

VJERONAUČNO ISKUSTVO U SVIJETU 'NOVE REALNOSTI'

Nezir HALILOVIĆ

UDK 371.3:004:28
28:371.3:004

SAŽETAK: Nastava je dominantno iskustveni događaj. Na svakom nastavnom času učenici doživljavaju određeno iskustvo. Vjeroučitelj u svome radu ima težak zadatak da učenicima pokuša obezbijediti transfer znanja i vrijednosti vjere. Pri tome se on neizbježno susreće s pojavom da učenici često za te sadržaje nemaju interesa i da na sadržaje koje im nudi reagiraju ili ih interpretiraju potpuno drugačije nego što je planirao i nego što uopće želi. Jedan od razloga za takvo stanje je u činjenici da su savremene generacije tzv. "digitalne generacije" koje su se uz informacijske tehnologije (IT) navikle na sajber-prostor "nove realnosti". Kada se uvide rezultati istraživanja o tome koliko učenici provode uz informacijske tehnologije uočava se veći dio dana slobodnog vremena učenici provode uz te tehnologije, tj. istražujući "prostor" nove realnosti. Nema sumnje da taj prostor i vrijeme provedeno u njemu snažno utiče na učenike i njihov ukupni razvoj. Naravno, nije cilj ovog rada utvrđivanje utjecaja tih tehnologija na nove generacije, već je cilj uputa nastavnicima islamske vjeronauke kako da se što potpunije pripreme za nastavni rad namijenjen generacijama koje pored postojećeg svijeta uveliko žive i u sajber-prostoru, tj. svijetu nove realnosti. U ovom radu su predstavljene osnovne smjernice nastavnicima koje bi trebali imati u vidu prilikom komunikacije i obrade sadržaja.

Osnovni pojmovi: Informacijske tehnologije, Sajber-prostor ("nova realnost"), nastavno iskustvo

Uvod

Nastavni rad je oduvijek bio zahtjevan bez obzira na vrijeme i okolnosti. Međutim, današnjim nastavnicima se čini da nikada nije bio teži nego danas. Jedan od najsnažnijih faktora takve percepcije je digitalna revolucija uzrokovana informacijskim tehnologijama, koje se od nastanka permanentno razvijaju i iznova nude nove mogućnosti. Upravo zato nemoguće je njihovo konačno definisanje, kao što je nemoguća i konačna spoznaja njihovog utjecaja na krajnje korisnike. I dok s jedne strane učenici većinu slobodnog vremena rado provode uz te tehnologije, s druge strane nastavnici se suočavaju sa sve slabijim interesom učenika za nastavne sadržaje u školi. Dodatni

problem je to što nastavnici lahko tonu u "šablonizam nastavnog rada" i navikavaju se na "monometodizam", tj. dominantno korištenje samo jedne od metoda, što u samo dodatno pogoršava ovaj problem. Nameće se pitanje zašto se to dešava i šta se može uraditi da se to stanje barem ublaži, a po mogućnosti i prevlada?

Digitalna revolucija i redefiniranje realnosti

Informacijske tehnologije predstavljaju savremeno dostignuće čovječanstva i kreirane su da unaprijede i olakšaju svakodnevni ljudski život. Po definiciji *informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT)* – obuhvataju širok spektar alata i tehnika koje se

koriste prilikom kreiranja, skladištenja i distribucije podataka (sirovih činjenica, brojki i detalja) i informacija (organizovana, smislena upotrebljiva interpretacija tih podataka) u svrhu kreiranja znanja (shvatanje i razumijevanje nekog skupa informacija, kao i načina na koji se one mogu najefikasnije upotrijebiti), te uspostavljanja komunikacije putem tih alata i tehnika. U okviru njih razlikujemo tri osnovne komponente IKT-a: kompjutere, komunikacijske mreže i sposobnost korištenja (know-how). (Senn, 2007). Ključni pojam informacijskoga doba je informacija, a njegova glavna karakteristika je ubrzani razvoj tehnologija posvećenih obradi informacija. Upravo zato, današnje generacije osvjedoče više

promjena i prime više informacija za samo godinu dana, nego što su ranije generacije vidjele za nekoliko decenija. "Sve ukazuje na to da je u toku nezaustavljiva revolucija koja omogućava prijenos sve veće mase podataka u sve kraćem vremenu. Istodobno, nove tehnologije polahko zadiru u svako područje života, zahvaljujući sniženju cijena opreme, što ih čini sve dostupnijima. Ta je tehnološka revolucija očito nužna za razumijevanje našeg modernog svijeta i stvara nove oblike socijalizacije, pa čak i nove tipove individualnog i kolektivnog identiteta" (Delors i sur., 1998: 69). Veliki savremeni analitičar Draker kaže: "Psihološke posljedice informacijske revolucije, poput posljedica industrijske revolucije, su ogromne. Možda su najveće, kada je riječ o načinu na koji djeca uče. Počev od četvrte godine (a često i ranije), djeca postaju vješta za računarom, često prevazilazeći odrasle; računari su njihove igračke i njihov alat za učenje. Za pedeset godina moći ćemo doći do zaključka da na kraju dvadesetog vijeka nije postojala "kriza američkog obrazovanja", već da je postojao *sve veći nesklad između načina na koji je u školama predavano u dvadesetom vijeku i načina na koji su djeca učila* (istaknuo N.H.) Nešto slično se desilo na univerzitetima u 16. stoljeću, stotinu godina nakon otkrića štamparske mašine i pokretnog sloga" (Draker, 2005: 16). Jedna od najvećih promjena koje su donijele IKT je redefiniranje stvarnosti. Još među drevnim grčkim filozofima su tekle žučne rasprave o pitanju odnosa između svijeta privida i realnog, stvarno postojećeg svijeta. Da kojim slučajem Sokrat i sofisti mogu ustati i sagledati našu zbilju sigurno bi u čudu zanimali i dobro se zapitali gdje su dospjeli i o čemu su to oni raspravljali, jer aktualne generacije već svjedoče slabljenju granice između onoga što jeste (tj. što je realno određivo u prostoru i vremenu) i onoga što "jeste" (ali nije realno određivo u prostoru i vremenu). Današnji svijet masovnih medija, društvenih mreža i tzv.

