

# ISLAM I DRUŠTVENE MREŽE

Jusuf DŽAFIĆ

UDK 004.738.52:28  
316.77:2

Ovim radom smo pokušali dati osvrt na globalno popularni fenomen društvenih mreža iz ugla fikha i edeba. U uvodu smo objasnili da islam pokušava odgovoriti na svako životno pitanje, te da islamsko pravo nastoji regulirati ponašanje u okviru muslimanske zajednice. Potom smo se osvrnuli na definiciju, historijat i vrste društvenih mreža, te na dosadašnje proučavanje fenomena društvenih mreža u muslimanskom svijetu. Zaključili smo da proučavanje ovog fenomena nije dobilo zavrijeđenu pažnju među muslimanima općenito, niti među islamskim učenjacima. Potom smo predstavili propis korištenja društvenih mreža, a nakon toga su obrađeni fikhski propisi vezani za ovu novu oblast. U nastavku slijede najvažnija pravila islamskog bontona na društvenim mrežama, te savjeti kako koristiti društvene mreže u pozitivne svrhe. Na kraju u zaključku su iznesena završna razmatranja.

*Ključne riječi: društvene mreže, islam, internet, fikh/islamsko pravo, edeb/islamski bonton, Islamska zajednica.*

## Uvod

Islam teži da ponudi odgovor na sva životna pitanja koja tište čovjeka (metafizičko-eshatološka, ekonomska, društvena, politička, kulturna i dr.). O tome govori i sljedeći hadis: *Kazano je Selmanu el-Farisiju: "Doista vas je vaš Vjerozvjesnik, s.a.v.s., podučio svemu, čak i pravilima ponašanja tokom obavljanja nužde."* Na to je Selman kazao: "Jeste..."<sup>1</sup>

Islamske nauke ustvari bave trima osnovnim oblastima: akaid (nauka o

vjerovanju – teologija), fikh (nauka o propisima – pravo) i ahlak (nauka o ćudoređu – etika). Dakle, pored dvije klasične oblasti kojima se bave religije i filozofije (teologija i etika), islam se bavi i pravom. Fikh spada u pozitivna prava, tj. predstavlja sistem važećih propisa/pravila/normi ljudskog ponašanja u okviru muslimanske zajednice.

Na osnovu naprijed rečenog, jasno je da islam, tačnije fikh nastoji da normira

propise ponašanja muslimana u svim životnim oblastima, pa tako i propise vezane za moderni život XXI st.

Vrtoglavi razvoj interneta i digitalnih medija krajem XX st. je donio znatne promjene u čovjekovoj svakodnevnicu, poglavito početkom XXI st., kada su se pojavile društvene mreže. Ove nove mreže danas imaju ogroman uticaj na međuljudske odnose, budući da se preko njih odvija značajan dio ljudske komunikacije.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Hadis bilježe, između ostalih: Ahmed, *El-Musned*, br. 23719; Muslim, *Es-Sahih*, br. 629; Et-Tirmizi, *Es-Sunen*, br. 16; Ibn Ebu Šejbe, *El-Musannef*, br. 1600; Et-Taberani, *El-Mudžem el-kebir*, br. 6082; El-Bejhki, *Es-Sunen el-kubra*, br. 430, 499.

<sup>2</sup> Vidi detaljnije o uticaju društvenih mreža na komunikaciju i međuljudske odnose: Milardović, Anđelko (2010). *Globalno selo: sociologija informacijskog društva i cyber kulture*. Zagreb: Centar za politološka istraživanja; Schmidt, E. i Cohen, J. (2014). *Novo digitalno doba: nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i poslovati*. Zagreb: Profil knjigica; Christakis, N. A. – Fowler,

J. H. (2010). *Povezani – Iznenađujuća moć društvenih mreža i kako one utječu na naše živote*. Zagreb: Algoritam; Grbavac J. i Grbavac V. (2014), "Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena", *Media, Culture and Public Relations*, sv. 5, br. 2, 206-219; Vasić, Milica (2010). *Utjecaj društvenih mreža Interneta na društvo*, master rad, odbranjen na: Univerzitet u Beogradu, Filološki fakultet, Beograd, neobjavljen; Karabašić, Sanela (2017). *Utjecaj društvenih mreža na emocionalni život pojedinaca*, diplomski rad, odbranjen na: Sveučilište Sjever, Sveučilišni centar Varaždin, Studij Odnosi s javnostima, Varaždin, neobjavljen;

Čelebić, Ema (2015). *Utjecaj Interneta i digitalnih medija na proces komunikacije i ljudske odnose*, završni rad, odbranjen na: Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet, Preddiplomski studij informatologije, Osijek, neobjavljen; Uzelac, Aleksandra (2003). *Utjecaj novih informacijskih tehnologija na kulturni razvoj: uloga virtualnih mreža*, doktorska disertacija, odbranjena na: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Zagreb, neobjavljena. O uticaju društvene mreže Facebook vidi: Kirkpatrick, David (2012). *Facebook efekt – istinita priča o Marku Zuckerbergu i najbrže rastućoj kompaniji svijeta*. Zagreb: Lumen.

Stoga je potrebno dati osvrt na na planetarno popularni fenomen društvenih mreža iz ugla fikha i edeba.

### Definicija, historijat i podjela društvenih mreža

Društvene mreže, socijalne mreže, virtualne mreže, društveni mediji, socijalni mediji, virtualni mediji i sl. su istovjetni ili bliski termini koji se na našim prostorima uglavnom koriste za društvene mreže. Postoji dosta definicija društvenih mreža. Mi smo kao najprikladniju odabrali definiciju koju su dali Danah Boyd i Nicole Ellison: Društvena mreža je servis na kojem korisnici mogu izgraditi javni ili polujavni profil, artikulirati popis drugih korisnika s kojima su povezani, te pregledavati svoj popis veza, kao i popise koje su napravili drugi članovi sistema. (Kirkpatrick, 2012: 79) Slično definiraju i Jacinta i Vitomir Grbavac: Društvenu mrežu, u principu možemo definirati kao uslugu zasnovanu na Webu koja dozvoljava pojedincu da napravi (polu)javni profil i u okviru ograničenog sustava, artikulira listu drugih korisnika s kojima dijeli povezanost te vidi i uspoređi svoju listu kontakata s onima koje su napravili drugi korisnici unutar sustava. (Grbavac J. i Grbavac V., 2014: 208)<sup>3</sup>

Historija društvenih mreža počinje još 1973. god., kada je napravljen Talkomatic, prvi online chat sistem. Onda je 1979. god., nastao Usenet, prvi internetski servis koji se može nazvati prototipom društvene mreže. Usenet je omogućavao korisnicima objavljivanje poruka u tematskim grupama. Francuska pošta je 1982. god. pokrenula nacionalnu online uslugu Minitel, približivši koncept online komunikacije široj potrošačkoj publici. Potom je 1985. god. formiran online servis, kasnije nazvan America

online. Zatim su 1988. god. IBM i Siers ponudili komercijalni online servis Prodigy. Kada je 1997. god. pušten program AOL Instant Messenger započeo je vrtoglav razvoj programa za instant slanje poruka. Tako je Yahoo! Messenger aktiviran 1998. god., a MSN Messenger 1999. god. No, karakteristično za većinu društvenih mreža u ranom periodu razvoja interneta (1989-2002) jeste da se tu radi o mrežama za slanje instant poruka, gdje su se korisnici predstavljali uglavnom pseudonimima, a ne pravim imenima.

Prve društvene mreže čiji su korisnici počeli u većem broju koristiti lična imena su se pojavile sredinom 1990-ih: match.com (1994), stranica za dogovaranje izlazaka; classmates.com (1995), stranica za komuniciranje sa bivšim školskim drugovima; itd. Prvom modernom društvenom mrežom koja se temeljila na stvarnim imenima i koja se smatra pretečom Facebooka je sixdegrees.com, osnovana 1997. god. U međuvremenu su se pojavile slične mreže širom svijeta: LiveJournal (1999), BlackPlanet (1999), AsianAvenue/AsianAve (1999), Habbo (2000), LunarStorm (2000), Cyworld (2001), Friendster (2002) i dr.

