskusiju i prihvati dobronamjerne kritike. Bez obzira na činjenicu da su njegovi statusi rezultirali stotinama komentara, na njegove upite putem e-maila i društvenih mreža nije bilo odgovora, te je nakon dva mjeseca insistiranja pozvan na razgovor u Ured za hadž, na kojem je ustvrdio kako ne postoji spremnost da se reaguje na dobronamjerne kritike i promijene stvari kojima mnogi korisnici nisu zadovoljni.²³ Ovaj primjer zanimljiv je kao prva šira diskusija u virtualnom prostoru na zvaničnim profilima Islamske zajednice, u kojoj je iznesen čitav niz kritika na rad jednog od njenih organa. Islamska zajednica na svojim profilima nije odgovarala na prozivke i kritike, već se odlučila za sastanak tj. face-to-face komunikaciju.

Pored zvaničnih profila organa Islamske zajednice u BiH na društvenim mrežama, potrebno je ukazati i na privatne profile uposlenika ove institucije na kojima se, nerijetko, raspravlja i o vjerskim temama, što s vremena na vrijeme zna izazvati i kontroverze. Stoga je i jedno od pitanja koje smo postaviti PR službi Islamske zajednice, a na koje nismo dobili odgovor, i pitanje o eventualnom postojanju

²² Ured za odnose s javnošću Islamske zajednice u BiH osnovan je u martu 2009. godine.

²³ <https://www.facebook.com/ejub.kucuk/posts/2076669785765100>, pristupljeno 20. 5. 2019.

određenih smjernica za uposlenike koji uživaju određeni ugled u virtuelnoj zajednici, tj. imaju zapažen broj pratilaca te time svojim djelovanjem putem društvenih mreža mogu utjecati na širi društveni kontekst.

Za potrebe ovog rada izdvojit ćemo Muhameda ef. Velića, imama džamije Ferhadija u Sarajevu, koji je jedan od aktivnijih imama u Bosni i Hercegovini, te je na svom Facebook profilu²⁴ datumom uvida imao 5.000 prijatelja i 70.923 pratitelja, što je puno više nego zbir pratitelja sa svih zvaničnih profila organa Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini. Sama činjenica da efendija Velić ima maksimalni dopušteni broj *prijatelja* na Facebooku²⁵, kao i preko 70.000 pratitelja jasno ukazuje kako on svoj profil ne koristi za privatnu komunikaciju s odabranim brojem ljudi koje poznaje, već dopušta svim zainteresiranim da *prate*²⁶ njegov profil, čineći ga time u potpunosti javnim prostorom, a svoje statuse javno izgovorenim riječi. S obzirom na broj pratitelja na fb profilu, komentari efendije Velića izazivaju veliku pozornost. Imaju veliki broj lajkova, uglavnom pozitivnih komentara i jako mnogo dijeljenja. No, njegovi stavovi nerijetko izazivaju kontroverze. Jedan od primjera je i stav efendije Velića iz januara 2015. godine da se tadašnjem potpredsjedniku Federacije BiH Mirsadu Kebi ne bi trebala klanjati džezaza zbog veleizdaje, jer je Tužilaštvu BiH predao određenu dokumentaciju o učešću mudžahedina u ratu u BiH 1992–1995. Mirsad Kebo se u vezi s ovim slučajem zvanično obratio pismom reisu-l-ulemi Huseinu ef. Kavazoviću.²⁷

Krajem iste godine, tačnije u decembru 2015. godine, efendija Velić je na svom Facebook profilu također imao komentar o ekstremističkim grupama koje pripovijedaju učenja suprotstavljena tradiciji i kulturi bosanskohercegovačkih muslimana, poredeći ih s dilerima droge koji duhovno uništavaju mlade.