sajber-prostora (*cyber space*) definitivno je konstitutivan za današnje shvatanje stvarnosti. To znači da je današnji realni svijet pod utjecajem djelovanja medija masovnih komunikacija, Interneta i dr. tehnologija značajno izmijenjen. Nije značenje toga da je prvobitno shvaćana realnost, kako su je definisali drevni metafizičari, a koju još uvijek uporno prezentuje škola, potisnuta i ukinuta, ovom drugom "medijskom stvarnošću", ali može se sasvim slobodno ustvrditi da se javljanjem i "kreativnom" upotrebom medija masovnih komunikacija današnji doživljaj realnosti u velikoj mjeri izmijenio i dopunio novom realnošću. U nastavku ćemo se upoznati s najznačajnijim promjena koje donosi digitalni svijet, no prije toga da se upoznamo s obilježjima današnjih generacija koje koriste te medije.

Obilježja generacije koja koristi IT

S obzirom na tokove globalizacije čiji su predvodnik upravo informaciono-komunikacione tehnologije imamo pravo smatrati da su slični tokovi obuhvatili i naše društvo. Procjene istaknutih autora govore da današnje generacije uz savremene tehnologije karakterišu sljedeće aktivnosti:

- Oni provode više od 10.000 sati igranja video-igara,
- šalju i primaju više od 200.000 e-mailova i trenutno razmijenjenih poruka na Internetu (IM poruka);
- provode više od 10.000 sati razgovarajući na mobitel
- i više od 20.000 sati provode pred televizorom,
- pogledaju više od 500.000 marketinških poruka – i to sve prije nego što diplomiraju.
- Nasuprot tome, možda, u najboljem slučaju, provode 5.000 sati u čitanju knjiga (Prensky, 2001)

To stanje se nužno odrazilo i na način mišljenja i učenja današnjih generacija, koja se sve više nazivaju *N (Net)*, *D (digitalne)*, ili *I (informatičke) generacije*.

Živeći u informacionom okruženju *navikli su*:

- Ubrzano primati informacije,
- Vole paralelno obrađivati i raditi nekoliko poslova istovremeno,
- Više vole da slike prethode tekstu, nego obratno,
- Skloniji su nasumičnom pristupu (kao u hipertekstu),
- Najbolje rade u internetskom okruženju,
- Uživaju u trenutnim zadovoljstvima i čestim nagradama,
- Skloniji su igrama nego *ozbiljnom* radu,
- Odrasli su na vrtoglavih brzinama video-igrice i MTV-ja,
- Navikli su na trenutačnost hiperteksta, preuzimanje glazbe, telefone u džepovima, biblioteke na računarima, izravnu razmjenu poruka,
- Na mreži su veći dio svog života,
- Imaju malo strpljenja za predavanja, stupnjevitu logiku i poučavanje na način *ispričaj/ispitaj*. (Prensky, 2001).

Takvi učenici većinom sjede u našim učionicama, a sve to posljedica je pojave i korištenja informaciono-komunikacionih tehnologija. Slično razmišlja većina današnjih analitičara. Korištenje tih tehnologija ne ostaje bez tragova po korisnike. S obzirom na mnoštvo mogućnosti koje nude te tehnologije, današnje generacije se nalaze u znano drugačijem ambijentu nego što površni posmatračići sa strane i pretpostavljaju. Navest ćemo samo neke od njih.

"Fantomski" svijet medija i "matrični" svijet realnosti

Drevni filozofi su odrastali igrajući se po kamenju i pod hladovinom drveća i jasno su uočavali razliku između blagog povjetarca na obrazima i nesmotreno ispuštenog kamena na nogu. Međutim, današnja djeca odrastaju za svojim kompjuterskim stolovima, ili još češće a svojim smartphone-ovima, surfajući po Internetu i diljem svijeta posjećuju najpoznatije plaže, te uz

kompjuterske igrice svakodnevno, s predumišljajem, ubijaju na stotine likova iz kompjuterskih igara. Neupitno je da djeca i jedan i drugi svijet doživljavaju kao nešto realno, nešto postojeće i nešto što im nudi određenu vrstu iskustava, ali nas interesuje odnos između ta dva "svijeta". O tome Ginter Anders u svojoj studij *Svijet kao fantom i matrica ontologiju*¹ mas-medija, u to vrijeme samo radija i televizije, govori kao o dijalektičkom odnosu "fantomskog" i "matričnog" svijeta, koji se uzajamno podržavaju, tako što matrična struktura medija uz tehnološku podršku proizvodi "fantomske" predstave realnosti. Ova nova medijska realnost i jeste i nije *biće*, u ranijem značenju te riječi, jer ona postoji, ali se na nju ne može primijeniti ontološki kriterij istinitosti. Najbolje je reći da se radi o "simuliranoj realnosti" koja je u svojoj osnovi estetična (dakle, čulna po svom porijeklu), ali i prividna (tj. da nema saznanj i značaj i tradicionalnom značenju tog pojma), te da referiše samu sebe, čime se opažajno (samo)utemeljuje kao postojeća. (Vuksanović, D. 2007.) Taj fantomski svijet simulirane realnosti se "isporučuje" u sfere privatnog prostora pri čemu značajno utiče na svakodnevni porodični život. Danas je TV u većini porodica upaljen, djeca više gledaju u displeje mobitela nego u lice roditelja. Najreprezentativniji multiplikovani fantomski produkt koji se opsesivno masovno konzumira u porodicama su televizijske serije, tzv. "sapunske opere", koje posebno mnogo vole djeca i čije doživljaje svakodnevno prepričavaju na školskim pauzama, pa čak i časovima i iz kojih crpe mnoštvo uzora i obrazaca ponašanja. Uz savremenu podršku IT-a postale su uvijek i svugdje dostupne, a nema potrebe govoriti šta im je atraktivnije, omiljena sapunica ili još jedan klasični čas!?...

