

HATIB

**Kao ključni PR menadžer klasičnih
islamskih nauka**

Izet I. MUSTAFIĆ

Sažetak

Ovaj rad prilog je sve češćem „promišljanju“ moguće reforme institucije hatabeta u BiH. Današnje društvo je u ogromnoj mjeri pod uticajem reklame, marketinga, propagande i raznih drugih oblika PR-a. Svakodnevno se čovjeku sugerira da je nešto dobro, lijepo, korisno. Može se kazati da su sve ljudske potrebe, kako individualne tako i kolektivne, barem jednim dijelom, upakovane u neki od oblika javnog komuniciranja.

Kako iskoristiti mimber, kao najjači medij IZ-a? Kakvog hatiba bismo trebali imati? Autor kritički preispituje poziciju i ulogu hatiba danas mobilizirajući argumente iz prošlosti muslimanske zajednice, a cilj takve argumentacije ima za cilj poboljšanje onoga što je hatabet u BiH danas.

Nije rijetkost sa mimbera čuti kako se, visoko uzdignuta čela, citira hadis o ulemi kao nasljednicima Poslanika Muhammeda, alejhiselam.

Ova izreka se često koristi i kao ultimativni argument za ispravnost i neupitnost onoga što se, tom ili nekom drugom prilikom, govori sa „časnih“ mjesta ili u svečanim prilikama. Muhammed, alejhiselam, je najodabraniji među Poslanicima. On je ljudska gromada u povijesnom i civilizacijskom smislu. To su činjenice. A onda se kao sasvim normalnim čini naknadno (teo)logiziranje, koje ide dalje i kaže, a „zna se ko su njegovi nasljednici“.

Niko se neće dovesti u nepriliku da se sam izuzme od ovog nasljednog reda, na način da definira instituciju alima, ili recimo stvarna prava i obligacije koje iz toga proizilaze. Pri tome se bespogovorno „podrazumijeva“ da je alim samo (i svaki) onaj koji ima „Rješenje o postavljenju“. (Hodžinska kurija je prećutno uspostavila svoj autonomni institut za certificiranje alima, te dogurala stvari do alimskog autoimuniteta.)

Obaveza, prije negoli išta drugo

Samo po sebi, to nije odmah loše ili pogrešno. Međutim, u nekim konkretnim momentima, čini se da su pojedini alimi (prema rješenju o postavljenju) postali imuni i na praksu onoga kojega nasljeđuju. Sve češće se ovo „nasljedstvo“, od pojedinih alima, podrazumijeva, ne kao obaveza, već kao određeno pravo. Mada bi se, nekom drugom prilikom, moglo debelo argumentirati da se ponajprije radi o obavezama koje iz toga proizilaze.

Ovdje ćemo se zadržati samo na jednoj dimenziji Poslanikovog (ovozemaljskog) profila. Muhammed, alejhiselam, kao medij preko kojeg ljudima dolazi Objava. Njegov način verbalne i neverbalne komunikacije. U najužem smislu, Poslanik kao govornik (hatib). Ili u aktualnom trenutku svijeta kao globalnog sela: Poslanik kao PR menadžer, odabran Božijom mudrošću kao prava osoba za posao predstavljanja Objave ljudskom rodu, a prije svega društvu u kojem živi i radi. A bio je to zahtjevan posao. Obaveza na samoj granici ljudskih mogućnosti.

Ogromna odgovornost za nosioce „ovog nasljeđa“ se ogleda u nekoliko prikaza društvenog ambijenta u kojem Poslanik istupa sa idejom islama.

Malo su, u odnosu na snagu ideje islama i veličinu zadaće Poslanika, nepošteni površni i nimalo precizni prikazi ondašnje Mekke i njene okoline. Pojedinci podliježu suhoj propagandi pa tadašnju Mekku slikaju u najcrnijim bojama. Sa ove kulturno-civilizacijske tačke, kad slušamo pojedine pripovjedače, taj dio svijeta može izgledati kao sredina koja

je izrazito nazadna i ogrezla u grijehu, sa primitivnim čobanima. Određena teologiziranja su upravo u takvim prikazima nalazila potvrdu i dokaz nužnosti Božije intervencije putem Objave.

Sama činjenica da su mogli opremiti vojsku od nekoliko hiljada vojnika, u kojoj je i par stotina konjanika, koja je za ondašnje prilike bila značajna vojna sila, govori o kakvoj se, zapravo, sredini radi. I druge historijske činjenice govore u ovom pravcu.

S druge strane, ne treba zaboraviti da su oni sami za sebe smatrali da su, kao zajednica, kao društvo, sasvim u redu. A ako bi nešto i željeli promijeniti, motiv je bio isključivo interesne naravi. Ali daleko od toga da je Mekka bio grad kojeg se zaobilazilo.

