

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Nataša Pečnik

PROZELITISTIČNA PROPAGANDA IN MORMONSKA SKUPNOST

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Nataša Pečnik

Mentor: izr. prof. dr. Marjan Smrke

Somentorica: doc. dr. Sandra Bašić Hrvatin

PROZELITISTIČNA PROPAGANDA IN MORMONSKA SKUPNOST

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

Zahvale za nastanek diplomskega dela veljajo
izr. prof. dr. Marjanu Smrketu za brezkraino pomoč in neskončno potrpežljivost,
doc. dr. Sandri Bašić Hrvatini za spodbudo in podporo ter
doc. dr. Alešu Črničju za posebne uvide.
Brez vas bi drugače gledala na svet.

Za nevsebinko podporo se želim zahvaliti svojim staršem,
za motiviranje pa se zahvaljujem Katji Kresse in Danici Šprem.
Brez vas bi svet drugače gledal name.

Prozelitistična propaganda in mormonska skupnost

V diplomu so pretehtani različni vplivi na rast mormonske cerkve, posebna pozornost pa je namenjena komunikološkim strategijam, ki sem jih poimenovala prozelitistična propaganda, da bi zajela vso raznovrstnost teh strategij. Opazovana cerkvena rast je bila visoka in to je vzbudilo zanimanje pri mnogih sociologih religij. Zanimivo bi bilo vedeti, kako so različni vplivi sooblikovali eksponentno cerkveno rast. Rodney Stark z družbeno rekonstrukcijo zgodovinskega konteksta zgodnjega krščanstva že več let spremlja različne (sociološke) vplive na rast krščanstva. Ta opazovanja bi lahko pomagala razumeti eksponentno rast vseh novoreligijskih gibanj (NRG).

Zanima nas, kakšni so komunikološki izzivi sodobne cerkve, ki želi rasti s pomočjo verskega marketinga, ter katere so zanjo značilne strategije in aktivnosti za pridobivanje novih spreobrnjencev. Ker ni mogoče dokazati močnega vpliva določenega razloga na rast cerkvene skupnosti, sem te vplive s primeri mormonskih cerkvenih aktivnosti lahko skušala le razmejiti. Ob ugotavljanju posameznih vplivov pridemo do sklepa Rogerja Loomisa, ki meni, da je Starkova teza o eksponentni rasti mormonske cerkve napačna. Prozelitistična propaganda ima pomembno vlogo pri cerkveni rasti, toda rast sama je upadla in postala linearna zaradi mnogih drugih razlogov.

Ključne besede: prozelitizem, propaganda, verski marketing, mormonizem

Proselytistic propaganda and mormon community

This paper will discuss different influences on Mormon Church growth with special attention to communicology strategies, which I named proselytistic propaganda to include all varieties of these strategies. The observed church growth has been high and that seemed to raise interest in many sociologists of religion. It would be interesting to know, how different influences have co-created this exponential growth. Rodney Stark has been observing different (sociological) influences to Christian growth for years now through social reconstruction of historical context among early Christians. These observations could help to explain exponential growth of all NRM. We want to know what are communicology challenges of modern church, which wants to raise its membership with help of church marketing and what are its specific strategies and activities aiming to acquire new converts. Since there has not been any evidence about any specific reason to influence church growth, I only tried to distinguish one influence from another with a few examples of Mormon Church activities. During this process we come to an ending by Roger Loomis who finds Starks assumption about exponential church growth incorrect. Proselytistic propaganda has played an important role in churches growth, but the growth itself has become linear due to many other reasons.

Key words: Proselytism, Propaganda, Church marketing, Mormonism

1 UVOD	7
2 OPREDELITEV POJMOV	8
2.1 PROZELITIZEM	8
2.2 PROPAGANDA	10
2.3 MISIJONARJENJE.....	12
2.4 PROZELITISTIČNA PROPAGANDA	13
2.5 VERSKI MARKETING.....	16
3 ZAGOTOVILA ZA USPEH – MERJENJE UČINKOVITOSTI.....	19
3.1 STARKOV MODEL.....	19
3.2 EKONOMSKI RAZLOGI	23
3.3 NARAVNI PRIRAST	24
3.4 DEJAVNIKI ŠIRITVE SKUPNOSTI.....	25
4 NOVA VERA ZA NOVI SVET	28
4.1 MORMONI V SLOVENIJI (IN MISIJONU)	33
5 VABE IN TRNKI PROZELITISTIČNE PROPAGANDE.....	35
5.1 MISIJONARJENJE MORMONOV	38
5.2 PROMOCIJA IN MEDIJI V SLUŽBI CJKSPD	42
5.3 MREŽENJE MORMONOV	49
5.4 UNIVERZITETNA INDOKTRINACIJA	50
5.5 PROSTOVOLJNA DELA MORMONOV	52
6 PRIMERJAVA DEJAVNIKOV IN OKOLIŠČIN RASTI Z ANTIČNIM KRŠČANSTVOM	54
6.1 SPREOBRAČANJE V NOVO VERO	55
6.1.1 Preko prijateljskih ali sorodstvenih odnosov	57
6.1.2 Stopanje iz negotovosti	58
6.1.3 Nezadovoljstvo z obstoječo religijo	59
6.1.4 Relativna depriviranost spreobrnjenecv	60
6.1.5 Prekrivanje obstoječe religije z novo religijo	60
6.2 ALI SO MORMONI KRŠČANSKA LOČINA?	61
7 ZAKLJUČEK.....	65

8 LITERATURA.....	67
PRILOGE	70
Priloga A: Elektronski pogovor z nekdanjim misijonarjem Jakeom Erickssonom	70
Priloga B: Fotografija nove mormonske cerkve v Kosezah	86
Priloga C: Vabilo na brezplačen tečaj angleškega jezika	87
Priloga Č: Vabilo na večerni seminar »Seminar in inštitut – pot do uspeha	88
Priloga D: Razglas na temo Družina	89
Priloga E: Vizitka direktorice odnosov z javnostmi CJKSPD	90

KAZALO SLIK IN TABEL

Slika 2.1: Razmerja med prozelitizmom, prozelitistično propagando in misijonarstvom	9
Slika 2.2: Proces menjave po Stevens in Laudon	17
Tabela 6.1: Primerjava vzrokov rasti poganstva, antičnega krščanstva in mormonizma	55
Slika 6.2: Logotip ob vhodu cerkve CJKSPD	66

1 UVOD

Danes bi težko našli znanstven članek o mormonih, kakor so poljudno poimenovani pripadniki Cerkev Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni (v nadaljevanju CJKSPD), ki ne bi omenjal ugotovitev in projekcije Rodneya Starka o nenavadno hitri rasti članstva mormonske cerkve in z njo povezane umestitve vere med večje svetovne religije v prihodnosti. Teza o skokoviti rasti je pred dobrimi dvajsetimi leti še kako držala, saj je bila rast mormonske vere medtem celo višja od napovedane (Loomis 2002). Razlogov za takšen porast je več, najbolj očiten poskus razširjanja pa je zagotovo misijonarjenje, preko katerega smo tudi v Sloveniji vzpostavili stik s to vero.

Pred leti mi je v oči padel graf v knjigi Richarda in Joan Ostling z naslovom *Mormon America* (1999: 386), v katerem je prikazana rast članstva. Spraševala sem se, kako je mogoče ustvariti tako impresivne številke v religiji, ki je stara šele slabih 200 let ter je med laiki prepoznavna predvsem po nekdanji praksi poligamije in polikanih mladeničih, ki hodijo vedno v paru. Kljub temu želim preveriti, v kolikšni meri je bilo načrtno širjenje vere preko različnih komunikacijskih kanalov vzrok za tako intenzivno rast te religijske skupine. Bolj natančno me bo zanimala prozelitistična propaganda, dejavnost, h kateri so mormoni precej nagnjeni oz. priučeni, poskusila pa bom tudi razmejiti ostale vplive na rast verske skupnosti.

Zavedam se, da to ni enostavna naloga – približno takšna kot merjenje vpliva nasilnih videoigr in risank na otroke: v določenih okoliščinah in danostih vpliv nedvomno obstaja. Kljub temu želim pobliže spoznati okoliščine in mehanizme, ki vodijo k širjenju članstva religijske skupine mormonov. Ta ni zanimiva le zaradi hitre rasti, temveč tudi zaradi pomembne moči, ki si jo lahko kupi ali »izvoli«.

Religija je eden pomembnejših faktorjev moči v vseh državah – zato je tudi nadvse zanimiva za raziskovanje. Jan Irvin (v Valenčič in Janković 2008: 64) o filmu *Zeitgeist* celo meni, da je »najpomembnejši prispevek filma prikaz, kako je vse razumsko pogojeno, od ekonomije in oblasti do religije, kako vse temelji na manipulaciji javnosti zaradi političnega nadzora in moči.« Zanima me, kako se z javnostjo manipulira, kateri so (ne)učinkoviti vzvodi prozelitistične propagande in ali je religija lahko le krinka za dosego povsem posvetnih ciljev.

2 OPREDELITEV POJMOV

Da ne bi prihajalo do terminoloških zmot, je nekatere pojme, ki se bodo pojavljali v besedilu, pomembno natančneje opredeliti. V tem poglavju so opredeljeni ključni pojmi, med katere spadajo prozelitizem, propaganda in misijonarjenje. Prozelitistična propaganda nastopa kot poskus združevanja in obenem razčlemba dejavnosti, ki jih verske skupine opravljajo z namenom pridobivanja članov, podobno kot verski marketing, ki je namenjen tudi ohranjanju članov.

2.1 PROZELITIZEM

Prozelitizem je termin, ki ga lahko povežemo s strategijami širjenja različnih prepričanj, vendar gre v prvi vrsti za prepričanja religiozne narave. Ker je v mormonski skupnosti prozelitizem eden od ključnih elementov pridobivanja vernikov, ga je treba najprej ožje definirati.

Beseda izhaja iz grščine, kjer *proselythos* pomeni prišlec, v figurativnem pomenu pa spreobrnjenec. Običajno gre za novega in vnetega privrženca vere; s prozelitistično vneto pa označimo goreče *spreobračanje* iz drugih ver, včasih brez izbiranja sredstev (Verbinc 1991: 584). V mormonski skupnosti bi veljalo upoštevati tako osnovni kot figurativni pomen prozelitizma. Mormonski prozeliti so zaradi visoke fluktuacije običajno tako »prišleki« (novi verniki) kot tisti, ki so bili spreobrnjeni oz. spreobračajo.

V ožjem pomenu so prozeliti (bili) predvsem spreobrnjenci v judaizem. Odnos do prozelitov se je v zgodovini precej spreminjal – od pozitivnega k negativnemu. Tako je postopoma prišlo do vse manj konverzij v judaizem (Bowker 1997: 771). Splošni religijski leksikon prozelita definira v dveh pomenih: kot pogana, z obrezovanjem spreobrnjenega k judovstvu, in v širšem pomenu kot vsakega, ki je zamenjal svojo vero za katero drugo. Prozeliti so v leksikonu pojasnjeni tudi kot judovski kristjani (tudi judokristjani) – judje, ki so se v zgodnji krščanski cerkvi po prejetem krstu držali Mojzesovih verskih postav in judovskih obredov. Judovski kristjani so od 19. stoletja judje, ki verujejo v Kristusa in skušajo ohranjati samostojnost in identiteto znotraj krščanstva (Bajt in Kocjan - Barle 2007: 517, 990).

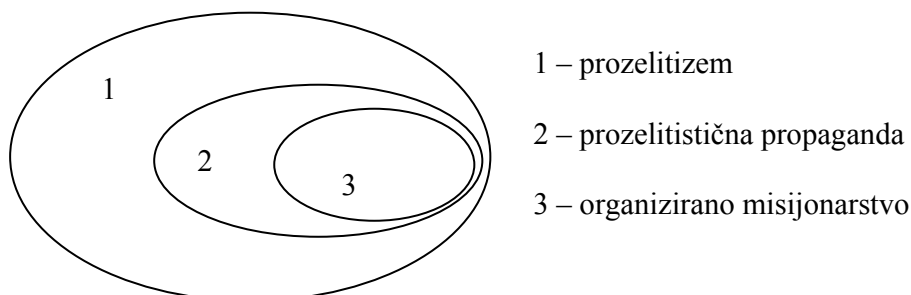
Da je prozelitizem predvsem religiozne narave, menita tudi O'Collins in Farrugia (2000):

V preteklosti je bil prozelitizem pogosto sinonim za evangelizacijo. Pravzaprav je 2. vatikanski koncil potrdil cerkveno pravico do evangelizacije in ustvarjanja spreobrnjencev. /.../ Prozelitizem ima pogosto negativen prizvok prisile ali katere druge manipulacije z ljudmi, ki naj bi sprejeli določeno vero. Verske in civilne družbe so mnogokrat obsodile ta tip prozelitizma, o katerem se je kritično izrazil tudi 2. vatikanski koncil.

Majnaričeva (1999: 17–18) ugotavlja, da je aktivni, moderni prozelitizem značilen za *fundamentalizem*, saj je spreobračanje ljudi njegova želja in hkrati glavni cilj. Med njegove značilnosti se prištevajo misijonarska gorečnost, sistematično pridobivanje novincev, poskusi spreobračanja drugače mislečih, aktivno negativen odnos do modernosti itd., kar obenem predstavlja tudi karakteristike mormonskega prozelitizma.

Prozelitizem sicer sestavlja več vrst aktivnosti. Misijonarstvo predstavlja enega najvidnejših delov prozelitizma, njuno razmerje pa sem ponazorila s sliko 2.1. Verniki se za spreobrnitev odločajo iz različnih razlogov, osnovni pogoj pa je logičen – priti morajo v (kakršen koli) stik z drugo vero. Najbolj »elegantna« pot do spreobrnitve vodi preko prozelitistične propagande – dela prozelitizma, ki ga cerkev kreira in nadzoruje sama, da bi pridobila nove verujoče. To velja tudi za misijonarske aktivnosti. Ne moremo pa trditi, da se verniki spreobračajo izključno zaradi prozelitistične propagande. Marsikdaj v zgodovini so bili za to odločujoči tudi ekonomski (trgovina, revščina), politični in drugi razlogi.

Slika 2.1: Razmerja med prozelitizmom, prozelitistično propagando in organiziranim misijonarstvom



Na tem mestu se lahko dotaknemo tudi vprašanja sredstev prozelitističnega delovanja. Nekateri so mnenja, da je treba ljudi spreobrniti za vsako ceno, s tem mislimo tudi na posthumne krstitve, ki so v mormonskih verskih skupnostih običajna praksa. Težnja k večjemu spreobračanju v novo vero postane nekoliko etično vprašljiva, ko izvemo, da vsak član CJKSPD skupnosti prispeva poseben desetodstotni davek od vseh svojih prihodkov,, kar je v primerjavi s ponujenim duhovnim bogastvom cerkve zelo posveten kapitalski vložek. Ta denar po eni strani omogoča tudi zelo razvito in organizirano misijonarsko dejavnost. Centri za trening (MTC – *Missionary Training Center*) bodoče misijonarke in misijonarje v nekaj mesecih naučijo vseh komunikacijskih metod, ki jih bodo potrebovali na svoji poti.

Vprašanje je le, ali so nosilci prozelitistične dejavnosti le misijonarji na poti in s statusom misijonarjev. Hipotetično (in ponavadi tudi praktično) je prozelit čisto vsak član mormonske skupnosti, ne glede na to, ali je šel na pot ali deluje v domačem okolju.

2.2 PROPAGANDA

Termin propaganda ima pri nas zanimivo zgodovino. Verbinc (1991) v geselskem članku pojasnjuje, da izhaja iz latinščine (*propagare* – širiti) po katoliškem misijonskem kolegiju *Congregatio de propaganda fide*, ustanovljenem leta 1622¹ za širjenje vere. Pomen propagande naj bi bil torej sledeč: »1. načrtno, sistematično širjenje kakih nauk, idej ali teorij (propaganda daje mnogo idej manjšemu številu ljudi), njen namen je pridobivanje novih privržencev /.../ 2. *fig.* snubljenje, pridobivanje kupcev za kako blago.«

Glede na to, da se figurativni izrazi vedno uporabljajo v odnosu do osnovnega pomena, potem bi skoraj lahko sklepali, da je propaganda nastala kot **potreba** verske institucije. Za Šušnjića (1984) propaganda ni toliko sredstvo spreminjanja kot sredstvo utemeljevanja oz. ohranjanja statusa quo. Šušnjić trdi, da se izvaja pretežno preko množičnih medijev, ki vsakodnevno objavljajo interes vladajoče skupine kot neizpodbitno resnico, in na ta način (vendar tudi s prednostnim tematiziranjem) odvrta pozornost javnosti od občutljivih družbenih vprašanj.

¹ To je istega leta, kot je bil Inigo Lopez de Lojola, kasnejši Ignacij iz Lojole in ustanovitelj redu jezuitov, razglašen za svetnika. Ta je »cenil tišino in zbranost samostanskega življenja, zraven pa delal načrte, kako bo osvajal svet za **Kristusa**« (Cerar 2001: 19, poudarek N. P.).

Letnica o ustanovitvi Congregatio de propaganda fide na Wikipedii pod geslom propaganda je za dvesto let prezgodnja (1422), poleg tega naj bi kongregacijo ustanovil Gregor V., ki pa je bil na papeškem prestolu med letoma 996 in 999. V dejanskem letu ustanovitve je bil papež Gregor XV., se pravi, da se je vmes zamenjalo kar devet Gregorjev.

Vendar samo dokler se problemi, ki so jih mediji načrtno ali nenačrtno zanemarjali ali zapostavljali, ne razvijejo v krize.

Druga težava, ki jo sodobnemu človeku prinaša propagiranje, je nepregledna množica informacij. Človek v težnji, da bi bil čimbolj informiran, gleda televizijo, bere časopise, posluša radio in v prostem času počne vse, kar mu omogoča prenos informacij. »On je zainteresiran. On je informiran. On ima več idej o tem, kaj naj dela. Toda po tistem, ko je zamenjal in poslušal svoje izbrane radijske programe ter prebral že drugi časopis, je čas, da odide spat« (Lazarsfeld in Merton v Šušnjić 1984). Tako množični mediji predstavljajo le dostop do informacij, človeku pa ob tolikšni konzumaciji informacij vseh ne uspe »prebaviti«. Človek je tako bitje, ki vedno več **ve**, obenem pa bitje, ki vedno manj **deluje**.

Šušnjić obenem domneva, da človek tudi vedno manj *dvomi*. Potem, ko je že toliko časa žrtvoval za informiranje, bi potreboval vsaj trikrat toliko časa, da bi lahko kritično preveril prejete informacije. Kot pravi Šušnjić (1984: 150): »Ko so ušesa in oči pretirano zaposleni, razum nima časa, /.../, ne volje, da bi delal ...«.

A takšen najverjetneje je sodoben človek: zaradi obilja informacij, fragmentiranih na precej obrobne probleme, se mu megli pogled na resnične probleme, obenem pa vseh nepotrebnih informacij niti ne uspe predelati in dobiti širše slike. In na teh temeljih se gradi vsaka dobra propaganda, pa naj gre za politično, kot jo razumemo predvsem v času po prvi svetovni vojni, ali kakšno drugo.

Definicija propagande, kot jo razumeta Jowett in O'Donnel (1992: 4), se osredotoča na komunikacijski proces in še bolj na namen procesa: »Propaganda je namenski in sistematični poskus oblikovanja dojemanj, manipulacije zaznav in usmerjanje vedênj za doseganje odziva, ki propagandistu pomaga doseči želeni namen.«

Seveda niso vsa dejanja prepričevanja tudi propaganda. Vreg (2000: 118) tako piše, da »agitiramo na sestankih, mitingih, kongresih, pred množicami, na demonstracijah, manifestacijah, paradah in podobnih zbiranjih. Propagandist pa skrbi tudi za agitacijo v lokalni situaciji, za bralne kotičke, knjižnice, predavanja, filme, poslušanje trakov, gledanje videokaset itd. Vse to, poleg 'stiskov rok' omogoča neposredne stike z ljudmi.« Znotraj te

definicije lahko praktično vsa našeta delovanja tudi v cerkvah (vključno s CJKSPD) označimo za propagandna dejanja .

2.3 MISIJONARJENJE

Misijonarjenje kot način širjenja idej ni novo in je za prozelitistično propagando specifično. Za večino predvsem krščanskih denominacij sicer velja, da je vsak vernik obenem lahko tudi nosilec sporočil, se pravi odposlanec. Tudi Jezus Kristus je bil potemtakem misijonar, saj je bil »poslan od boga«.

Misijonarske religije vsebujejo načelo o univerzalni resnici, viziji ali razkritju, ki je za religijo specifično, obenem pa verjamejo, da je njihovo sporočilo pomembno za človeštvo. To sporočilo sproži željo po univerzalnem sprejetju te resnice, za kar so misijonarji in njihovo delo neizogibno potrebni (Eliade 1993: 563–564). Gre za univerzalne religije, za razliko od rodovnih, kjer lahko število članov raste ali upada le znotraj rodu – s stopnjo rodnosti.