Televizijski realizam

Televizijski program ponudio je svim konzumentima utisak "jednostavne razumljivosti". (Fiske, J., 1987), zbog čega je privlačna djeci osnovnoškolskog, pa čak i predškolskog uzrasta. To implicira činjenicu da su djeca prije prvih časova u školi "pohađala" na hiljade časova putem elektronskih medija i, putem njih, izgradila brojne stavove o svijetu u kojem žive, a o kojem tek trebaju detaljno i empirijski učiti u školi. Postmoderna je donijela brojne televizijske forme u kojima dominira "realistički" narativ, poput melodrama, detektivskih filmova, gotičkih triletra i drugih žanrovskih diskursa koji na karakterističan način kombinuju svijet realnosti i fantazije stvarajući privid istinitosti, pa čak i "privid dokumentarizma", iako je riječ samo o "fikcijskom realizmu", a u stvari, samo opisuju "prepoznatljiv sistem" vladajućih socijalnih, ideoloških i političkih vrijednosti. (Fiske, J. 1987) Televizija danas fabrikuje "javne snove" (*public dreams*) na sličan način kako su to ranije činili bajke i mitovi, odnosno kako djeluju fotografija i film u današnjem vremenu. Zanimljivo je da u mitovi na izvjestan način uvijek vezani za pojam ljepote. Sjetimo se samo antičkog Narcisa, Pepeljuge, Snjeguljice i drugih likova iz bajki u kojima je ljepota u prvom planu. Zbog svega toga Pjer Budrije (Boudrieu) smatra da televizija sve više postaje "ogledalo naše stvarnosti". Berkli u svojim radovima rado konstatuje: "Biti, znači biti opažen!" što posebnu kulminaciju doživljava u današnjim društvenim mrežama i masovnom hiperprodukcijom fotografija i video-klipova koje svakodnevno proizvode današnji učenici. Očigledno je da današnja televizija, a pogotovo Internet, ima i ulogu aktera određenih socijalnih promjena, ali dolazimo do pitanja ko i na koji način ih pokreće?! Tako se dolazi do pitanja spektakularnog porobljavanja

svakodnevice i slobodnog vremena posredstvom provjerenog svijeta totalne zabave koji danas promovisu multinacionalne kompanije kao što je npr. *Coca-Cola*, s jednim od svoji mladalačkih svijetlih *brand*-ova poput *Fante*, čiji su slogani uvijek isključivo vezani za svijet zabave. (Vuksanović, D. 2007.) Usprkos svim kritikama zloupotrebe reklama, globalne zabave, kao i komercijalnih *reality* televizija i *reality show* programa, od *Skrivene kamere*, preko *Velikog brata*, pa sve do *MTV* reality produkata, njihova ciljna grupa su školska djeca koja su toliko naviknuta na njihovu ponudu da već imaju status odanih konzumenata.

Telepristustvo i savremena interakcija

Nova realnost stoji u neposrednoj vezi sa savremenom kulturom i predstavlja konstitutivni dio dinamike općeg kulturnog razvoja. Ona ima i svoju socijalnu konotaciju jer svojim fleksibilnim značenjem pokriva oblasti svih (hibridnih) vrsta društvene stvarnosti, čime se približava značenju sintagme "virtuelnog okruženja" (*virtuel environments*). Društvene mreže su danas dio socijalizacije mladih naraštaja. U suštini, teleprisustvo postaje realnost izumom telefonije, a pojava Interneta i nove generacije mobitela značajno su unaprijedile mogućnosti komunikacije uz kreativnu upotrebu sistema virtuelne realnosti u interakciji između naše percepcije i realnog okruženja. Teleprisustvo je jedan od krucijalnih segmenata virtuelne realnosti, a jedan od ključnih pojmova u komunikaciji današnje omladine jeste: "dostupnost".

Opalescencija

Opalescencija je pojam kojim se označava odnos poklapanja fikcije i realnosti. On je odlika postmodernističke književnosti kao i televizije, Interneta i drugih savremenih medija komuniciranja. Brajan Mekhejl, savremeni književni teoretičar, je identifikuje kao "mjesto gdje se svijet preklapa". Savremeni elektronski mediji su koristeći tehnološke mogućnosti

¹ **ontologija** (grč. *bp*, *ontos*, *logia* nauka) *fil.* nauka o biću, o onome što postoji, osnovna nauka, nauka o opštim svojstvima stvari bića; zaključivanje da postoje stvari na osnovu toga što postoje

pojmovi o tim stvarima; 2. shvatanje *racionalista*, po kome potpuno, logičko mišljenje sadrži u sebi u isto vreme i *realitet* (stvarno postojanje) onoga o čemu se mislilo.

uspjeli ostvariti ovaj cilj te se u virtuelnim svjetovima svakodnevno dešava preklapanje fikcije i realnosti. Za današnje učenike to je potpuno novo iskustvo, iskustvo nepoznato starijim generacijama koje su maštale o likovima iz bajki, dok današnja djeca realno upravljaju njima kroz razne igrice dostupne na Internetu.

Dostignuta utopija

Pitanje razumijevanje pojmova lijepog i idealnog je oduvijek bilo izazov za sve mislioce i filozofe. Neki od njih su taj pojam razradili ukupnim ambijentom, idealnim prostorom i tako dolazimo do ideje utopije. Poznata je Platonova Država, mitski sadržaji Timaja, nedovršeni spis Atlantida, radovi Tomasa Mora (Morus), Đordana Bruna, Tomaza Kampanele (Campanella) Fernsisa Bekona (Becon), francuskih utopijskih socijalista Furijea (Fourier) i Sen Simon (Saint-Simon), Karla Marksa, Ernesta Bloha (Bloch) i dr. Međutim, dok su ideje o utopiji kod Starih uglavnom bile projektovane u prošlost (Izgubljena Atlantida, biblijski rajski vrt, itd.) ili u sadašnjost, tj. u neko neodređeno vrijeme ("Utopija", "Država sunca"...) dok nove generacije odrastaju u ambijentu gdje se ideja utopije sve više veže za budućnost razvoja novih ideologija, tehnologija i medija. O tome direktno svjedoče razni kosmopolisi, koje lahko možemo naći u svijetu literature, urbanističke konstrukcije utopijskih gradova naseljenih u svemiru ili duboko pod vodom, a koji su današnjim generacijama već "dostupni" putem kompjuterskih igara ili crtanih filmova i u kojima već imaju svoje digitalne identitete i digitalne posjede. Očigledno je da se današnji pojam "lijepog" i "ljepote" značajno razlikuje od tradicionalnog pojma zadnog još u vremenima grčkih filozofa, te da je usko vezan za samu tehnologiju.