Izneseni stav rezultirao je mnoštvom kritika, posebno od strane publiciste Fatmira Alispahića, koji ga je optužio za kompliciranje društveno-političke situacije u Bosni i Hercegovini potenciranjem terorizma i sataniziranjem muslimana.²⁸

Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini nije se javno ogradila od istupa efendije Velića, što jasno ukazuje na njihovo nesnalazjenje u savremenom komunikacijskom

²⁴ <https://www.facebook.com/muhamed.velic.549>, pristupljeno 7. 2. 2020

²⁵ Facebook je ograničio broj prijatelja privatnog profila na 5.000.

²⁶ Svaki korisnik Facebooka ima opciju omogućavanja praćenja profila, tj. dopuštanje svim zainteresiranim da imaju uvid u profil kao da su prijatelji, ali bez potrebe pribavljanja prethodne saglasnosti, što profil čini u potpunosti javnim i otvorenim.

²⁷ <https://saff.ba/kebo-trazi-da-reis-kavazovic-kazni-medzlis-iz-velika-kladusa-i-efendiju-velica/>, pristupljeno 7. 2. 2020.a

²⁸ <https://depo.ba/clanak/141489/okrsaj-fatmira-alispahica-i-ef-velica-nabacujes-loptu-velikosrbima-koji-izmis-ljaju-islamski-terorizam-pa-nas-hapse-kao-92>, pristupljeno 7. 2. 2020.a

okruženju. Očigledno, Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini nije svjesna pomjeranja granice između javnog i privatnog prostora, tj. da je stav iznesen na Facebooku pred hiljadama pratitelja javan a ne privatn²⁹, da broj pratitelja jednog efendije direktno zavisi od legitimiteta koji mu priskrbuje upravo Islamska zajednica i da njegovo djelovanje utječe na njihov imidž, s obzirom na to da ih on predstavlja.

Činjenica jeste da je sloboda govora jedno od temeljnih ljudskih prava, no postavlja se pitanje zloupotrebe te slobode, posebno u novom komunikacijskom okruženju, što nerijetko može rezultirati nekim oblicima govora mržnje. Sama definicija govora mržnje podrazumijeva “zloupotrebu slobode govora koja potiče na netoleranciju i diskriminaciju” (Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini 2014). Jedna od širih definicija u međunarodnim propisima o slobodi izražavanja i zabrani govora mržnje glasi:

Govor mržnje je pojam koji označava govor čiji je cilj degradirati (poniziti), prestrašiti ili poticati nasilje i predrasude protiv osobe ili grupe ljudi zbog rasne pripadnosti, spola, starosti, etničke ili nacionalne pripadnosti, religije, seksualne orijentacije, spolnog identiteta, invaliditeta, jezika, moralnih ili političkih stajališta, socijalno-ekonomske pripadnosti, zanimanja ili izgleda, mentalnih sposobnosti ili drugih sličnih razlika. Pojam obuhvata pisane, usmene te vizuelne komunikacije i uključuje masovne medije (sredstva masovnog saopćavanja), kao i neke druge forme djelovanja u javnosti, npr. nainternet.³⁰

²⁹ Ima niz aktualnih primjera koji potkrepljuju tezu da stavovi izneseni na društvenim mrežama itekako mogu imati posljedice u realnom okruženju, te ćemo u ovom radu navesti tri. Prvi primjer je muzičar Amar Češljar, koji je u oktobru 2018. na svom Facebook profilu komentirao prosvjede protiv izbora hrvatskog člana Predsjedništva, Željka Komšića, s komentarama *Ma tenk poslali i opleti. Ovo je ba ludilo, nema tu glave za razgovora*. Poslije ovog komentara, Dino Merlin i grupa “Letu Štuke” otkazali su mu saradnju, nakon čega je Amar Češljar tvrdio kako mu je profil hakovan. <https://www.klix.ba/magazin/showbiz/bubnjar-amar-cesljar-tvrdi-da-mu-je-profil-hakovan-nisam-komentariso-proteste-u-mostaru/181015091>, pristupljeno 23. 5. 2019.