Razkritje tega sporočila od novih vernikov pogosto zahteva tudi odpoved obstoječim kulturnim zakonom. Čeprav so religije prepričane, da vsebujejo univerzalno sporočilo, se to sporočilo širi bolj s selitvami ali postopnim vključevanjem neposrednih sosedov kakor z organiziranimi misijonarskimi aktivnostmi. Ljudje, ki so spreobrnjeni pod prisilo, ne pa tudi s srcem, ohranjajo svoje prejšnje navade, tisti pa, ki novo religijo sprejmejo sami, kmalu pošljejo v svet tudi svoje misijonarje. Vendar misijonarji le redko prenesejo sporočila tako, kot so bila podana njim. Ta se skozi individualna prepričanja misijonarjev skoraj neizogibno preoblikujejo (Eliade 1993: 564–566).

Misijonarjenje je morda najbližje in najbolj razvito ravno med krščanskimi denominacijami. Kristusovim učencem so kmalu (okoli leta 100) sledili judje iz diaspore. Takrat je zunaj Palestine živelo veliko več judov kot v domovini. Judovstvo je bilo z monoteizmom in visokimi moralnimi standardi za mnoge živeče v grško-rimskem svetu zelo privlačno. Helenizirani judje so potemtakem že imeli dobro »podlago« za sprejetje krščanstva, ki jim je ponujalo družbo ljubečih ljudi, ki so skrbeli za potrebe drugih, obenem pa pomenilo upanje (Eliade 1993: 547).

Eliade (1993: 576) med drugim opozarja na pomembno razliko med propagandnimi in nepropagandnimi aktivnostmi, med katerimi so se slednje izkazale za mnogo bolj uspešne pri sprejemanju nove vere. »Kjer odkrita propaganda ni bila dovoljena, je bila kot spričevalo vere

izredno učinkovita že zgolj sama prisotnost ljubečih kristjanov v soseski.« Eliade obenem opozarja, da so bile aktivnosti misijonark veliko bolj raznovrstne in številčne od aktivnosti misijonarjev. Vzpostavljeno je bilo izobraževanje na osnovi krščanskih prepričanj, zdravstveno in družbeno oskrbo misijonarjev pa so ljudje sprejemali ne kot propagandne aktivnosti, temveč kot dokaz univerzalne Kristusove ljubezni. Javna predavanja ter pridige na prostem v vaseh in na javnih krajih so mnogim slušateljem dali znanje o alternativnem sistemu verovanja; medtem ko so manjše študijske skupine pod vodstvom sočutnih kristjanov razjasnjevale odgovore na vprašanja o krščanstvu (Eliade 1993: 576).

France Cerar v knjižici *Kdo so jezuiti* (2001) zapiše: »Vsak kristjan je poklican k pričevanju.« Pa tudi prejšnji predsednik (prerok) CJKSPD Gordon Hinckley je preko satelitskega prenosa leta 1998 izzval cerkev: »S skupnimi prizadevanji in pripoznanjem dolžnosti, ki jo ima **vsak od nas kot pripadnik cerkve** ter z iskreno molitvijo h gospodu za pomoč, lahko **podvojimo** število krstov za spreobrnjene« (Stucki v Loomis 2002, poudarki N. P.). Misijonarjenje potemtakem ni omejeno le na uradne misijonarje, ki potujejo po svetu ali deželi, temveč je k širjenju vere zavezan vsak član cerkve.

Redek je tisti, ki še ni srečal vsaj Jehovovih prič, če že ne mormonov ali katerih drugih evangelijcev². Zelo veliko bi o misijonarjenju lahko povedali tudi Indijanci, ki so jih evropski jezuiti pokristjanjali ob koncu srednjega veka. O njihovih aktivnostih obstajajo bogati zgodovinski zapisi, danes seveda prirejeni in prilagojeni trenutnim potrebam cerkve. Cerar tako dramatično opiše ukinitveno pismo *Dominus ac Redemptor* papeža Klemna XIV. kot »smrtonosni udarec«.³ Po drugi strani pa je znano, da je izobraženo in prosvetljeno evropsko plemstvo »črnokutarje«⁴ ukinilo zaradi nezaustavljivega vala razsvetljenstva, ki ga je pomagala sprožiti tudi francoska revolucija, najverjetneje pa so jim jezuiti po končani protireformaciji tudi prenehali koristiti pri utrjevanju oblasti.

2.4 PROZELITISTIČNA PROPAGANDA

V tem poglavju bom opisala posebnosti prozelitistične propagande in nekatere dejavnike, ki vplivajo na njeno (ne)uspešnost.

² Z evangelijci imam v mislih novejšo protestantsko ločino. Evangeličani so *mainstream* protestantje.

³ Pa očitno le ni bil smrtonosni, saj je »družba Jezusova 41 let potem, ko je bila prisiljena umreti, vstala od mrtvih« (Cerar 2001: 85). Ponovno jo je ustoličil Pij VII., ko je med drugim tudi na ta način hotel utrditi »moralo« v Evropi po francoski revoluciji.

⁴ Ta vzdevek jim pripiše Marija Jurić - Zagorka v knjigah Čarovnica z Griča (1978).

Ena izmed nevtralnih definicij propagande pravi, da je to »sistematična oblika namenskega prepričevanja, ki poskuša vplivati na čustva, vedenja, mnenja in dejanja specifičnega ciljnega občinstva v ideološke, politične ali komercialne namene preko nadzorovanih transmisij/prenosov enostranskih sporočil (ki so lahko resnična ali ne) preko množičnih ali direktnih medijskih kanalov« (Nelson 1996).

Ta definicija daje slutiti, da propaganda ni le tisto, kar bi lahko danes razumeli kot politično sredstvo, temveč je preprosto vrsta mehanizmov, s katerimi nekdo skuša doseči vedenjske ali ideološke spremembe v širših množicah. Poimenovanih je že več vrst propagand, med drugim tudi verska. **Medtem ko verska propaganda utemeljuje verovanja pri že obstoječih privržencih, je prozelitistična propaganda usmerjena samo na potencialne spreobrnjence. Od drugih vrst propagande se razlikuje ne samo po svojem namenu (ne toliko utrjevanje vere kot spreobračanje), temveč tudi po večji fleksibilnosti in misijonarjenju kot zanjo specifični aktivnosti.** Zato se mi zdi v kontekstu spreobračanja potrebno uporabljati pojem prozelitistične propagande.

V moč propagande so zaupale mnoge pomembne osebnosti. Nekateri so izjavljali celo naslednje: »Prišel je čas, ko mi lahko predate katerega koli človeka za nekaj tednov /.../ in lahko spremenim njegovo vedenje od tega, kar je, v kar koli želite, da postane – če je fizično izvedljivo. Ne morem ga naučiti leteti z mahanjem kril, lahko pa ga spremenim iz kristjana v komunista in obratno« (James McConnel v Šušnjić 1984: 13). In tudi danes ne poznam nobenega dokaza, da bi se zaupanje v moč propagande podrlo.

Predstave o bogu so že od nekdaj imele sposobnost za dramatične spremembe družbe. »Bog je močna ideja, ideja, ki je še močnejša, ko izvemo, da je nastala v človeški glavi ter da mu je služila in mu še služi za različne cilje /.../ Svet bi bil brez te ideje videti drugačen, tj. sama ideja je povzročila toliko družbeno-psiholoških posledic, da bi si težko izmislili realno Bitje, ki bi bilo tako močno, da bi ustvarilo podobne pomene« (Šušnjić 1984: 171).

Zanimivo je, da se predstave o božjem, ki so psihološkega izvora, pogosto izkazujejo v vedenju človeka in imajo vidne učinke tudi zunaj psiholoških okvirov. Kot razlaga Šušnjić, se simboli, s katerimi si ljudje lažje predstavljamo božji obstoj oz. imaginarne predstave z »nadizkustvenimi simboli«, prenašajo v našo dejanskost: »Simbolu (ideji) boga nič resničnega

ne odgovarja v resničnosti, vendar je ta simbol (ideja) močno vplival in še vedno vpliva na počutje, verovanje in vedenje ljudi. Nadizkustveni simboli povzročajo izkustvene posledice« (Šušnjić 1984: 172).

Šušnjić (1984) tudi piše, da se z verniki manipulira po enakih načelih in tehnikah kot pri vseh ostalih oblikah manipulacij. Med elementi verske manipulacije našteje nekaj trditev, pri katerih ima, kadar govori o simbolih, v mislih predvsem verske ideje. Te elemente lahko razumemo kot dejavnike uspešnosti prozelitistične propagande.

1) »Človek je razumno in nerazumno bitje, ravno zato ga je možno v nekaj prepričati z razumnimi in nerazumnimi sredstvi.« Razumnega človeka prepričamo z logiko, nerazumnega pa s čudeži, nadaljuje.

2) »Človek razmišlja, a tudi čuti. Zato se simboli (stvari) izbirajo tako, da pronicajo v razum in v srce.« Simbol mora tako izražati pomen kot tudi moč; pomembno je, da obenem nekaj pojasni in še pomembneje, da nekoga osvoji.

3) »Simbol je močnejši, če je močnejši tudi tisti, ki ga prenese v maso.« Tu ima v mislih moč, ki se prenaša iz prenašalca na simbol, ki tako zaživi neodvisno od svoje lastne moči. Smisla stvari ne moremo več ločiti od moči avtoritete.

4) »Simbol je močnejši, če je nemočen tisti, ki ga prejema.« Kadar so ljudje v stiski, iščejo rešitelja in takrat so zelo dojemljivi tudi za najbolj neverjetne ideje, ki v sebi nosijo obljubo odrešenja. Podobno je mogoče predvidevati tudi rezultate na volitvah, ko se opozicijske stranke za večji uspeh poslužujejo tudi zelo radikalnih idej.

5) »Simbol bo imel tem večji vpliv, če bo obstajal širši interes množice, da se reši nek javni problem.« Če simbol ne razreši tega problema, potem ostane brez odmeva.

6) »Religijski simboli se ne bi pomešali, če bi jih sprejeli vsi člani družbe.« Ker v družbi žive tudi ljudje, ki so versko ravnodušni ali ateisti, se morajo religijski simboli razločevati od nasprotujočih simbolov.

7) »Religiozni simboli imajo pred ostalimi simboli neobičajno prednost, saj se njihova resničnost ali lažnost ne more izkustveno preveriti.« Včasih se celo zdi, da so te ideje močnejše ravno zaradi tega, ker jih ne moreš enostavno logično zavrniti.

8) »Dokazovanje moči religioznih simbolov (verovanj, obredov) se ne izvaja logično, temveč psihološko.« Pri tem vera uporablja tudi grožnje s pogubljenjem oz. z odvzemanjem tega, kar uporabnikom nudi. Vreg (2000: 96) tako denimo opozarja, da se »posameznik prilagaja skupinskim normam, zaradi česar je kot član skupine tudi nagrajen s procesi gratifikacije. Če se ne prilagodi, skupina ukrepa proti njemu z negativnimi sankcijami.«

9) »Redek je simbol, ki bi bil tako vsestranski, da bi pokril nešteto različnih želja, potreb, interesov, pričakovanj ...« Ker v simbolu vsak išče odgovore na svoje želje in je zato tudi podvržen individualnim interpretacijam, ga ni težko uporabljati v manipulativne namene.

Ko Šušnjić pojasni razmerja med cerkvijo kot organizacijo in posameznikom, ki ga uklepa, ugotavlja tudi, da ima cerkev pri utrjevanju svojih dokazov zelo posvetne cilje, ki jih je z močjo množice veliko lažje doseči. »Zgodovina človeškega izkustva je polna primerov o tem, kako so religijske ideje (simboli) in verovanja spravile v pogon ogromne skupine ljudi in temeljito vplivale na njihovo občutje, mišljenje in obnašanje, da je že mejilo na revolucijo. Niti za trenutek ne moremo pozabiti, da so za temi idejami stali povsem otipljivi interesi ...« (Šušnjić 1984: 174–175).

2.5 VERSKI MARKETING

Pojem verski marketing le redko zasledimo. Majnaričeva (1999) pravi naslednje: »Če preprosto izhajamo iz osnovne definicije marketinga, lahko na tej podlagi verski marketing definiramo kot usmeritev verske organizacije k svojim zdajšnjim in želenim vernikom (namen je zlasti ohranjanje ali pridobivanje novih 'verskih potrošnikov') oz. kot dejavnosti, ki jih izvaja verska organizacija, ko anticipira želje in potrebe svojih ciljnih trgov.« Sam izraz se je že zdavnaj preselil tudi na področja neprofitnih, med drugim tudi cerkvenih organizacij. Še vedno pa se lahko vprašamo, ali je cerkev dejansko **neprofitna** organizacija ali pa se ji tako reče le »zaradi lepšega«.

Izraz marketing se v povezavi z religijami sliši skoraj svetoskrunsko. V primerjavi z duhovnostjo, ki naj bi jo religije ponujale, pa so njihove povsem posvetne potrebe pogosto manj vpadljive in ostajajo v ozadju. Njihovega obstoja ne moremo zanikati, saj nekateri predvsem ameriški avtorji pogosto uporabljajo tudi izraz »cerkveni« marketing. Zanimivo je, da je ta marketinška veja najbolj preučevana ravno v ZDA, enem najbolj pestrih religijskih tržišč. »Verski marketing je najbolj proučevan, pa tudi najbolj prakticiran ravno v ZDA, kjer avtorji uporabljajo izraz cerkveni marketing« (Majnarič 1999: 33).

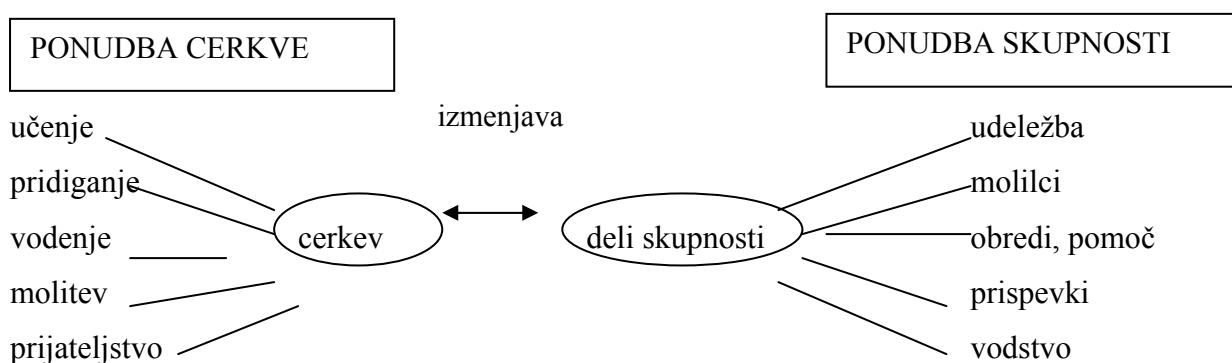
Zaradi »sekularnih« sprememb so cerkve v zadnjih desetletjih prisiljene k modernejšim pristopom v odnosu do svojih članov. Bodočim članom vedno manj »žugajo«, obstoječe pa skušajo karseda negovati. Tako so tudi cerkve primorane k uporabi marketinga: »Položaj verskih skupnosti se spreminja, iz vsega tega pa izhaja potreba po tem, da se začnejo tiste

verske organizacije, ki se želijo obdržati na površju ali pa se celo širiti, marketinško obnašati. Ta potreba je najbolj izrazita v religijsko najbolj pluralističnih družbah (ZDA)« (Majnarič 1999: 5).

Majnaričeva (1999: 31) opaža, da se v ZDA kot rezultat učinkovito uporabljenega sodobnega marketinga najhitreje razširjajo številne ločine, še posebej mormoni, Jehovove priče in razni kulti, pri tem pa ne ogrožajo svojih prepričanj in religijskih praks. Obenem tudi ugotavlja, da ima veliko ljudi slabo mnenje o marketingu, ker ga pojmujejo preveč preprosto – kot prodajo, oglaševanje ali odnose z javnostmi, čeprav so to le njegovi deli, beseda sama pa ima negativni prizvok. Opozarja tudi, da je pravo bistvo marketinga treba razumeti kot proces menjave (Majnarič 1999: 29). Ta proces menjave nazorno prikažeta Stevens in Laudon na sliki 2.2.

Majnaričeva (1999: 35) meni, da bi tudi cerkveni marketing morali pojmovati kot orodje, ki pomaga ne samo cerkvi pri uresničevanju njenih ciljev, ampak tudi članom – vernikom, ki so v končni fazi bistveni element širjenja cerkve. V nadaljevanju pravi: »Včasih se namreč pojavijo vprašanja, ali sploh obstaja razlika med gradnjo in trženjem cerkve in ali nam je bog pravzaprav ponudil dve taktiki: eno za številčno in drugo za duhovno rast.« Lahko bi dodali, da se ti dve plati ne izključujeta. Marketing je namreč *win-win* situacija, kjer z menjavo pridobita obe strani. Kljub temu da vernikove »pridobitve« niso tako jasno izražene, je razumljivo, da s članstvom v cerkveni skupnosti nekaj pridobi – to se tudi vidi na sliki procesa menjave.

Slika 2.2: Proces menjave po Stevensu in Loudonu



Vir: Prirejeno po Stevensu in Loudonu (v Majnarič 1999).

Majnaričeva v nadaljevanju ugotavlja, da cerkev ni nobena izjema pri potrebi po učinkovitem marketinškem komuniciranju. Še več – sooča se s povsem enakimi težavami kot poslovni sektor. »Tudi cerkve se soočajo s težavami, ki bi se jih dalo obravnavati kot marketinške, če bi šlo za poslovni sektor: pridobivanje in ohranjanje aktivnih članov, ugotavljanje, ali zadovoljujejo potrebe članov ... Uporaba marketinških metod cerkvi omogoča, da identificira in razume človeške potrebe, pri tem pa jim zagotavlja rast in blagostanje« (Majnarič 1999: 31).

»Cerkveni marketing lahko opredelimo kot proces, s katerim cerkev dosega, kar želi in potrebuje, preko ustvarjanja in menjave svoje ponudbe in prednosti z drugimi, zlasti s svojimi obstoječimi in želenimi verniki. Gre za sklop različnih aktivnosti, katerih cilj je izboljšati položaj cerkve na religijskem tržišču« (Majnarič 1999: 34).

3 ZAGOTOVILA ZA USPEH – MERJENJE UČINKOVITOSTI

Merjenje (ne)učinkovitosti neke specifične dejavnosti, ki predstavlja le del več vzporednih aktivnosti, je ponavadi kompleksno. Rast v številu članov religijske skupnosti mormonov lahko pripisujemo več hkratnim vzrokom. Kot sem že omenila, Eliade (1993) pripisuje odkritim propagandnim dejavnostim manjši pomen za nove spreobrnjence v primerjavi z »dobrim zgledom«, ravno tako je Stark (1996) med svojimi opažanji zaznal, da obstaja med cerkveno nadzorovanim pridobivanjem spreobrnjencev in prijateljskim ali sosedskim pridobivanjem le-teh pomembna razlika.

Delež, ki ga k novim spreobrnjencem prispeva prozelitistična propaganda, ne bom izražala v številkah, temveč opisno preko Starkovega (2003) revidiranega modela *Zakaj religijska gibanja uspejo ali propadejo?*. Število spreobrnjencev v enem letu v primerjavi s celotnim članstvom predstavlja rezultat vseh prozelitističnih (tudi tistih, ki jih cerkev ne nadzoruje) in ne le propagandnih aktivnosti. Roger Loomis (2002) je sicer po matematičnih modelih za izračun eksponentne rasti »izmeril« delež, ki ga k številčni rasti cerkve prispevajo mormonski misijonarji in ki naj bi predstavljal okoli tretjino vseh novih spreobrnjencev. Dalje ugotavlja, da »v vero rojeni« predstavljajo danes le še 20 odstotkov novih privržencev. Ostalih 50 odstotkov moramo torej pripisati drugim (nedefiniranim) dejavnikom.

Tudi Dawsonova (2003) na več mestih poudarja, da ne more dati dokončnih odgovorov, zakaj se ljudje pridružujejo NRG: »Z vidika družboslovne znanosti ostaja **bistveni in zlahka spregledani element skrivnosti o vzrokih**, zakaj se ljudje odločajo za religijo, posebno na tako radikalen način« (Dawson 2003: 125, poudarek N. P.).

V tem poglavju bom skozi poglede različnih avtorjev skušala pojasniti, zakaj so nekatere religije tako uspešne pri rekrutaciji novih članov.

3.1 STARKOV MODEL

Kot opozarja Stark (2003: 259–268), v enem letu nastane na stotine novih religijskih gibanj, vendar bo le eno izmed tisočih deležno privilegija, da bo pridobilo več kot 100.000 članov in se obdržalo vsaj sto let. Svoj teoretični model s pogoji za pridobitev tega privilegija je prenovil v desetih točkah. Aplikacija tega modela na širitev mormonske skupnosti bo

pokazala nekaj razlogov, zakaj je uspelo ravno tej skupnosti med mnogimi drugimi na sicer zelo konkurenčnem ameriškem religijskem trgu⁵.