Mekka je u vrijeme Prve objave bila tadašnji trgovački centar tog dijela Istoka. U onom vremenu i kulturno-civilizacijskom stupnju razvoja, Mekka je ponajviše sličila nekom današnjem burzovnom i trgovačkom centru Zapada, otprilike nešto kao London, Berlin ili New York i Wall Street.

Svi koji su nešto značili u trgovačkim i finansijskim krugovima tog dijela svijeta dolazili su u Mekku i trgovali ondašnjom najskupljom robom. Poznato je i da su se ondašnji pjesnici okupljali u Mekki na nekim svojim „večerima poezije“. Svaka imućnija porodica je bila kompanija ili preduzeće i svaka je imala svoje božanstvo. Ali iznad svakog božanstva je bila zarada i profit. Principi se nisu puno ili uopće promijenili. U cilju postizanja što veće zarade, sve je bilo dozvoljeno.

Jedan od njih – kao kriterij

U takvom ambijentu, „*jedan između njih*“, nasdasve hrabro i dostojanstveno, ustaje i kaže: Bog je jedan! I još govori – da su svi ljudi jednaki pred Bogom i da je Bog kao Gospodar nebesa i zemlje, svim ljudima dao pravo na slobodu, i mnoga druga prava! I da ne priznaje njihova božanstva i tako redom.

Ključni momenat za razumijevanje ljudske dimenzije Poslanika je upravo u ovoj definiciji: *jedan od njih*. To je opis iz Objave. To je Božiji kriterij. To je ključni princip. Kao takav, on je primjenjiv za svako vrijeme i svaku sredinu. Sve drugo je relativno i promjenjivo. Izabran je čovjek pogodan za to vrijeme, za to mjesto, za te ljude i za taj kulturno-civilizacijski ambijent. Početku Objave nije prethodila nikakva revolucija u društvenim odnosima, veliki rat, niti kakva prirodna katastrofa. A historija nas poučava da su to uglavnom događaji koji prethode i obilježavaju početak određenih epoha i drugih tektonskih civilizacijskih poremećaja. Objava dolazi „iz čista mira“. I to, na kako fantastičan način!

Ukratko, ustaje „jedan od njih“ i kaže da je način na koji njegova rodbina, prijatelji i poslovni partneri rade, način na koji misle i na koji se odnose jedni prema drugima, neprihvatljiv i da se mora promijeniti.

On, jedan od njih, traži da se dobrovoljno odreknu ukupnog načina života i pristanu na potpunu revoluciju svijesti, a zatim i svih društvenih i privatnih odnosa.

Nije li baš ovdje mjesto da se postavi pitanje: Kakav je to bio čovjek, koji je mogao, u takvom ambijentu, ustati sa takvim idejama!?

Kakav je to čovjek da ustane i tako govori, a da ga iko hoće gledati i slušati. Pokušajmo se na trenutak zamisliti i sjetiti poznajemo li nekog sličnog koga bismo mi poslušali u našoj sredini, ulici, sokaku, mahali, općini, da pozove na ispravljanje očite nepravde i zuluma, ili barem na promjenu odnosa naspram određenih pojava u društvu. Kakva bi to osoba, i sa kojim ljudskim i ovosvjetskim kvalitetima trebalo da bude, pa da je barem saslušamo!? Alimi po postavljenju imaju dosjetljiv odgovor koji ukida svako dalje promišljanje o ljudskom profilu Poslanika, oni kažu: Ma to nema veze, on je imao Objavu, Objava je mudžiza. I onda zakucavanje argumentom za svaku priliku: Bog je tako odredio! To je sudbina i tako je zapisano. I to je to. Nema dalje. Poslije toga nema više argumenata za nastavak. Je li to pokušaj da se ustanovi princip po kojem vjersko opredjeljenje oslobađa čovjeka od obaveze da misli i promišlja? Neki ljudi se upravo tako ponašaju. Šta ćemo sa dijelom Objave koja nas obavezuje (i upućuje barem na razmišljanje) da je, pored svih drugih osobina, Poslanik Muhammed, alejhiselam, najbolji uzor? Pa i nasljednici imaju Objavu. Originalnu, i danas. Ali, ima slučajeva kad bi se moglo mirne duše zaključiti da ili je ne razumiju ili narod ne razumije njihovu prezentaciju. A poneki, opet, nikako da se iščupaju iz mekanskog ambijenta u vrijeme prve Objave.