Kiborgizacija svijeta

Društvene mreže, koje su nastale kao rezultat tehnološkog progresa, sve više omogućavaju uviđaj u *funkcionalnu integraciju organske i anorganske*

"prirode". Ta integracija označava jedinstveni matični spoj čovjeka, kompjutera i mašina. Iako se on trenutno odvija na čisto komunikativnoj razini, u suštini sve više se približavamo futurističkoj ideji kiborga (*cyborg*). U tom prostoru kao novi kult ljepote sve se više favorizuje brzina, koja postaje i sinonim za ljepotu. Štaviše, futuristički manifest glorifikuje ljepotu svjetlosti (elektricitet) i brzine, ne obazirući se mnogo na dosadašnje poimanje lijepog i umjetnosti kao tradicionalno prostorno-vremenskih koordinata. (Vuksanović, D. 2007.) Pjer Levi (Levy) digitalne mreže vidi kao "novi stepenik u evoluciji čovječanstva", koja ne samo da je zahvatila ideju duha već uveliko transformiše i ljudsko tijelo, sve više ga približavajući idealu ljepote koji je karakterističan za mašinske entitete. Kao posljedica toga već se rade intenzivna istraživanja o promjenama u funkcionisanju ljudske ruke koje je izazvalo preveliko korištenje mobitela. Danas je očigledno da je ideja kiborgizacije duboko prodrila u naš svijet i to ne samo u domenu umjetnosti (književnosti i kinematografije) nego je sve češća i sve prihvaćenija u svakodnevnom životu. Sjetimo se samo velikog broja raznoraznih proteza, silikonskih i ostalih implantata koji se u organizama ugrađuju hirurškim putem i to ne samo iz zdravstvenih, nego sve češće iz estetskih razloga. Jedan od najpoznatijih i općeprihvaćenih primjera tog stanja su proteze za zube, koje nose i djeca koje imaju zdrave i funkcionalne zube, ali žele da ih učine "ljepšim". Definitivno, pojam i standardi ljepote sve više postaju predmet tržišne i medijske konkurencije, neraskidivo povezane sa savremenom tehnologijom. Lijepa pojava ili medijski konstrukt privlačnosti definitivno su tržišno isposredovani standardima koje definišu tehnički um i njegova utopijski projektovana paradigma.

Vladavina marketinga i brendova

Današnji medijski zasnovani kapitalizam svoje rezultate zahvaljuje djelotvornoj ulozi marketinga koji

svakodnevno promovira brendove kao način života. Brendovi, kao produkt masovne (re)produkcije "realnih" iluzija u sferi marketinga, posredstvom djelovanja medija masovnih komunikacija, preuzimaju na sebe magijska svojstva potrošnje i robe, čineći "auru" robne marke atraktivnom u onoj mjeri za koju se pretpostavlja da je nekad posjedovalo autentično umjetničko djelo. To Bodrijar opisuje kao "ulančana hiperrealnost iluzije". (Vuksanović, D. 2007.) Po istoj autorici, robne kuće, moderni tržišni centri, megamarketi, kino-sale i teleshop emisije, za savremenog potrošača predstavljaju nekadašnje svjetove bajki, želja i snova, zemlju čudesa Alise i Pinokija, svojevrstne "katedrale potrošnje", s karakterističnom "grandioznom scenografijom", u čijim su blještavim izlozima su smještene zavodljive robe. Upravo s razvojem i širenjem informacijskih razvijao se i širio marketing i današnji svijet virtuelne realnosti je nezamisliv bez njega. Štaviše, toliko je agresivan u tom području da premašuje granice pristojnosti. Međutim, on ipak uspješno razvija brendove kojima omladina teži do te mjere da je Rejmond Vilijams (Williams) je reklamu označio kao "*magijski sistem pridavanja moći robi*". Brendovi su današnjoj omladini jako značajan izvor prestiža u svom društvu.

Novi život i mnoštvo identiteta

U današnjem svijetu očigledno je da kulturu i umjetnost, sve energičnije zamjenjuju fetišizam robe, brendomanija i potpuno autoritarni svijet pornografije koja je postala lahko dostupna današnjoj omladini u svijetu virtuelne realnosti. S druge strane, sve više se gube tradicionalni polariteti selo-grad, siromašni-bogati, a omladina sve više vremena provodi u sobama za čatovanje (*chat rooms*), raznim interesno zasnovanim virtuelnim zajednicama (*virtual communities*), pa čak i u virtuelnim gradovima (*cyber towns*), što je sve prisutniji oblik savremene egzistencije koji se više uopće ne dovodi u pitanje. Za