Pogoji za uspeh NRG so po Starku torej naslednji:

1) »Ohranitev kulturne kontinuitete z religijami, običajnimi v družbah, kjer NRG išče nove privrženca« (Stark 2003: 261).

V podkrepitev navajam prepričanja in nauke iz Podatkov Cerkve v Sloveniji (2005: 3):

Sveti iz poslednjih dni so kristjani, toda ne protestanti, katoličani ali pravoslavci. Verjamejo, da je njihova cerkev obnovljena starodavna Cerkev Jezusa Kristusa. Sveto pismo sprejemajo kot od boga navdihnjene spise, prav kakor Mormonovo knjigo, še eno zavezo Jezusa Kristusa, in ostale svete spise. Cerkev uči poštenje, celovitost, poslušnost zakonom, čistost zunaj zakonske zveze in zvestobo v zakonski zvezi. Nasprotuje splavu, pornografiji, hazardnim igram in drugim zlorabam.

2) »Neempiričnost doktrin« (Stark 2003: 262).

Podobno kot pri mnogih drugih NRM, so nekatere doktrine mormonske cerkve nedokazljive, kot npr. prihod preroka, posmrtno življenje, da se je izvorna cerkev Jezusa Kristusa izgubila kmalu po Kristusovi smrti, da je prerok Joseph Smith našel svete spise in prevajalsko napravo, ki naj bi se izgubila ...

3) »Ohranjanje srednje ravni napetosti z okolico – pravila so stroga, a ne preveč stroga« (Stark 2003: 262).

Nekatere splošne omejitve so za nečlane mormonske skupnosti morda stroge (pa tudi ne preveč), za člane pa pomenijo le »zdrav način življenja: »Sveti iz poslednjih dni so prav tako znani po tem, da ne uživajo alkohola, tobaka, prave kave in pravega čaja, da poudarjajo čisto moralno življenje, in po tem, da so dobri državljani, ki z veseljem služijo drugim« (Podatki Cerkve v Sloveniji: 2006: 4).

⁵ Stark se je tudi sam precej ukvarjal z mormoni, zato so njegova opažanja verjetno vplivala tudi na oblikovanje tega modela. Vanj bom zato umestila le dokazljiva dejstva. Resnični dokaz za stabilnost in uporabnost tega modela bi dobili, če bi na njegove točke aplicirali še druga novoreligijska gibanja. A na to dejstvo v zaključku opozarja tudi Stark sam.

4) »Legitimno vodstvo z ustrežno in učinkovito avtoriteto« (Stark 2003: 264).

Na predsednika Cerkve gledajo kot na božjega preroka (trenutno je to predsednik Thomas Monson). /.../ Za svetovno administracijo Cerkve, nadzorovanja in oblikovanje postopkov so odgovorni predsednik Cerkve, njegova svetovalca in Zbor dvanajstih apostolov. Na čelu krajevne oddelčne organizacije je škof. Ponavadi ima družino in kot vsi drugi služi brezplačno. /.../ Prejšnji predsednik Hinckley je bil poleg svojih cerkvenih dolžnosti aktiven tudi v skupnosti in poslovnih zadevah. Služil je kot predsednik in član odbora številnih podjetij. Prejel je veliko častnih priznanj za izobraževanje. /.../ Z ženo Majorie Pay Hinckley imata pet otrok. (Podatki Cerkve v Sloveniji 2006: 3, 6, 7.).

5) »Ustvarjanje visoko motivirane, prostovoljne, verne delovne sile, vključno z mnogimi, ki so pripravljeni postati prozeliti« (Stark 2003: 265).

*Ena najbolj presenetljivih posebnosti Cerkve Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni je dejstvo, da se vodenje administracije za organizacijo z 12 milijoni članov skoraj v celoti izvaja s **prostovoljnim** služenjem. /.../ Večina članov (moški, ženske, mladi) prejme **zadolžitev ali cerkveno odgovornost**. Pri oskrbi krajevne skupnosti je za Cerkev Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni značilno sodelovanje **vseh** članov. Odgovornosti služenja lahko vključujejo administracijo, svetovanje, poučevanje (odraslih, najstnikov ali otrok), obiskovanje na domu, **misijonarsko** delo, organiziranje družabnih aktivnosti ali projektov služenja (Podatki Cerkve v Sloveniji 2006: 6, poudarki N. P.).*

6) »Stopnja rodnosti, ki zagotavlja vsaj nadomestitev smrtnosti« (Stark 2003: 265).

»Izkušnje so pokazale, da družina vodi do večjega osebnega zadovoljstva, mirne vesti in samozavesti. Močne družine prispevajo k blagostanju skupnosti in naroda« (Podatki Cerkve v Sloveniji 2006: 4). Joseph Smith je imel 48 otrok s šestimi ženami. Splav je prepovedan, razen v primerih posilstva, incesta, resne zdravstvene ogroženosti življenja matere ali zdravnikove odločitve, da ima otrok tako resne anomalije, da ne bo zmožan živeti. Sterilizacijo lahko upraviči le mentalna bolezen pri dotični osebi. V primerjavi s katoliško cerkvijo je CJKSPD pod vodstvom prejšnjega predsednika omilila svoje stališče

do rodnosti. Kljub temu da imajo mormoni danes manj otrok kot nekoč, so njihove družine še vedno večje od povprečnih ameriških družin (Ostling in Ostling 1999: 168–169).

7) »Tekmovalnost z lokalnimi, šibkejšimi konvencionalnimi verskimi organizacijami znotraj relativno neuravnane religijske ekonomije (oz. liberalnega religijskega trga)« (Stark 2003: 263). Okolje, v katerem so mormoni lahko uspevali, je bilo v začetkih umaknjeno od urbaniziranih prostorov, kjer so že prevladoval konvencionalne religije. Tržno nišo danes iščejo med krščanskimi denominacijami, vendar poudarjajo, da niso »ne protestanti, katoličani ali pravoslavci« (Podatki Cerkve v Sloveniji 2006: 3).

8) »Ohranjanje močnih notranjih vezi in odprte socialne mreže, sposobne vzdrževanja in oblikovanja vezi z zunanjimi osebami« (Stark 2003: 267). Močne notranje vezi so med članstvom nedvomno prisotne: »Cerkev ima svoj dobrodelni sistem, s katerim zagotavlja pomoč članom v stiski. /.../ Mreža socialne pomoči je razvejana, in sicer vodi središča za zaposlovanje, trgovine z rabljenimi izdelki, kmetije, tovarne za konzerviranje hrane, skladišča in člane oskrbuje še z drugimi potrebščinami« (Podatki Cerkve v Sloveniji 2006: 3). Vezi z zunanjimi osebami so odprte, to se kaže tudi z razširjanjem božje besede preko misijonarjev in siceršnjim privabljanjem novih članov.

9) »Vzdrževanje zadostnih napetosti z okolico – ohraniti zadostno strogost« (Stark 2003: 267). Še vedno se vzdržujejo prepovedi pitja kave, pravega čaja, alkohola in kajenja. Poleg tega je v veljavi prepoved abortusa, vse manj pa je jasnih prepovedi kontracepcijskih metod. »V Priročniku iz leta 1999 piše, da je število otrok, ki naj bi jih par imel, 'zelo intimno in zasebno in bi moralo biti prepuščeno paru in Gospodu'« (Ostling in Ostling 1999: 168).

10) »Zadostna socializacija mladih, da se izognejo odstopanju in zmanjšani strogosti« (Stark 2003: 268). Ko Ostlingova (1999: 204) opisujeta mormonske misijonarje, ne pozabita omeniti niti socializacije mladih: »Mormonski misijonarski program dopolnjuje konstantno rast števila spreobrnjenecv po svetu in, morda ravno tako strateško, igra močno vlogo pri navezovanju mladih ljudi, posebno moških, na njihovo cerkev.«

Medtem ko se mladi drugih ver lahko zabavajo, poteka tiha rekrutacija ne samo med misijonarji, temveč tudi med ostalimi, npr. preko univerze in raznih cerkvenih združenj. Že otroke moškega spola prično zgodaj vzgajati v skavtskem duhu in imajo v ta namen sestavljen tudi program dosežkov za Aronovo svečeništvo. Pri vernikih, vzgojenih na tak način, so možnosti za zmanjšanje strogosti precej manj verjetne.

3.2 EKONOMSKI RAZLOGI

Cerkev iz nuje ustvarja lastne, tudi gospodarske institucije. Razlog za posvetno, gospodarsko delovanje cerkva je med drugim tudi njen odnos do drugih necerkvenih institucij. S tem si cerkev tudi olajša poslovanje. Luckmann (1997: 75) ugotavlja, da je cerkev danes v bistvu prisiljena razvijati lastne poslovne interese, ki so vendarle nekoliko v navzkrižju z duhovno platjo, ki naj bi jo primarno ponudila svojim vernikom.

»Z institucionalno specializacijo religije se spremeni razmerje posameznika do svetega kozmosa in celotnega družbenega reda. Ena od posledic teh sprememb je, da postane cerkev, kar zadeva njeno religiozno funkcijo, precej razklana. Cerkev stopa v množstvo odnosov z drugimi, bolj ali manj specializiranimi institucijami, katerih poglavitne naloge so v »posvetnem« območju. Odnos cerkve do političnih in gospodarskih institucij lahko sega od vzajemne podpore preko delne prilagoditve do tekmovanja in odprtega konflikta. V takih odnosih cerkev neizogibno razvije svoje lastne 'posvetne' interese. Poleg svoje dogmatske in bogoslužne tako izoblikuje še svoje gospodarske, politične in administrativne tradicije« (ibid.).

Danes bi težko trdili, da se cerkev ne obnaša kot poslovni subjekt, prej nasprotno. Kot kaže, ji vsaj v Sloveniji posli kar cvetijo⁶. Tudi CJKSPD ne zaostaja mnogo. Z le okoli 300 verniki si je njihova cerkev pred kratkim lahko postavila nov objekt za izvajanje cerkvenih dejavnosti.

Še enkrat bi rada izpostavila mormonski cerkveni davek – desetino, ki jo je obvezan plačevati vsak član, če ne želi izgubiti določenih privilegijev, ki mu jih cerkev nudi. CJKSPD trdi, da je ta desetina njihov glavni dohodek, ki pa vendarle ne more biti majhen. Vsaj glede na to, da naj bi bila CJKSPD najbogatejša cerkev na vernika v ZDA (Ostling in Ostling 1999). Ta davek cerkev lahko vlaga v tiste cerkvene aktivnosti, ki ji omogočajo rast članstva. Če ne bi

⁶ Tako je vsaj sklepati iz članka Cerkvna Družina skoraj potrojila dobiček, ki je bil objavljen v Dnevniku 26. junija 2008.

imela tolikšnih sredstev, ki ji omogočajo izvajanje različnih dejavnosti, tudi prirast najbrž ne bi bil tako visok. Cerkev da veliko na založništvo in medije, saj je to dolgoročna naložba, ki se slej ko prej obrestuje.

3.3 NARAVNI PRIRAST

Kot pri rasti krščanstva je tudi pri rasti mormonizma pomembno vlogo odigrala rodnost. Vsaj v začetku, ko je bila poligamija za cerkev še sprejemljiva, so imeli posamezni moški tudi po nekaj ducatov otrok, kar je nedvomno vplivalo na skokovito rast skupnosti. Vendar Loomis (2002) opaza, da se trend obrača v nasprotno smer in da rodnost več ne more pogojevati visoke rasti:

Leta 1982 je imela cerkev okoli 5 milijonov članov in 124.000 blagoslovljenih⁷ otrok, to je 2,4 otroka na 100 članov. Od takrat je to razmerje postopno upadalo do 2001, ko je bil na 100 članov krščen 0,61 otrok. To pomeni, da je bilo 11 milijonov članov leta 2001 sposobno ustvariti le malo čez polovico otroških blagoslovov kot 5 milijonov članov 19 let poprej. Natančen vzrok tega upada je težje določiti, kot bi lahko pričakovali. V tem času je upadla rodnost v svetovnem merilu in tudi udeleženosť mormonov v tem procesu je gotovo del tega (Loomis 2002).

Loomis domneva, da gre razlog za upad deleža blagoslovljenih otrok pripisovati tudi uspehom misijonarskih programov. S krstom spreobrnjenec je mormonizem prispel tudi v druge dežele, kjer je zelo verjetno, da imajo določene kulture še nižjo rodnost kot mormoni na Intermountain West.

Mormoni, ki so rojeni v vero, predstavljajo jedro privržencev, piše Loomis (2002):

To je edina vera, ki jo v življenju poznajo – vera in kultura, v katero so bili privzgojeni. To so tisti, za katere je najverjetneje, da bodo svoje prijatelje prepričali, da postanejo mormoni, in obenem tisti, za katere obstaja najmanjša verjetnost, da bodo skupnost zapustili. Najverjetneje bodo služili misijonom, kjer bodo pridobili ne le spreobrnjenec, temveč tudi znanje in sposobnosti, da postanejo naslednja generacija cerkvenih voditeljev.

⁷ Nekaj tednov po porodu imajo mormonski starši možnost, da prinesejo otroka v cerkev, kjer prejme poseben blagoslov med tedenskim čaščenjem. Ko je otrok blagoslovljen, cerkev vpiše njegovo ime, četudi ne bo zrasel v uradnega cerkvenega člana, dokler ne bo star osem let.

Novorojenci oz. potomci že obstoječih članov morda res predstavljajo jedro, vendar pa po Loomisovih podatkih danes predstavljajo le še petino novih članov. Za primerjavo: v sedemdesetih letih so predstavljali dvakrat višji delež cerkvenega prirastka.

To še ne pomeni, da cerkev ne more več rasti eksponentno, meni Loomis. Še vedno je možno, da so spreobrnjenci boljši pri širjenju evangelija kot tisti, ki so v vero rojeni, in možno je, da je ta prednost dovolj za spremembo dramatičnega zmanjšanja v deležu ljudi, ki so v vero rojeni. Vendar obenem ugotavlja tudi, da cerkev danes ni več tako homogena, kot je bila še pred nedavnim.

3.4 DEJAVNIKI ŠIRITVE SKUPNOSTI

Zanimivo bi bilo videti, koliko je k rasti cerkve prispevalo misijonarjenje in koliko naravni prirast s širjenjem preko mrež prijateljev in družin. Po Loomisovih izračunih (2002) je cerkev rasla s skupno 45 odstotki na desetletje, kar kaže, da je popolno izpolnjevanje misijonarskih dolžnosti neposredno odgovorno za okoli **tretjino** cerkvene rasti.

Po drugi strani Loomis opaža trend, ki kaže, da so bila Starkova predvidevanja o rasti mormonske skupnosti pretirana. Ugotavlja, da cerkev ne raste več na eksponenten, temveč na linearen način.

*Leta 1989 je Cerkev krstila 319.000 spreobrnjencev in narasla s 7,3 na 7,7 milijonov članov. Pripadniki cerkvene rasti so bili nad tem precej vzhičeni, saj je to pomenilo več kot 200-odstotno rast na desetletje. V naslednjih 12 letih se je število članov in misijonarjev povečalo za 70 odstotkov. Za eksponentno naraščanje bi bilo treba zagotoviti tudi 70 odstotkov novih članov – spreobrnjencev, kar pomeni do okoli 540.000 spreobrnjencev v letu 2001. Na žalost pa rast spreobrnjenih članov do leta 2001 ni bila 70 odstotkov višja kot leta 1989, temveč za 8 odstotkov **nižja**. To kaže, da cerkev **ne raste na eksponenten**, temveč na **linearen način**, z drugimi besedami – rast se upočasnjuje (Loomis 2002, poudarki N. P.).*

Obenem je po podatkih STA 31. julija 2005 lokalni časopis *Salt Lake Tribune* poročal, da bodo mormoni do leta 2030 izgubili večino v Utahu. »Po podatkih državnega urada za načrtovanje in proračun je bilo v tej ameriški državi leta 2004 kar 62,4 odstotka prebivalcev mormonov, vendar se od leta 2000 njihovo število zmanjšuje. /.../ Število spreobrnjenih namreč ne zadostuje, da bi nadomestilo število vernikov, ki zapuščajo to cerkev« (STA 2005).

Trend upadanja, vsaj med misijonarskimi vrstami v ZDA, opaža tudi Jake Ereksion, nekdanji misijonar CJKSPD (priloga A, intervju):

V: »Ali veš, koliko mormonskih fantov odide na misijo? V odstotkih?«

O: »Ne ... Vem pa, da jih gre vsako leto manj.«⁸

Loomis (2002) ugotavlja, da obstaja mnogo stvari, ki rastejo eksponentno, obenem pa je eksponentna rast neizogibno le začasen pojav: »Lahko si predstavljamo, da bi mormonska cerkev rasla s 50-odstotno rastjo v naslednjih 78 letih in dosegla 280 milijonsko članstvo leta 2080, če pa bi s to rastjo nadaljevala, bi dosegla 16 milijard ljudi leta 2180 in 921 milijard leta 2280. Na neki točki okoliščine **vedno** prisilijo eksponentno rast k ustavitvi« (Loomis 2002).

Lastnost eksponentne rasti je v daljšem časovnem obdobju med drugim tudi notranja sila uspeha, mehanizem, kjer **podobno ustvarja podobno**, piše Loomis (2002): »Denar, ki ga prislužimo z obrestmi, je enako sposoben ustvarjati še več denarja kot denar, ki je bil prvotno naložen. Ko se bakterija v laboratoriju deli, nastaneta dve, ki imata enako sposobnost, da se delita kot njun izvornik. Rezultat tega je, da so novi člani sistema homogeni s starejšimi člani.« Enako velja za mormonsko skupnost. Z enim misijonarjem, ki krsti deset spreobrnjenecov, jih lahko na ta način v naslednji generaciji posledično nastane tudi sto.

Rast članstva lahko po Loomisu (2002) pripišemo dvema glavnima razlogoma: rast z otroki, rojenimi v vero, in verskim konverzijam. Verske konverzije lahko ponovno razdelimo na: konverzije **znotraj že obstoječih socialnih mrež** članov cerkve in konverzije, ki nastanejo kot rezultat **misijonarskih prizadevanj**.

Loomis obenem meni, da je razlog za upad stopnje rasti mormonske vere povezan tudi s konkurenčnimi religijami, kot so binkoštniki, *Assembly of God* in *Adventisti sedmega dne*. Slednji dve trenutno ustvarita 250-odstotno rast na desetletje (Loomis 2002). Dalje piše, da se uspeh teh cerkva skriva v krščanski orientaciji omenjenih cerkva, ki delujejo na omejenem trgu. »Trg je omejen in katerakoli od teh religij ne bo mogla rasti eksponentno, ne da bi zarezala tudi v število članov in rast ostalih.« Drugi razlog za pomembnost uspeha je čas rasti, saj je v letih, ko je rast mormonske cerkve upadala, v ostalih religijah naraščala.

⁸ Podatki iz cerkvenega Almanaha (2006: 655) o številu misijonarjev v posameznem letu kažejo, da je to število z občasnimi prekinitvami v zadnjih desetletjih konstantno raslo. Največ misijonarjev v posameznem letu je delovalo leta 2001 (ko jih je bilo na misiji 36.273), vendar je to število že čez dve leti drastično upadlo (na 29.246 misijonarjev).

Loomis (2002) predvideva, da bo članstvo naraščalo linearno še približno 15 let, potem pa se bo tudi ta rast upočasnjevala in dosegla vrhunec pri 18,5 milijonih vernikov v letu 2031. Kljub rastoči bazi članov in misijonarjev za 50 odstotkov v zadnjem desetletju, je cerkev ostala neuspešna pri dvigu krstov za vsaj 1 odstotek, kar se mu zdi bistvenega pomena za ohranjanje eksponentne rasti. Loomis predvideva, da bo leta 2080 mormonska cerkev imela okoli 30 milijonov članov.

Zdrav razum si lahko zamišlja proizvajalce, distributerje, trgovce in potrošnike različnih vrst blaga, težje pa si zamisli proizvajalce, distributerje, trgovce in potrošnike različnih vrst idej in ideologij, ki se na *tržišču* idej in ideologij prodajajo in kupujejo prav tako kot vsako drugo blago (Šušnjić 1984: 150).

S svojim posvetnim delovanjem cerkev izkazuje tudi svoje ekonomske načrte. Uspeh, merjen v gospodarskih tērminih, danes namreč neizpodbitno omogoča nadaljnji razvoj skupnosti. Vsa prozelitistična dejavnost je omogočena šele, ko to dovoljujejo tudi zadostna finančna sredstva. »Tudi na trgu političnih idej in ideologij velja osnovno pravilo: kdor ima več *denarja, moči* in *veščin*, da *propagira svoje ideje in ideologijo*, ta lahko pričakuje, da bodo njegove ideje in ideologija institucionalno priznane in postale obči sistem interpretacije in akcije v vsakodnevnem političnem življenju« (Šušnjić 1984: 150–151).