Drugi primjer je Saša Trivić, jedan od direktora lanaca pekara “Manja”, odnosno Krajina Klasa, koji je na svom Twitter profilu u martu 2019. godine veličao ratne zločince. *Na svemu Vam hvala. Generale, srećan ti Dan Republike!*, napisao je Saša Trivić ispod fotografije Ratka Mladića. Njegov twitt rezultirao je pokretanjem bojkota proizvođa Krajina Klasa. <https://www.oslobodjenje.ba/vijesti/bih/pokrenut-poziv-na-bojkot-lanca-pekara-u-sarajevu-status-vlasnika-izazvao-burne-reakcije-443346>, pristupljeno 23. 5. 2019.

U augustu 2016. godine, novinarka Klixa Lejla Čolak na svom Facebook profilu iznijela je stav o pokrivanju muslimanki: *Nositi na glavi burku, nikab ili bilo kakvo vjersko obilježje za mene je isto kao nositi strap on u javnosti. Zamisli hodaš okolo sa džinovskim dildom i traumiraš ljude. Vjera bi trebala biti ono čovjekovo najintimnije, baš kao i njegova seksualnost. Zadrži je za sebe i svoje istomišljenike. Ne nameći je drugima. Ne traumiraj ljude. Nositi vjersko obilježje jednako je perverzno kao i nositi džinovski dildo. S tim da je dildo puno bezopasniji*. Ovaj komentar izazvao je lavinu kritika i prijetnji, od kojih je potrebno istaknuti status pripadnika Oružanih snaga u BiH Mirze Džidića: *Ima li kakav dobrovoljac da siluje lijepu Lejlu ... lično ću ga isplatiti???* *Zainteresirani neka se jave u pp*. <https://www.klix.ba/vijesti/bih/os-bih-pokrenute-istragne-radnje-protiv-vojnika-koji-je-verbalno-prijetio-novinarki-lejli-colak/160829075>, pristupljeno 23. 5. 2019. Protiv ovog pripadnika Oružanih snaga pokrenute su istražne radnje.

³⁰ <https://www.parlament.ba/Publication/Read/3931?title=medunarodni-propisi-i-propisi-bosne-i-hercegovine-o-slobodi-izrazavanja-i-zabrani-govora-mrznje-na-internetu-&pagelid=0>, pristupljeno 21. 05. 2019.a

Bosna i Hercegovina je ratificirala niz međunarodnih akata koji se direktno ili indirektno odnose na ova pitanja.

Džafić (2018) razmatra fenomen društvenih mreža iz ugla fikha³¹ i edeba,³² nastojeći ovu temu obraditi s aspekta islamskog prava i lijepog, tj. poželjnog ponašanja jednog muslimana. U tom radu naglašavaju se pozitivni aspekti korištenja društvenih mreža, kao, između ostalog, “dijeljenje pozitivnih, islamskih sadržaja, promovisanje islamskih vrijednosti, borba protiv negativnih pojava na društvenim mrežama” (Džafić 2018: 48). S druge strane, u istom tekstu se navodi i niz preporuka za ponašanje u skladu s islamskim bontonom: “... ne sumnjičiti druge bez jasnog dokaza, ne istraživati nedostatke drugih, ne ogovorati i ne prenositi tuđe riječi, ne ulaziti u bespotrebne rasprave itd.” (isto). Bit spomenutog rada predstavlja zaključak da je ponašanje na društvenim mrežama potrebno uskladiti sa standardima i normativima ponašanja jednog muslimana koji važe i za sve druge aspekte njegova života. Zanimljivo je spomenuti i mišljenje fetvu-l-emina Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini, objavljeno na zvaničnoj stranici Islamske zajednice 3. 2. 2020 o korištenju lažnih profila na društvenim mrežama, u kojem se striktno naglašava zabrana lažnog predstavljanja, svrstavajući to u vrstu obmane i laži, koje, po islamskim principa, spadaju u grijeh.