Od svih „ljudskih“ osobina Poslanika, koje su, da budemo poštenu, vrlo zahtjevne za primijeniti, najlakše se uhvatiti za metafiziku nasljedstva i nastaviti bez objašnjenja ili obrazloženja.

Budi promjena koju zagovaraš!

Poslanik nije imao papir o postavljenju. Ali je imao četrdeset godina životnog iskustva. Bio je fizički i mentalno formirana ličnost. Možda je dobra prilika da se upitamo: Na šta li je mislio hafiz Kjamilef. Silajdžić kad je jednom prilikom rekao: „*Godine ne znače apriori mudrost, ali za mudrost su potrebne godine*“?!

Uz to, Poslanik je i najbolji uzor, model i obra-

zac rada. Njegovo profiliranje u sociološkom i psihološkom smislu bilo je kompletirano. Bio je ugledan u svojoj sredini. Ugled je stekao načinom života. On nije lagao. On se držao dogovora. On je ispunjavao obećanja, čak i kad su bila na njegovu štetu. Bio je pošten, karakteran. Bio je prijatnog i lijepog izgleda. Bio je ugodan i oku i uhu dok priča. Živio je onako kako je govorio. Njegov cjelokupni život, način kako govori, kako se oblači, kako jede, kako se šiša i brije, bio je drugačiji. Ovo su osobine po kojima je bio poznat i prije Objave. Muhammed, alejhiselam, je bio *Promjena* koju je zagovarao.

I kada bi on, kao takav, i kao *jedan od njih*, ustajao sa idejama islama, njega su svi shvatali ozbiljno. I oni koji su ga slijedili, i oni koji su bili žestoko protiv. Ali niko, ama baš niko, ko je imao priliku da ga vidi i čuje dok govori, nije ni pomislio da je on šarlatan, avanturista ili da ne misli ozbiljno. Mada je bilo i takvih pokušaja, ali isključivo sa ciljem diskreditacije, ali nikada, ama baš nikada!, kao argument protiv.

Koliko i kojeg to govornika, predavača, hatiba mi danas uzimamo za ozbiljno?! Kako bi trebao izgledati, govoriti i ponašati se neko koga bismo, svojom slobodnom voljom, rado (po)slušali i slijedili!?

Nažalost, pojedini alimi (po postavljenju) samom pojavom šalju poruku o nevjerodostojnosti onoga što govore. To je najuočljivije kod hatiba. Kod nas je svaki imam ujedno i hatib. Mada, sa pozicije posla i cilja samog promoviranja ideje islama, i uopće svrhe postojanja mimbera, to nema nikakve logike. Pozicija mimbera nije stvar osobne percepcije niti se smije svoditi samo na ibadet imama-hatiba. Mimer u današnje vrijeme ima važnu općedruštvenu poziciju, pa čak i kad bi se gledalo samo sa prozora Islamske zajednice. Mada se, i to jako, snaga mimbera osjeća i sa svih drugih prozora ovog društva. (Nažalost, ponekad i u pogrešnom pravcu.)

I to nije izuzetak, već je svugdje i svagda bilo, i jeste tako. Oni koji razumiju zadaću institucionaliziranja Poslaničke dimenzije pozivanja u Objavu, mogu osjetiti ogromnu, možda i ključnu ulogu hatiba u tome. Sadržaj Objave, ni formalno ni materijalno, nikada se nije mijenjao. Ali način i sredstva za komuniciranje Objave, u današnje vrijeme biraju ljudi, ili da budemo formalno precizni, Organi Islamske zajednice.

Primjeri sultana Sulejmana i Gazi Husrev-bega

Sličnim pitanjem se bavio i Sulejman Veličanstveni kada je izdao dekret o tome ko može biti hatib u glavnim džamijama. To je vrlo precizno određen (suštinsko-formalni) profil poželjnog hatiba.

On kaže (parafraziramo u kratkim crtama) da hatib mora imati sljedeće osobine i kvalitete: obrazovan na visokim školama Carstva, da poznaje dva strana jezika, da je omiljen u svojoj sredini, da je ugodan oku i uhu onih koji ga gledaju i slušaju dok govori, i da je sportski tip.

Gledano iz naše perspektive, zvuči haman nevjerojatnim da je jedan sultan, (pored svih svojih poslova i obaveza), i to u šesnaestom stoljeću, u ambijentu neponovljive snage i blagostanja Carstva, gotovo idealnim za letargiju i birokratiziranje svega, u tolikoj mjeri pridavao važnost principima verbalne i neverbalne komunikacije, pa čak i kod onih koji predvide džemat.