Prekretnicom u razvoju društvenih mreža se smatra 2003. godina. Tada su lansirane dvije poznate mreže: Myspace i Facebook (tačnije njegova preteča Facemash). Inače, Myspace je bila najpopularnija društvena mreža od 2005. do 2009. god., kada je prvo mjesto ustupila Facebooku. Iza 2003. god. je došlo do buma u razvoju društvenih mreža, što je dovelo do uspostavljanja brojnih drugih popularnih mreža. (Kirkpatrick, 2012: 77-81, 89-91)<sup>4</sup>

Teško je napraviti jasnu i striktnu klasifikaciju društvenih mreža, budući da većina mreža nudi široku lepezu raznovrsnih usluga i mogućnosti.

Jednu od detaljnijih podjela napravio je Curtis Foreman, koji ih je, na osnovu svrhe korištenja, podijelio na deset vrsta:

1. Društvene (socijalne) mreže, tzv. prave društvene mreže (eng. Social networks) – služe za povezivanje sa ljudima: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+ itd.
2. Mreže za dijeljenje medija (Media sharing networks) – služe za dijeljenje slika, videa i drugih medija: Instagram, Snapchat, Flickr, YouTube, Vimeo itd.
3. Forumi za diskusiju (Discussion forums) – služe za dijeljenje vijesti i ideja: reddit, Quora, Digg itd.
4. Mreže za označavanje i čuvanje sadržaja (Bookmarking and content curation networks) – služe za otkrivanje, čuvanje i dijeljenje novih sadržaja: Pinterest, Flipboard itd.
5. Mreže za potrošačke prikaze (Consumer review networks) – služe za pronalaženje i prikaz biznisa: Yelp, Zomato, TripAdvisor itd.
6. Mreže za blogiranje i objavljivanje (Blogging and publishing networks) – služe za objavljivanje sadržaja online: WordPress, Tumblr, Blogger, Medium, LiveJournal itd.
7. Mreže utemeljene na interesima (Interest-based networks) – služe za dijeljenje interesa i hobija: Goodreads, Houzz, Last.fm itd.
8. Mreže za društveno kupovinu (Social shopping networks) – služe za online kupovanje: Polyvore, Etsy, Fancy, OLX itd.
9. Mreže za ekonomiju dijeljenja (Sharing economy networks) – služe za trgovinu dobrima i servisima.
10. Anonimne društvene (socijalne) mreže (Anonymous social networks) – služe za anonimno

<sup>3</sup> Vidi detaljnije o definiciji društvenih mreža: Milardović, Anđelko (2010), 108-109; Karabašić, Sanela (2017), 10; Vasić, Milica (2010), 5.

<sup>4</sup> Vidi detaljnije o historijatu društvenih mreža: Van Dijck, Jose (2013), *The Culture*

*of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press; Edosomwan, Simeon, i sur. (2011), "The History of Social Media and its Impact on Business", *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, sv. 16,

br. 3, 79-91. Također, vidi na Wikipediji izvanredan hronološki prikaz historijata razvoja društvenih mreža sa referencama: *Timeline of social media*, en.wikipedia.org/wiki/Timeline\_of\_social\_media, 11.8.2018., 15:46.

komuniciranje: Whisper, Ask.fm, After School itd.<sup>5</sup>

No, i ova klasifikacija nije sveobuhvatna, jer joj nedostaju dvije vrste društvenih mreža:

11. Instant glasnici (mesindžeri) (Instant messengers) – služe za razmjenu trenutnih (instant) poruka: WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat, Skype, Viber, Telegram itd.
12. Mreže za dijeljenje znanja (Knowledge sharing networks) – služe za dijeljenje knjiga, članaka i drugih bibliografskih sadržaja: academia.edu i dr.
  - Wikiji (Wikis)<sup>6</sup> – podvrsta mreža za dijeljenje znanja: Wikipedia, Wikia itd.<sup>7</sup>

### Dosadašnje muslimansko i islamsko proučavanje fenomena društvenih mreža

Očekivano, fenomen društvenih mreža se najviše proučava na Zapadu,

gdje su one kao i većina danas popularnih mreža i nastale. Tako da ne treba da čudi da već imamo pozamašnu literaturu sa Zapada na temu društvenih mreža: knjige, članke, diplomske, magistarske i doktorske radove i sl.<sup>8</sup> Štaviše, zapadnjački intelektualci su se studiozno bavili čak i proponen-tima i oponentima Islamske države Iraka i Šama (IDIŠ) na društvenim mrežama.<sup>9</sup>

S druge strane, društvene mreže nisu zadobile dovoljnu i ozbiljnu pažnju u muslimanskim krugovima, kako onim laičkim<sup>10</sup>, tako i onim ulemanskim.

Nažalost, na bosanskom jeziku nije mnogo pisano o islamskom pogledu naspram društvenih mreža. U većini slučajeva se tu radi o kratkim internet člancima – svega 10-ak tekstova. Pretežno su to tekstovi puritanske provenijencije koji nude alternativna tumačenja islama.<sup>11</sup> Zanimljivo da se puritanski tekstovi uglavnom bave: pitanjem da li je muslimanu dozvoljeno koristiti

društvene mreže; ograničavanjem korištenja društvenih mreža za žene, odnosno posebnim pravilima kako ih žene smiju koristiti; kritikama na račun muslimanskih korisnika i sl. S druge strane, članci koji podržavaju tradicionalno institucionalno tumačenje islama na našim prostorima, a kojih brojčano ima dva puta manje od puritanskih, tretiraju raznovrsnije teme: fenomen alternativnih društvenih mreža za muslimane, narušavanje porodične intimnosti i privatnog života na mrežama, etička pravila na društvenim mrežama, savjeti kako koristiti mreže u pozitivne svrhe, sigurnost djece na društvenim mrežama i sl.

Iako se društvene mreže aktivno koriste na našim prostorima desetak godina, razočaravajuće je da imamo svega nekoliko pitanja upućenih fetva-eminu iz ove oblasti. Tačnije, radi se o odgovorima (fetvama) na sljedeća pitanja: fotografije muškarca bez majice, objavljivanje slika na društvenim mrežama i nagradne igre

<sup>5</sup> Za detaljnije o ovoj podjeli društvenih mreža vidi: Foreman, Curtis, *10 Types of Social Media and How Each Can Benefit Your Business*, blog.hootsuite.com/types-of-social-media, 11.8.2018., 18:12.

<sup>6</sup> Viki je kolaborativna platforma gdje korisnici pišu, proširuju i popravljaju članke kako bi ispunili stranice informacijama. Inače, ne postoji jedinstveno mišljenje da li su vikiji društvene mreže.

<sup>7</sup> Za detaljnije o podjeli koja otprilike uključuje i ove dodatne vrste vidi: Takaoka, Katy, *10 Types of Social Media Platform – Updated for 2017*, www.hirekaty.com/10-social-media-platforms, 11.8.2018., 18:22.

<sup>8</sup> Pošto nam nije primarna tema proučavanje fenomena društvenih mreža na Zapadu, zadovoljit ćemo se zapadnjačkom literaturom koju smo već spominjali u prethodnim bilješkama.

<sup>9</sup> Vidi arapsku i englesku verziju te studije: Bodine-Baron, E., Helmus, T. C., Magnuson, M., Winkelman, Z. (2016). *Examining ISIS Support and Opposition Networks on Twitter*. Santa Monica, California: RAND Corporation; Id., *Dirase eš-šebek ad-daime ve el-muarida li Ed-Devle el-islamijje fi El-Irak ve Suriya abre Twiter*. Santa Monica, California: RAND Corporation.