Potrebno je naglasiti da postoji Protokol za odnose s medijima, donesen još u doba reisu-l-uleme Mustafe ef. Cerić 26. 10. 2009. godine, a u kojem se precizira odnos Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini s medijima, pojašnjava način na koji Islamska zajednica održava kontakte s medijima, preciziraju se organi, ustanove i nosioci vjerskog autoriteta čije izjave i stavovi odražavaju ili prezentiraju zvanične stavove Islamske zajednice. Tu se, između ostalog, definiraju nosioci zvaničnih stavova, rad portparola, odnosi s javnošću u kriznim situacijama i sl. Također se po članu 11. Protokola zabranjuje bilo kakvo medijsko istupanje bez prethodne pismene saglasnosti nadležnog organa Rijasetu. S druge strane, Džambegović (2014: 170) u svojoj analizi imidža Islamske zajednice ističe kako je “ovakav red, koji je uveden u svrhu sprečavanja neugodnih izjava koje se možda ne slažu sa zvaničnim stavovima IZ BiH, možda još više potertao svjesnost da svi imami nisu valjano obučeni u svim komunikacijskim vještinama”. U Protokolu se navode “sve vrste printanih i elektronskih medija, internet-stranice i portali”, no treba imati u vidu da je taj dokument sačinjen prije više od jedne decenije, te je, s obzirom na brzinu komunikacijskog napretka, odavno već prevaziđen. Njegovo aktueliziranje, koje bi

³¹ Arap. feqihe – razumjeti, shvatiti, poimati; islamsko pravo, utvrđeno na osnovu Kur’ana i sunneta

³² 32 Arap. adab – odgoj, lijepo ponašanje, obrazovanje

uključivalo i standarde i normative za korištenje društvenih mreža uposlenika, bilo bi od izuzetne važnosti.

Pojava pandemije koronavirusa početkom 2020. godine dovela je do nagle promjene načina života u svim segmentima. Vjerske zajednice našle su se pred izazovom na koji način organizovati vjerski život, posebno u domenu prakticiranja vjerskih obreda koji podrazumijevaju fizičku prisutnost i interakciju većeg broja ljudi na jednom mjestu, što je u potpunosti suprotno sa preporukama za ponašanje u doba pandemije. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini je tokom marta i aprila 2020. godine na svojoj zvaničnoj web stranici objavila 63 sadržaja sa mnoštvom informacija, preporuka i uputa vezanih za odvijanje vjerskog života tokom pandemije koronavirusa. Nedugo nakon prvog registrovanog slučaja zaraze koronavirusom u Bosni i Hercegovini, Vijeće muftija Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini je 31. 3. 2020. donijelo Fetvu o obustavljanju zajedničkih dnevnih ali i džuma namaza u džamijama³³, kao i instrukcije imamima i džematskim odborima za postupanje u okolnostima vanrednog stanja proglašenog zbog pandemije koronavirusa.³⁴ S obzirom da je tokom trajanja pandemije nastupio i sveti mjesec Ramazan, Rijaset Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini je izdao saopćenje u vezi sa organizacijom vjerskom života u Ramazanu u kojem apeliraju na vjernike da izbjegavaju ramazanska okupljanja, te sve vjerske dužnosti obavljaju u svom domu.³⁵ Ova saopćenja su prenosili i zvanični profili Islamske zajednice na društvenim mrežama. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini je ovim pokazala zavidan nivo odgovornosti naspram svojih pripadnika ali i svih ostalih građana Bosne i Hercegovine.

S obzirom na nemogućnost organizovanja vjerskih obreda, posebno džume³⁶, teravijah-namaza³⁷ i mukabele³⁸, Islamska zajednica je, u saradnji sa televizijom Hayat, omogućila uživo emitovanje džumanskih hutbi Reisu-l-uleme kao i svakodnevnih mukabela iz Begove džamije, koje su se mogle pratiti kako na tv-u, tako i putem

³³ <https://static.islamskazajednica.ba/fetve-i-rezolucije/28830-fetvu-o-nacinu-obavljanja-dnevnih-namaza-i-dzume-namaza-tokom-pandemije-koronavirusa>, pristupljeno 28.04. 2020.