razliku od ranijih perioda kada je čovjek imao pravo na samo jedan lik i jedan identitet razvoj i karakteristike savremene tehnologije su omogućile eksperimentisanje i u ovom pogledu. Naime, za razliku od ranijih perioda kada je čovjek imao jedan identitet, najčešće dobijen samim rođenjem i postignut odgojem, današnje globalne medijske mreže omogućavaju korisniku priliku za nebrojeno mnogo novih formi egzistencije i identiteta, koje direktno mijenjaju nekadašnje poimanje subjektiviteta. Danas se oblikovanje vlastitog identiteta realizuje jednostavnim uključivanjem u mrežnu komunikaciju gdje korisnik u startu odabira već ponuđeni identitet ili po slobodnoj želji kreira neki potpuno novi. Poruke koje proisteknu iz samog pisanja (*e-mail, chat ili post*) konstruišu identitet samog korisnika Mreže, ali i prostor u kome se formiraju najrazličitije virtualne on-line zajednice, koje sačinjavaju posebne mrežne svjetove (*networlds*). Na taj način, digitalno proizvedene persone, razni virtualni avatari, selidbe "duša" iz jedne u drugu medijsku egzistenciju, kao i sve ostale sajber-pojave koje nastanjuju današnji elektronski i mrežni svijet, predstavljaju neku vrstu tehnološki konstruisanih, metafizičkih dvojnika ili multiplih individualiteta koji u sebi jedva da čuvaju ostatke nekadašnje paradigme subjektiviteta. Aktuelni kibernetički inženjering i različite mogućnosti softverske kreacije "realnosti" nepostojećih persona i identiteta doprinijeli su stvaranju virtualnih likova umjetnika poput kompjuterskih slikara, manekena, promotera novih kozmetičkih proizvoda, filmskih ikona, popularnih TV zvijezda, novinara i sl. (Vuksanović, D. 2007.) Još uvijek je nepoznati šta se sve dešava s djetetom koje isproba različite vrste identiteta, koji procesi se sve odvijaju u njemu, ali je poznato da se to već odavno dešava. Veliki broj učenika je već koristio tuđe identitete da kod drugih provjeri sliku o sebi, što se ponekad direktno odražava na međuljudske odnose unutar kolektiva, tj. razreda.

Paradoks estetike

Jedno od ključnih odgojnih područja od prvih početaka odgojnog djelovanja jeste estetski odgoj. On je prolazio konkretne predmete svoje pažnje u svim periodima čovječanstva. Međutim, danas se približavamo još jednom paradoksu. Naime, ako jedno od filozofskih pravila jeste da svako definisanje ujedno znači i negiranje. Današnji svijet je toliko medijski estetizovan da u domen estetike spadaju njeni tradicionalni predmeti: ljepota, ukus, umjetnost, i dr., kao i gastronomija, estetska hijerarhija, kozmetika, zubna protetika, matematičke nauke, informatika i tehnologija, urbanizma i arhitekture, Zen – fenomena, prirodnog okruženja, estetika australskih insekata, pa čak i nade. Analizirajući tu sveobuhvatnost savremene estetike Stefan Moravski (Morawski) nagovještava smrt estetike i umjetnosti, kao njenog tradicionalno uspostavljenog predmeta, jer se estetika približava estetizaciji cjelokupnog životnog prostora, čime u suštini postaje bespredmetna. Pitanje "estetizovanja" stvarnosti danas se uglavnom postavlja u kontekstu upotrebe medija masovnog komuniciranja, a ponajviše televizije, video-igara, Interneta i multimedijalnog korištenja mobilne telefonije. Ovi mediji djeluju na temelju mogućnosti koje diktira njihova vlastita struktura, medijske (informatičke) poruke pretvaraju u estetske i obratno, iz čega proizlazi da i izvanestetski sadržaji mogu postati predmet estetizacije. Upravo u procesu sveopće "estetizacije" mediji masovnih komunikacija igraju važnu ulogu. Naime sprega između umjetnosti, kulture, medija i ideologije, odnosno savremenog političkog društva omogućuje takvu hibridizaciju stvarnosti koja nekadašnje neestetske i vanestetske fenomene transformiše u doživljaj svijeta globalnog spektakla. Stoga kroz školu možemo vidjeti da današnju djecu sve više privlači estetizovano nasilje prikazivano na filmu, u oblasti video-arta, televizijskog dokumentarizma, kompjuterskih igrica i sl., čime se osnovna estetska

poruka izjednačava s medijskim i političkim djelovanjem, brišući čvrste granice između ovih diskursa. (Vuksanović, D. 2007.) Sama činjenica da se u svijetu virtualne realnosti odvija estetizacija nasilja, a klipovi iz Sirije dokazuju da se estetizuju čak i najgnusniji zločini, gdje se vodi računa o kostimografiji, koreografiji, uglovi- ma kamere, osvjetljenju i dr. estetskim elementima, ponajbolje govori o paradoksu pojma estetike u tim okvirima. Međutim, s druge strane estetika je često najznačajniji segmenti virtualnog svijeta je prvenstveno po modelu "sviđa mi se – ne sviđa mi se" današnje generacije donose odluke u web-stranicama, igricama i drugim sadržajima koje će pratiti.

Kultura između škole i e-medija

Škole se tradicionalno smatraju najznačajnijim rasadnicima kulture. Međutim, pojavom medija škole dobijaju krajnje ozbiljnu konkurenciju u tom pogledu. Osim toga, obrazovni sistem je tradicionalno zatvoren i strogo kontrolisani sistem, dok su savremeni mediji donijeli otvorene modele u funkcionisanju i razvoju kulture, koje je skoro pa nemoguće kontrolisati. Pitanje miješanja kultura i razvoja novih potreba i nije bilo nikada lakše. Tradicionalno definisanje kulture se svodilo na njenu kvantitativnu, historijsku, pojavnu ili čulnu stvarnost, međutim, modernistički koncept kulture iako je zasnovan na antropološki utemeljenim pojmovima mišljenja, ponašanja, jezika, pravila i običaja življenja, te materijalnih elemenata kulture, danas se modifikira kao koncept koji favorizuje savremene IKT sisteme i virtualne modele egzistencije. O tome kritički govore Horkhajmer i Adorno *Dijalektici prosvjetiteljstva* da vrtoglava ekspanzija elektronskih medija, prije svega televizije, videa, mijenja generalni pristup kulturi, pretvarajući je u gigantsku industriju zabave, čiji je krajnji produkt, osim homogenizovanog kulturnog proizvoda, i medijski shematizovana svijest. Priroda ove svijesti, koja je u osnovi robnog karaktera, u