U isto to vrijeme i u istom ambijentu, na krajnjem zapadu Carstva, Gazi Husrev-beg, u osnivačkom aktu Medrese, nalaže da se u toj školi imaju školovati kadrovi *za potrebe vremena i ambijenta u kojem će živjeti i raditi*.

Kakav osjećaj odgovornosti ljudi koji vode svoj narod!

S druge strane, je li moguće da se nakon skoro pet stoljeća, u neuporedivo zahtjevnijem ambijentu, sa daleko više izazova, svemu tome i ne pridaje neka posebna pažnja?

Tek prije nekoliko godina Predsjedništvo vjerskih poslova Republike Turske je izradilo precizan profil za hatibe u glavnim gradskim džamijama. Uz to imaju i jasan plan i program kako doći do cilja. Nisu izmišljali toplu vodu, već su samo za današnje prilike prepisali ono što je Sulejman I odredio prije pet stotina godina.

A evo nedavno su i jasno odredili profil mujezina, te njih oko hiljadu propustili „kroz ruke stručnjaka“ iz oblasti muzikologije i melodičnosti. I nisu naravno svi dobili dozvolu da u džamijama mogu učiti „naglas“.

I sa ove vremenske distance, nazire se potvrda i odgovor, otkuda Sulejmanu I nadimak Veličanstveni!?

Može li se danas, slušajući i gledajući „kadar“ sa raznih mimbera, barem raspravljati o tome da li je i u kojoj mjeri Gazijina vakufnama dovoljno „rastumačena“ za ovo vrijeme i ovaj društveni, kulturni i civilizacijski ambijent!?

Smije li se postaviti pitanje: da li se, kod odabira hatiba, uzimaju u obzir određeni i kakvi kriteriji? Bilo bi dobro čuti kako sami alimi tumače određene principe počev od, recimo Poslanikovih i ljudskih osobina zbog kojih je on sam kao kriterij postavljen na prvo mjesto i to kao najbolji uzor.

Ili, šta je sa odrednicom „jedan od njih“, i je li dozvoljeno o njoj promišljati? Je li tu negdje i razlog zašto razni vehabijski pokreti nemaju nekog uspjeha ovdje i ostaju na vrlo uskom krugu nekakvih grupa?

Ima li, danas, mjesta i prostora da se o hatibu razmišlja uzevši u obzir ove principe, a i uvažavajući kriterije Sulejmana I, kao i obaveznost na pridržavanje odredaba Gazijine vakufname?

S druge strane, kako bi to izgledalo da se neko me, sa pozicije zadaće, cilja i onoga što predstavlja mimber, kaže: izvini, ali ti nisi za mimbera?

Ustrajavanje na izgovorima tipa „realnost je takva“, samo su izgovori i ništa drugo.

Summary الموجز

HATIB خطيب الجمعة
 As the key pr manager of the classic Islamic studies مسؤول العلاقات العامة الأساسي للعلوم الإسلامية التقليدية

Izet I. Mustafić عزت مصطفييتش

This article is a contribution to a growing awareness of the need for possible reform of the institution of hatabah i in BiH. Contemporary society is to great extent under the influence of marketing, advertisements, propaganda and various other forms of public relations. On daily bases we are subjected to suggestions that certain goods or services that are offered through these ads are good, nice or useful. We may say that all human needs individual as well as collective are at least partially wrapped up in some form of public communication. Being aware of the influence of public communications we must consider the possibilities of making the best use of hutba as it is the strongest media of the Islamic community. Author here evaluates the position and the role of a hatib at present, analyzing the arguments that can be found in the history of Islamic community with the aim of improving the condition of the institution of hatabah in BiH today.

يعتبر هذا العمل إسهاما في ظاهرة التفكير حول الإصلاح الممكن لمؤسسة الخطابة في البوسنة والهرسك. إن المجتمع المعاصر يزرع بدرجة كبيرة تحت تأثير كبير من الدعاية والإعلام والتسويق وغير ذلك من أشكال العلاقات العامة. وفي كل يوم يحصل الإنسان على اقتراحات بأن سلعة ما تتميز بالجودة والجمال والفائدة. ويمكن القول إن جميع احتياجات الإنسان فردية كانت أو جماعية. قد نُفّت. ولو جزئيا. في أحد أشكال الخطاب الإعلامي العام. كيف يمكن الاستفادة من المنبر. باعتباره الوسط الإعلامي الأقوى تأثيرا لدى المشيخة الإسلامية؟ وما نوع الخطباء الذين نحتاجهم؟ يدرس الكاتب بأسلوب نقدي موقع الخطيب اليوم ودوره. مستنقرا الحجج من ماضي المجتمع المسلم. والهدف من إبراز هذه الحجج هو تحسين وضع الخطابة في البوسنة والهرسك.