³⁴ <https://static.islamskazajednica.ba/vijesti/aktuelno/28745-instrukcija-imamima-i-dzematskim-odborima-za-postupanje-u-okolnostima-vanrednog-stanja-proglasenog-zbog-pandemije-koronavirusa>, pristupljeno 28. 04. 2020.

³⁵ <https://static.islamskazajednica.ba/vijesti/aktuelno/28951-saopcenje-rijaset-a-o-organizaciji-vjerskog-zivota-u-ramazanu>, pristupljeno 28. 04. 2020.

³⁶ Zajednička sedmična molitva petkom koja predstavlja obavezu svakog punoljetnog muškarca muslimana. Sastavni dio džuma-namaza je i hutba, tj. propovijed o islamskim ali i aktuelnim društvenim temama.

³⁷ Zajednički namaz koji se klanja svaku večer amazana

³⁸ Učenje Kur'an svakog dana ramazana. Učenje je podijeljeno na trideset jednakih dijelova (džuzeva) koji se uče po redoslijedu, te se tokom ramazana prouči cijeli Kur'an.

online platforme spomenute televizijske stanice.³⁹ Na facebook stranici Medžlisa islamske zajednice Sarajevo također je bilo moguće pratiti online mukabele iz različitih džemata, a pojedini hafizi su samostalno organizovali svoje online mukabele.⁴⁰ Gazi Husrev-begova biblioteka je povodom nastupajućeg ramazana organizovala i online izložbu “Ramazan u tradiciji Bošnjaka”.⁴¹ Islamska zajednica je, također, pokrenula online mekteb – oficijelnu edukativnu platformu Islamske zajednice.⁴² Ovi primjeri ukazuju da se Islamska zajednica brzo i vrlo kvalitetno prilagodila novonastalim okolnostima, te mnoštvo svojih aktivnosti prenijela u online okruženje.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Može se reći da Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini izražava vidnu namjeru da se prilagodi okolnostima novog komunikacijskog okruženja, no evidentno je da ne postoji jasna strategije koja bi sistemski riješila ovo pitanje. Novouspostavljeni kanali komuniciranja Islamske zajednice, prvenstveno na društvenim mrežama, i dalje se koriste skoro isključivo jednosmjerno, što je u suprotnosti s njihovom primarnom namjenom – interakcijom. Pitanja, komentari i sugestije jednostavno se ignoriraju. Nadalje, vidljivo je da ne postoje smjernice za vizuelni identitet ali i sadržaje web-stranica na svim nivoima. Pozitivan aspekt je jedinstven logo Islamske zajednice koji koriste sve njene strukture.

U skladu sa iznesenim razultatima ovog istraživanja, smatramo neophodnim donošenje jasnih smjernica ponašanja svih uposlenika Islamske zajednice u javnom prostoru, s obzirom na to da neprimjerene izjave itekako mogu narušiti njen ugled. Iznimno pozitivan primjer predstavlja prilagođavanje Islamske zajednice u Bosni i Hercegovni novonastalim okolnostima tokom pandemije koronavirusa, budući da je tokom pandemije onemogućeno organizovanje vjerskih obreda. Džumanske hutbe i mukabele je bilo moguće pratiti uživo putem televizijskog ali i online prenosa. Napra-

³⁹ <https://hayat.ba/svaki-dan-uzivo-u-programu-hayat-tv-a-mukabela-iz-gazi-husrev-begove-dzamiije/157968/>, pristupljeno 28. 04. 2020.

⁴⁰ https://www.facebook.com/DzematBacickoPoljeStup/videos/556471618601330/UzpfSTUwNjU1ODQxMzA1Mzg2NjoxMDg1NzI1MjIxODAzODQ2/?__tn__=%2Cd%2CP-R&eid=ARBJLfbvw55IRESnBB7pUksX3u4kTPSqeXuOWBFKecyp9MQZrfsi7iCGANZF2g3PfcubEwOkbzdKvwo, pristupljeno 28. 04. 2020.