bliskoj je vezi, u isto vrijeme s ostalim "virtuelnim vrijednostima" popularne kulture. (*Horkhajmer, Adorno, 1974*). Osim toga, Stiven Džons (Jones) u djelu *Virtuelna kultura* ukazuje da sva virtuelna kultura postaje ekskluzivni domen komunikacija. U pokušaju da ukaže na još jedan od važnih toposa postmodernog doba - *prazninu* vremena, uslovljenu time što "slabije osjećamo njegovo proticanje, a jače njegov diskontinuitet" on uvodi i pojam "sajber vremena" (Džouns, S. 2001: 26). kao još jednog proizvoda savremenih tehnologija. Savremena tehnologija je dotakla samu bit spoznaje, koja se još uvijek, u jednom uprošćenom obliku, potencira u okviru školskog sistema. Jedna od najvećih promjena je činjenica da su savremene telekomunikacijske tehnologije drevni antički logos (grč. logos reč, govor; razum, um), u potpunosti zamijenile medijskom slikom (*imago*), što ima za posljedicu da je posredstvom interaktivnog djelovanja tih tehnologija ukupna socio-kulturna stvarnost postala mašinerija, tj. industrijski re-produkovana zabava. Ključni produkti te mašinerije su "zabava" i "društvene mreže". Ti proizvodi ujedno troše i najviše vremena kod mladih naraštaja. Po Divni Vuksanović to ima za posljedicu da e-mediji umjesto činjenica proizvodi halucinantni svijet "faktoida" (*factoidos*), tj. različitih kreativnih ekspresija koje predstavljaju ono što čini nešto između samih krajnosti opozicije: "fragmenti" – "totalitet", što je posebno vidljivo u danas nezaobilaznim formama svakodnevnog života u vidu postova i komentara na Facebook-u i drugim društvenim mrežama. Ovakav "faktoidni", izvedeni svijet realnosti, povratno kreira novi vid subjektivnosti, zasnovane na reaktiviranim mehanizmima želje i adikcije, kič teoretizma i erotičkoj komunikacijskoj praksi interaktivnih medija, temporalnost zamjenjuje spacijalnost, sinhronicitet linearnost, dok percepcija postaje komunikabilna, a kultura nekakav naročiti taktilno-erotski doživljaj svijeta koji je posredovan slikom. Za razliku od postmodernističke, tekstualne produkcije,

medijska produkcija svoju hiperrealnost gradi posredstvom svjetlosti i boje, koje nisu puke akcidencije medijskih poruka. (Vuksanović, D. 2007.) Koliko je poznavanje različitih komunikacijskih kanala značajno možda ponajbolje govori predaja u kojoj Muhammed, a.s., upozorava muslimane da će pred Dedžala izaći i povjerovati mu muslimani koji su znali sve o njemu, na što su iznenađeni ashabi upitali kako je to moguće, a Muhammed, a.s., ih upozorava na veoma značajnu činjenicu: "Nije isto čuti i vidjeti!" U činjenici da u nastavi djeca još uvijek uglavnom "slušaju" o raznim događajima, dok uz svoje mobitele, tablete i kompjutere gledaju neke sasvim druge događaje treba tražiti odgovore na stanje u kome se nalazi naša ukupna kultura, pa i njena vjerska dimenzija.

Mogućnosti IKT u nastavi vjeronauke

S obzirom na mnoštvo mogućnosti savremene tehnologije ne proizvode samo negativne efekte po učenike i nastavnike. Naprotiv, one nude mnoštvo mogućnosti koje može i treba iskoristiti svaki nastavnik u svom radu, a kojima će se, barem u toj sferi, približiti svijetu u kome se uveliko nalaze njegovi učenici. To implicira da će ih onda, u najmanju ruku bolje razumjeti nego u slučaju kada živi izolovan od svijeta virtuelne realnosti. Najznačajnije mogućnosti koje nude savremene tehnologije u nastavi su:

- *Mnoštvo načina konzerviranja informacije* (film, fotografija, snimak, animacija, projekcija, tekst, itd.);
- *Dinamičniji karakter nastave*, jer usljed šireg izvora znanja učenik postaje aktivniji, a nastavnik se oslobađa preangažovanosti i nekih rutinskih postupaka;
- *Mogućnost dvostranice komunikacije*, jer moderne tehnologije mahom karakteriše interaktivnost;
- *Veća individualizacija nastave i učenja*, jer nove tehnologije su vrlo plastične u prilagođavanju različitim sposobnostima učenika;

- *Mogućnost samoprovjeravanja*, jer je povratna informacija o uspjehu i toku napredovanja u novim tehnologijama gotovo uvijek na raspolaganju korisnicima;
- *Veća masovnost učenja*, jer savremeni mediji - nosioci sadržaja, daleko jeftiniji i lakše prenosiviji nego klasični izvori saznanja (udžbenik i radne sveske);
- *Velika baza podataka* – jer samo jedan savremeni IKT uređaj može sadržavati više podataka nego cijela školska biblioteka;
- *Mogućnost kompenzacionog učenja*, jer omogućavaju da se kompenziju nedostaci proizašli zbog odsustva, nepažnje, lošeg pojašnjavanja od strane nastavnika, itd.

Veliki je broj prednosti koje učenju i nastavi nude savremene informaciono-komunikacione tehnologije, ali smatramo da su navedene prednosti sasvim dovoljne da shvatimo potrebu tretiranja ove problematike.

Četiri ponude nastavnog rada

Savremeno doba nametnulo je potpuno nove obrasce ponašanja i djelovanja. Jedna od najčešćih konstatacija koja se može čuti u neformalnim razgovorima je pitanje: "A šta ja imam od toga?". Ma koliko izbjegavali interesnu relaciju u nastavnom procesu, činjenica je da se u suštini radi o uslužnoj aktivnosti gdje vladaju zakoni zadovoljstva korisnika, te ponude i potražnje. Svaki nastavnik tokom realizacije nastave učenicima nudi četiri moguća sadržaja:

