بسم الله الرحمن الرحيم

Kitambulisho Tata katika Da'wah Maarufu: Kuficha Njia ya Mwamko wa Kiislamu "Alikojoa kwenye kisima cha Zam-zam ili awe Maarufu"
(Methali ya Kiarabu)

(Imetafsiriwa)

Uwazi wa mitandao ya kijamii umetoa fursa pana kwa kila mtu kuwa maarufu. Hata leo kauli mbiu ni "umaarufu ni pesa". Kutafuta wenye kujisajili au wafuasi wengi iwezekanavyo hatimaye imekuwa ndoto ya watu wengi wa milenia. Katika enzi ya kisasa ya habari, utamaduni wa pop una dori kubwa katika kuunda taswira ya utamaduni na utamaduni wa ladha kupitia vichocheo vinavyovutia na ulevi.

Nguvu ya Kijivu

Katika muongo uliopita, kumekuwa na nguvu mpya ya washawishi wa mitandao ya kijamii (kama vile celebgram na WanaYouTube) ambao wanawakilisha jumuiya za kijivu na 'walio hatarini' wakiwa ni mawakala wanaosukumwa na nguvu za kirasilimali. Ingawa hili si jambo geni, nguvu ya maadili ya kijivu inazidi kuwepo kutokana na uboreshaji wa sasa wa kidigitali.

Tangu kumalizika enzi ya Vita Baridi, nguvu hii imekuzwa kwa makusudi pamoja na utandawazi wa Ubepari ili 'kudhibiti' maadili ya zamani katika nchi ambazo ni soko lao lengwa. Hasa wakati Marekani inapopiga hatua katika ulimwengu wa biashara ya kimataifa, inazidi kuwa muhimu kwa Marekani kuyafanya maadili ya Kimagharibi kukubalika kote duniani. Kama Ayn Rand alivyosema: "Dhehebu la akhlaqi ya kijivu ni uasi dhidi ya maadili ya kiakhlaqi." Kwa hiyo, akhlaqi ya kijivu kwa kweli ni uasi dhidi ya maadili ya kiakhlaqi yenyewe.

Katika maendeleo yake ambayo yanaendelea kubadilikabadilika, nguvu ya sekta ya uchumi ya Marekani imefanikiwa kuunda utamaduni maarufu kupitia muziki na filamu tangu katikati ya karne ya 20; kupanuka barani Asia na kuendeleza mawasiliano yake na Korea kwa wimbi lake la K-Pop. Kadiri filamu na sanaa nyingi zaidi zinavyojitenga kimakusudi na utofautishaji wa maeneo ya maadili meusi na meupe, taratibu yanakuwa na kiza cha utata zaidi na zaidi. Kutiwa ukungu kwa maadili haya kunalenga kuyafanya yakubalike na soko la kimataifa.

Umaarufu hatimaye umekuwa kiwango kipya cha kimaadili ambacho kizaliwa na tasnia ya thaqafa ya kisekula. Utamadanuni wa Pop kwa kweli unasisitiza idadi ya kukubalika kwa wingi kwa 'sura' na 'ladha' moja ikilinganishwa na ubora na maadili. Matangazo ya biashara, ambayo hutoa mtindo wa kuona, hucheza dori kubwa katika kushawishi soko na nguvu ya kijivu katika jamii ya kisasa. Hii hushajiisha unyonyaji wa sanaa na ubunifu katika baadhi ya miduara kama vile wasanii na wabunifu ambao wako duni katika mwelekeo wa kimfumo, na ubunifu wao wa misemo bila ya kikomo.

Jumuiya ya *Hijrah* katika Utamaduni Maarufu

Tatizo ni kwamba utamaduni huu maarufu hauathiri watu wa kawaida pekee, bali pia unaathiri jamii za Kiislamu ambazo tayari zina ufahamu zaidi wa mabadilikao (*hijrah*) au kile kinachojulikana nchini Indonesia kama 'jumuiya ya *hijrah*'. Kukutana kati ya wito wa da'wah ya Kiislamu na mielekeo ya utamaduni maarufu kumezaa umashuhuri wa Kiislamu miongoni mwa vijana wa Kiislamu.

Hii inawafanya wanaharakati wa *hijrah* wasiwe na kinga dhidi ya kasumba ya umaarufu, ambayo pia inamaanisha kuwa hawana kinga dhidi ya taasubi za kijivu. Kiwango cha mafanikio cha da'wah hatimaye hupimwa kwa umaarufu na idadi ya wafuasi wa maudhui ya da'wah, SIO kwa ubora na asili ya mafundisho ya Kiislamu yenyewe na njia yake ambayo ni kwa mujibu wa urithi wa Mtume. Matokeo yake, da'wah ilibebwa na kasumba ya umaarufu iliyowakumba wanaharakati wa da'wah, wanazuoni wa Kiislamu na wacha Mungu. Wanaharakati wengi wa da'wah hutumbukia katika ulimwengu wa tasnia ya ubunifu na sanaa na kufagiwa na wimbi la kijivu. Abu Ishaq al-Shatibi, Rahimahullah, alisema; *"Kitu cha mwisho kinachofifia kutoka kwa nyoyo za watu wema: kupenda mamlaka na kupenda uwepo (umaarufu)"*. Kesi za wale ambao wana *hijrah* na umaarufu wa papo kwa hapo ni funzo ambalo tumejifunza. Badala ya kupandikiza ushawishi wa da'wah, kile kilichotokea kwa hakika kiliimarisha taasubi ya kijivu ambayo unaendana na kanuni ya Usanifu wa Kidini - ajenda ya Kimagharibi ya kudhoofisha na kuziba kitambulisho cha Kiislamu.