<sup>10</sup> Vidi kao primjer muslimanskog

proučavanja fenomena društvenih mreža: Nawafleh, Sahem, i sur. (2012), "Facebook Impact on Users Social Life", *Journal of American Science*, sv. 8, br. 12, 333-339; Tal'at, Efnan (2015). *Istihdamat eš-šebab li eš-šebekat el-idžtimaijje ve teš'ir alakatihim fi tebadul el-hiberat el-mudžtemijje*, magistarski rad, odbranjen na: Kairski univerzitet, Fakultet za medije, Odsjek za žurnalistiku, Kairo, neobjavljen; Merjem, G. i Nuru-l-Huda, Š. (2014). *Teš'ir mevaki' et-tevasul el-idžtimaijje ala temnije el-va'j es-sijasiji leda et-talebe el-džamiin*, magistarski rad, odbranjen na: Univerzitet Kasdi Merbah, Fakultet humanističkih i društvenih nauka, Odsjek za humanističke nauke, Ouargla, neobjavljen; El-Medeni, Usame Gazi (2015), "Devr šebekat et-tevasul el-idžtimaijje fi teškil er-re'j el-amm leda et-talebe el-džamiat es-suudijje (Džamia Umm el-Kura nemuzedžen)", *Journal of Arts & Social Sciences (JASS)*, sv. 3, br. 2, 395-425.

<sup>11</sup> Vidi članke puritanske provenijencije: Pezić, Elvedin, *Društvene mreže na vagi islama*, minber.ba/drustvene-mreze-na-vagi-islama, 13.8.2018., 17:49; Id., *Savjet korisnicima facebooka*, minber.ba/savjeti-korisnicima-facebook, 13.8.2018., 18:03; Id., *Šta predstavlja tvoja slika na profilu?*, www.facebook.com/

pezicelvedin/posts/%C5%A1ta-predstavlja-tvoja-slika-na-profilu-ve%C4%87-nekoliko-mjeseci-koristim-facebookmo/1565471730435896, 13.8.2018., 17:58; El-Munedžždžid, Šejh Muhammed Salih, *Šerijatski stav o pridruživanju facebook-u*, prijevod sa arapskog: Meran M., minber.ba/erijatski-stav-o-pridruivanju-facebook-u, 13.8.2018., 18:01; Usman, Omar, *Kako spriječiti da nam društvene mreže kontrolišu život?*, prevod i prilagodba: divithana.com, www.islam-live.net/kako-spriječiti-da-nam-drustvene-mreze-kontrolisu-zivot, 13.8.2018., 17:48; El-Munedžždžid, Šejh Muhammed Salih, *Propis postavljanja slika djevojaka na Fejsbuk*, www.pozivistine.com/propis-postavljanja-slika-djevojaka-na-fejsbuk, 13.8.2018., 17:42. Vidi članke koji nisu puritanske prirode: Idrees, Aida, *Predstavljamo alternativne društvene mreže za muslimane*, prijevod s engleskog: Enijad Osmančević, akos.ba/predstavljamo-alternativne-drustvene-mreze-za-muslimane, 13.8.2018., 18:10; Memić, Edin, *Etika i estetika: Neprimjereni pozivi u brak*, www.preporod.com/index.php/misljenja/item/3780-etika-i-estetika-neprimjereni-pozivi-u-brak, 13.8.2018., 18:46; *Mabremijet i društvene mreže*, www.menzil.ba/index.php/bs/component/k2/mahremijet-i-drustvene-mreze, 13.8.2018., 18:47.



na društvenim mrežama.<sup>12</sup> Međutim, dotična nezainteresovanost našeg običnog muslimana da postavi pitanje fetva-eminu vezano za postupke na društvenim mrežama, gore spomenuti nesrazmjeran odnos između puritanskih i nepuritanskih internet tekstova o ovim mrežama, kao i veća zastupljenost alternativnih tumačenja islama na njima i općenito na internetu od onog tradicionalnog,<sup>13</sup> ukazuju na to da se Islamska zajednica mora više posvetiti virtuelnom djelovanju na socijalnim mrežama. Kritike dosadašnjeg djelovanja i prijedloge kako ga poboljšati izložilo je nekoliko naših alima u svojim internet tekstovima i stručnim člancima.<sup>14</sup>

Ni na engleskom jeziku nema mnogo islamske literature koja govori o društvenim mrežama.<sup>15</sup>

Glede islamskog proučavanja fenomena društvenih mreža, najozbiljnija i najobimnija je građa na arapskom jeziku. Pored većeg broja internet članaka (odgovora, fetvi, savjeta, prikaza i sl.), postoji određeni broj stručnih radova. Najvažniji su:

- magistarski rad *Društvena komunikacija*, autor Madžid Redžeb, tačnije ova disertacija se u svega nekoliko stranica osvrće na društvene mreže kao jednom od vidova moderne društvene komunikacije;<sup>16</sup>

- magistarski rad *Mediji društvene komunikacije i njihov uticaj na porodicu (fihbska studija)*, autor Dua' Omer;<sup>17</sup>
- studija *Uloga mreža za društvenu komunikaciju u ihtisabu (službi moralne policije)*, koju je pripremio Centar Muhtesib za savjetovanje (*Merkez El-Muhtesib li el-istišarat*);<sup>18</sup>
- studija *Propis korištenja društvenih mreža za širenje ekstremističke ideologije (primjer twitera)*, autor Muhammed ibn Abdulaziz.<sup>19</sup>

### Propis korištenja društvenih mreža

Društvene mreže je mubah (dozvoljeno) koristiti, ako se njihov korisnik pridržava pravila edeba (islamskog bontona). Dakle, društvene mreže općenito spadaju u mubah djela. To ćemo potkrijepiti sljedećim dokazima:

- Mubah je djelo koje nije ni naređeno ni zabranjeno, tj. djelo za koje Šerijat ne propisuje ni naredbu ni zabranu, a koje sadrži više koristi nego štete, poput jedenja, čitanja, spavanja, korištenja interneta, gledanja televizije. Suštinu mubaha pojašnjava Uzvišeni, kada kaže: *Pitaju te što im se dozvoljava. Reci: "Dozvoljavaju vam*

*se lijepo stvari/djela...* (El-Maide, 4) Ako pogledamo prirodu društvenih mreža, vidjet ćemo da i one spadaju upravo u kategoriju mubaha.

- Društvene mreže su dio interneta, najuticajnijeg elektronskog medija koji je mubah. Inače, u mubah elektronske medije spadaju i: televizija, radio, telefon itd.
- Društvene mreže imaju veliki potencijal za promovisanje islamskih i drugih pozitivnih vrijednosti.
- Društvene mreže uveliko olakšavaju komunikaciju između ljudi, poglavito razmjenjivanje znanja i informacija, održavanje rodbinskih i prijateljskih veza i sl.
- Upotreba društvenih mreža se toliko raširila da su one postale umumu-l-belva (općeraširena pojava, općepoznata pojava).

### Fikh društvenih mreža

Mukellef (šerijatski obveznik) je osoba koja je obavezna da postupa u skladu sa šerijatskim zakonima. Uslovi da bi neka osoba bila mukellef su: islam, razum i punoljetstvo. Dakle, mjesto i način djelovanja nisu uslovi da bi osoba po Šerijatu bila odgovorna za svoje postupke. Tako su islamski

<sup>12</sup> *Fotografije muškarca bez majice*, www.islamskazajednica.ba/ostalo/15919-fotografije-muskarca-bez-majice, 27.8.2018., 11:23; *Objavljivanje slika na društvenim mrežama*, www.islamskazajednica.ba/ostalo/23513-objavlivanje-slika-na-drustvenim-mrezama, 13.8.2018., 18:44; *Nagradne igre na društvenim mrežama*, www.islamskazajednica.ba/igre-na-srecu/23584-nagradne-igre-na-drustvenim-mrezama, 27.8.2018., 11:27.