- **Novo iskustvo:** Svaki nastavnik sa sobom za učenike uobičajeno donosi novo iskustvo. Nema sumnje da usvajanje novih tjele vježbi u fiskulturnoj sali, rješavanje teških matematičkih zadataka, obrada proznih i poetskih sadržaja u okviru nastave jezika, pjevanje i sviranje odabranih pjesama u okviru nastave muzičkog, itd. sa sobom donosi novo iskustvo. Shodno tome i na svakom satu islamske vjeronauke nastavnik pokušava da učenicima ponudi

novo iskustvo. Naravno, to iskustvo je usko vezano za planirani programski sadržaj, ali od ključnog značaja u toj situaciji je intenzitet uživanja u te situacije. Svima je poznato da čak i igraње fudbala može biti monotono i prekinuto zbog slabog interesa i nedostataka interakcije ostalih sudionika. Pravo pitanje je da li smo mi u nastavi vjeronauke zadovoljni postignutim interesom i ostvarenom interakcijom? Sve profesionalne kompetencije nastavnika, prvenstveno metodičke, usmjerene su na osiguranje novog iskustva učenicima. Međutim, metodičko iskustvo nastavnika je nedovoljno ukoliko se ne poznaju okolnosti u kome žive aktuelne generacije, a čemu je prethodno već bilo govora.

- **Saosjećanje:** Druga vrlo značajna ponuda nastavnog rada je saosjećanje. U ljudskoj prirodi je naprosto urođeno da ljudi vole osobe koje ih razumiju, koje ih podržavaju i koje saosjećaju s njima, pogotovo kada im takva vrsta podrške i saosjećanja treba. Ovaj segment je usko vezan za čisto lične karakteristike nastavnika. Tako su neki nastavnici po prirodi hladni, distancirani od učenika, drugi su, pak, previše bliski, otvoreni, čak infantilni, treći umjereni, itd. Čisto profesionalni pristup u obradi sadržaja definitivno neće učenicima omogućiti uvid u to koliko ih nastavnik razumije, podržava, saosjeća s njima u slučaju potrebe itd., nego su to segmenti koje nastavnik treba unijeti i razvijati u svakodnevnoj interpersonalnoj komunikaciji. Nastavnik islamske vjeronauke je posebno pozvan da se istakne u ovom polju svoga rada jer je kao malo koji drugi od nastavnika zainteresiran za što uspješniji i potpuniji razvoj djeteta. To nipošto ne znači da ostali nastavnici to isto ne rade, ali je činjenica da nastavnik vjeronauke zainteresiran i za obojsvjetski i za onosvjetski boljitak učenika. Upravo ta činjenica mu

nalaže dodatnu obavezu da ima dodatno izgrađeno saosjećanje sa svojim učenicima koji će to, onda znati cijeniti. Inače, učenici se dosta često u nastavi žale na to kako ih nastavnici ne razumiju.

- **Priznanje okoline:** Jedan od najznačajniji i najsnažnijih motivatora za rad, uspjeh i rezultate je priznanje okoline. Ovih dana svjedočimo kako je šire društveno priznanje osigurano za pojedince koji su osvojili medalje i druge zapažene rezultate. Svaki nastavnik u toku nastavnog rada proizvodi prilike da učenicima osigura priznanje okoline za postignute rezultate. Osim ocjenjivanja, kada se daju javne i obrazložene ocjene, te pohvaljuje ostvareni rezultat učenika, nastavnik može iskoristiti svaku priliku u kojoj učenik napravi iskorak u radu i ostvarenim rezultatima da mu omogući priznanje okoline. Ovaj moment je posebno značajan za svakog učenika, kao mladu osobu u razvoju, koja osim intelektualnog razvoja ujedno razvija i svoju sliku u sebi i izgrađuje svoje samopostovanje. Suprotno tome, jasno je u ovom pogledu besplodan distancirani i "administrativni" odnos nastavnika prema učenicima i kakve posljedice proizvode slučajevi kada nastavnik ne da proizvodi priznanje okoline za učenike nego ih izlaže podsmijehu i čak javnom poniženju, a nastavna praksa svjedoči o postojanju i takvih slučajeva.
- **Sigurnost:** Posljednja od ovdje tretiranih stavki je sigurnost. Sigurnost je velika ljudska potreba i tražimo je u svim segmentima života. Nastavnik potpuno drugačije funkcioniše kada dobije ugovor o radu na neodređeno, sigurnost tražimo na poslu, u braku, u komunikaciji, po tom osnovu biramo prijatelje, tj. one od čijeg zla smo sigurni, itd. Shodno tome potpuno logično je da i učenici od nastavnika očekuju sigurnost. Ta sigurnost se odnosi kako na poštivanje integriteta ličnosti, tako i

na sve moguće situacije u kojima učenik može doživjeti neugodnosti i probleme koji ugrožavaju tu sigurnost. Jedan od najčešćih su svakako loše ocjene. Nastavnik bi u najmanju trebao učenicima osigurati da se svaka loša ocjena može popraviti, te ukazati učenicima koji je slijed koraka koje trebaju poduzeti da bi to i postigli. U ovom pogledu nastavnici bi trebalo odustati od čistog statističkog modela ocjenjivanja po kome je nakon slabe ocjene skoro pa nemoguće popraviti tu situaciju. Stara bosanska poslovice kaže da "voda čisti sve, osim crnog obraza.", što bi u nastavnom radu značilo da je sve moguće popraviti, s tim da učenicima treba ukazati na to da je za sve te situacije potrebno napraviti dodatni napor, van uobičajenog. Osim sigurnosti u pogledu ocjenjivanja, učenici bi trebali biti sigurni da u nastavniku imaju sagovornika za razna životna i školska pitanja i situacije. Ovo je pogotovo značajno u današnje vrijeme kada se masovnom upotrebom društvenih mreža interpersonalna komunikacijama sve više preseljava na tastaturu, dok je govorne komunikacije sve manje. Na žalost, nije rijedak slučaj čuti učenike kako ni u svojoj kući više nemaju s kim razgovarati.