⁴¹ <https://static.islamskazajednica.ba/vijesti/aktuelno/28962-2020-online-izlozba-ramazan-u-tradiciji-bosnjaka>, pristupljeno 28. 04. 2020.

⁴² <https://static.islamskazajednica.ba/vijesti/aktuelno/28821-online-mekteb-oficijelna-edukativna-platforma-islamske-zajednice>, pristupljeno 28.04.2020.

vljena je online platforma za mektebsku nastavu, a organizovane su i druge aktivnosti, kao što je online izložba.

ZAKLJUČAK

Pravovremeni stav i način ophođenja u savremenom komunikacijskom okruženju od ključne su važnosti, posebno kada su u pitanju vjerske institucije koje imaju dugu tradiciju jednostrane komunikacije, bazirane na propovijedima, što se na primjeru Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini jasno pokazuje, s obzirom da se stoljećima ključna komunikacija između njenih predstavnika – imama, i građana/muslimana odvija na džumanskim hutbama (Džambegović 2014). Općenito govoreći, recentna istraživanja ove problematike daju uvjerljiv presjek stanja, ali odgovor vjerskih zajednica na ove izazove bit će moguće analizirati tek s određene vremenske distance, te će istraživanja ove vrste zasigurno i u budućnosti biti zanimljiva komunikolozima, sociolozima, teolozima ali i široj javnosti.

IZVORI

1. Clement, Jessica (april 2020), Number of YouTube yousers worldwide in 2019. <https://www.statista.com/topics/2019/youtube/>, (27. 04. 2020)
2. Clement, Jessica (februar 2020), Twitter: Statistics and Facts. <https://www.statista.com/topics/737/twitter/>, (27. 04. 2020)
3. Clement, Jessica (januar 2020), Number of monthly active Facebook users worldwide as of 4th quarter 2019, <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>. (27. 04. 2020.)
4. Čorbo, Haris (26. 04. 2020) (Facebook status) https://www.facebook.com/haris.corbo.9?_tn_=%2CdK-R-R&eid=ARBaQm8kGP1fNeXXU89k_zgXceFd2tOAPxQHfOWs1yUpMZJAanNqbiIkiyV0_uIeKIS1M DHe-VR2cz0i-M&-fref=mentions, pristupljeno 28.04.2020.
5. Depo portal (29. 12. 2015), <https://depo.ba/clanak/141489/okrsaj-fatmira-ali-spahica-i-ef-velica-nabacujes-loptu-velikosrbima-koji-izmisljaju-islamski-terorizam-pa-nas-hapse-kao-92>, pristupljeno 7.2.2020.
6. Federalni zavod za statistiku (2020) www.fzs.ba, pristupljeno 7. 2. 2020.
7. <https://www.facebook.com/sarajevskimedzlis.ba/>, pristupljeno 7. 2. 2020.