Število misijonarjev, ki služijo v posameznem letu, je pomemben pokazatelj cerkvene rasti. Kadar je misijonarjev manj, cerkev raste počasneje, in kadar jih je več, raste hitreje. To ne nasprotuje teoriji o širjenju vere preko socialnih mrež. Cerkev se zaveda, da je spreobrnjenje proces, ki pripelje nekoga v religijo z uskladitvijo religije prijateljev. To je tudi razlog za učenje misijonarjev, da je ključ za njihovo misijonarsko uspešnost ključna dobra, duhovna povezanost z morebitnimi spreobrnjenci, ki presega običajna prijateljstva (LDS v Loomis 2002). Težava je v tem, da je misijonar, ravno ko močna vez med novim članom in določenim misijonarjem prične kazati sadove uspeha, prestavljen na drugo lokacijo še preden so vzpostavljene tudi vezi z ostalimi člani verske skupnosti.

4 NOVA VERA ZA NOVI SVET

Kot ugotavlja Debeljak (1994), so se v ZDA med kolonizacijo oblikovale posebne družbene in kulturne razmere, ki so kar klicale po prekinitvi z evropskimi tradicijami, tudi v religioznem smislu. Karakteristike ZDA kot jih vidimo z evropskimi očmi (individualnost in »svoboda«) Debeljak obrazloži z zgodovino priseljencev:

Svoje prste pri visokem vrednotenju individualnosti in svobode ima vmes seveda tudi značilna in neponovljiva ameriška zgodovina. Amerika je namreč še danes v marsičem sen in resničnost (potomcev) ljudi, ki so pustili vse za seboj, prišli na nove obale, pozabili na preteklost, odvrkli spono tradicije, si drznili preizkusiti meje znanega, pionirsko utirati pot naprej, prodirati vedno drugam, iskati vedno nove izzive, se izpostavljati vedno novim okoljem in izkusiti vrtoglavo prostost tistih, ki jih ne zavezuje ničesar, razen lastne sposobnosti (Debeljak 1994: 157–158),

Mormonska vera je tako nastajala v razmerah postkolonialne Amerike, na področju ZDA, kjer je ljudi prežemal »občutek, da je bila Amerika izbrana od boga, da izpolni njegov namen, in želja, da bi ustvarili idealno družbo« (Thompson 1992: 9). Ta občutek je verjetno prežemal tudi mladega najstnika (ki je bil takrat član metodistične ločine) Josepha Smitha, ko je, kot je zatrjeval, leta 1820 nekega lepega spomladanskega jutra prvič srečal Jezusa. Ta mu je namreč svetoval, naj ne verjame nobeni od obstoječih ver.

»Rečeno mi je bilo, naj se ne pridružim nobeni od teh, ker so vse napačne. Ta, ki me je nagovoril, je dejal, da so vse tiste veroizpovedi v njegovih očeh *gnusne*, da so vsi tisti izpovedovalci **izprijeni**, da se 'mi približujejo z ustnicami, toda njihovo srce je daleč od mene. **Človeške** zapovedi /.../ poučujejo kot nauke'. Ponovno mi je prepovedal, da bi se pridružil kateri koli od teh,«⁹ je zapisal Smith dvajset let kasneje (poudarki N. P.).¹⁰

Potomci evropskih priseljencev, ki so naseljevali Severno Ameriko, so s sabo sicer prinesli svoje vere, vendar je bilo vero tako daleč stran od verskih središč na Vzhodu težko obdržati. Mladi Joseph je v svojem kasnejšem razkritju tem potomcem odkrival novo, geografsko (ne

⁹ Pričevanje preroka Josepha Smitha (2005). *Intellectual Reserve, Inc.*, Cerkev Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni

¹⁰ Podobna razočaranja so doživljale tudi druge pomembne osebnosti, denimo Kristus na obisku pri tempeljskih farizejih ali Martin Luther nad odpustki. Kaže, da se tudi tu (v razočaranjih in prevelikih pričakovanjih) skrivajo razlogi za nastanek ločin in posledično povečano število spreobrnjancev.

pa tudi ideološko) povsem avtohtono vero ameriških priseljencev. Ta je med drugim govorila o tem, da je Jezus z ladjo odplul v Ameriko in tam poučeval indijanska plemena (kar je priseljencem dalo lažji povod za identifikacijo z njimi samimi) ter da je Smith s pomočjo preroka Moronija odkril knjigo na zlatih ploščah. »Kamnita škatla je vsebovala tudi posebno napravo, ki se je imenovala Urim in Thummim, ki naj bi služila kot prevajalski pripomoček« (Thompson 1993: 12), Kako je možno razložiti, da je nauk, ki naj bi ga prevedel preprost človek s pomočjo Urim in Thummima, postal tako popularen med ljudmi?

Eden izmed odgovorov je verjetno v Mormonovi knjigi, kjer med drugim beremo precej patriotski nagovor Nefija, ki obljublja na ameriških tleh novi Jeruzalem: »In glejte, to ljudstvo bom utrdil v tej deželi, da se izpolni zaveza, ki sem jo sklenil z vašim očetom Jakobom; in to bo Novi Jeruzalem (3 Nefi 20: 22).« Mislim, da so avtorji Mormonove knjige tudi s pomočjo ustvarjanja nekakšne domovinske zavesti v ljudeh, ki so bili na ameriških tleh »brez korenin«, želeli posredovati domoljubno sporočilo. Mormonska vera je bila v 19. stoletju – za razliko od večine ostalih ver – avtohtona. Prevod knjige na zlatih ploščah obljublja tudi posvetno zaščito in pomoč: »Prišel sem k svojim in moji me niso sprejeli. /.../ Glejte, prišel sem na svet, da svetu prinesem odkupitev, da svet odrešim greha« (3 Nefi 9: 14–21). Mormonova knjiga spokorjencem obenem ponuja zatočišče in »korenine«, saj naj bi Jezusov nauk dodobra spoznali že 600 let pred Kristusom, s prihodom Nefija in potomcev na ameriško celino.

Thompson (1993: 37) opisuje različne reakcije ljudi, ki so prišli v stik z vero preko misijonarjev:

»Na nekaterih območjih so bili indiferentni, v drugih pa so bili tako pozitivni, da so se cerkvi pridruževale cele župnije. Običajno je bil sprejem boljši v severnih kot južnih državah. Dnevniki, shranjeni na območju Kirtlanda, kažejo, da je bila večina spreobrnjenih po starosti v dvajsetih letih, po verskih prepričanjih pa so bili metodisti, baptisti ali prezbiterijanci, čeprav so metodisti prevladovali. V ZDA in Kanadi so bili spreobrnjenici večinoma kmetje, v Angliji pa tovarniški delavci in rudarji. Večina je iskala rekonstruirano krščanstvo Nove zaveze. Mnogo se jih je pridružilo zaradi Mormonove knjige. /.../ Večina je komaj čakala na zbor v Zionu.«

Mormonska zgodovina, četudi relativno kratka, je izjemno dobro dokumentirana, zgodovinopisje pa nekoliko selektivno. Profesorji, ki so se na Brigham Young University

(BYU) pretirano »ukvarjali« denimo z nastankom in datiranjem Mormonove knjige, so bili tako ali drugače šikanirani. Veliko zgodovinskih virov je najbrž tudi posledica nekoliko z romanticizmom in založništvom navdahnjenega 19. stoletja, vendar se je ta tradicija vseskozi ohranjala in tako dala na voljo tudi nekaj pristranskih zgodovinskih knjig iz založbe Deseret Book, v katerih nedvomno povečujejo svoje preganjanje in Smithovo mučeništvo ter zamolčijo odnos do temnopoltih, žensk in še kakšne neprijetne stvari, kot je denimo njihova vloga pri pomoru novih priseljencev na *Mountain Meadows* (glej Thompson 1993: 136–137).

Mormoni v 19. stoletju niso bili zaželena družba ne za sosede ne za oblasti. Konkurenčni misijonarji (sosedje) so jih zatožili oblastem, da med Indijanci na območju današnjih držav Oklahome in Kansasa (Missouri) razpihujejo upor proti lokalnim prebivalcem. Mormonski misijonarji so bili med domorodci namreč precej uspešni, kar je pri drugih misijonarjih seveda vzbujalo zavist. Oliver Cowdery in njegovi pomočniki misijonarji so prejeli ukaz za zapustitev indijanske države ali pa »se bodo soočili z vojaškimi posledicami« (Thompson 1993: 45–47).

Težave so imeli tudi z lokalnimi oblastmi. Prebivalcem okraja Jackson je namreč prekipelo, ko je poleti 1833 časopis Star objavil nasvete za osvoboditev temnopoltih pripadnikov njihove cerkve v obljubljenem mestu Zion. V Missouriju je bilo suženjstvo uzakonjeno. Sovražno nastrojene »vaške straže« so mormonom uničile trgovino, tiskarne in knjige, lokalni sodniki pa so bili večinoma »nemormoni«. Eden od vladnih voditeljev je med ruševinami tiskarne celo dejal: »Zdaj vidite, česa so sposobni naši fantje iz Jacksona, zato morate zapustiti okrožje.« Po dveh letih naselitve so mormoni odšli (Thompson 1993: 51–53).

Po ponovni naselitvi so se razširile govorice, da jih bodo lokalni prebivalci ponovno napadli, vendar so mormoni že imeli svojo »vojsko« prostovoljcev, ki je nevede napadla uradno vojsko. Guverner je čez dva dni izdal nalog o uničenju, po katerem so bili mormoni sovražniki in jih je bilo treba ali uničiti ali nagnati iz države. V Haun's Millu se je konec oktobra zgodil pokol mormonov, ko je 50 vojakov streljalo na neoborožene mormone. 19 moških in dečkov so pobili, 15 pa ranili. Smith in še nekaj voditeljev se je predalo oblastem, ki so jih obtožile izdajstva in poslale v ječo (Thompson 1993: 64–67).

Ko so mormoni prišli v Nauvoo, njihovi voditelji pa iz ječe, se je okoli leta 1840 zanje pričelo novo obdobje. Smith, ki naj bi ohranjal neposreden stik z Jezusom, je po ustanovitvi templja

narekoval nove rituale in vedenja, med njimi krst za pokojne (posthumno sprejetje v vero) in poligamijo. Slednja je povzročila mnogo polemik že v tistem času. Smith je namreč javno zanikal, da bi imel več žena, nasprotovali pa so mu tudi njegova žena in bratje. Imel pa je močnega zaveznika – Brigham Younga, ki je o mnogoženstvu prepričal tudi apostole. Eden od uglednejših mormonov John C. Bennet je v tem času iskal spolne usluge pri ženskah in trdil, da je to nova skrivna doktrina Josepha Smitha. Mesto je bilo polno govoric in Bennet je bil izključen iz skupnosti. Kasneje je potoval po Illinoisu in učil o mormonskem mnogoženstvu. Smith je skušal razloge za mnogoženstvo pojasniti tako vodstvu cerkve kot svoji ženi, vendar brez uspeha. S to prakso je cerkev seznanila vernike in javnost šele devet let kasneje (Thompson 1993: 75–89).

Upor proti poligamiji se je nadaljeval v medijih in ker nasprotniki Smitha niso mogli aretirati zaradi prešuštva, so ga zaradi kršenja svobode govora. Ko je eden od časopisov pozival k zavračanju Smitha in doktrin iz nauvojskega templja, je Smith z mestnim svetom izglasoval uničenje časopisa. Prijavili so ga zaradi kršenja ustavnih pravic in Smith je z bratom in dvema apostoloma ponovno pristal v ječi. Nasprotniki so podkupili stražarje ter ubili njega in brata (Thompson 1993: 89–93).

S tem konflikta z oblastmi še ni bilo konec. Ko so se selili dalje v Utah, so s svojim sistemom samopreskrbe zavračali ameriški kapitalizem, trgovino in politiko, poleg tega pa so bili v prijateljskih odnosih z Indijanci, kar je bilo povsem neameriško. Predsednik ZDA James Buchanan je izjavil, da so mormoni v resnem uporuh zoper ustanove ZDA. Nad mormone so poslali vojsko, da bi jih nadzorovali in zamenjali Younga kot guvernerja, a so jih zaustavile gverilske taktike, ki so se jih mormoni naučili od Indijancev. Ko so kasneje Youngu pojasnili, da ne nameravajo napadati mormonov, temveč ga samo zamenjati na guvernerskem položaju, se je predsednik mormonom opravičil. Še pred prihodom novega guvernerja, so mormoni okrožje začasno povsem zapustili in se pričeli vračati šele, ko so videli, da jim od vojske ne grozi nevarnost. Sovražnost pa je ostala in vlada je iskala nov, moralni izgovor za »vojno« ter ga našla v poligamiji (Thompson 1993: 134–141).

Kongres ZDA je z letom 1862 pričel uvajati več zakonov proti poligamiji, leta 1887 pa razpustil CJKSPD in zaplenil njena posestva. Ko je ameriško vrhovno sodišče leta 1890 potrdilo anti-poligamistične zakone, se je tedanji predsednik CJKSPD Wilford Woodruff odločil za prilagoditev (Prothero 2003: 185–186).

Z javno najavo poligamije kot doktrine je prišlo do prvih razkolov v cerkvi. V 50-ih letih 19. stoletja je nastala reorganizirana CJKSPD. Ta se je z zavračanjem večine mormonskih doktrin preoblikovala v protestantsko cerkev, ki je verjela v Mormonovo knjigo, njen predsednik pa je postal Smithov sin. Reorganizirana CJKSPD je imela kar nekaj uspeha, vendar danes paradoksalno, za razliko od uradne CJKSPD, v svoje vrste sprejema tudi poligamiste (Thompson 1993: 148–151)!

Poligamija je kljub nezakovitosti živa tudi danes. Po nižjih ocenah naj bi bilo vanjo vključenih okoli 30.000 ljudi. Uradna cerkev je ne samo zavrača, temveč tudi ignorira. Večina ljudi današnje poligamiste imenuje mormonski fundamentalisti in to cerkveno vodstvo najbolj prizadane, ker se jih sramuje, čeprav so del njene zapuščine. Znani policijski pregoni so se dogajali že v prejšnjem stoletju, denimo ko so razpustili družine z 236 otroki v Arizoni in so matere morale podpisati izjave o antipoligamiji, očetje pa so bili zaprti. Enciklopedija ameriških religij Gordona Meltona našteje ducat poligamističnih denominacij z največjo *United Order of Colorado* v Arizoni. V zadnjem času se ponovno pojavljajo obtožbe, a ne zaradi poligamije, temveč zaradi prijav pedofilije in incesta (Ostling in Ostling 1999: 56–75).

Danes je okoli 13 milijonov pripadnikov CJKSPD (podatek iz uradne slovenske spletne strani). Ne živijo več umaknjeno kot nekoč, ampak so razširjeni po vsem svetu – »v več kot 26.143 cerkvenih občinah, organiziranih med 162 narodi« (Podatki Cerkve v Sloveniji 2006: 2). Vprašanje ostaja, koliko je še mormonov, ki jih CJKSPD ne priznava kot mormone, saj imajo, kot kažejo poročila, lahko družine oz. poligamistične sekte precej več članov¹¹, kot jih imajo družine največje mormonske ločine (CJKSPD). Ostlingova (1999: 56) med drugim omenita, kako se v veleblagovnici pojavijo nakupovalci, ki pred seboj tovorijo ogromne vozičke hrane, tudi s po 10 lubenicami. Sveže sadje najbrž ne spada med obnovo enoletne zaloge hrane, ki naj bi si jo ustvarila vsaka mormonska družina. A takrat se trgovci delajo, kot da nič ne opazijo.

Mormoni so danes zanimivi tudi zato, ker so po nekaterih podatkih najbogatejša religijska skupina v ZDA na vernika.

¹¹ Tako smo med novicami lahko brali, da so več kot 440 otrok ene izmed poligamističnih mormonskih sekt vrnili k staršem, ki jih je okoli 200. In ker ta sekta ni edina, ki se je med prelomno točko uzakonjene monogamije ločila od večinske, so te številke lahko vprašljive.

*Mormoni so zelo nagnjeni k ameriškemu patriotizmu; verjamejo celo, da sta bili ameriška ustava in demokracija ustvarjeni po božjem navdihu. Pa čeprav je njihova lastna cerkev strogo hierarhična, centralizirana, avtoritativna in skoraj edinstveno izločevalna. Obenem je **relativno gledano ameriška najbogatejša cerkev** s približno 25 do 30 milijardami dolarjev čistega premoženja in okoli pet ali šest milijard letnega prihodka, večinoma od »desetine« (oz. **davka**) članov (Ostling in Ostling 1999: XVI, poudarki N. P.).*

Tudi bogastvo je eno od sredstev moči. Če bi združili domneve o bogastvu, religijskih prepričanjih kot sredstvu za aktiviranje množic in verskega marketinga oz. propagande, se vse domneve stekajo v besedo moč.

4.1 MORMONI V SLOVENIJI (IN MISIJONU)

Pričujoče diplomsko delo je delno nastalo (tudi) v Zadru, domačem kraju nekdanjega pokojnega košarkarja Krešimirja Čosića, ki je v mormonsko religijo prestopil med študijem na *Brigham Young University* v Utahu. Pred športno dvorano na Jazinah poleg starega mestnega jedra stoji njegov kip v več kot naravni velikosti in v edini pravi mestni brivnici poleg plakata, ki sporoča, da je hrvaški general Ante Gotovina heroj in ne zločinec, še vedno visi plakat z »našim Krešom«. To priča o precejšnji popularnosti košarkarja, nekoliko manj pa o popularnosti mormonske religije na tem območju. Vsem znani košarkar je eden prvih pripadnikov mormonske cerkve v Jugoslaviji in ustanovitelj hrvaške podružnice, s čimer si je prislužil omembo celo v cerkvenem Almanahu (2006: 336): »Zaradi svoje popularnosti je postal **največji izmed cerkvenih vplivov** na Hrvaškem, vse do svoje smrti 25. maja 1995« (poudarek. N. P.).

Zanimivo je opazovati, kako poleg plakata z Gotovino in pokojnim papežem Janezom Pavlom II. (nekoč najvišjim predstavnikom rimskokatoliške cerkve) visi slika košarkarja, ki se je v ZDA spreobrnil v mormonsko religijo, ki jo lahko v domačem prostoru označimo za ločino, v Utahu pa za cerkev.

Pred tridesetimi leti je v Jugoslaviji živel nekaj pripadnikov mormonov, izmed katerih se jih je nekaj pridružilo cerkvi med študijem ali delom v tujini. Redki, če sploh, so živeli v današnji

Sloveniji. Cerkev je bila v Sloveniji registrirana marca 1991. Najbližja veja cerkve je bila v Zagrebu, pred tem pa je v Sloveniji začasno živelo nekaj članov cerkve, ki so prišli od drugod. Po informacijah, dostopnih v Podatkih Cerkve v Sloveniji (2006: 1), je bila veja v Ljubljani ustanovljena decembra 1991, v naslednjih dveh letih pa sta se ji pridružili še veji v Mariboru in Celju. Danes imajo vse tri okoli 340 članov (samo leta 2007 se je na novo pridružilo 46 ljudi). Vodja misijona Douglas L. Weight je v intervjuju za Žurnal24 (5. maj 2008) še povedal, da ima cerkev na območju nekdanje Jugoslavije 900 članov, od tega jih je torej več kot tretjina v dvomilijonski Sloveniji.

Julija 1999 je bil ustanovljen tudi misijon (ta ima bolj regijski značaj, povezuje regijo) Ljubljana–Slovenija, ki je zajemal Slovenijo, Hrvaško, Bosno in Hercegovino, Črno goro in Kosovo. Tri leta kasneje je izšel prvi prevod Mormonove knjige v slovenščini. Leta 2003 se je misijon reorganiziral in postal misijon Zagreb–Hrvaška, zajemal pa je ista območja. V Sloveniji služi med 20 in 26 rednih misijonarjev in trije starejši misijonarski pari. »To so mladi fantje in dekleta urejenega videza s priponko z imenom cerkve. V Sloveniji se naučijo našega jezika in vzljubijo našo deželo in ljudi ter na nevsiljiv način posredujejo svoje sporočilo in pričevanje vsem, ki želijo prisluhniti« (Podatki Cerkve v Sloveniji 2006: 1).

Mormonska skupnost v Sloveniji je pred nedavnim zgradila tudi svoje prvo slovensko stičišče – cerkev, ki je vse več kot le prostor molitve: »Ljubljanska Cerkev Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni bo zgrajena v treh nadstropjih. V podzemnem nadstropju bo garaža, v prvem predavalnice in krstilnica, v drugem pa prostori direktorja in njegovega pomočnika, majhna kuhinja in molilnica« (Pogljajen 2008). Zaradi več kot dobre usklajenosti objekta z okoljem sem se tudi sama spraševala, ali ne gre morda le za razširitev bližnjega gasilskega doma (glej prilogo B), saj življenje na vasi kar ne neha presenečati. Da gre za objekt CJKSPD sem ugotovila šele po razkritju table ob vhodnih vratih.

Več posebnosti mormonskih praks bom v nadaljevanju predstavila ob propagandnih in promocijskih aktivnostih v naslednjem poglavju.