<sup>13</sup> Vidi o većoj zastupljenosti alternativnih tumačenja islama na internetu od tradicionalnog: Karčić, H. i Subašić, E. (2018), Vaninstitucionalna tumačenja islama u Bosni i Hercegovini: djelovanje NVO i medija. U: *Islamska tradicija Bošnjaka na razmeđu stoljeća: izazovi novih tumačenja islama*. Sarajevo: Institut za islamsku tradiciju Bošnjaka, 145-166.

<sup>14</sup> Vidi npr.: Subašić, Elvedin (2015),

"Angažman Islamske zajednice na internetu shodno tekstu Ustava Islamske zajednice", Glasnik Rijaseta IZ u BiH, sv. 77, br. 11-12, 1133-1146; Id., "Pregled portala medžlisa i muftijstava i njihovih nedostaci", Glasnik Rijaseta IZ u BiH, sv. 79, br. 9-10, 939-948.; Id., *IZ i društvene mreže: Bez mihraba u virtualnim džematima*, www.preporod.com/index.php/misljenja/item/9622-iz-i-drustvene-mreze-bez-mihraba-u-virtualnim-dzematima, 27.8.2018., 12:34; Velić, Muhamed, *Zašto nas nema na INTERNETU i ko može tumačiti VJERU*, www.islamskazajednica.ba/vijesti/aktuelno/21605-zasto-nas-nema-na-internetu-i-ko-moze-tumaciti-vjeru, 27.8.2018., 12:36.

<sup>15</sup> Vidi kao primjer islamskog proučavanja fenomena društvenih mreža na eng. jeziku: Ibahrine, Mohammed (2014). *Islam and social media*. U: K. Harvey,

*ed. Encyclopedia of social media and politics*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, sv. 9, 737-741.

<sup>16</sup> Redžeb, Madžid (2011). *Et-Tevasul el-idžtimaijj*, magistarski rad, odbranjen na: Islamski univerzitet, Teološki fakultet, Odsjek za tefsir i kur'anske nauke, Gazza, 28, 94, 117-120, 237, neobjavljen.

<sup>17</sup> Omer, Dua' (2016). *Vesai et-tevasul el-idžtimaijj ve eseruha ala el-usre (dirase fikhiyye)*, magistarski rad, odbranjen na: En-Nedžah nacionalni univerzitet, Fakultet postdiplomskih studija, Nablus, neobjavljen.

<sup>18</sup> Grupa autora (2017). *Devr mevaki' et-tevasul el-idžtimaijj fi el-ibtisab*. Rijad: Merkez El-Muhtesib li el-istišarat.

<sup>19</sup> Ibn Abdulaziz, Muhammed (2015). *Hukm istihdam eš-šebekat el-idžtimaijje fi nešr el-fikr el-mutettarif (twitter enmuzedžen)*. Rijad: Islamski univerzitet Imam Muhammed ibn Saud.

pravnicima kroz historiju uvažavali pravne posljedice indirektnih postupaka (pismenih i zastupničkih), kao što su priznavali posljedice direktnih (fizičkih i verbalnih). Postupci na društvenim mrežama također spadaju u indirektnu postupku. Stoga musliman snosi punu pravnu odgovornost i za njih, bez obzira radilo se tu o muamelatu (kupoprodaja (bej’), najam (idžaret), prisila (ikrah), parnica (dava), priznanje (ikrar), svjedočenje (šehadet), zastupništvo (vekalet), prijenos duga (havalet), poslovno udruživanje (šerika), pasivno partnerstvo (mudareba), dar (hibet), posuđena imovina (arijet) itd.), munakehatu (brak (nikah), razvod braka (talak), opoziv razvoda braka (redž’a) itd.), ukubatu (potvora za blud, krađa itd.), sijeru (vjeroispadništvo (riddet) itd.).<sup>20</sup>

Na osnovu prethodno spomenutog, možemo zaključiti koje radnje na društvenim mrežama su u skladu sa Šerijatom, a koje nisu. Stoga ćemo u nastavku klasificirati određeni broj radnji, ali bez detaljnijeg osvrtu, jer bi to zahtijevalo posebnu/e studiju/e. Nedozvoljene radnje: bespravno upadanje na tuđi profil, bespravno upadanje na šifriran bežični internet (wi-fi), krađa identiteta i osobnih podataka, varanje, kršenje autorskih prava, plagiranje i krađa tuđih autorskih djela, lažiranje vijesti i informacija, kupoprodaja zabranjenih stvari, internet klađenje, podsticanje na grijehenje, korištenje i proizvodnja nemoralnog sadržaja (muzike, slika, videa, knjiga, tekstova i sl.), virtuelni napad na pojedince ili grupe putem hakovanja, slika, videa, četa i sl., praktikovanje sihra, horoskopa, tarota i drugih oblika sujevjerja i praznovjerja i korištenje njihovih usluga, tekfir muslimana, zloupotreba institucije fetve, širenje akaidskih sumnji itd.

Dozvoljene radnje: kupoprodaja lajkova, stranica, grupa i sl. u svrhu marketinga; skidanje i dijeljenje sadržaja sa društvene mreže (knjiga, članaka, slika, videa, tekstova i sl.) za koje postoji opća dozvola u skladu sa uslovima korištenja same mreže ili posebna dozvola autora; slanje zahtjeva za prijateljstvo osobama suprotnog spola koje nisu mahrem sa ciljem praćenja korisnog sadržaja i stručnih konsultacija (vjerskih, poslovnih, naučnih i sl.) itd.

### Pravila edeba na društvenim mrežama

Već smo ranije spomenuli da je društvene mreže dozvoljeno koristiti, ako se njihov korisnik pridržava pravila islamskog bontona. U nastavku ćemo spomenuti nekoliko najvažnijih pravila.<sup>21</sup>

1. **Prvenstveno imati iskrenu namjeru (nijet) koristiti društvene mreže u pozitivne svrhe.** Nijet je uslov za ispravnost dobrog djela, tačnije preduslov svakog hairli posla. Dakle, bez iskrene namjere, djelovanje na društvenim mrežama ne može biti vrednovano kao pozitivno i korisno. Tako stoji u poznatom hadisu: *Doista se djela vrednuju prema namjerama i zaista svakom čovjeku pripada ono što je naumio.*<sup>22</sup>
2. **Prilikom boravka na društvenim mrežama držati se načela bogobožnosti (takvaluka) i imati svijest da Uzvišeni Allah sve zna i da Mu ništa skriveno nije.** Osoba koja se boji Boga Uzvišenog, poštuje pravila koja je postavio Šerijat (Božiji vjerzakon). Kaže Uzvišeni u Kur’anu: *Doista je*

*najplemenitiji kod Allaha onaj koji Ga se najviše boji.* (El-Hudžurat, 13)<sup>23</sup> Musliman koji je svjestan činjenice da je Allah, dž.š., Sveznajući koji je Svojim znanjem uz njega u svakoj situaciji, teže će na društvenim mrežama, kada se osami i izdvoji od ljudi, činiti grijeh i koristiti ih u negativne svrhe. O tome Uzvišeni kaže: *Mi stvaramo čovjeka i znamo šta mu sve duša njegova hajje, jer Mi smo njemu bliži od vratne žile kucavice.* (Kaf, 16)

3. **Ne sumnjčiti druge bez jasnog dokaza.** Jedno od osnovnih životnih pravila, pa i fikhskih pravila glasi: Čovjek je nevin sve dok se ne dokaže suprotno, tj. sve dok se ne dokaže krivica. Krivica u fikhu se može ustanoviti jedino jasnim dokazom. Dakle, krivica se ne može ustanoviti sumnjom, jer je sumnja mišljenje koje nije zasnovano na konačnom, 100% sigurnom dokazu. Internet, naročito društvene mreže su mjesto ogromnog djelimično kontrolisanog protoka informacija. Među tim informacijama je dosta toga nedorečenog, nesigurnog, tj. sumnjivog. Takve nepotpune informacije se nazivaju poluinformacijama. Razne interesne grupe plasiraju poluinformacije, kako bi prouzrokovali sumnju i tako intelektualno terorizali svoje neistomišljenike. Stoga, vjernik se treba kloniti sumnjičnja drugih ljudi na društvenim mrežama, jer time osigurava da nesvjesno ne postane dio virtuelnih mreža koje šire intelektualni terorizam. Allah, dž.š.,

<sup>20</sup> Vidi o gorespomentim radnjama iz muamelata, munakehata, ukubata i sijera: El-Mevsili, Ibn Mevdud, (2017). *El-Muhtar li-l-fetva (hanefijski fikh)*. I dio. Uvod, prijevod i komentar: Jusuf Džafić. Tešanj: Planjax. Behram-begova medresa u Tuzli, 198-227, 237-249, 290-347, 358-360, 370-380-388, 417--430; El-Mevsili,

Ibn Mevdud (2009). *El-Ihtijar li ta’lil El-Muhtar*. Damask: Dar Er-Risale el-alemijje, sv. 2, 5-100, 121-150, 259-268-399, 417-420, 437-470, 533-559, sv. 3, 33-125, 137-205, 495-502, 519-554, sv. 4, 87-99.