8. Internet World Stats (2020), <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>, pristupljeno 27. 04. 2020.
9. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini (20. 03. 2020.) <https://static.islamskazajednica.ba/vijesti/aktuelno/28745-instrukcija-imamima-i-dzematskim-odborima-za-postupanje-u-okolnostima-vanrednog-stanja-proglasenog-zbog-pandemije-koronavirusa>, pristupljeno 28. 04. 2020.
10. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini (2020) <https://static.islamskazajednica.ba/component/search/?searchword=korona&searchphrase=all>, pristupljeno 28. 04. 2020.
11. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini (23. 04. 2020.) <https://static.islamskazajednica.ba/vijesti/aktuelno/28951-saopcenje-rijaseta-o-organizaciji-vjerskog-zivota-u-ramazanu>, pristupljeno 28. 04. 2020.
12. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini (25. 04. 2020) <https://static.islamskazajednica.ba/vijesti/aktuelno/28962-2020-online-izlozba-ramazan-u-tradiciji-bosnjaka>, pristupljeno 28. 04. 2020.
13. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini (30. 03. 2020.) <https://static.islamskazajednica.ba/vijesti/aktuelno/28821-online-mekteb-oficijelna-edukativna-platforma-islamske-zajednice>, pristupljeno 28. 04. 2020.
14. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini (31. 03. 2020.) <https://static.islamskazajednica.ba/fetve-i-rezolucije/28830-fetvu-o-nacinu-obavljanja-dnevni-namaza-i-dzume-namaza-tokom-pandemije-koronavirusa>, pristupljeno 28. 04. 2020.
15. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini (2020) (Facebook profil) <https://www.facebook.com/islamskazajednicaubih/>, pristupljeno 7. 2. 2020.
16. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini (2020) www.islamskazajednica.ba, pristupljeno 7. 2. 2020.
17. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini (28. 12. 2009.). <http://www.islamskazajednica.ba/fetve-i-rezolucije/7885-protokol-mediji>, pristupljeno 23. 5. 2019.
18. Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini (3. 2. 2020) <https://www.islamskazajednica.ba/meduljudski-odnosi-komsiluk/28543-2-da-li-je-grijeh-koristiti-lazno-ime-na-drustvenim-mrezama>, pristupljeno 7. 2. 2020.
19. Klix portal (15. 10. 2018) <https://www.klix.ba/magazin/showbiz/bubnjar-amar-cesljar-tvr-di-da-mu-je-profil-hakovan-nisam-komentarisao-proteste-u-mostaru/181015091>, pristupljeno 23. 5. 2019.

20. Klix portal (29. 08. 2016.) <https://www.klix.ba/vijesti/bih/os-bih-pokrenute-istrasne-radnje-protiv-vojnika-koji-je-verbalno-prijetio-novinarki-lejlicolak/160829075>, pristupljeno 23. 5. 2019.
21. Kučuk, Ejub (14. 5. 2019.), #hocemozajednonahadz (Facebook status). <https://www.facebook.com/ejub.kucuk/posts/2076669785765100>, pristupljeno 20. 5. 2019.
22. Medžlis islamske zajednice Sarajevo (2020), www.sarajevskimedzlis.ba, pristupljeno 7. 2. 2020.
23. Medžlis islamske zajednice Sarajevo (25. 04. 2020) (Facebook status) https://www.facebook.com/DzematBacickoPoljeStup/videos/556471618601330/UzpfSTUwNjU1ODQxMzA1Mzg2NjoxMDg1NzI1MjIxODAzODQ2/?__tn__=%2Cd%2CP-R&eid=ARBJLfbvw551RESnBB7pUksX3u4kTPSqeXuOWBFKcypy9MQZrfsi7iCGANZF2g3Pfc bucEwOkbzdkVwo, pristupljeno 28. 04. 2020.
24. Međunarodni propisi i propisi Bosne i Hercegovine o slobodi izražavanja i zabrani govora mržnje na internetu (2015), *Parlamentarna skupština Bosne i Hercegovine*, Sarajevo, online dostupno na: <https://www.parlament.ba/Publication/Read/3931?title=medunarodni-propisi-i-propisi-bosne-i-hercegovine-o-slobodi-izrazavanja-i-zabrani-govora-mrznje-na-internetu-&pageId=0>, pristupljeno 21. 05. 2019.
25. Oslobođenje (21. 3. 2019.) <https://www.oslobodjenje.ba/vijesti/bih/pokrenut-poziv-na-bojkot-lanca-pekara-u-sarajevu-status-vlasnika-izazvao-burne-reakcije-443346>, pristupljeno 23.5.2019.
26. Rijaset Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini (2020), (Facebook profil) <https://www.facebook.com/rijaset/>, pristupljeno 7. 2. 2020.
27. SAFF (27. 01. 2015). <https://saff.ba/kebo-trazi-da-reis-kavazovic-kazni-medzlis-iz-velika-kladusa-i-efendiju-velica/>, pristupljeno 7. 2. 2020.
28. Stop govor mržnje – on-line kampanja Vijeća za štampu BiH (2014), Vijeće za štampu BiH, Sarajevo, online dostupno na: <https://www.artflamecybermedia.com/acm/vzs/stop-govor-mrznje-brosura-bih.pdf>, pristupljeno 21. 05. 2019.
29. Televizija Hayat (20. 04. 2020.), (<https://hayat.ba/svaki-dan-uzivo-u-programu-hayat-tv-a-mukabela-iz-gazi-husrev-begove-dzamije/157968/>), pristupljeno 28. 04. 2020.
30. Tutnić, Eldar (2020), (YouTube kanal) <https://www.youtube.com/user/PorukaMira>, pristupljeno 20. 05. 2019.
31. Ured za hadž Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini (2020),