5 VABE IN TRNKI PROZELITISTIČNE PROPAGANDE

V prvem delu tega poglavja bom na splošno orisala vplive, ki jih ima prozelitistična propaganda. Kasneje so opisane aktivnosti prozelitistične propagande, specifične za mormonsko vero.

Razlogi za širjenje verskih skupin so odvisni od časovnih in krajevnih danosti določene družbe. Dobra prozelitistična propaganda upošteva te danosti in jih priredi v svojo korist. Določene aktivnosti take propagande se ohranjajo tudi po več stoletij (misijonarjenje, bralni seminarji, srečanja ...), nekatere novejša pa se porajajo z uporabo novih tehnologij, denimo interneta, mobilnih telefonov, elektronskih medijev ...

Šušnjić je svojo knjigo naslovil Ribiči ljudskih duš (najverjetneje po metafori iz evangelijev) in sama bi težko našla ustrežnejšo metaforo za prozelitistične propagandiste. Ribiško »bogastvo« se meri po številu in teži ulovljenih rib, pri svojem delu pa morajo ribiči seveda uporabljati prave vabe. Ker ne morejo ujeti vseh rib na eno vabo, lovijo ribe s koruzo, črvi, muhami, mrežami ... Podobno delujejo tudi tisti, ki jim prepričevanje pomeni delo (službo ali prostovoljne aktivnosti). To delo se ocenjuje po številu in mōči novih prepričanih – privrženecv ali spreobrnjenecv, le-ti pa se lovijo na trнке z različnimi vabami. Na eni strani imamo bolj personalizirane vabe – tehnike (te so tudi bolj fleksibilne, imajo jasno določeno ciljno občinstvo in so prestale tudi stoletna preskušanja), na drugi pa vabe za manj definirane množice (denimo množične medije).

Kot ena mamljivejših vab se je izkazal osebni vpliv na prepričevanca (bodočega spreobrnjenca).

*Osebni vpliv veliko učinkoviteje vpliva na spreminjanje stališč kot množično komuniciranje – kadar hkrati učinkujeta oba vpliva. Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson in Hazel Gaudet so v svoji znameniti knjigi *The People's Choice ob volilni raziskavi ugotovili, da so bili osebni odnosi (naključni pogovor, ne pa formalni nagovor) bolj vplivni kot pa množični mediji, kajti imeli so psihološke prednosti pred formalnimi mediji* (Lazarsfeld, Berelson in Gaudet v Vreg 2000: 125).*

Na podoben način delujejo tudi nekatere »gospodinjske gospodarske dejavnosti«, kot je npr. organizacija dogodka »pri prijateljicah ali sosedah«, denimo, ko gre za akvizitersko prodajo posode Tupperware, čistil Amway, kozmetike Avon ipd. Tudi ko se je prvič pojavilo mleko v prahu za dojenčke, je bila skupina mamic, ki je bila v neformalnem okolju, bolj »pogumna« in pripravljena preizkusiti novi proizvod. Zakaj ne bi takega uspešnega pristopa uporabljale tudi cerkve? Te vzpostavljajo osebne stike z bodočimi spreobrnjenci preko misijonarskih dejavnosti ali različnih seminarjev (glej priloga C – imajo tudi prigrizek za bolj domač občutek!).

Pri sodobnem misijonarjenju pripadnikov CJKSPD ne gre za masovno spreobračanje v vero, tako kot je nekoč šlo pri misijonarjenju jezuitov na novih celinah. »Trditev, da so množične verske spreobrnitve posledica sprejetja doktrine preko seznanjanja z njo, je v moderni sociologiji zastarela, saj velja, da večina ljudi postane indoktriniranih šele po spreobrnitvi« (Stark 1996: 15). Kljub temu pa se še vedno precej mladih odloča za misijonarjenje, saj jim poleg posebnega občutka časti tako »priporoča« tudi Mormonova knjiga: »In svojo službo (duhovnika in učitelja, op. N. P.) sva poveljevala Gospodu, prevzemajoč nase odgovornost, da bodo grehi ljudi prišli nad najino lastno glavo, če jih Božje besede nisva poučevala z vso marljivostjo; zatoorej, ker sva delala z vnemo, njihova kri ne bo mogla priti na najina oblačila; sicer bi njihova kri prišla na najina oblačila in poslednji dan ne bi bila prepoznana kot neomadeževana« (Jakob 1: 19). Verniki so na tak način zavezani cerkvi, da iz njih ustvarja prozelite. In kot že omenjeno, ne le iz misijonarjev, temveč vsakega pripadnika cerkve.

Knjiga torej govori o tem, da bodo na poslednji dan spregledani tisti, ki ne bodo vneto in marljivo poučevali božje besede, saj bodo odgovorni za grehe tistih, ki jih niso učili. Vsega seveda ne moremo razumeti dobesedno, vprašanje je le, kako te besede, namenjene misijonarjem, razumejo bralci. V nadaljevanju pravi tudi naslednje: »Kajti glejte, tako je govoril Jezus Kristus, Božji Sin, svojim učencem, ki bodo ostali, da in tudi vsem svojim učencem, ko je množica poslušala: Pojdite po vsem svetu in vsakemu bitju pridigajte evangelij; in ta, ki verjame in se krsti, bo rešen, ta pa, ki ne verjame, bo obsojen ... (Mormon 9: 22–23)«. Tu pa o širjenju božje besede ne govori več Jakob, temveč Jezus, kar besedilu daje večjo težo.

Na prozelitističnih trnkih se za vabo uporablja tudi množične medije. Vreg (2000: 96–97) piše, da ti **niso** tako učinkoviti pri spreobračanju kot osebni stik in so pogosteje dejavnik

okrepitev kot pa spreminjanja mnenj. So pa toliko bolj učinkoviti, kadar se pojavijo novi problemi. Zato se denimo uspešni propagandisti trudijo ustvarjati probleme ali pa jih vsaj prikazati kot nove. Če je problem dejansko nov in ni povezan z obstoječimi stališči posameznika, potem sporočilo ne bo v nasprotju z nenaklonjenimi predispozicijami in skupinskimi normami in tu se skriva ključ do uspeha.

Recept za dober ulov je tudi, da riba ne prepozna trnka, na katerega bi se obesila. Trnek je zavrt v vabo, saj se riba na vidni trnek ne bo ujela. Vreg (2000: 117) tako med drugim piše: »Propagandna manipulacija je 'neboleče prepričevanje', v katerem ljudje ne občutijo razsežnosti represije in moči – niti države ali politike, niti policije, vojske, cerkve ali množičnih medijev. Propagandna sporočila vsebujejo elemente iracionalnosti in emocionalne naboje, s katerimi vplivajo na podzavestne procese ljudi.«

Na ta način si lažje razložimo nerazumna dejanja, po katerih so v zadnjih letih znana mnoga nova religijska gibanja. Tako je recimo kar nekaj teh gibanj (*Red sončnega templja, Branch Davidians, Aum Shinrikyo, Heaven's Gate ...*) sprožilo množične samomore/umore. Močno dvomim, da se množični samomori/umori zgodijo na podlagi skupnega soglasja racionalnih ljudi. Najbolj idealna podlaga je torej »neboleče prepričevanje«.

Zanimivo je, da lahko učinek propagande merimo tudi skozi prizmo človekove indiferentnosti do lastnih dejanj. Teh se običajno niti ne zavedamo. Zadnji podoben primer se je zgodil na Češkem¹², kjer je mama lastnega sina žrtvovala za podtalno versko gibanje. Sina so mučili in celo jedli njegovo meso, ona pa je kasneje skesano priznala, da sploh ne ve, kako je do tega prišlo. Njena izjava o nezavedanju lastnih dejanj pa ni osamljena. Singerjeva (2003: 150, 156) navaja tudi izjave nekdanjih pripadnikov verskih skupin, ki se v tistem času niso zavedali, kaj počno. Eden med njimi je zaradi revizije življenja, ki jo je od njega zahtevalo kultno gibanje, o sebi menil, da ima težave z drogami, da je nasilen in neodgovoren. Razlogi, da je imel o sebi takšne misli, so se izkazali kasneje: pred mnogimi leti je trikrat vdihnil cigareto z marihuano, nasilen je bil zaradi sodelovanja v šolski ekipi rokoborcev, neodgovoren pa zaradi tega, ker ni imel nobenih prihrankov od žepnine, ki jo je prejemal kot najstnik. Psevdoosebnost, ki si jo je ob tem ustvaril, je zakrila njegovo pravo identiteto.

¹² O tem je 20. junija obširneje poročal Žurnal24 na straneh črne kronike v članku z naslovom Družina jedla svojega otroka.

Kako torej uloviti čimveč »rib«? Ugotovimo lahko, da je treba imeti osebni pristop, okrepljen s podporo množičnih medijev in mnenjskih voditeljev, z različnimi vabami pa čim bolj prikriti trnek propagande, ki bi lahko odvrčala od sprememb vedenja.

5.1 MISIJONARJENJE MORMONOV

Misijonarjenje običajno poteka v tuji deželi in je za mormone nekakšna častna delovna obveznost. »Pri misijonarskem gibanju gre za težnjo po doživljanju svoje religije v besedah in dejanjih, doma in v tujini, tako da lahko še drugi spoznajo in živijo 'njihovo' resnico« (Majnarič 1999: 14). Ne gre spregledati, da misijonarjenje krepi skupnost tudi navznoter, saj mora biti vsak misijonar, še preden prične oznanjati božjo besedo drugim, vanjo še bolj prepričan.

Čast za fante in dekleta

Biti mormonski misijonar je za vsakega člana, še posebno za mladeniče, posebna čast. Družina, ki v svet pošlje sinove ali hčere, je zelo ponosna, saj običajno ravno v ta namen že v otroštvu bodočega misijonarja ustvari poseben sklad. Nemalokrat se za misijonarjenje odločijo tudi pari, ki običajno ponavljajo pozitivno izkušnjo iz preteklosti.

V *Mormonski Ameriki* (1999) Richard in Joan Ostling opisujeta življenje mormonskih misijonarjev. Misijonarji so pretežno fantje, stari med 19 in 21 let, v zadnjih letih pa se misijonov udeležujejo tudi dekleta, ki morajo biti nekoliko starejša. Na pot se lahko odpravijo tudi starejši zakonski pari in vdove, medtem ko vdovci kot misijonarji niso zaželeni. Fantje služijo cerkvi kot misijonarji dve leti, dekleta po leto in pol.

Obleka naredi človeka

Priročnik za misijonarje določa vsako najmanjšo podrobnost, ker je videz misijonarja zelo pomemben¹³. Fantje morajo biti na kratko ostriženi, sveže obriti, nositi morajo značke z imenom in cerkvenim logotipom, obleka mora biti poslovna, temna, kravata ujemajoča se in ne kričeča, srajca in majica morata biti skrbno zlikani, elegantni (in ne športni!) čevlji pa bleščeče zloščeni. Prepovedane so kavbojke, športni jopiči in celo škornji. Pri misijonarkah

¹³ Pomemben je tudi pri vseh drugih poklicih, kjer si družbe obetajo »zaslužek« na račun poslovnega videza (pri televizijskih voditeljih vzbuja kredibilnost, pri bančnih uslužbencih zaupanje, pri akviziterjih pa naj bi kazal delovno uspešnost).

velja: nobenih prevelikih oblačil ali oblačil v »kmečkem slogu«, nobenih športnih čevljev, krila pa ne smejo biti dolga do tal, temveč največ do sredine mēč (Ostling in Ostling 1999).

Naj na tem mestu omenim, da tudi jezuiti, t. i. Kristusovi vojščaki, niso bili daleč od teh pravil. Tako piše Cerar (2001: 54): »Zunanja podoba jezuita naj bo takšna, da se bodo ljudje ob njem počutili sproščeno, da ga bodo radi iskali, da jim bo dostopen, da bodo pri njem našli odprta vrata in odprto srce. Naj jih ne odbija s preveliko gosposkostjo, pa tudi ne s pretirano skromnostjo. /.../ Velja splošno priznana resnica, da je krepost v sredini.«

Tudi Ostlingova ugotavljata, da misijonarjenje nedvomno vpliva na večje število spreobrnjencev. Obenem ta dejavnost igra pomembno vlogo pri krepitvi že obstoječega članstva. »Ta neverjetna vojska, ki deluje z vojaško disciplino in režimom, sestavlja daleč največjo moč kratkoročnih evangelistov na Zemlji. /.../ Mormonski misijonarski program dopolnjuje konstantno rast števila spreobrnjencev po svetu in, morda ravno tako strateško, igra močno vlogo pri navezovanju mladih ljudi, posebno moških, na njihovo cerkev« (Ostling in Ostling 1999: 204).

Ste kaj nesrečni?

In kako se misijonarji lotevajo prozelitističnih dejavnosti? Na ulici pozdravljajo ljudi in jih sprašujejo, ali imajo minuto časa za pogovor o nečem, kar jim lahko prinese srečo. Ta način opisujeta tako Ostlingova, kot tudi prikazuje film *Get the Fire!* Nancy du Plessis. V Sloveniji tovrstnih srečanj ne pomnim, čeprav ni malokrat, da ti mormona (vedno v paru, seveda) potisneta v roko vabilo za brezplačni tečaj angleščine. Drug način je obveščanje s plakati, ki jih morajo misijonarji polepiti v čimvečjem številu (priloga C).

Od vrat do vrat

Poznajo tudi preprosto metodo nepovabljenega trkanja na vrata, ki je nekoliko podobna telefonski prodaji. Tudi ta je nazorno orisana v filmu *Get the Fire!*, doživela pa sem jo tudi sama. »Znani so predvsem po 'sledenju' (ang. *tracting*). Gre pravzaprav za trkanje od vrat do vrat, vendar pa so območja, na katerih misijonarji delujejo, razdeljena, in vodena je natančna evidenca, kje in kdaj so misijonarji že bili« (Čeh 2007: 60).

Okoli božiča 2005 sta pri nas v bloku pozvonili misijonarki. Čeprav se nista predstavili prek domofona, sem jima odprla in pozvonili sta pri vratih. Ker sem se takrat že ukvarjala s to

temo, sem ju, ko sem zagledala njune značke z imeni in preverila, ali sta res pravi mormonki, z navdušenjem povabila na toplo. »Kavo ali čaj?« sem ju takoj napadla in posedla za mizo, a takoj trčila ob še neznano oviro. Kave sploh ne marata, čaj pa samo, če ni pravi. Ko smo pile še najbolj umetno ustvarjen čaj (cedevito) iz omarice in sta me vestno zasliševali (ena je bila posebno prizadevna), sem premišljevala, kako morejo biti mormoni srečni ob tolikih prepovedih. Takrat sem sicer približno vedela, da živijo »telesu prijazno«, brez cigaret, alkohola, kave in pravega čaja, v zvestih zakonskih skupnostih z bojda nizko promiskuiteto ipd. Še sanjalo pa se mi ni, kako asketsko (vsaj glede na moja prepričanja) živijo mormonski misijonarji na svoji misiji.

Ko je bilo zasliševanja o mojih transcendentalnih prepričanjih konec, sem prišla na svoj račun tudi sama, vendar nisem bila veliko uspešnejša od njiju. Zgroženo sem ugotovila, da se ves čas misijonarjenja med sabo ne nazivajo drugače kot *Sister*/sestra oz. *Elder*/starešina (sledi priimek, denimo Johnson). Kako jima je ime, kadar nista na misijonarjenju, sem izvedela šele po zelo neposrednem vprašanju, ker je najprej kazalo, da vprašanja sploh ne razumeta. Vprašala sem ju tudi, kdo plača njihovo misijonarstvo. Ponosno sta mi zatrdili, da sami in da plačajo misijonarji po celem svetu enotno ceno za to doživetje. »Ni važno, ali si na Japonskem ali v Sloveniji, povsod je ista cena,« je povedala ena od obiskovalk. Tatjana Čeh (2007) je med poglobljenimi intervjuji ugotovila, da znaša mesečni obrok za misijonarja okoli 400 dolarjev. Če preračunamo, znese to na misijo misijonarja 9.600 dolarjev (6.210 evrov¹⁴) in na misijo misijonarke 7.200 dolarjev (4.656 evrov).

Nekatere družine (posebno tiste z več bodočimi misijonarji) ta denar že od otroštva nalagajo v poseben sklad. Čeprav jim znesek zagotavlja posteljo in hrano, morajo vse drugo plačati z žepnino. Zabava, kot si jo predstavljamo mi v njihovih letih, jim je zelo tuja. Čehova (2007) piše, da se morajo mormonski misijonarji držati striktnega dnevnega urnika, ki ne dopušča izjem. V »najbolj norih« letih morajo tako ob 22.30 ugasniti luči, vstajati ob 6.30, prepovedani so mobilni telefoni, internet, glasba, ki ni klasična ali neposredno izvirajoča iz njihove cerkve (denimo zelo znan cerkveni zbor *Tabernacle Choir*), radio in celo posvetne knjige. O tej temi sem govorila tudi z Jakeom Ereksenom, enim od misijonarjev, ki nastopajo v dokumentarnem filmu *Get the Fire!* (priloga A):

¹⁴ Preračun je narejen po tečaju Banke Slovenije 5. maja 2008.

V: »Na misiji niste smeli gledati televizije ali poslušati glasbe.«

O: »Lahko smo poslušali nekatero glasbo.«

V: »Tabernacle Choir?«

O: »Recimo.«

V: »Katero glasbo potem?«

O: »Katero koli nam je odobril predsednik misije.«

V: »Ste smeli brati leposlovje?«

O: »Ne. Niti nismo imeli časa.«

Misijonarki sem takrat vprašala, kaj bereta, pa sta se spogledovali in rekli, da nimata časa. Kar sicer še kako drži. Vse, kar sta v tistih mesecih brali, je bila *Mormonova knjiga*. In to v slovenščini! Po slovensko sta, zanimivo, govorili v nekoliko arhaični dolenjščini in to zelo suvereno. Ko sem ju prosila za izvod knjige, sta mi ga bili takoj pripravljene dati, jaz pa sem eni od njiju v zameno (in ker sta se mi tako zasmilili) dala Tolkienov *Silmarillion* v njenem domačem jeziku. Ni bila navdušena, vendar bo *Silmarilliona* prav gotovo brala tako pogosto kot jaz *Mormonovo knjigo*. Začeli sta pogledovati na uro, saj se jima je že mudilo na naslednji sestanek, vendar sta si o meni zagotovo zapisali nekaj podatkov. Oglasili sta se namreč še dvakrat, ko me ni bilo doma.

Vendar to ni edina misijonarska metoda, s katero bi želeli pridobiti pozornost. Čehova (2006: 60) tako med drugim piše: »Danes jih cerkev spodbuja k uporabi čim bolj inovativnih metod spoznavanja ljudi (risanje s kredo na območjih za pešce, učenje plesa, petje na javnih mestih ...).« V Sloveniji je morda najbolj izrazita metoda vabilo na učenje angleškega jezika.

Cerkvena vojska

Ostlingova (1999: 207) pišeta, da so misijonarjem v New Yorku prepovedani tudi določeni športi, ki vzbujajo preveč tekmovalnosti, denimo nogomet, baseball, hokej ali kateri drugi timski tekmovalni športi, pa tudi rolanje. Domov lahko pokličejo dvakrat na leto: na materinski dan in za božič. Stiki z družino in prijatelji sicer niso dovoljeni. Misijonarji prav tako ne smejo imeti zmenkov, na kar so vodje še posebej pozorni. Nikoli ne smejo biti sami z nekom nasprotnega spola, prav tako pa jim to nekako onemogoča neprestano druženje z drugim »Elder« ali »Sister«. Mormonski misijonarji so partnerstvu zavezani tudi pri delu. Od svojega misijonarskega spremljevalca, s katerim si deli tudi spalnico (ne pa postelje) in ki mu dela družbo na ulici, pri učenju, molitvi in vsem ostalem, se lahko loči le v kopalnici.

S takimi strogimi, skorajda vojaškimi pravili, cerkev od svojih misijonarjev pričakuje veliko predanost njihovemu delu. To je v osnovi pridobivanje spreobrnjenec z »ustnim oglaševanjem«, ki je eden od mehanizmov prozelitistične propagande. In kot sem že omenila, ima tudi največji uspeh med cerkveno nadzorovanimi aktivnostmi.

5.2 PROMOCIJA IN MEDIJI V SLUŽBI CJKSPD

V tem poglavju bodo obravnavane aktivnosti prozelitistične propagande, različne oblike komuniciranja in promocije, pojasnjene na primerih v CJKSPD. Mediji so idealen kanal za ustvarjanje reprezentacij. Te reprezentacije niso »prezentacije« in nikoli ne morejo odsevati prave podobe realnosti. Ljudje se v teh rekonstruiranih realnostih (ne) prepoznavamo. Obstaja cela množica teh realnosti, zato si lahko vsak izbere tisto, za katero misli, da mu v danem trenutku ustreza. Treba je torej ustvariti določene okoliščine (te pomaga ustvariti marketing), da se v določenem trenutku lahko odločimo za prestop iz ene realnosti (konstruirane tudi z mediji) v drugo.

