

Sadržaj

Uvod.....	5
1. Poruka	9
1.1. Definicije islama	9
1.1.1. Definicija poslanika Muhammeda.....	10
1.1.2. Predanost	10
1.1.3. Islam kao sistem života.....	11
1.1.4. Islam ☐ skup propisa	11
1.1.5. Islam ☐ odgovor na drevna filozofska pitanja.....	11
1.1.6. Islam ☐ duh i priroda čovjeka	12
1.2. Temelji islama.....	13
1.2.1. Svjedočenje da nema Boga osim Allaha	13
1.2.2. Muhammed je Allahov poslanik	14
1.2.2.1. Dijelovi vjerovanja	14
1.2.3. Dobro djelo	15
1.2.4. Namaz ☐ salāt.....	15
1.2.4.1. Ezan ☐ javni poziv na dobročinstvo.....	17
1.2.5. Post mjeseca ramazana	18
1.2.6. Zekat ☐ milostinja	19
1.2.7. Hadž ☐ hodočašće Ka'be.....	20
2. Islamsko poimanje komuniciranja (Da'wa)	23
2.1. Vrste komuniciranja.....	25
2.2. Struktura komunikacijskog procesa	25
2.2.1. Izvor	25
2.2.2. Poruka.....	25
2.2.3. Primatelj	26
2.2.4. Medij.....	26

2.2.5. Efekti poruke.....	26
2.3. Historijat komuniciranja	27
2.4. Islamsko komuniciranje ☒da☒a.....	29
2.4.1. Ciljevi da☒e.....	29
3. Povijesni kontekst	31
3.0.1. Komuniciranje prijašnjih poslanikā	31
3.0.2. Komuniciranje u vrijeme poslanika Muhammeda, s.a.v.s.....	33
3.0.2.1. Historijski uvjeti misije.....	33
3.0.2.2. Pojava poslanika Muhammeda	38
3.0.2.3. Vidovi komuniciranja između Boga i Poslanika	41
3.0.2.4. Period tajnog pozivanja u islam.....	42
3.0.2.5. Javno pozivanje u islam u Mekki.....	43
3.0.2.6. Komuniciranje u novoj zajednici ☒Medini	50
3.0.2.7. Kristalizacija islamske poruke.....	57
3.0.2.8. Muhammedova, s.a.v.s., smrt	57
3.0.3. Komuniciranje u kasnijem periodu	58
3.0.3.1. Pljačkaško☒vjski ili misionarski ratovi?.....	58
3.0.3.2. Kanali komuniciranja u vrijeme halifā	59
3.0.4. Komuniciranje u vrijeme Emevijske dinastije.....	61
3.0.4.1. Karakteristike komuniciranja u emevijskom periodu	61
3.0.5. Vjersko govorništvo, odlika abasijskog perioda	62
3.0.6. Osmanlije i misionarske aktivnosti	62
3.0.6.1. Komuniciranje na unutrašnjem planu.....	63
3.0.6.2. Vanjsko komuniciranje Osmanlija.....	64
3.0.7. Islamsko komuniciranje u modernom dobu	64
3.0.8. Faktori (ne)uspjeha u islamskom komuniciranju	69
4. Metode komuniciranja u islamu	71
4.1. Metoda utjecanja na ljudsku prirodu.....	71
4.2. Emotivna metoda	72
4.2.1. Uvjeravanje	73
4.2.2. Stvaranje negativnih i pozitivnih osjećanja.....	74
4.2.3. Identifikacija.....	76
4.2.4. Ciljna grupa emotivne metode	79
4.3. Metoda utjecanja na razum	79
4.4. Autoritativna metoda	80
4.5. Popularnost pojedinih osoba	81

4.6. Konformizam.....	82
5. Principi komuniciranja u islamu	83
5.1. Put dobra kao način komuniciranja u islamu.....	83
5.2. Istinitost.....	84
5.3. Dostupnost.....	85
5.4. Pravovremenost	85
5.5. Privlačnost poruke.....	87
5.6. Angažiranost	88
5.7. Uvjerljivost	89
5.8. Usmjerenost	91
5.9. Sintetičnost	92
6. Mediji komuniciranja u islamu	93
6.1. Mediji slobodnog prostora	94
6.1.1. Džamija	94
6.1.1.1. Ezan.....	95
6.1.1.2. Dnevni namazi	95
6.1.1.3. Džuma namaz	95
6.1.1.4. Organiziranje svečanosti.....	95
6.1.1.5. Mjesto odgoja i podučavanja.....	96
6.1.2. Hadž.....	96
6.1.3. Govorništvo	96
6.1.4. Predavanja i simpozijumi.....	97
6.1.5. Dijalog, debata i polemika	98
6.1.6. Svečanosti.....	100
6.1.7. Trgovina	100
6.2. Masmediji u islamu	100
6.2.1. Spoljašnji utjecaji na masmedije	102
6.2.1.1. Utjecaj vlade	102
6.2.1.2. Utjecaj biznisa.....	103
6.2.1.3. Utjecaj publike	103
6.2.2. Uloga i cilj islamskih masmedija	103
6.2.3. Štampa.....	105
6.2.3.1. Islamska štampa	107
6.2.3.2. Pronalasci važni za pojavu štampe	108
6.2.3.3. Značaj i uloga štampe	109
6.2.4. Radio.....	111

6.2.4.1. Sadržaj radija	113
6.2.4.2. Karakteristike radija	113
6.2.4.3. Načela javnog emitiranja programa	114
6.2.5. Televizija	115
6.2.5.1. Rasprostranjenost i važnost televizije	116
6.2.5.2. Karakteristike televizije	118
6.2.5.3. Kablovska, satelitska i informaciona magistrala	120
6.2.6. Internet	120
6.2.6.1. Kako je nastao internet	121
6.2.6.2. Internet kao medij islamskog komuniciranja	121
6.2.6.3. Kanali komuniciranja posredstvom interneta	122
6.2.6.4. Internet ☒ integrirajući medij	124
6.2.7. Zašto se naučna renesansa nije desila i u islamskom svijetu	124
6.2.7.1. Misaono ☒ filozofski razlozi	125
6.2.7.2. Uzroci derivirani iz određenog koncepta obrazovanja	126
6.2.7.3. Pravni razlozi	126
6.2.7.4. Ekonomsko ☒ politički uzroci	126
6.2.8. Muslimani i mas ☒ mediji	127
6.2.9. Kako muslimani danas koriste mas ☒ medije	129
6.2.10. Metode ispravljanja slike islama u zapadnim medijima	131
6.2.10.1. Stereotipi o muslimanima	132
6.2.10.1. Medijske taktike u predstavljanju islama	133
6.2.10.2. Način korigiranja slike o muslimanima	134
Zaključak	137
RECENZIJ A	141
Mas ☒ mediji, islamska da`va i daije danas	143
Literatura	153