<https://www.facebook.com/Hadziumenta/>, pristupljeno 7. 2. 2020. godine
Velić, Muhamed (2020), (Facebook profil) <https://www.facebook.com/muhamed.velic.549>, pristupljeno 7. 2. 2020.

LITERATURA

1. Campbell, Heidi (2011), "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society", *Journal of the American Academy of Religion*, 80(1), str. 64-93.
2. Campbell, Heidi, Paul Teusner (2011), *Religious Authority in the Age of the Internet*, Center for Christian Ethics at Baylor University, online dostupno na: <https://www.baylor.edu/content/services/document.php/130950.pdf>, pristupljeno 14. 05. 2019.
3. Carr, Nicholas (2011), *Plitko – šta internet čini našem mozgu*, Naklada Jeksenski i Turk, Zagreb
4. Castells, Manuel (2000), *Uspon umreženog društva*, Golden marketing, Zagreb
5. Day, Louise Alvin (2004), *Etika u medijima, primeri i kontraverze*, Media centar, Beograd
6. Džafić, Jusuf (2018), "Islam i društvene mreže", *Novi Muallim* br. 74, godina XIX, str. 42-51.
7. Džambegović, Emir (2014), *Imidž islamske zajednice u Bosni i Hercegovini*, El Kalem, Sarajevo
8. Knoblauch, Herbert (2004), *Sociologija religije*, Demetra, Zagreb
9. Kuburić, Zorica, Srđan Sremac, Sergej Beuk (2010), *Religijska imaginacija i savremeni mediji*, Centar za empirijska istraživanja religije, Novi Sad
10. Lohlker, Rüdiger (2001), *Islam im Internet*. Deutsches Orient-Institut, Hamburg, online dostupno na: https://www.academia.edu/289728/Islam_im_Internet_Neue_Formen_der_Religion_im_Cyberspace, pristupljeno 22. 05. 2019.
11. Novak, Krunoslav, Jerko Valković (2016), "Religija i internet – novi izazovi življenja vjere", *Obnovljeni život, časopis za filozofiju i religijske znanosti*, Vol 71. No. 3., str. 389-402.
12. Potter, James (2011), *Medijska pismenost*, Clio, Novi Sad

RELIGIOUS COMMUNITIES AND ONLINE COMMUNICATION CHALLENGES - AN EXAMPLE OF THE ISLAMIC COMMUNITY IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

Summary:

Modern communication surrounding affects directly or indirectly every person or institution in today's society. The Internet, with the emphasis on social networks, are posing entirely new communication challenges which are difficult but must be answered to.

In addition to challenges for individuals, participants in contemporary communication, modern communication society representatives, the institutions, as well, were entrusted with the highly demanding task of keeping up with the times and active participation in the new media surrounding. The demands of the contemporary media surrounding have become even greater for contemporary media environment.

In this paper it would be analysed in what way the Islamic community in Bosnia and Herzegovina copes with the challenges of modern communication surrounding.

Keywords: Religious communities; the Islamic community; media; communication; Internet, social networks

Adresa autorice
Author's address

Ilvana Salić
University of Sarajevo
Institute for the research of Crimes against Humanity and International Law
ilvana.salic@institut-genocid.unsa.ba