To dejavnost v okviru religioznih danosti prepozna tudi Luckmann (1997: 112), ki pravi: »Univerzalno človeški religiozni funkciji ustrezajo »vsebinsko« dokaj različne danosti družbene realnosti, če le umestijo posameznika v neko transcendirajočo ga zgodbo. Jedro teh danosti pa vendar tvorijo religiozne družbene konstrukcije (v ožjem pomenu te besede) »druge« ali »izredne« realnosti. Te konstrukcije temeljijo na komunikativni rekonstrukciji subjektivnih izkustev transcendence.« Pravi torej, da se subjektivna izkustva nadčutnih zaznav oblikujejo šele skozi komunikacijo, ta pa je že v izhodišču (ker se neizgovorljivega ne da izgovoriti) s svojo lastno naravo in lahko ustvari le t. i. »druge« ali »izredne« realnosti. Pri tem je poudarjena vloga množičnih občil: »Blagovni trg transcendenc sloni na distribuciji preko javnih občil – knjig, časopisov, radia, televizije – akademij in seminarjev, duševnoterapevtskih praks in oprezujočih gurujev z vseh koncev sveta« (Luckmann 1997: 120).

Precejšnje število različnih večjih in manjših družbenih projektov se ukvarja z najrazličnejšimi konstrukcijami modelov izkustva transcendence in (ali) njihovo distribucijo na veliko in na drobno. Temeljna struktura tega procesa je, kot že omenjeno, sicer demonopolizirani, vendar k oligopolom nagnjeni trg. Tu imajo glavno

besedo javna občila. Na njem tekmujejo tudi cerkve (s televizijskim evangelizmom v ZDA ali pa s papeževimi popotovanji in poljubljanjem zemlje), ki se želijo vključiti v proces moderne družbene konstrukcije transcendence, čeravno morajo institucionalno specializirane religije kot spomeniki nekega zgodnejšega obdobja izravnati restavracijske in fundamentalistične struje (Luckmann 1997: 122).

Luckmann (1997: 113) pravi, da konstrukcijo »drugih« realnosti ustvarjata dva procesa, ki vsebujeta določene oblike komunikativnih dejanj. V prvem se subjektivna izkustva transcendence prenašajo v komunikativnih oblikah **simbolnih povezav in oznak, pripovedi** (o tem tudi Šušnjić 1983: 174), v katerih se izkustva mitologizirajo in pripravijo za ponovno pripoved, ter **ritualov**, v katerih se izkustva komemorirajo. V drugem procesu gre za usklajevanje razlag, preformulacije in po potrebi tudi zavržbo izkustev. »Sistematizacija vsebuje torej tako cenzuriran izbor kot tudi kanonizacijo pravih razlag. Razmerje med vsakdanjo in zunajvsakdanjo realnostjo je mogoče »pojasniti« na način, ki vsakdanjega družbenega reda z njegovimi institucijami ne ogroža tam, kjer si izkustva transcendence in njihove rekonstrukcije lastijo vsedružbeno relevantnost in legitimnost« (Luckmann 1997: 113).

Kot ugotavlja tudi Vreg (2000: 98) mediji niso sami po sebi razlog za spreobrnitev. »Spreobrnitev je relativno manj pogost učinek. Kaže se v primerih, ko so komunikacijski dejavniki (izbirni procesi, skupine in osebni vpliv), ki ponavadi podpirajo okrepitev, manj učinkoviti.« Da ti dejavniki ne bi oslabili prepričevalne moči, skrbi verski marketing.

»Sekularizacija, desekularizacija, nove religioznosti, tržne razmere, vse to je povzročilo potrebo po uvedbi še ene nove podzvrsti marketinške discipline. Ugotovili smo, da pri razširitvi marketinga na neprofitni sektor, verske organizacije niso bile izjema« (Majnarič 1999: 68).

»Promocija (pri nas se jo največkrat enači s tržnim komuniciranjem) je običajno najbolj vsiljiv, pa tudi nerazumljen element marketinškega spleta, saj mnogo ljudi zaznava marketing kot oglaševanje. V resnici je v promocijo oz. tržno komuniciranje vključenih še več drugih funkcij: **publiciteta, odnosi z javnostmi, osebna prodaja, pospeševanje prodaje, razstave, direktni marketing** ... « (Majnarič 1999: 53). Vse naštetje funkcije zlahka apliciramo tudi na prozelitistično propagando CJKSPD.

Majnaričeva (1999) dalje trdi, da gre glede na uporabljena marketinška orodja pri verskem marketingu zlasti za promocijo vere oz. verske skupnosti kot oblike komuniciranja s ciljnim občinstvom. Ker smo že ugotovili, da je tudi cerkveni marketing podvržen »raziskavam trga« oz. željam vernikov, so marketing tako vse dejavnosti, ki jih izvaja organizacija, ko anticipira želje in potrebe ciljnega segmenta. Med temi dejavnostmi verske skupnosti največ pozornosti posvečajo promociji ali tržnemu komuniciranju, zato Majnaričeva meni, da lahko govorimo celo o verski promociji ali tržnih komunikacijah verskih skupnosti.

Majnaričeva (1999: 54) tudi ugotavlja, da cerkve uporabljajo dva osnovna tipa komuniciranja, kjer gre za **ohranjevalno komunikacijo** in **pridobitveno komunikacijo**. Ko pišem o prozelitistični propagandi, imam v mislih ravno pridobitveno komunikacijo, saj gre pri tem načinu za spreobračanje vernikov. Za razliko od ohranjevalne komunikacije je pridobitvena bolj kompleksna in v svojih sporočilih ne vključuje opominjanja.

Mormonski tisk in prvi oglasi

Mormoni so praktično od svojega nastanka uporabljali množične medije za širjenje vere. Izdajali so časopise *Times and Seasons*, *Millennial Star* in *Deseret News*, tiskali pa so tudi revije, knjige in pamflete. Med letoma 1854 in 1884 so izdajali tudi *Journal of Discourses*, kjer so objavljali mnenja in govore pomembnih cerkvenih osebnosti.

Prvi mormonski misijonarji so Anglijo obiskali že leta 1837 in za sabo pustili okoli 1.400 v mormonsko religijo spreobrnjenih vernikov. Industrijska revolucija in vzhajajoči kapitalizem nista bila preveč prijazna do delavcev, ki so v tistem času predstavljali skoraj vse angleške mormone. Bistri Brigham Young je tako ustanovil *Millenium Star*, časopis, namenjen mormonom v Angliji, in s tem pridobil nov sporočanje kanal za mormone. V časopisu se avgusta 1841 že pojavijo članki o »obljubljeni deželi«, kjer bi angleške delavce življenje stalo le osmino tega, kolikor potrošijo v Angliji (Ostling in Ostling 1999: 5).

Kdo se v tistih razmerah ne bi javil na spodnjo obljubo?

»Milijoni in milijoni akrov ležijo pred njimi neosvojeni, z zemljo, bogato kakor v raji in površjem tako gladkim, čistim in pripravljenim za oranje kot angleški parki. Namesto osamljenih močvirij ali gostih gozdov, napolnjenih z nasiljem, divjimi zvermi in kačami, se v

meglicah porajajo velika mesta in vasi s šolami, kolidži in templji« (Parley Pratt v Ostling in Ostling 1999: 5).

Da je bilo tovrsto oglaševanje, ki bi ga lahko pomenovali tudi prozelitistična propaganda (saj deluje kot medijski trnek za bodoče spreobrnjence), zelo uspešno, priča podatek, da se je v treh letih število angleških mormonskih priseljencev v Nauvoo povečalo na 5.000, do leta 1870 pa se jih je skupini pridružilo že 38.000. Tem se je pridružilo še okoli 13.000 drugih Evropejcev, povečini iz Skandinavije (Ostling in Ostling 1999: 5).

Ker govorimo o 19. stoletju, so te številke presenetljivo visoke in najverjetneje bi morali razloge za naglo večanje mormonske religije iskati tudi v ekonomski in socialni depriviranosti Evropejcev. Znano je, da so se ob koncu 19. stoletja tudi revnejši Slovenci množično izseljevali v sanjsko obljubljeno deželo. Očitno je osem misijonarjev v Angliji in izdajanje časopisa kot komunikacijskega sredstva, posebej prilagojenega ciljni skupini, svoje delo zelo uspešno opravilo.

Religijska trobila za politike

Med mormoni je kar nekaj republikanskih senatorjev. Tudi ti se potrudijo, da svoja prepričanja oplemenitijo in utrjujejo skozi medijsko propagando. »V Utahu se redko kdaj zgodi kaj pomembnega, ne da bi bila cerkev na to pozorna. Časopis *Deseret News*, eden od treh ameriških dnevnikov, ki jih upravljajo verske institucije (poleg *Christian Science Monitorja* in *Washington Timesa* v upravljanju Združitvene cerkve (*Unification church*), vsakodnevno preskrbuje bralce s političnimi razmišljanji, sprejemljivimi za CJKSPD« (Ostling in Ostling 1999: 112). V slovenskem prostoru podobno vlogo vestno opravlja rimskokatoliški tednik *Družina*, v zadnjih letih pa zaradi nepreglednih kapitalskih povezav z državo tudi nekateri drugi mediji.

Cerkveno (CJKSPD) medijsko premoženje med drugim predstavlja tudi *Bonneville International Corporation*, ki ima v lasti 15 radijskih postaj in dve televizijski postaji. Bonneville ima v lasti tudi *Deseret News*, ki izhaja v 65.000 izvodih. Pred nekaj leti so časopis preselili v moderno stavbo za 15 milijonov dolarjev, ki niso izviral iz cerkvene desetine. Čeprav so vodstvo prepustili tudi nemormonom, ima cerkev še vedno v lasti 33 knjigarn, med njimi jih je 16 v Utahu (Ostling in Ostling 1999: 122).

***Deseret Book* – mormonska Mohorjeva družba**

Mormoni si pri utrjevanju vere pomagajo tudi z založništvom. Ena izmed nenavadnejših mormonskih praks je enoletna zaloga živil, ki naj bi jo imela vsaka družina za primer katastrofe. Da bi spodbujali nakupovanje in obnavljanje zaloge, redno objavljajo nasvete na to temo, obstajata pa tudi dva uradna cerkvena priročnika **Osnove domače proizvodnje in hranjenja** in **Preskrba na Gospodov način**. Katalog knjig založbe Deseret Book vsebuje naslove kot so **Ne bodite ujeti s prazno shrambo**, **Smernice za preživetje v katastrofi**, **Načrtovanje zalog hrane** in **Letna zaloga**. Mar ni zanimivo, kako pretežno samopreskrbljujoči sistem z idejami, nagnjenimi k apokaliptičnosti, prodaja preživetvene pakete in 3.600-kalorijske prehranske tablice kar v knjigarnah Deseret Book?

Ne promocija ne uporaba medijev kot elementa prozelitistične propagande nista nova. »Protestantizem je najprej v 15. stoletju učinkovito uporabil izum tiska, k njegovemu širjenju v 19. stoletju pa so pripomogle intenzivne misijonarske aktivnosti, ki so ga naredile za svetovno gibanje« (Majnarič 1999: 13).

Uporaba množičnih medijev, tudi s konstrukcijo dogodkov ali preko lastnih cerkvenih občil se pri ustvarjanju ideološke podlage za morebitne nove spreobrnjence lahko izkaže za dober način komuniciranja, predvsem kadar je treba doseči širšo množico. »Mediji so z religijo lahko povezani na številne načine. Kot prvo naj bi imeli potencial učinkovitih ali neučinkovitih prenašalcev religijskih sporočil, omogočajo pa tudi osnoven material za nameravano ali nenameravano konstrukcijo religijskih sporočil (Hoover in Lundby v Majnarič 1999: 57).

Majnaričeva (1999: 55–57) tudi ugotavlja, da obstaja pet zelo pogostih promocijskih taktik, med njimi so (1) ustno oglaševanje, (2) direktna pošta, (3) sponzoriranje nekega dogodka v skupnosti (4) oglaševanje (5) odnosi z javnostmi. Pri ustnem oglaševanju, ki je najbolj učinkovito sredstvo za pridobivanje novih članov, se informacije prenašajo preko zaupnega prijatelja, ki te povabi, da preiskusiš novo cerkev ali se denimo udeležiš nekega dogodka. To je način, kjer so člani cerkve obenem tudi njeni tržniki. Direktna pošta kot oblika promocije je relativno poceni in zelo učinkovita. Pogosto vsebuje zasebna in zaupna sporočila.

»Medijski« dogodki

Tudi sponzoriranje dogodka je precej privlačen način promocije. Slovenski mormoni so tako s postavitvijo nove cerkve v Kosezah že poskrbeli za »medijski dogodek« in ga tudi zavestno uporabili, da so opozorili nase in se malo bolj predstavili.¹⁵ Pri nas sicer mormoni tudi vestno vabijo na brezplačne ure učenja angleščine (glej prilogo C), kjer sicer ne gre za medijski dogodek, zagotovo pa ga lahko uvrstimo med sponzoriranje dogodka kot načinom promocije¹⁶. Za to skrbijo z letaki in plakati.

Z letaki do utrjevanja vere

Letake in plakate uporabljajo tudi kot sredstva interne komunikacije, kjer zelo eksplicitno izražajo težnjo k uresničevanju doktrin. Takšno je denimo vabilo na večerni seminar (priloga Č), ki je tudi eden izmed sponzoriranih dogodkov. Med občila lahko štejemo tudi Razglas na temo družina (priloga D), ki ga je predsedstvo razposlalo po vsem svetu. Predstavlja neke vrste odlok, s katerim pozivajo k uresničevanju cerkvenih doktrin. Poziv je namenjen vsem »odgovornim« državljanom in celo vladnim uslužbencem (s tem verjetno želijo vplivati na zakonodajo), da »podprejo in posredujejo ukrepe, ki so bili izdelani za vzdrževanje in krepitev družine¹⁷ kot osnovne enote družbe.«

PR: prijatelji vsem narodom

Klasičnega oglaševanja kot načina promocije za slovensko mormonsko skupnost še nisem zasledila, vendar ga je ameriška skupnost zelo uspešno uporabljala že leta 1841 v njihovem časopisu *Millenium Star* (vsebina oglasa je opisana na strani 43). Odnosi z javnostmi kot način promocije so ravno tako pomembni za uspeh cerkvene organizacije, običajno niti ne toliko za komunikacijo znotraj organizacije, temveč za stike z zunanjimi javnostmi. V Sloveniji mi je bila pri tem v pomoč direktorica za stike z javnostmi gospa Dora Glassford Cimerman. Priskrbela mi je Almanah, ki so mi ga poslali iz frankfurtske centrale, in ustrezne kontakte. Na njeni vizitki (priloga E) je logotip »*Friends to all nations*«, kar priča o pomenu odnosov z javnostmi in obenem nakazuje pridobitveno komunikacijo v času globalizacije.

¹⁵ Novica na POP TV pri poročilih 13. januarja in na spletu www.24ur.com/novice/slovenija/mormonska-cerkev-ze-stoji.html; prav iz tega razloga (postavitve nove cerkve) je bil opravljen tudi intervju s predsednikom slovenske mormonske skupnosti v Žurnal (Poglajen 2008).

¹⁶ S svojim znanjem angleščine sem na vabilu na tečaj opazila dve pravopisni napaki in si drznila podvomiti o kvaliteti teh tečajev. Besedici *wanna* in *lose* po mojem mnenju nista pravilno uporabljena.

¹⁷ Družina, kot jo vidijo v CJKSPD, je sestavljena iz moža in žene in izključuje drugačne oblike družine. Mož in žena morata biti poročena, saj imajo otroci »pravico, da se rodijo znotraj zakonskih vezi«; in zvesta. Prvenstveno nalogo pri vzgoji otrok ima seveda mati. Ta razglas vsebuje tudi opozorilo posameznikom in narodom: posameznik bo odgovarjal pred bogom, narodom pa razpad družine prinaša nadloge, ki so jih predvideli starodavni in sodobni preroki. (Kar morda niti ni napačno, če upoštevamo, kaj se je dogajalo zaradi zakonskih odnosov, smrtnosti žena in rodnosti med pogani v rimljanskem času – glej tabelo 6.1).

Gašenje požarov

Odnosi z javnostmi so lahko zelo pomemben dejavnik zlasti v času »kriz«. Tako je ta nesreča aprila 2008 doletela tudi direktorja za odnose z javnostmi CJKSPD Mikea Ottersona. Mediji (tudi slovenski) so novembra 2007 prvič objavili zgodbo o obsodbi Warrena Jeffsa, »samooklicanega vodje več kot sto let prepovedane mormonske poligamistične sekte«, ker je sklepal poroke med mladoletnimi dekleti in starejšimi moškimi. V začetku aprila so ameriške oblasti z njegovega ranča odpeljale najprej 52 deklic, med katerimi so bile nekatere posiljene, čez nekaj dni pa so z ranča odpeljali že okoli 400 otrok. Med otroki so bile tudi komaj 13-letne mamice. Zaradi pritožb staršev so otroke kmalu pričeli vračati na zahtevo prizivnega sodišča, nedvomno grozljivim usodam naproti.

Ker je afera dobila v medijih precejšnje odmeve, se je uradna CJKSPD od dogodka distancirala. Na uradni slovenski spletni strani¹⁸ so objavili sporočilo za javnost, v katerem ravnanja poligamistične sekte sicer niso obsodili, so pa postavili ostrejšo ločnico med njimi in poligamistično skupnostjo (še en primer demimikretične disjunkcije). Prejšnji predsednik CJKSPD Gordon Hinckley je dejal: »Odločno izjavljam, da ta Cerkev nima nič s tistimi, ki izvajajo poligamijo. Niso člani te cerkve. **Večina** nikoli niso bili naši člani« (poudarek N.P.) .

Mike Otterson je izjavo pokomentiral takole: »Želim si, da bi bila ločnica v javnosti vsem tako jasna, kajti iskreno rečeno, nas še vedno zamenjujejo, čeprav Cerkev, naša cerkev, poligamije ne izvaja že več kot 118 let. Cerkev je poligamijo uradno ukinila leta 1890 in če bi danes kateri član poskusil izvajati poligamijo, bi bil izobčen, kajti tega nikakor ne podpiramo. /.../ In iskreno rečeno, nas zares jezi, ker si že leta resnično prizadevamo, da bi bila ta ločnica zelo, zelo jasna.«

Tudi on ni obsodil ravnanja z otroki, kot kaže pa mu ni bilo všeč denimo, kako se »ti ljudje« oblačijo: »Če bi ljudje torej le razumeli, da nismo videti kot ti ljudje, da se ne oblačimo kot ti ljudje, da ne častimo kot ti ljudje, da ne verjamemo v isto, v kar verjamejo ti ljudje, in da se izraza mormon nikoli ne bi smelo uporabljati za opisovanje teh poligamnih sekt.« Uporabil je torej podoben način, kot ga v ZDA uporabljajo binkoštniki in nekatere krščanske denominacije, da se razlikujejo od (vseh sort) mormonov.

¹⁸ Celotno objavljeno besedilo je dostopno na: <http://www.cerkev-jezusa-kristusa.si/novice/ogled-clanka/article/pojasnilo-o-dogodkih-v-texasu.html>

Da so medije mormoni uspešno uporabljali ne le kot posrednike med organizacijo in verniki, temveč tudi kot produkte, ki prinašajo denar, priča zgodba o Marku Willsu. Mark Wills je nečak prejšnjega predsednika CJKSPD Gordona Hinckleya in je leta 1995 kot direktor prešel od podjetja *General Mills* na časopisno družbo *Times Mirror*. Kasneje je izdajal *Los Angeles Times* in v smislu ekonomske logike ukinil *New York Newsday* ter zmanjševal število zaposlenih pri *Timesu*, *Baltimore Sunu*, *Hartford Courantu* in *Long Island Newsdayu*. V *Columbia Journalism Review* so leta 1999 zapisali, da »bi težko našli zaposlenega, ki ne bi potrdil, da je bila vsebina Timesa zbanalizirana, zato da bi časopis dosegel večjo naklado« (Ostling in Ostling 1999: 138).

5.3 MREŽENJE MORMONOV

Kot je ugotovil Stark, igrajo osebne vezi, ki jih spreobrnjenci vzpostavijo s člani, prav posebno, če ne celo največjo vlogo pri rasti članstva. To se odraža skozi prilagajanje skupnosti, ko nov član raje zamenja cerkev kot denimo prijatelje. Poleg tega članstvo v skupini določa tudi njene norme, predispozicije in izbirne procese (Vreg 2000: 96): skupina s svojim komunikacijskim omrežjem tudi daje kanale za širjenje medijskih vsebin.

Povabilo k sosedi

Misijonarje učijo krepiti to mrežo, saj je tudi od njene trdnosti odvisna prihodnost cerkve: »Člani Cerkve nosijo odgovornost, da pripravijo svoje sorodnike in prijatelje, ki niso člani Cerkve, da poslušajo razgovor z misijonarji. Učili in krstili jih boste veliko več, če boste pomagali misijonarjem izpolnjevati to dolžnost« (Cerkev JKSPD v Loomis 2002).