<sup>21</sup> Vidi o pravilima edeba na društvenim mrežama i u: Dua’ Omer (2016), 46-48.

<sup>22</sup> Hadis bilježe u ovoj verziji, između ostalih: El-Buhari, *Es-Sabih*, br. 1; Ebu Davud, *Es-Sunen*, br. 2201; Et-Tahavi, *Šerh meani el-asar*, br. 4650; El-Bejheki, *Es-Sunen el-kubra*, br. 1422.

<sup>23</sup> U prijevodu ovog ajeta, kao i većini drugih, koristit ćemo se prijevodom Kur’ana Besima Korkuta.

kaže o sumnjičenju: *O vjernici, klonite se mnogih sumnjičenja, nekā sumnjičenja su, zaista, grijeh.* (El-Hudžurat, 12)

4. **Ne špijunirati druge i ne istraživati njihove mahane.** Pravila koja važe u stvarnom životu da je pokuđeno špijunirati druge ljude i istraživati njihove mahane važe i u virtuelnom svijetu. Štaviše, na ova pravila bontona trebamo više obratiti pažnju u virtuelnom svijetu, budući da brzina komunikacije na društvenim mrežama omogućava lahak pristup tuđim osobnim podacima i privatnim stvarima, te samim time veće mogućnosti za njihovu zloupotrebu. Uzvišeni Allah je kazao o špijuniranju: *I ne špijunirajte jedni druge.* (El-Hudžurat, 12) Muhammed, a.s., je kazao o istraživanju mahana drugih: *O vi koji ste povjerovali jezikom, a iman (vjerovanje) vam nije ušao u srce, nemojte ogovarati muslimane, niti istraživati njihove mahane! Naime, ko bude istraživao njihove mahane, Allah će istražiti njegovu. Kome Allah bude istraživao mahanu (to znači), osramotit će ga u njegovoj kući.*<sup>24</sup>
5. **Ne ogovarati i ne prenositi tuđe riječi.** Ogovaranje (gibet) podrazumijeva prepričavati pojedinosti iz tuđih života (tu spada i prenositi tuđe riječi) i baviti se tuđim problemima sa trećim osobama. Na društvenim mrežama, trača se kao i u stvarnom životu, možda i više. Tako se ogovara na zidovima

profila, na stranicama, po grupama, na chatovima i sl. Ogovaraju se ljudi iz okruženja, ali i poznate javne ličnosti. Ogovaranjem se nanosi šteta osobi koja je predmet trača, a baca se i dragocjeno vrijeme. Allah, dž.š., upozorava na opasnost ogovaranja, kada kaže: *I ne ogovarajte jedni druge! Zar bi nekome od vas bilo drago da jede meso umrloga brata svoga – a vama je to odvratno – zato se bojte Allaha.* (El-Hudžurat, 12)

6. **Ne zavijediti drugima na uspjehu.** Zavist je teško podnošenje tuđeg uspjeha. Ljudi na zidovima profila obavještavaju o svojim životnim uspjesima svoje virtuelne prijatelje. Musliman ne treba dovesti sebe u situaciju da zavidi nekom čovjeku na uspjehu kojeg je ovaj podijelio na svome profilu. S tim u vezi Vjerovjesnik, a.s., kaže: *Nemojte jedni drugima zavijediti.*<sup>25</sup>
7. **Ne ulaziti u bespotrebne rasprave.** Na društvenim mrežama treba izbjegavati sve rasprave koje ne iznjedre zajedničko rješenje i valjane zaključke, bez obzira bile one vjerske, političke, kulturne, društvene, ekonomske. Takve rasprave su bespotrebne i neplodne. Na njih je upozorio i Poslanik, a.s.: *Nemoj se svađati sa svojim bratom.*<sup>26</sup>
8. **Ne koristiti psovke, kletve i ružne riječi.** Moralna osoba pazi na svoj rječnik u svakoj situaciji, pa i na društvenim mrežama. Upotreba psovki, kletvi

i ružnih riječi je veliki grijeh, kako stoji u Vjerovjesnikovom hadisu: *Psovanje muslimana je veliki grijeh (fisk/fusuk).*<sup>27</sup>

9. **Kloniti se nemoralnog sadržaja.** Budući da je savremeno ljudsko društvo pretežno materijalno društvo, u kojem dominiraju strasti i prohtjevi, ne treba da čudi da su internet i društvene mreže preplavljene nemoralnim sadržajem. Štaviše, upravo je razvoj interneta, potpomogao razvoj pornografske industrije. Biznis oko nemoralnog sadržaja je toliko unosan da je Forbes izjavio da pornografska industrija u 2018. godini vjerovatno vrijedi više od 100 milijardi dolara.<sup>28</sup> Uzevši sve u obzir, musliman ne treba posjećivati grupe, stranice i profile koji postavljaju ili dijele nemoralni sadržaj. Također, ne treba dodavati u svoje prijatelje osobe koje su na bilo koji način upletene u širenje nemoralnog sadržaja. Za ovo nalazimo dokaz u Kur'anu, gdje je navedena zabrana ne samo bluda i razvrata, već i svega onoga što vodi ka tome: *I što dalje od bluda, jer to je razvrat, kako je to ružan put!* (El-Isra', 32)
10. **Ne lagati, posebno ne predstavljati se lažno.** Laž je strogo zabranjena u islamu, jer je sušta suprotnost istini. Muhammed, a.s., je u dosta svojih hadisa naglasio nespojivost islama i laži. Tako je kazao, između ostalog: *Tri su znaka (ajeta) munafika (licemjera): Kada govori laže...*<sup>29</sup>

<sup>24</sup> Hadis bilježe u ovoj verziji, između ostalih: Ebu Davud, *Es-Sunen*, br. 4880; Ahmed, *El-Musned*, br. 19776, 19801.

<sup>25</sup> Radi se o dijelu dužeg hadise kojeg bilježe, između ostalih: Malik, *El-Muwetta'*, br. 14-15; Ahmed, *El-Musned*, br. 5, 17, 34, 7875, 8118, 8722, 9120, 10001, 10078, 10219, 10374, 10516, 10649, 10701, 10949, 12073, 13053, 13179, 13354, 13935, 14016; El-Buhari, *Es-Sahih*, br. 6064-6066, 6076; Muslim, *Es-Sahih*, 6690, 6694, 6701, 6704; Ibn

Madže, *Es-Sunen*, br. 3849; Ebu Davud, *Es-Sunen*, br. 4910; Et-Tirmizi, *Es-Sunen*, br. 1935.

<sup>26</sup> Hadis bilježe, između ostalih: Et-Tirmizi, *Es-Sunen*, br. 1995; El-Buhari, *El-Edeb el-mufred*, br. 394.