Umjesto zaključka

S obzirom na to da dinamiku razvoja informacijskih tehnologija i širenje sadržaja sajber prostora teško je dati zaključak. U ovom radu smo vidjeli da su u pitanju izuzetno dinamični procesi čiji ukupni utjecaj na krajnje korisnike još uvijek nije do kraja poznat u naučnom diskursu. Ovo je samo dio pojava "nove realnosti" u kojoj odrastaju današnje generacije. Jasno je da bi ozbiljnije istraživanje ustanovilo daleko veći broj promjena koje su nastupile tako iznenada i već postale "nova realnost". Ono što je očigledno jeste to da škola, a u njoj i nastava vjeronauke, potpuno nespretno dočekuje sve ove

aktuelne tekovine modernog društva, još uvijek duboko uvjereni da je ona ključni faktor pripreme ličnosti za život i glavni rasadnik kulture. Međutim, za razliku od ranijih perioda, kada je škola oduvijek nosila obilježja društva u kome je djelovala, čini se da današnja škola nije nikada bila udaljenija od tehnološko-medijskog

društva u kome živimo. Kako ćemo prevladati očigledni konflikt koji se sve više javlja između škole i masovnih medija, toliko je ozbiljno pitanje zbog mnoštva implikacija koje podrazumijevaju ti tokovi da je za davanje odgovora na njega potrebno konsultovanje značajnog broja najvećih umova našeg društva. Dok se

ne dođe do konačnih odgovora na pitanja iz tog domena, vjeroučitelji bi na svakom satu islamske vjeronauke učenicima trebali nuditi minimalno jednu od četiri ponude: novo iskustvo, saosjećanje, priznanje okoline i sigurnost, a idealno bi bilo kada bi uspjeli na svakom času nuditi sve četiri ponude.

Literatura

- Dizdarević Ismet, (1998). *Psihologija masovnih komunikacija*. Sarajevo: Studentska štamparija Univerziteta
- Draker, P. (2005.) *Upravljanje u novom društvu*. Adžes. Novi Sad
- Džouns, S. (2001.) *Virtuelna kultura – Identitet i komunikacija u kiber-društvu*. Beograd: Biblioteka XX vek
- Fiske, J. (1987.) *Television Culture*. Routledge, London and New York,
- Gordon, T. (2008.) *Kako biti uspješan nastavnik*. Beograd. Most – kreativni centar
- Heim, M., (1998.) *Virtual Realism*; Oxford University Press, New York,
- Horkhajmer, M.; Adorno, T. (1974) "Dijalektika prosvetiteljstva - Kritika industrije zabave"; "Veselin Masleša", Sarajevo;
- Kelner, D. (2004.) *Medijska kultura*. Beograd. Clio.
- Klaić, B. (1966). *Veliki rječnik stranih riječi i izraza*. Zora. Zagreb
- Kums F. (1971.) *Svetska kriza obrazovanja*. Beograd
- Seen, J.A. (2007). *Informaciona tehnologija – principi – praksa – mogućnosti*. Pearson. Beograd.
- Vuksanović, D. (2007.) *Filozofija medija*. Beograd.

الموجز

تجربة التعليم الديني في عالم 'الواقع الجديد'

نذير خليلوفيتش

يعتبر التدريس حدثاً تجريبياً بامتياز. ففي كل حصة تدريسية يعيش الطلاب تجربة جديدة. ويحمل مدرس الدين على عاتقه وظيفة ثقيلة تتمثل في أن يقدم للتلاميذ الاحساس بالدين ويحاول توفير نقل القيم الدينية. ولا بد له في ذلك من مواجهة ظاهرة تتجلى في تفاعل التلاميذ بشكل مختلف تماماً مع المضامين التي يقدمها إليهم، وتفسيرهم لتصرفاته بشكل مغاير لما خطط هو وأراد. ويمكن أحد أسباب مثل هذه الحالة في حقيقة كون الأجيال المعاصرة "الأجيال الرقمية" قد تعودت على تقنيات المعلوماتية وعلى الفضاء السيبراني "الواقع الجديد". وبالاطلاع على نتائج البحث حول الفترات التي يقضيها التلاميذ بصحبة تقنيات المعلوماتية يظهر جلياً أن التلاميذ يمضون الجزء الأكبر من وقت فراغهم أثناء اليوم في صحبة تلك التقنيات، باحثين في "فضاء" الواقع الجديد. ومما لا شك فيه أن ذلك الفضاء والوقت الذي يُقضى فيه، يؤثر بقوة في التلاميذ ونموهم الإجمالي. وبالطبع فإن الهدف من هذا العمل ليس تحديد تأثير تلك التقنيات في الأجيال الجديدة، بل الهدف منه توجيه مدرسي التربية الإسلامية من أجل التحضير الكامل للعمل التدريسي المخصص للأجيال التي تعيش بدرجة كبيرة في الفضاء السيبراني أي في عالم الواقع الجديد، إلى جانب عيشهم في العالم الملموس. ويقدم هذا العمل التوجيهات الأساسية للمدرسين التي يجب عليهم أخذها في الحسبان عند التواصل ومعالجة المضامين التي تعرض على الأجيال المعاصرة.

الكلمات الرئيسية: تقنيات المعلومات، الفضاء السيبراني ("الواقع الجديد")، التجربة التدريسية.

Summary

RELIGIOUS STUDIES EXPERIENCE IN THE WORLD OF 'NEW REALITY'

Nezir Halilović

Teaching the class is prevalently an event of experience. Each teaching class offers new experience for students. Religious studies teacher has a difficult task to present an experience of faith and to try to make a transfer of religious values. Inevitably, in this work, very often it happens that students react differently to the content that is offered, interpreting his methods in a way that was not planned. One of the reasons for this is that new generations, so called "digital generations", have been growing up with information technology (IT) and are habitual to the cyber space of 'new reality'. Research analysis shows that students spend most of the day with these technologies, examining the 'space' of the new reality. It is beyond any doubt that the time spent within this 'space' influences their overall development. However, the aim of this article is not to establish to what extent technology is influencing students' development, but rather it aims to offer teachers of religious Islamic studies guidelines for a better preparation for teaching class with generations who, besides living in this world, to a great extent live in the cyber space of the world of new reality. This article, thus, presents the basic guidelines for teachers that should be kept in mind when communicating with present generations.

Key words: Basic terminology: Information technology, cyber-space, 'new reality', teaching class experience