Velik vpliv socialne mreže na rast članstva je ponazorjen v Loomisovih izračunih, kjer kaže, da je možnost za novega spreobrnjenca bistveno večja (1:2), kadar misijonarja trkata na vrata ne-članov, ki v svoji socialni mreži že imajo mormonskega prijatelja ali sorodnika, kot če trkata na vrata ljudi, katerih socialna mreža ne pozna nobenega mormona (1:1000). Loomis lahko celo pripoveduje iz lastnih izkušenj, saj je bil nekoč mormon tudi sam.

Ko misijonar na slepo potrka na vrata, se bo spreobrnitev glede na podatke predsednika misije zgodila v enem izmed tisočih primerov. Kljub temu: ko bo misijonar vzpostavil stik z osebo na domu mormonskega prijatelja ali sorodnika, bo spreobrnitev sledila v polovici primerov. Običajni mormonski par misijonarjev tako pridobi 10 spreobrnjencev na leto več, če potrka na 20 vrat nečlanov, ki so prijatelji

ali sorodniki mormonov, ali pa mora za 10 novih članov potrskati na 10.000 vrat (okoli 30 dnevno). Ta podatek nam pove, da so nekatere misijonarske aktivnosti bolj produktivne kot druge (Loomis 2002).

Omrežje je zelo pomembno tudi takrat, kadar predstavlja vmesni »balon« med posameznikom in množičnimi občili. Vreg (2000: 108) tako piše, da socialno omrežje predstavlja neke vrste resonator, v katerem se sporočila predelujejo in odmevajo: »Socialno omrežje sestavljajo mnenjski voditelji, majhne skupine in govorice. Pri dvostopenjskem toku sporočil socialno omrežje prejme informacijo od množičnih medijev, mnenjski voditelji jih komentirajo in širijo po omrežju skupine. Občinstvo pa lahko prejme informacije neposredno od medijev in jih nato prekomentira z mnenjskimi voditelji. Tok informacij pa se širi po omrežju medsebojnega komuniciranja in se spreminja v govorice.«

5.4 UNIVERZITETNA INDOKTRINACIJA

Kitajske revolucionarne univerze so v 40. in 50. letih uvajale reformirani program, ki je spremenil prepričanja in vedenja državljanov največje države na svetu. Program je spisal Mao Ce Tung z namenom, da bi spremenil ideološka prepričanja s pomočjo psihološke, socialne in politične prisile (Singer 2003: 148).

Singerjeva v nadaljevanju poudarja, da »pranje možganov« iz povojnega obdobja ni vplivalo le na vojne ali civilne ujetnike, temveč tudi na splošno populacijo. Prav tako ni nujno potrebno nasilje ali ujetništvo, ampak se tovrstne tehnike »zapakirajo« v celofan. »Med pritegne več muh kot kis,« pravi Singerjeva (2003: 149).

Kot razlaga Singerjeva (2003: 149), obstajajo za pojave, ko verski voditelj prepriča svoje vernike o nečem, kar bi običajni človek zavračal, povsem zemeljski razlogi: »To so le besede in skupinski pritiski skupaj, v zapakiranih oblikah. Sodobni manipulatorji uporabljajo metode prepričevanja, ki obstajajo od časov jamskega človeka, toda mojstri konverzije so tehnike združili v posebno uspešnem paketu. Miselna sprememba kot oblika vplivanja in prepričevanja pride potem kot rezultat šele čisto na koncu procesa, ki vključuje izobraževanje, kot si ga tipično predstavljamo, oglaševanje, propagando in indoktrinacijo ...«.

Štipendije

Cilj univerze je vsekakor tudi utemeljevanje obstoječega stanja med člani ter s pomočjo štipendij (kot recimo v primeru Krešimirja Čosića) in ugodnih šolnin pridobiti nove (univerzitetno izobražene) spreobrnjence, ki jim s spremembo okolja s pretežno mormonskimi študenti (ti predstavljajo 98,6 odstotkov študentov) konverzija praktično ne uide. Z okoli 30.000 študenti je *Brigham Young University* (BYU) tudi daleč največja cerkvena univerza v ZDA (Ostling in Ostling 1999: 221). Interna študija, ki so jo izvedli univerzitetni sociologi, je pokazala, da študij na BYU, četudi gre samo za en semester, ustvarja mlade odrasle, ki so cerkveno zelo aktivni (Ostling in Ostling 1999: 225).

Armand Mauss, upokojeni mormonski sociolog z *Washington State University* piše, da CES (*Church Educational System* – inštitut za religijsko izobrazbo, nekakšen veroučni seminar za študente) postaja vedno bolj antiznanstven in antiintelektualen, bolj usmerjen navznoter, z večjim poudarkom na edinstvenosti in ekskluzivnosti mormonske verzije evangelija v primerjavi z vsemi ostalimi interpretacijami – tako religijskimi kot znanstvenimi (Ostling in Ostling 1999: 219).

Meje akademske svobode

Seveda morajo tudi mormoni paziti, kakšne profesorje zaposlujejo. Težave z uravnoteževanjem akademske svobode in predanostjo veri se tipično pokažejo na katedrah za angleščino, filozofijo, družboslovne znanosti in v študentskih publikacijah. Univerzo je kritiziral njen profesor filozofije Sterling McMurrin, ker so mu predstavniki cerkve omejili dostop do zgodovinskih materialov, ker ni verjel, da je Mormonova knjiga tekst iz davnine. Profesor nemškega jezika Scott Abbott je zapisal, da profesorji za svoje raziskave, vezane na mormone, lahko pridobijo sredstva, vendar le dokler profesor ne piše o seksualnosti med mormonskimi adolescenti, ne anketira zaposlenih mormonskih žensk, ne sprašuje, kaj menijo o nasvetu prejšnjega predsednika Hinckleya, naj raje ostanejo doma, ali se ukvarja z drugimi vodstvu kočljivimi tematikami (Ostling in Ostling 1999: 233).

Dogajajo se tudi odpusti profesorjev. Tako je bil eden prvih primerov profesor David P. Wright, visoko usposobljeni strokovnjak za azijske in bližnjevzhodne jezike, ki so ga odstavili, ko je z orodji bibličnega kriticizma preverjal avtorstvo tekstov CJKSPD in njihovo podrejenost sodobnim vplivom in dokazal, da je Mormonova knjiga prej rezultat 19. stoletja

kot antične Amerike. Med odpuščenimi profesorji sta bila tudi antropolog David Knowlton in profesorica angleščine Cecilia Konchar Farr. Prvi si je odpust prislužil s preiskovanjem kulturnih vzrokov za sovražnost do mormonskih misijonarjev v Latinski Ameriki in objavljanjem v »prepovedanih« publikacijah (*Dialogue* in *Sunstone*); Farrova pa zaradi svojega feminizma in podpore pravice do splava, čeprav je sama trdila, da ga osebno ne podpira (Ostling in Ostling 1999: 233–235).

Da mora biti univerza resnično smetana izbranih profesorjev, je menil tudi prejšnji predsednik CJKSPD in obenem predsednik odbora na BYU Hinckley, ki je v nekem intervjuju dejal, da »kdorkoli vztraja pri nasprotovanju cerkvi in ji javno nasprotuje, mislim, da mora biti deležen cerkvene discipline ...« (Ostling in Ostling 1999: 235). Predsednik BYU Bateman pojasnjuje: »Čeprav želimo zagotoviti, da ima vsak član fakultete pravico do široke razprave in analize pri kateri koli temi, vključno z verskimi tematikami ali osnovnimi cerkvenimi doktrinami, ne verjamemo, da bi se moral javno postavljati v položaj, ko doktrinam nasprotuje ali jih napada.« Cerkev je dala s sporočilom, ki ga je citirala tudi agencija AP, dekanom jasno vedeti, da »ne bi smeli zaposlovati ljudi, ki so grožnja za vero naših študentov ali so kritiki cerkve in njenih voditeljev« (Ostling in Ostling 1999: 235–237).

Podpora »neprofitnih« centrov

Kako se da s pomočjo univerze plemenititi cerkveno bogastvo, kaže naslednji primer. Podjetje *Hawaiian Resources Inc.*, poddivizija Deseret Managementa, ima na Havajih skupaj z ostalimi cerkvenimi podjetji izjemen vpliv na ekonomijo otoka. Cerkev je v devetdesetih letih tam vložila okoli milijardo dolarjev in neposredno ustvarila več kot 3.400 novih delovnih mest na Havajih. Polinezijski kulturni center (PCC) zagotavlja 110 delovnih mest, več kot polovico jih dobijo študentje *Brigham Young University Hawaii* (BYUH), druge izmed dveh univerz Brigham Young. Sicer neprofitni PCC je po podatkih cerkve od leta 1963 univerzi prispeval več kot 150 milijonov dolarjev in jo napravil za vodilno državno podpornico izobraževanja. »Polinezijski kulturni center je ena od najbolj zanimivih mormonskih investicij, delno tudi zato, ker tako odkrito kaže, kako cerkev uporablja svoje naložbe za doseganje religijskih ciljev« (Ostling in Ostling 1999: 123).

5.5 PROSTOVOLJNA DELA MORMONOV

Člani mormonske cerkve niso zavezani le k plačevanju desetine, saj cerkev od njih pričakuje še drugačne žrtve. Tako morajo denimo opravljati prostovoljna dela (okoli 15–20 ur na teden!), ne glede na svoj status. Cerkev po potrebi zaposluje strokovnjake, vendar večino dela v skladiščih in celo pri kmečkih opravilih, v 61 centrih za socialno delo in trgovinah *Deseret Industries* opravljajo mormonski prostovoljci. Prostovoljno delo ne le razširja dobiček cerkve, ki ga prejme z desetino, temveč tudi krepi vezi med člani, ki delajo skupaj. Ljudje, ki potrebujejo pomoč, dobijo pomoč v obliki denarja, lahko pa jim priskrbijo kupone za hrano. Nadzor nad tem, kaj vse prejme tisti, ki potrebuje pomoč, ima škof, ta pa ima povsem proste roke pri tem, kako prejemniku pomagati (Ostling in Ostling 1999: 127).

Pri opravljanju prostovoljnega dela se krepijo stiki in odnosi med člani skupine, nedvomno pa zaradi vloženega truda in »zgodnega« načina življenja vzbujajo nekoliko zavisti tudi pri nečlanih. Podoben sistem pomoči, kot ga je po Starku imela krščanska vera v primerjavi s pogansko, se torej uveljavlja tudi pri mormonih. Pomoč lahko mnogokrat pretehta odločitev o zamenjavi vere. Ne samo zaradi kuponov za hrano in nekaj dodatnega denarja, temveč tudi v obliki drugačne pomoči, npr. da peljejo bolnega soseda trikrat na teden k zdravniku ali obiskujejo starejše ljudi, ki živijo sami, ali morda pomagajo pri učenju. Vse to lahko v določenih okoliščinah pretehta v prid odločiti za spreobrnitev.

6 PRIMERJAVA DEJAVNIKOV IN OKOLIŠČIN RASTI Z ANTIČNIM KRŠČANSTVOM

Za razumevanje vplivov na širjenje mormonske vere se mi zdi zelo pomembna primerjava z antičnim krščanstvom, ki jo v Vzponu krščanstva izpelje Rodney Stark. Stark opisuje širjenje krščanstva, ki se je v prvih štirih stoletjih iz povsem marginalne, nekoliko nenavadne in celo prepovedane verske veje razraslo v eno najbolj markantnih in velikih svetovnih ver.

Ena od pomembnih razlik, ki jih lahko najdemo med začetki krščanske in mormonske vere je dostopnost podatkov o številu kristjanov. Medtem ko Stark podatke o številu kristjanov v prvih 200 letih rekonstruira, se članstvo mormonske vere razkriva v zelo natančnih številkah, popisih ali rodoslovnih deblih, ki sledijo prednikom vse do Josepha Smitha. Tradicija in družina sta v mormonski veri med najpomembnejšimi faktorji za konzerviranje podatkov ne samo o prednikih, temveč tudi o (bližnjem ali samo z DNK povezanim) sorodstvu.¹⁹ Kljub bogati rodoslovni tradiciji, mrtvi svojci bojda niso upoštevani v statistikah o članstvu (priloga A – intervju):

V: »So bili tvoji predniki iz Skandinavije?«

O: »Norvežani.«

V: »Jih je kdo krstil, kljub temu da niso več živi?«

O: »Veš ... nisem prepričan. Verjetno.« /.../

V: »Ne vem, kako se imenuje ta ritual.«

O: »Krst za pokojne.« /.../

V: »Torej, ko nekdo umre, je lahko sprejet v vero, kljub temu da ni njegovega soglasja?«

O: »Oprosti, tega nisem čisto razumel.«

V: »Ali lahko krstite celo osebe iz 19. stoletja, na primer?«

O: »Da.«

V: »Torej me lahko nekega dne nekdo krsti v mormonsko vero, ko umrem?«

¹⁹ V dokumentu Podatki cerkve v Sloveniji (2006: 5), ki so ga izdali pripadniki Cerkve Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni, piše tudi sledeče: »Sveti iz poslednjih dni prav tako verjamejo, da lahko te posebne poročne obrede in druge verske uredbe v imenu preminulih prednikov izvedejo njihovi potomci. Ponavadi sveti iz poslednjih dni v teh obredih zastopajo svoje lastne prednike in združujejo može in žene, starše in otroke v večno enoto. Rodoslovje je zelo pomembno za svete iz poslednjih dni. Člani štejejo za svojo versko dolžnost, da najdejo imena družinskih članov, da bi se lahko za svoje prednike izvedle tempeljske uredbe. Zato ima Cerkev največjo zbirko rodoslovnih zapisov. Mikrofilme hranijo v podzemeljskem skladišču blizu Salt Lake Cityja, izvodi teh mikrofilmov pa so na voljo stotinam knjižnic za družinsko zgodovino, kjer so ljudem v pomoč pri iskanju prednikov.«

O: »Seveda, a razlika je le, če tudi sam sprejmeš vero. Tega ne počnemo z dejansko osebo, temveč samo z njenim imenom.«

V: »Ali potem to ime obstaja v kakšnih kartotekah?«

O: »Samo kot zapis, da je bil krst opravljen. Ne štejemo jih za člane.«

V: »Torej ne potrebujete dovoljenja osebe pred smrtjo?«

O: »Ne. To storimo za vse samo zato, da imajo priložnost sprejeti vero v njihovem posmrtnem življenju.«

6.1 SPREOBRAČANJE V NOVO VERO

Stark za razlago spreobrnitve v krščansko vero poišče več razlogov, ki bi se jih dalo aplicirati tudi na ostale relativno nove religijske skupine. Za enostavnejši pregled sem kot nekakšen povzetek Starkovih ugotovitev in dejstev, ki jih naštevata Ostlingova, oblikovala tabelo, ki primerja vzroke rasti poganstva, antičnega krščanstva in mormonizma.

Tabela 6.1: Primerjava vzrokov rasti poganstva, antičnega krščanstva in mormonizma

	poganstvo	antično krščanstvo	mormonizem
Rodnost	odobran abortus, ni prepovedi kontracepcije ali detomora	prepoved kontracepcije in abortusa	spodbujanje rodnosti tudi z mnogoženstvom, v zadnjem času milejša pravila glede kontracepcije, abortus še vedno ni dovoljen
Socialna pomoč	X	vrednote ljubezni in dobrotelnosti so vzrok za služenje skupnosti in solidarnost: skrb za bolne, ranljive skupine	lasten dobrodelni sistem, cerkvena socialna pomoč, volonterstvo, možnosti zaposlitve v podjetjih v lasti cerkve
Zakonski odnosi	relativno odprti poganski Rimljani so imeli več ljubic ali ljubimcev	samo en partner, zvestoba je bila pomembna	partnerska zvestoba je danes obvezujoča, nekdanja poligamija
Posvetne krize: požari, epidemije, potresi	ni bilo obljubljenega posmrtnega življenja, niti odgovora na krize	obljuba posmrtnega življenja – po vsaki epidemiji je bil delež kristjanov večji,	priprave na katastrofo – enoletna zaloga hrane za občutek varnosti

		nudenje oskrbe	
Mučeništvo kot razlog za čaščenje	X	na stotine mučenicov: kult svetnikov	"mučeniška" smrt preroka Josepha Smitha, pregon vere na zahod
Ženske	rojevale, a ob abortusih množično umirale (najpogostejši razlog smrti žensk v tistem času)	ni bilo abortusov – višje preživetje krščanskih žena, ki so otroke tudi vzgajale v svoji veri, imele so boljši položaj kot poganke žene	najboljše, če jih je bilo čimveč v zakonu, tudi vdov in mladoletnic
Misijonarji	X	začne se z apostoli, vsak kristjan je bil možen prozelit	množično, danes po vsem svetu v 336 misijonih, 16 misijonarskih središč za usposabljanje; prejšnji predsednik Hinckley je spodbujal vsakega člana
Ekonomski razred	paganus = človek z dežele	v začetku urbanizirano gibanje, ni bilo proletarsko	ni bilo in ni proletarsko gibanje
Sorodne religije z možnostjo širjenja (na račun katerih so pridobivali nove člane)	X	helenizirani judje, judje iz diaspore	krščanske oz. protestantske denominacije
Racionaliziranje doktrin	X		prepoved poligamije, vključitev temnopoltih v vodstvo
Božanstva	bilo jih je toliko, da si ljudje niso več mogli zapomniti vseh imen; bila so podobna ljudem	monoteizem: bog v treh oblikah, samo z vrlinami in brez človeških slabosti – »Veruj v enega boga«	monoteizem, predanost samo eni veri
Cerkvena organizacija	šibka	jasna struktura in hierarhija s cerkvenimi avtoritetami	jasna struktura in hierarhija s cerkvenimi/gospodarskimi avtoritetami

Vir: Prirejeno po Stark (1996) in Ostling in Ostling (1999).

Iz zgornje tabele bi lahko med dejavnosti prozelitistične propagande šteli sorodnost med religijami (da so si laže prevzemali vernike), misijonarjenje, povzdigovanje mučeništva (prodajanje zgodbic), racionalizacijo doktrin in socialno pomoč. Vendar to še ne pomeni, da tudi ostale dejavnosti niso bile namenjene pridobivanju novih članov. Prej nasprotno – antični

kristjani in mormoni so si denimo z visoko rodnostjo pridobivali svoje najbolj zveste člane – tiste, ki so bili v vero rojeni.

Izpostavila bi pomen judovske diaspore za rast antičnega krščanstva. Ker je večina judov v prvem stoletju živela zunaj Palestine in so bili krajeveno oddaljeni od judovskih središč, tudi od svoje kulture, in jih na domovino ni vezalo veliko, so bili laže pripravljene sprejeti novo vero, katere bog je tudi odpuščal in poznal usmiljenje, antični kristjani pa so bili pravi zgled svojih verovanj. Na podoben način so 1700 let kasneje v mormonsko vero prestopali predvsem protestanti, katerih vera je bila prav tako dobra osnova za Mormonovo knjigo, med njimi pa so izstopali metodisti, ki sicer niso bili odtrgani od domovine, bili pa so brez posebnih vezi.

6.1.1 Preko prijateljskih ali sorodstvenih odnosov

Mormonska vera se, podobno kot krščanska, širi pretežno preko dobrih odnosov s pripadniki mormonske skupine. Če bo oseba – bodoči spreobrnjenec – v kakršnem koli prijateljskem ali sorodstvenem stiku z mormonom, bo seveda imela veliko več možnosti za spreobrnjenje. V določenih pogojih, na primer pri izgubi ali pomanjkanju odnosov z bližnjimi in dragimi osebami kot so denimo selitve ali smrti, bo oseba s tem primanjkljajem dodatno bolj zavzeta za novo družbo.

»Spreobrnjenje k novim, izstopajočim religijskim skupinam se pojavi, ko ljudje ob ostalih nespremenjenih stvareh razvijejo s člani določene skupine močnejše vezi kot jih imajo z nečlani« (Stark v Stark 1996: 18). Stark je v svoji prvi raziskavi o vstopanju v Združitevno cerkev med drugim ugotovil, da so bili med novimi pristopniki izključno tisti, pri katerih so medosebni odnosi s člani pretehtali njihove odnose z nečlani.

Tako novih članov niso spreobračali z iskanjem ali poučevanjem ideologije, temveč s prilagoditvijo religioznega vedênja novega člana z religioznim vedênjem prijateljev in družinskih članov (Stark 1996: 17). Zanimivo je, da kljub temu novi člani svoje spreobrnjenje raje pripišejo zunanjim elementom vere (Stark 1996: 19), denimo ideologiji ali praksi, kot prilagajanju življenju v skupnosti. Starkova teza obenem nakazuje, da je religija zelo pomemben družben dejavnik, saj s specifičnimi pravili določa tudi specifično vedenje širših skupin. Pomembno pa je tudi izpostaviti, da je pri prestopanju v novo religijo preko

prijateljskih ali sorodstvenih odnosov najbolj verjetno, da bo trnek prozelitistične propagande ostal neopažen in da so spreobrnjenci takrat zaradi zaupanja do ostalih članov veliko bolj dojemljivi za stvaritev psevdoosebniosti in izgube zavedanja vseh dejanj.