<sup>27</sup> Hadis bilježe, između ostalih: Ahmed, *El-Musned*, br. 3647, 3903, 4126, 4345; El-Buhari, *Es-Sahih*, br. 48, 6044, 7076; Muslim, *Es-Sahih*, br. 230; Ibn Madže, *Es-Sunen*, br. 69, 3939-3941; Et-Tirmizi, *Es-Sunen*, br. 1983, 2635;

En-Nesai, *Es-Sunen*, br. 4105-4112.

<sup>28</sup> *The Adult Industry in Numbers*, medium.com/@BunnyToken/the-adult-industry-in-numbers-82a7685be7bf, 15.8.2018., 20:07.

<sup>29</sup> Hadis bilježe, između ostalih: Ahmed, *El-Musned*, br. 6768, 6864, 8685, 9158, 10925; El-Buhari, *Es-Sahih*, br. 33, 2459, 2682, 2749, 3178, 6095; Muslim, *Es-Sahih*, 219-221; Ebu Davud, *Es-Sunen*, br. 4688; Et-Tirmizi, *Es-Sunen*, br. 2631, br. 2632; En-Nesai, *Es-Sunen*, br. 5020, 5021, 5023.



Jedan od najraširenijih vidova laži na društvenim mrežama je lažno predstavljanje preko lažnih profila. Npr., na samom Facebooku se nalazi oko 4% lažnih profila, što je najmanje 88 miliona.<sup>30</sup> Ljudi prave lažne profile iz raznih pobuda: anonimnog chata, igranja online igrice, bježanja od odgovornosti, reklamiranja, propagande, špijuniranja, varanja itd. No, koji god razlog bio posrijedi, lažno predstavljanje na društvenim mrežama je čin prevare kojim posjednik lažnog profila vara druge korisnike sa stvarnim profilima. O prevari Muhammed, a.s., je kazao: *Ko nas vara nije od nas.*<sup>31</sup>

11. **Provjeravati informacije.** Sva-ku informaciju do koje dođemo na društvenim mrežama, a u čiju vjerodostojnost nismo potpuno sigurni, treba dobro provjeriti, bez obzira saznali tu informaciju preko poštene ili preko nepoštene osobe. Glede nepoštene osobe, to je očigledno, osobito jer Allah, dž.š., kaže: *O vjernici, ako vam nekakav nepošten čovjek donese kakvu vijest, dobro je provjerite, da u neznanju nekome zlo ne učinite, pa da se zbog onoga što ste učinili pokajete.* (El-Hudžurat, 6) Razlog zbog čega treba provjeriti informaciju koju smo dobili od poštene osobe jeste činjenica da su danas lažne informacije preplavile virtuelni svijet, tako da se često dešava da ih poštene osobe nesvjesno i iz neznanja prenose.
12. **Ne postavljati detalje iz privatnog života.** Neki ljudi iznose na društvene mreže sve

detalje iz svojih života, pa čak i one vezane za svoju intimu: kada su izašli iz kuće, kada su ušli u kuću, šta su doručkovali, šta su ručali, šta su večerali, šta rade svakog časa, šta misle svakog časa itd. Musliman treba paziti da pojedinosti iz njegovog intimnog života ne napuste "četiri zida" njegove kuće. O tome Vjerovjesnik, a.s., kaže: *Širenje detalja iz intimnog života je haram (zabranjeno).*<sup>32</sup>

13. **Umjereno provoditi vrijeme na društvenim mrežama.** Korištenje društvenih mreža spada u mubahe, kako smo već spomenuli, kao i slušanje radija, spavanje, jedenje i sl. No, ako osoba pretjera sa nekim mubahom, u ovom slučaju pretjerano provodi vrijeme na društvenim mrežama, tako da zapostavi farzove i vadžibe (pet dnevnih namaza, dužnosti prema porodici, roditeljima i sl.), čini haram (zabranjeno). Naime, pretjerivanje (israf) je u islamu zabranjeno, kako i stoji u Kur'an-Kerimu: *I ne pretjerujte, On doista ne voli one koji pretjeruju.* (El-Araf, 31, El-En'am, 141) Dakle, musliman se treba truditi da sve mubahe, pa i društvene mreže, koristi/čini umjereno, jer će na Sudnjem danu biti pitan za svaki trenutak proživljen na ovom svijetu. Tako Muhammed, a.s., poručuje: *Iskoristi petero prije petero: Svoju mladost prije starosti, svoje zdravlje prije bolesti, svoje bogatstvo prije siromaštva, svoje slobodno vrijeme prije zauzetosti i svoj život prije smrti.*<sup>33</sup>

## Savjeti kako koristiti društvene mreže u pozitivne svrhe

1. Postavljati i dijeliti islamske i druge pozitivne sadržaje (predavanja, tekstove, zanimljivosti, vijesti, najave događaja, citate, savjete, preporuke i sl.) na svome profilu;
2. Napraviti ili se uključiti u rad već postojećih grupa i stranica koje promovišu islamske i druge pozitivne vrijednosti;
3. Savjetovati svoje pasivne virtuelne prijatelje da se uključe u postavljanje i dijeljenje pozitivnih sadržaja;
4. Predložiti svojim poznanicima koji nisu na društvenim mrežama da se prijave na njih, kako bi dali svoj doprinos u promidžbi islama i dobra u virtuelnom svijetu;
5. Biti u kontaktu sa virtuelnim prijateljima, naročito glede aktuelnih pozitivnih akcija koje zahtijevaju sinhronizovano i zajedničko djelovanje putem postavljanja (postovanja), dijeljenja (šerovanja), lajkovanja, komentaranja i sl.;
6. Truditi se da objavljeni sadržaji budu raznovrsni, kvalitetni i zanimljivi;
7. Iskoristiti svoje profesionalne sposobnosti za korisno djelovanje na društvenim mrežama, posebno u svome polju;
8. Boriti se protiv negativnih pojava na društvenim mrežama u skladu sa islamskim bontonom.<sup>34</sup>

## Zaključak

U ovom našem radu potrudili smo se da damo islamski fikhski osvrt na jedan od najbrže rastućih fenomena u

<sup>30</sup> Hutchinson, Andrew, *Facebook Outlines the Number of Fake Accounts on Their Platform in New Report*, www.socialmediatoday.com/news/facebook-outlines-the-number-of-fake-accounts-on-their-platform-in-new-repo/523614, 18.8.2018., 16:44.

<sup>31</sup> Hadis u ovoj i sličnim verzijama bilježe,

između ostalih: Ahmed, *El-Musned*, br. 5113, 9396; Muslim, *Es-Sabih*, br. 294; Ibn Madže, *Es-Sunen*, br. 2225, br. 23147.

<sup>32</sup> Hadis bilježe, između ostalih: Ahmed, *El-Musned*, br. 11235; El-Bejheki, *Es-Sunen el-kubra*, br. 14099.

<sup>33</sup> Hadis bilježe, između ostalih: En-Nesai,

*Es-Sunen el-kubra*, br. 11832; Ibn Ebu Šejbe, *El-Musannef*, br. 34319; El-Hakim, *El-Mustedrek*, br. 7846.

<sup>34</sup> Vidi o savjetima i u: Grupa autora (2017), 85-89. Također, vidi općenite savjete u: Farbrut, Audun (2017), *Društvene mreže za istraživače, PR konsultante i eksperte*. Beograd: Kovačnica priča.

svijetu – fenomen društvenih mreža. Naime, islam ima za cilj da odgovori na sva pitanja koja tište čovjeka tokom ovozemaljskog života, pa tako i na pitanje korištenja i upotrebe društvenih mreža.

Nakon što smo na početku rada definisali šta su to društvene mreže, predstavili historijski tok njihovog razvoja od 1973. godine do danas, te podijelili poznate mreže na osnovu svrhe korištenja u 10, odnosno 12 vrsta, osvrnuli smo se na dosadašnje proučavanje fenomena društvenih mreža među muslimanima. Za razliku od Zapada, gdje se proučavanju ovog fenomena pristupa studiozno i profesionalno, među muslimanima se njemu još ne posvjećuje dovoljna pažnja, pa čak ni u ulemanskim

krugovima. Na našem jeziku nema ozbiljnijih islamskih radova na ovu temu, jedino desetak kratkih internet članaka, te nekoliko pravnih odgovara (fetvi). Na engleskom jeziku je stanje malo bolje, pošto postoji nekoliko stručnih islamskih članaka o društvenim mrežama. Možemo reći da je najbolja situacija na arapskom jeziku, gdje imamo već nekoliko ozbiljnih islamskih naučnih studija i radova koji se tiču ove teme.