Ripoti moja ya Wunderman Thompson Intelligence, kwa ushirikiano na Muslim Intel Lab ya Malaysia, yenye kichwa "The New Muslim Consumer" inahitimisha kwamba kati ya Waislamu milioni 250 wa Kusini-mashariki mwa Asia leo "kizazi cha Waislamu kinaishi maisha tofauti sana na wazazi wao, kinachoundwa na nguvu mbili kuu: mwamko wa imani (dini) na kuenea kwa mtindo wa Kimagharibi wa matumizi ya mali."

Ripoti hii inaonyesha kuwa Uislamu umekuwa mtindo maarufu wa maisha miongoni mwa vijana wa Kiislamu wa Kusini-mashariki mwa Asia, ingawa umewekewa mipaka katika machaguo duni na ya kibinafsi. Udini wao hauwazuii kutumia bidhaa za burudani za Magharibi au za Kikorea. Mithili ya suala la Hijrah K-Popers ambalo limekumbwa na sintofahamu ambapo kwa upande mmoja wanatakiwa kuwa Waislamu wachamungu, lakini pia bado wanataka kula burudani ya Kikorea. Ni sintofahamu hii ambayo inaelekea kugeuka kuwa taasubi ya kijivu, ambayo huwarahisishia 'kukoloniwa kama soko' na Mabepari ili kuwa watumizi wa milele wa bidhaa za mtindo wa maisha wa kisekula.

Kwa upande mwingine, mwelekeo wa utamaduni maarufu ni kufifisha ujumbe wa Kiislamu ili uweze kukubaliwa na umma kwa jumla. Kwa mfano, tukiingia katika duka la vitabu, itakuwa rahisi kupata safu ya vitabu yenye neno "hijrah" iliyoonyeshwa kwenye rafu yenye vitabu vinavyouzwa zaidi. Tofauti na vitabu vya kidini ambavyo kwa ujumla ni rasmi, vitabu maarufu vya hijrah vina miundo ya pop yenye vielelezo mithili ya vitabu vya mapenzi vya vijana au vya vichekesho, pamoja na mitindo ya lugha ya kawaida. Kadhalika kwenye mitandao ya kijamii, tunapoandika hashtag #hijrah kwenye Instagram, machapisho milioni 70 hujitokeza yakizungumzia mada ya hijrah, yenye muundo wa kuvutia wa picha na maelezo mepesi.

Mkutano kati ya mikondo miwili, yaani, utamaduni maarufu na da'wah ya Kiislamu miongoni mwa vijana wa Kiislamu, kwa hakika sio mara zote ni hasi, kwa sababu jambo hili kwa hakika linawakilisha mawazo ya mvutano (*sira' ul-fikr*) kati ya thaqafa mbili. Kwa hivyo, ili kukabiliana na hili, tunahitaji wabebaji wa da'wa waliohitimu zaidi ambao wamekomaa kimfumo na wanaoguswa na mivutano na vitambulisho vya maadili. Ili Uislamu usiwe ndio ambao kwa hakika unaopakwa rangi na kubebwa, bali mfumo wa Kiislamu inaotia rangi na kuleta mabadiliko makubwa katika jamii.

Sifa za wanaharakati wa da’wah walio na uwezo wa kuendesha da’wah ya Kiislamu katika utamaduni maarufu ni wale ambao wana udhibiti mkubwa katika kutofautisha kati ya maadili ya kisekula na ya Kiislamu, bila ya kukosa ubunifu katika kutumia zana na njia za ubunifu katika mitindo maarufu. Zaidi ya hayo, wanaharakati wa da'wa lazima wakumbuke daima kwamba kiwango cha mafanikio hakitokani na mtu maarufu au kutokana na kukubalika kwa wingi kwa da'wah, lakini yote yanategemea kiwango cha Shariah na madhumuni makuu yenyewe ambayo yanahitaji kutofautisha kati ya haki na batili. Wanaharakati wa Da'wah lazima waishi njia ya mabadiliko ya kweli kwa njia iliyoainishwa na Uislamu, lazima pia waepuke kufichika na utata, na wajiepushe na taasibu tata katika da'wah, kama ujumbe wa Mtume (saw): **إِنَّ الْحَلاَلَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُوْرٌ مُشْتَبِهَاتٌ لاَ يَعْلَمُهُنَّ كَثِيْرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنِ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِيْنِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ»** ***“Halali iko wazi na Haramu iko wazi, na baina yao ni mambo ya tashwishi – mambo yenye utata (shub’hat) – ambayo wengi wa watu hawayajui. Na yeyote mwenye kujiepusha na shub’hat basi hakika amesafisha dini yake na heshima yake. Na yeyote anayetumbukia katika shub’hat ametumbukia ndani ya haramu”*** (Bukhari Muslim)

Imeandikwa kwa Ajili ya Afisi Kuu ya Habari ya Hizb ut Tahrir na
Dkt. Fika Komara
Mwanachama wa Afisi Kuu ya Habari ya Hizb ut Tahrir

Fuatilia na Sambaza Alama Ishara za Kampeni:

#Time4Khilafah	**#EstablishKhilafah**
#ReturnTheKhilafah	**#TurudisheniKhilafah**
#KhilafahBringsRealChange	**#بالخلافة_يحصل_التغيير_الحقيقي**
#أقيموا_الخلافة	**#كيف_تقام_الخلافة**
#YenidenHilafet	**#HakikiDeğişimHilafetle**