Poslije smo donijeli općenit opis korištenja društvenih mreža. Tako smo kazali da je društvene mreže mubah (dozvoljeno) koristiti, ako se njihov korisnik pridržava pravila edeba. Dakle, zaključili smo da spadaju u mubah djela, što smo potkrijepili i fikhskim dokazima. U

nastavku smo se bavili temom fikha društvenih mreža. Pošto postupci na društvenim mrežama spadaju u indirektnu postupku, slično pismenim i zastupničkim, musliman snosi punu pravnu odgovornost za njih. Na kraju dotične teme klasificirali smo određeni broj radnji na društvenim mrežama u šerijatske dozvoljene i nedozvoljene. Nakon toga spomenuli smo trinaest najvažnijih pravila edeba na društvenim mrežama i osam praktično korisnih savjeta kako koristiti društvene mreže u pozitivne svrhe.

Nadamo se da će ovaj rad podstaći detaljnije islamsko proučavanje društvenih mreža, posebno šerijatskoppravno ocjenjivanje postupaka njihovih korisnika.

## Literatura

### Knjige i članci

- Ibn Abdulaziz, Muhammed (2015). *Hukm istihdam eš-šebekat el-idžtimaijje fi nešr el-fikr el-mutettarif (twitter enmuzedžen)*. Rijad: Islamski univerzitet Imam Muhammed ibn Saud.
- Bodine-Baron, E., Helmus, T. C., Magnuson, M., Winkelman, Z. (2016). *Examining ISIS Support and Opposition Networks on Twitter*. Santa Monica, California: RAND Corporation.
- Bodine-Baron, E., Helmus, T. C., Magnuson, M., Winkelman, Z. (2016). *Dirase eš-šebekat ed-daime ve el-muarida li Ed-Devle el-islamijje fi El-Irak ve Surija abre Twitter*. Santa Monica, California: RAND Corporation.
- Christakis, N. A. – Fowler, J. H. (2010). *Povezani – Iznenađujuća moć društvenih mreža i kako one utječu na naše živote*. Zagreb: Algoritam.
- Van Dijck, Jose (2013), *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- Edosomwan, Simeon, i sur. (2011), "The History of Social Media and its Impact on Business", *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, sv. 16, br. 3, str. 79-91.
- Farbrut, Audun (2017), *Društvene mreže za istraživače, PR konsultante i eksperte*. Beograd: Kovačnica priča.
- Grbavac J. i Grbavac V. (2014), "Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena", *Media, Culture and Public Relations*, sv. 5, br. 2, str. 206-219.
- Grupa autora (2017). *Devr mevaki' et-tevasul el-idžtimaijij fi el-ibtisab*. Rijad: Merkez El-Muhtesib li el-istišarat.
- Ibahrine, Mohammed (2014). Islam and social media. U: K. Harvey, ed. *Encyclopedia of social media and politics*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, sv. 9, str. 737-741.
- Karčić, H. i Subašić, E. (2018), Vainstitucionalna tumačenja islama u Bosni i Hercegovini: djelovanje NVO i medija. U: *Islamska tradicija Bošnjaka na razmeđu stoljeća: izazovi novih tumačenja islama*. Sarajevo: Institut za islamsku tradiciju Bošnjaka, str. 145-166.
- Kirkpatrick, David (2012). *Facebook efekt – istinita priča o Marku Zuckerbergu i najbrže rastućoj kompaniji svijeta*. Zagreb: Lumen.
- El-Medeni, Usame Gazi (2015), "Devr šebekat et-tevasul el-idžtimaijij fi teškil er-re'j el-amm leda et-talebe el-džamiat es-suudijje (Džamia Umm el-Kura nemuzedžen)", *Journal of Arts & Social Sciences (JASS)*, sv. 3, str. 2, str. 395-425.
- Milardović, Anđelko (2010). *Globalno selo: sociologija informacijskog društva i cyber kulture*. Zagreb: Centar za politološka istraživanja.
- Nawafleh, Sahem, i sur. (2012), "Facebook Impact on Users Social Life", *Journal of American Science*, sv. 8, br. 12, str. 333-339.
- Schmidt, E. i Cohen, J. (2014). *Novo digitalno doba: nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i poslovati*. Zagreb: Profil knjiga.
- Subašić, Elvedin (2015), "Anagažman Islamske zajednice na internetu shodno tekstu Ustava Islamske zajednice", *Glasnik Rijaseta IZ u BiH*, sv. 77, br. 11-12, str. 1133-1146.
- Subašić, Elvedin (2017), "Pregled portala međžlisa i muftijstava i njihovi nedostaci", *Glasnik Rijaseta IZ u BiH*, sv. 79, br. 9-10, str. 939-948.

### Neobjavljeni radovi

- Čelebić, Ema (2015). *Utjecaj Interneta i digitalnih medija na proces komunikacije i ljudske odnose*, završni rad, odbranjen na: Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet, Preddiplomski studij informatologije, Osijek.
- Karabašić, Sanela (2017). *Utjecaj društvenih mreža na emocionalni život*



- pojedinaca*, diplomski rad, odbranjen na: Sveučilište Sjever, Sveučilišni centar Varaždin, Studij Odnosi s javnostima, Varaždin.
- Merjem, G. i Nuru-l-Huda, Š. (2014). *Tešir mevaki' et-tevasul el-idžtimaijj ala temnije el-va'j es-sijasijj leda et-talebe el-džamiin*, magistarski rad, odbranjen na: Univerzitet Kasdi Merbah, Fakultet humanističkih i društvenih nauka, Odsjek za humanističke nauke, Ouargla.
- Omer, Dua' (2016). *Vesai et-tevasul el-idžtimaijj ve eseruha ala el-usre (dirase fikhiyye)*, magistarski rad, odbranjen na: En-Nedžah nacionalni univerzitet, Fakultet postdipomskih studija, Nablus.
- Redžeb, Madžid (2011). *Et-Tevasul el-idžtimaijj*, magistarski rad, odbranjen na: Islamski univerzitet, Teološki fakultet, Odsjek za tefsir i kur'anske nauke, Gazza.
- Tal'at, Efnan (2015). *Istihdamat eš-šebab li eš-šebekat el-idžtimaijje ve tešir alakatihim fi tebadul el-hiberat el-mudžtemiyye*, magistarski rad, odbranjen na: Kairski univerzitet, Fakultet za medije, Odsjek za žurnalistiku, Kairo.
- Uzelac, Aleksandra (2003). *Utjecaj novih informacijskih tehnologija na kulturni razvoj: uloga virtualnih mreža*, doktorska disertacija, odbranjena na: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Zagreb.
- Vasić, Milica (2010). *Uticao društvenih mreža Interneta na društvo*, master rad, odbranjen na: Univerzitet u Beogradu, Filološki fakultet, Beograd.
- Internet*
- Foreman, Curtis, *10 Types of Social Media and How Each Can Benefit Your Business*, blog.hootsuite.com/types-of-social-media.
- Hutchinson, Andrew, *Facebook Outlines the Number of Fake Accounts on Their Platform in New Report*, www.socialmediatoday.com/news/facebook-outlines-the-number-of-fake-accounts-on-their-platform-in-new-repo/523614.
- Idrees, Aida, *Predstavljamo alternativne društvene mreže za muslimane*, prijevod s engleskog: Enijad Osmančević, akos.ba/predstavljamo-alternativne-drustvene-mreze-za-muslimane.
- Memić, Edin, *Etika i estetika: Neprijemljeni pozivi u brak*, www.preporod.com/index.php/misljenja/item/3780-etika-i-estetika-neprijemljeni-pozivi-u-brak.
- El-Munedždzid, Šejh Muhammed Salih, *Propis postavljanja slika djevojaka na Fejsbuk*, www.pozivistine.com/propis-postavljanja-slika-djevojaka-na-fejsbuk.
- El-Munedždzid, Šejh Muhammed Salih, *Šerijatski stav o pridruživanju facebook-u*, prijevod sa arapskog: Meran M., minber.ba/erijatski-stav-o-pridruivanju-facebook-u.
- Pezić, Elvedin, *Društvene mreže na vagi islama*, minber.ba/drustvene-mreze-na-vagi-islama.
- Pezić, Elvedin, *Savjet korisnicima facebooka*, minber.ba/savjeti-korisnicima-facebooka.
- Pezić, Elvedin, *Šta predstavlja tvoja slika na profilu?*, www.facebook.com/pezi-celvedin/posts/%C5%A1ta-predstavlja-tvoja-slika-na-profilu-ve%C4%87-nekoliko-mjeseci-koristim-facebook-mo/1565471730435896.
- Subašić, Elvedin, *IZ i društvene mreže: Bez mihraba u virtualnim džematima*, www.preporod.com/index.php/misljenja/item/9622-iz-i-drustvene-mreze-bez-mihraba-u-virtualnim-dzematima.
- Takaoka, Katy, *10 Types of Social Media Platform – Updated for 2017*, www.hirekaty.com/10-social-media-platforms.
- Usman, Omar, *Kako spriječiti da nam društvene mreže kontrolišu život?*, prevod i prilagodba: divithana.com, www.islam-live.net/kako-sprijeci-ti-da-nam-drustvene-mreze-kontrolišu-zivot.
- Velić, Muhamed, *Zašto nas nema na INTERNETU i ko može tumačiti VJERU*, www.islamskazajednica.ba/vijesti/aktuelno/21605-zastonas-nema-na-internetu-i-ko-moze-tumaciti-vjeru.
- Fotografije muškarca bez majice*, www.islamskazajednica.ba/ostalo/15919-fotografije-muskarca-bez-majice.
- Mahremijet i društvene mreže*, www.menzil.ba/index.php/bs/component/k2/mahremijet-i-drustvene-mreze.
- Nagradne igre na društvenim mrežama*, www.islamskazajednica.ba/igre-na-srecu/23584-nagradne-igre-na-drustvenim-mrezama.
- Objavljivanje slika na društvenim mrežama*, www.islamskazajednica.ba/ostalo/23513-objavljivanje-slika-na-drustvenim-mrezama.
- The Adult Industry in Numbers*, medium.com/@BunnyToken/the-adult-industry-in-numbers-82a7685be7bf.
- Timeline of social media*, en.wikipedia.org/wiki/Timeline\_of\_social\_media.

#### *Klasični izvori*

- Ahmed (2001). *El-Musned*. sv. 1-45. Bejrut: Muessese Er-Risale.
- El-Bejheki (2003). *Es-Sunen el-kubra*. sv. 1-10. Bejrut: Dar El-Kutub el-ilmijje.
- El-Buhari (1989). *El-Edeb el-mufred*. Bejrut: Dar El-Bešair el-islamijje.
- El-Buhari (2001). *Es-Sahih*. sv. 1-9. Bejrut: Dar Tavk en-nedžat.
- Ebu Davud (bez god. izdanja). *Es-Sunen*. sv. 1-4. Bejrut: El-Mektebe el-asrijje.
- El-Hakim (1990). *El-Mustedrek*. sv. 1-4. Bejrut: Dar El-Kutub el-ilmijje.
- Korkut, Besim (1991). *Kur'an sa prijevodom značenja na bosanski jezik*. Medina: Kompleks Hadimu-l-haremejni-š-Šerifejni-l-Melik Fahd za štampanje Mushafi Šerifa.
- Ibn Madže (bez god. izdanja). *Es-Sunen*. sv. 1-2. Bejrut: Dar Er-Risale el-alemijje.
- Malik (1985). *El-Muvetta'*. sv. 1-2. Bejrut: Dar Ihja' et-turas el-arebijj, Bejrut.
- El-Mevsili, Ibn Mevdud (2009). *El-Ihtijar li ta'lil El-Muhtar*. sv. 1-4. Damask: Dar Er-Risale el-alemijje.
- El-Mevsili, Ibn Mevdud, (2017). *El-Muhtar li-l-fetva (hanefijski fikh)*. I dio. Uvod, prijevod i komentar: Jusuf Džafić. Tešanj: Planjax. Behram-begova medresa u Tuzli.
- Muslim (bez god. izdanja). *Es-Sahih*. sv. 1-8. Bejrut: Dar El-Džil.
- En-Nesai (1986). *Es-Sunen*. sv. 1-9. Halep: Mekteb El-Matbuat el-islamijje.
- En-Nesai (2001). *Es-Sunen el-kubra*. sv. 1-12. Bejrut: Muessese Er-Risale.
- Ibn Ebu Šejbe (1988/89). *El-Musannef*. sv. 1-7. Rijad: Mektebe Er-Rušd.
- Et-Taberani (bez god. izdanja). *El-Mu'džem el-kebir*. sv. 1-25. Kairo: Mektebe Ibn Tejmijje.
- Et-Tahavi (1994). *Šerh meani el-asar*. sv. 1-5. Rijad: Alem el-kutub.
- Et-Tirmizi (1998). *Es-Sunen*. sv. 1-6. Bejrut: Dar El-Garb el-islamijj.

الموجز

الإسلام والشبكات الاجتماعية

يوسف جافيتش

حاولنا بهذا البحث تقديم نظرة فقهية وخلقية إلى ظاهرة الشبكات الاجتماعية المنتشرة عالمياً. وقد بيّنا في المقدمة أن الإسلام يقدم إجابات عن جميع المسائل الحياتية وأن الفقه الإسلامي يسعى لتنظيم السلوك ضمن المجتمع المسلم. ثم تحدثنا عن تعريف الشبكات الاجتماعية وتاريخها وتقسيماتها. ثم تحولنا إلى الدراسات التي أجريت على ظاهرة الشبكات الاجتماعية في العالم الإسلامي، وخلصنا إلى أن دراسة هذه الظاهرة لم تحظ بالاهتمام اللائق بها عند المسلمين عامة، وعند العلماء المسلمين على وجه الخصوص. ثم قدمنا أحكام استخدام الشبكات الاجتماعية، وبعد ذلك تمت معالجة الأحكام الفقهية المتعلقة بهذا المجال الجديد. ثم تأتي بعد ذلك أهم قواعد الأخلاق الإسلامية في الشبكات الاجتماعية، ونصائح تتعلق بكيفية استخدام الشبكات الاجتماعية في الخير. وأخيراً قدمنا في الخاتمة الآراء النهائية.

الكلمات الرئيسية: الشبكات الاجتماعية، الإسلام، الإنترنت، الفقه الإسلامي، الأخلاق الإسلامية، المجتمع المسلم.

Summary

ISLAM AND THE SOCIAL NETWORKS

Jusuf Džafić

In this article we present a review of globally popular phenomenon of social networks from the perspective of Fiqh and Edeb. In the introduction part we explain that Islam answers every issue concerning human life and the Islamic law attempts to regulate the behaviour within Muslim community. Then we gave definition, a short historical view and a classification of social networks. We also reflected upon earlier studies of the phenomenon of social networks in the Muslim world. And, finally, we concluded that the study of this phenomenon does not have attention it deserves, neither amongst the Muslims in general or amongst the Muslim scholars in particular. Then we discussed the Fiqh regulations regarding this new field of learning, the most important rules of Islamic comport/etiquette on social networks and some advises how the social network can be used for positive purposes. We end with the conclusion part where we bring some final assessments.

*Key words:* social networks, Islam, internet, fikh/Islamic law, edeb/Islamic etiquette, the Islamic Community