6.1.2 Stopanje iz negotovosti

Robbins (2003: 173) med drugim pravi, da **domneva** o tem, kako rekrutacija v kulte in prozelitizacija izkoriščata »ranljivost« mladih ljudi, ki so osamljeni, depresivni, izolirani ali drugače ločeni od družbe, **ni napačna**. Tisti, ki niso vključeni v razne bratovščine ali klube in imajo posledično tudi manj bližnjih odnosov z ostalimi, imajo manj izgubiti, če se pridružijo kateri od sekt ali gibanj.

V določenih (lahko tudi s pomočjo namenoma ustvarjenih »problemov« z množičnim komuniciranjem) okoliščinah se človek ne počuti več dovolj varnega ali pa se mu zamaje zaupanje v lastno identiteto. Takrat ima neskončno možnosti za ta »korak iz negotovosti« – ena izmed njih je zagotovo stopanje v religijo, kjer so pravila jasna, kaotičen svet pa dobi jasnejšo črno-belo sliko. Luckmann ugotavlja, da je »za družbeno obliko religije, ki nastane v modernih industrijskih družbah, značilen neposreden dostop potencialnih potrošnikov do religiozних reprezentacij. /.../ Prav zaradi te neposredne dostopnosti svetega kozmosa, oziroma natančneje, ponudbe religiozних tem, je religija dandanes pojav v »sferi zasebnosti« (Luckmann 1997: 95).

Religiozne teme izvirajo iz izkustev v »sferi zasebnosti«. V glavnem slonijo na čustvih in občutjih in so ravno toliko nestabilne, da povzročajo njihova artikulacija težave. V veliki meri so »subjektivne«, se pravi, da jih prvotne institucije ne določajo v zavezujoči obliki. Lahko pa jih prevzamejo tako rekoč »sekundarne« institucije, ki oskrbujejo »zasebne« potrebe »avtonomnih« potrošnikov. Te institucije skušajo artikulirati teme, ki nastajajo v sferi zasebnosti, in jih nato v paketu spet ponuditi potencialnim potrošnikom. Številne časopisne strani z nasveti, »poučna« literatura, razprave o pozitivnem mišljenju v Playboyu, poljudnopsihološke različice v Reader's Digestu ali besedila v pop glasbi, vse to artikulira dejanske prvine »zadnjega pomena« Luckmann (1997: 95–96).

Z zadnjim pomenom razumemo le eno od reprezentacij (denimo transcendence), ki je potrošniku dostopna in ki se v procesu upovedovanja ali komuniciranja vseskozi spreminja.

6.1.3 Nezadovoljstvo z obstoječo religijo

Če lahko sodobnega vernika razumemo kot potrošnika religijske ponudbe, potem je vztrajanje ob nezadovoljstvu v eni veri pri tolikšni ponudbi verjetno neracionalno. Luckmann pojasni, da so področja s šibko strukturo norm vendarle postala bolj avtonomna, kar pomeni, da si človek sam izbira dobrine in storitve, vključno s religijskimi.

*Prizadevanje za avtonomijo, to tipično obeležje osebe v sodobnih industrijskih družbah, je tesno povezano z vsepričujočo potrošniško naravnostjo. Onstran področij, ki so podrejena neposrednemu nadzoru primarnih institucij, usmerjajo posameznikovo obnašanje individualne preference, ki jih norme le šibko predhodno strukturirajo. Posameznik je deležen avtonomije, ki ima v primerjavi s tradicionalno družbeno ureditvijo precej večji domet, tj. **njemu samemu je prepuščena izbira dobrin in storitev, prijateljev, zakonskega partnerja, sosedov, hobijev in kot bomo pokazali, celo »temeljnega smisla«** (Luckmann 1997: 90, poudarki N.P.).*

Tudi Debeljak meni, da gre pri selitvah spreobrnjencev v mnoštvo novih religijskih gibanj za nezadovoljstvo z obstoječimi prevladujočimi religijami: »Kakor koli že: če dobro premislim, moram reči, da pri presaditvi azijskih religij v Ameriko še zdaleč ne gre za modno muho, ampak za nekaj precej bolj usodnega. Gre za globoko in prepričljivo nezadovoljstvo s šepajočimi odgovori judovsko-krščanske tradicije na usodne dileme sodobnosti« (Debeljak 1994: 140). Po mojem mnenju pa ta trditev ne velja zgolj za ameriški religijski trg, temveč se razširja tudi v mnoge druge države.

Debeljak prav tako opaža, da so se tradicionalne religije Zahoda vsebinsko že tako »izpraznile«, da so v življenju ljudi prisotne le še v obliki posvetnih ideoloških institucij, ki ne najdejo pravih odgovorov na eksistencialna vprašanja modernega človeka. »Izrecna in temeljita naslonitev na vzhodne religije pri iskanju ključev za dostop do resnice biti tako le nadvse dramatično priča o tem, da svete knjige Zahoda, nad katerim bdijo zapriseženi varuhi pečata (cerkve, kongregacije, sinode) ne služijo več duhovnim, temveč ideološkim namenom« (Debeljak 1994: 140–141). Zato se porajajo nezadovoljstva, ki vodijo v različne alternative. Pri tipanju za temi odgovori se lahko človek obrne kamorkoli drugam – najsi gre za krščansko denominacijo, kot so mormoni, ali za azijske religije.

6.1.4 Relativna depriviranost spreobrnjencev

Vsaka cerkev izoblikuje lastno ponudbo dobrin in storitev, ki je skozi vidik verskega marketinga (po sliki 2.2) v grobem sestavljena iz učenja, pridiganja, vodenja, molitve in prijateljstva. Tovrstna ponudba obsega seveda le možnosti za zadovoljitev kulturnih in socialnih človekovih potreb, še zdaleč pa to ni odraz dejanske ponudbe. Ta obsega tudi socialno pomoč v obliki zaposlitev, štipendij, subvencij, skrbi za starejše s prostovoljnim delom, brezplačnih razdelilnic hrane, možnostjo potovanja (npr. misijonarjenje) ... in mnogokrat privabi tudi socialno deprivilirane skupine. Tudi to so brez dvoma trnki prozelitizma, njihova uspešnost pa je seveda odvisna od ekonomske situacije tako morebitnega spreobrnjenca kot ekonomije v določeni deželi.

Kot primer lahko še enkrat navedem oglas oz. vabilo angleškim mormonom za naselitev v ZDA. Cerkev je z oglasom dodobra izkoristila trenutno ekonomsko depriviranost ljudi in jih zmamila v novo deželo. Za človeka, ki je ekonomsko ali socialno depriviran, je tudi veliko verjetneje, da bo spremenil način življenja (ali verovanja) kot za človeka, ki je z obstoječim stanjem zadovoljen.

6.1.5 Prekrivanje obstoječe religije z novo religijo

Tudi Stark ugotavlja, da je svojevrstna kontinuiteta krščanstva z judovstvom (priznanje Stare zaveze, enega boga, starih prerokov, monogamnega zakona ...) pomembno doprinesla k rasti krščanske skupnosti v zgodnjih letih rasti. To tezo bi se dalo aplicirati tudi na sodobno situacijo na religijsko pluralnem ameriškem trgu, za katerega Luckmann trdi, da postaja ideološko vedno bolj homogen (čeprav ne pozabi poudariti, da pri tem procesu **ne gre** tudi za teološka zблиževanja).

Eden pomembnejših dogodkov v ameriški cerkveni religiji je ideološka izravnava med denominacijami. /.../ Zdi se, da tradicionalne teološke razlike čedalje bolj izgubljajo pomen celo za nosilce duhovniških funkcij. Še bolj omembe vredna pa je neprekinjena ideološka izravnava med katolicizmom, protestantizmom in judovstvom. Omenjenega procesa pa kljub težnji k notranji sekularizaciji ne kaže razumeti kot rezultat resnega teološkega »zблиževanja« (Luckmann 1997: 33).

6.2 ALI SO MORMONI KRŠČANSKA LOČINA?

Eden izmed razlogov, zakaj bi želela odgovoriti na to vprašanje, je, da se mormoni pojmujejo za krščansko ločino, večina ostalih krščanskih religij pa to zanika. Cerkev, ki želi pridobivati nove člane (ali ohraniti že obstoječe), mora biti pripravljena na spremembe oz. biti dovolj fleksibilna, da je pripravljena prevetriti svoje prioritete.

Zakaj naj bi se cerkvene doktrine sploh spreminjale? Eileen Barker (2001) poudarja, da se nova religijska gibanja hitro spreminjajo iz treh glavnih vzrokov:

- 1) zaradi odgovora na neizogibne procese, ki zahtevajo prilagajanje,
- 2) zaradi naraščajočih razlik med gibanji ali
- 3) zaradi zmanjševanja razlik med gibanji.

Ker je tudi verski marketing proces nenehnega pretresanja trga in želja potrošnikov, so prilagoditve nujno zlo vsake cerkve, ki želi obdržati svoje vernike. Drugi dve točki, ki ju izpostavlja Barkerjeva, se ne izključujeta. Največja mormonska cerkev – CJKSPD se prilagaja tudi zaradi ostalih mormonskih sekt, ki bi lahko metale slabo luč na cerkev (želi povečati razliko med gibanji), prav tako pa se prilagaja zaradi močne želje po uvrstitvi med krščanske denominacije in skuša zmanjšati razliko (ali poudarjati podobnosti) s krščanstvom.

Mormonska vera se je sčasoma zelo približala evangeličanskemu protestantizmu (oseben odnos z Jezusom, poudarjanje evangelijskih tematik, izkušnja »*born again*«). Ker sta obe skupini novačili člane iz druge skupine, so evangelisti pričeli mormone prikazovati kot nekrščanski kult. Od krščanskega »*mainstreama*«²⁰ jih goreče ločujejo baptisti, metodisti in celo prezbiterijanci. Leta 2001 je RKC oz. vatikanska kongregacija za deklaracijo vere izjavila, da morajo spreobrnjenci iz CJKSPD prestati ponoven krst (Prothero 2003). Boj na ameriškem religijskem trgu za nove privrženca je res hud (pri nas ga pogrešam), najbrž se zato »demimikretična disjunkcija«²¹ (Smrke 2007: 172) v tem primeru izvaja z več strani.

²⁰ Rada bi poudarila, da so ZDA kljub množičnim priselitvam azijskih religioznih praks v 20. stoletju, trdno zasidrane v judovsko-krščanskih tradicijah, ki so jih prinesli prvi kolonialisti. Tako denimo Philip Jenkins (v Prothero 2003: 5) meni, da je knjiga profesorice Diane Eck *A New Religious America*, ki trdi, da so ZDA religijsko najbolj pester narod na svetu, povsem zgrešena. »Da, priseljevanje po letu 1965 je res preoblikovalo religijsko pokrajino, vendar je ustvarilo ZDA ne manj, temveč bolj krščanske. Večina priseljencev iz Latinske Amerike je katolikov ali binkoštnikov, krščanstvo pa je zelo razširjeno tudi med azijskimi priseljenci. Ameriška verska pestrost je mit, ki ga nadaljujejo liberalni akademiki in ostali praznoglavci (*eggheads*), ki ne prepoznajo konzervativnih krščanskih zavez Američanov.«

²¹ Demimikretična disjunkcija je delovanje, ki opozarja na navideznost mimikretične konjukcije oz. na različnost med mimemom in modelom.

»Mormoni bi se lahko (na dejanja mimikretične disjunkcije podobnih denominacij – op. N.P.) odzvali s poudarjanjem razlik med skupinami, vendar so ravnali nasprotno – predstavljali so se preprosto za kristjane ...« (Prothero 2003: 194). Od leta 1982 tako nosi Mormonova knjiga v katerem koli jeziku novi podnaslov: Še ena zaveza Jezusa Kristusa. Leta 1995 so spremenili svoj logotip, tako da so besedi »Jezusa Kristusa« na uradnem logotipu CJKSPD povečali za dvakratno velikost. Le malo pred olimpijskimi igrami v Salt Lake Cityju so zaprosili medije, da jih več ne imenujejo mormonska cerkev, temveč Cerkev Jezusa Kristusa ali zgolj Cerkev (Prothero 2003).

Mormoni so tako pri samopotrjevanju svoje, še ne 200 let stare identitete, bili pripravljene spreminjati značke, ki jih imajo pripeti njihovi misijonarji, tako da sta besedi »Jezus Kristus« na uradnem logotipu cerkve povečani za dvojno velikost v primerjavi z ostalimi črkami v napisu (Prothero 2003: 194). V slovenščini je dvakrat višji del logotipa v napisu Cerkev Jezusa Kristusa (svetih iz poslednjih dni), kot lahko vidimo tudi na fotografiji logotipa, na novi mormonski cerkvi v Kosezah.

Slika 6.1: Logotip ob vhodu cerkve CJKSPD



Vir: Foto N. P.

Na vprašanje, ali gre pri CJKSPD za krščansko religijo, ne moremo dokončno odgovoriti. Če bi bil pogoj za »krščanskost« vera v Kristusov obstoj, potem je krščanska; vendar jo kot takšno lahko vidijo le nekonkurenčne religijske skupine, ki Jezusa ne častijo.

Ob več kot 23.000 krščanskih denominacijah je lahko vsakomur jasno, da je krščanstvo resnično nekakšen *mainstream* na religijskem trgu, Kristus pa skoraj brez dvoma zelo cenjeno tržno blago.

CJKSPD se je v zadnjih desetletjih močno trudila privabiti širše množice. Med leti 1880 in 1978 je znašala povprečna cerkvena rast 40 odstotkov na desetletje. 1978 je tudi leto, ko je cerkev ponudila svečeništvo vsem vernikom, ne glede na raso. Okoli tistega leta je rast poskočila na skoraj 70 odstotkov na desetletje vse do devetdesetih let (Loomis 2002). S tem je posnemala krščanstvo, kjer so bili vsi ljudje božji otroci.

Posnemanje pa pri sledenju ciljem ni nujno vedno uspešno. »V devetdesetih je cerkev pričela bolj poudarjati svoje osnovno verovanje v Kristusa in se oddaljila od **visokih napetosti** z doktrinama, kot sta verovanje, da je bil bog nekoč človek, in poligamija. V nižanju teh napetosti z okolico je postala manj zanimiva za potencialne spreobrnjence, kar se je kasneje

pokazalo v upadu rasti za manj kot 40 odstotkov na desetletje« (Loomis 2002, poudarek N. P.). Kar sta bila bog – duh in monogamija za krščanstvo, pri CJKSPD očitno ni delovalo.

7 ZAKLJUČEK

Čeprav je Starkova napoved preseгла pričakovanja, se iz nekaterih novejših podatkov da razbrati najmanj upočasnitev rasti števila članov, predvsem na račun množičnih izstopov iz te religijske skupine, pa tudi znižane rodnosti in nekaterih drugih vzrokov. Tako Loomis (2002) dokaže upad eksponentne rasti, pa tudi mormoni sami opažajo upad misijonarjev, ki so eden ključnih elementov prozelitistične propagande.

Prozelitistična propaganda je osnovna dejavnost za pridobivanje spreobrnjenecv. Ti se zaradi različnih razlogov oz. potreb (na podlagi izkušnje z misijonarji, uspele promocije načina življenja ...) želijo pridružiti cerkvi. Prozelitistična propaganda nedvomno močno vpliva na rast mormonske skupnosti, vendar pa rast skupnosti zaradi različnih razlogov upada. *Salt Lake Tribune* je leta 2005 že poročal o izgubljanju mormonske večine v svoji prestolnici – Salt Lake Cityju.

Njihov vpliv pa kljub temu ni zanemarljiv. Medtem ko na Univerzi BYU poskrbijo, da njihovi rekrutiranci ne pridejo v stik z vsebinami, ki jih cerkev ne odobrava, se vsak dan po svetu več kot 60.000 misijonark in misijonarjev – nekakšnih vojščakov – vadi v retoriki spreobračanja. Tudi če je res spreobrnjen le eden od 10.000 naključnih, to ne pomeni le enega člana več, saj se misijonarjenje vedno izkaže za eksponenten način širjenja vere. Neposredno naj bi bilo po Loomisovi oceni odgovorno kar za tretjino vseh konverzij.

Vprašanje je le, koliko vpliva imajo na cerkveno rast ostali dejavniki prozelitistične propagande, ki niso direktno povezani z misijonarjenjem. Če rojeni v vero predstavljajo danes okoli 20 odstotkov, misijonarji pa okoli 30 odstotkov, potem je polovica spreobrnjenih nastala preko že obstoječih socialnih mrež, kjer prozelitistična propaganda igra vlogo lepila, ki drži to mrežo skupaj. S promocijo cerkev nedvomno opozarja nase, vendar je tudi ta lahko dvorezen meč. S prilagajanjem doktrin verskemu *mainstreamu* je bila cerkev ponekod uspešnejša (s sprejemanjem ostalih ras v duhovniške poklice), nekje pa jo je porazilo ravno to zasledovanje trendov (monogamija).

Strategija cerkve je, da člana tudi obdrži, in v tem se zelo potrudi. Različnim teorijam o pranju možganov ne moremo pritrditi na vseh mestih, zagotovo pa je, da se s prepletenostjo

posameznikovega življenja večja tudi verjetnost konverzije. Ko se v njegovo socialno mrežo vpleta vse več ljudi z enakim prepričanjem, je potrebno ogromno volje, da član izstopi. Posebno, kadar je v okolju, kjer se zaradi izstopa počuti izobčenega. Bolj je verjetno, da bo na nedeljska srečanja pripeljal tudi svojo družino ali prijatelje, če pa bo pozorno prebral Mormonovo knjigo, mu bo jasno, da mora tudi sam širiti svoje prepričanje in reševati svet pred peklenskim pogubljenjem.

Številčnost članov ali rast pripadnikov neke religijske skupine sta lahko res impresivni, a kvantiteta ni enaka kvaliteti. Sinov Abrahama ni veliko, saj v judovsko vero ne moreš enostavno prestopiti, pa njihovi lobiji vneto oblikujejo svetovno politiko. Velja tudi nasprotno: rimokatoličanov je okoli milijarda, pa bi njihov politično-ekonomski vpliv le stežka primerjali s skoraj neznatno, nekajmilijonsko religijsko skupino izjemno izobraženih in ekonomsko dobro situiranih judov.

Številke potemtakem niso preveč pomembne. Razen kadar se z njimi bogati, seveda. In vsak član za mormonsko cerkev predstavlja tudi novega »davkoplačevalca«. Kar ob okoli trinajstmilijonskem članstvu po skoraj vsem svetu najbrž ne nanese malo.

8 LITERATURA

1. 24ur.com (2007): *Obsojen vodja prepovedane sekte*. Dostopno na <http://24ur.com/novice/svet/obsojen-vodja-prepovedane-sekte.html> (31. maj 2008).
2. 24ur.com (2008): *Posiljevali deklice za duhovnost*. Dostopno na <http://24ur.com/novice/crna-kronika/posiljevali-deklice-za-duhovnost.html> (31. maj 2008).
3. 24ur.com (2008): *Spregovorila žrtev zlorab*. Dostopno na <http://24ur.com/novice/crna-kronika/spregovorilo-zlorabljeno-dekle.html> (31. maj 2008).
4. Bajt, Drago in Marta Kocjan – Barle, ur. (2009): *Splošni religijski leksikon*. Ljubljana: Modrijan založba, d. o. o.
5. Barker, Eileen (2001): *Nova religijska gibanja*. Ljubljana: Predavanje na FDV (18. december 2001).
6. Bowker, John, ur. (1997): *The Oxford Dictionary of World religions*. Oxford: Oxford University Press.
7. Bučar, Bojko, Zlatko Šabič in Milan Brglez (2002): *Navodila za pisanje –seminarske naloge in diplomska dela*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
8. Cerar, France (2001): *Kdo so jezuiti*. Ljubljana: Župnijski urad Ljubljana-Dravljje.
9. Cerkev Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni (2006): *Podatki Cerkve v Sloveniji*. Ljubljana: gradivo odnosov z javnostmi CJKSPD.
10. Cerkev Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni (1999): *Program dosežkov za Aronovo svečeništvo: navodila za voditelje svečeništva*. Salt Lake City: Intellectual Reserve, Inc.
11. Deseret News (2006): *Church Almanach*. Salt Lake City: Deseret News.
12. Čeh, Tatjana (2007): *Misijonarji v Sloveniji: Primerjava Cerkve Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni in krščanskega društva Novo življenje*. Diplomsko delo. Ljubljana:FDV.
13. Dawson, Lorne L. (2003): Who Joins New Religious Movements and Why: Twenty Years of Research and What Have We Learned? V *Cults and New Religious Movements: A Reader*, ur. Lorne L. Dawson, 116–130. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
14. Debeljak, Aleš (1994): *Temno nebo Amerike*. Celovec-Salzburg: Wieser.

15. Eliade, Mircea, ur. (1993): *The Encyclopedia of Religion*. Volume 9. New York: MacMillian Publishing Company.
16. Jowett, Garth S. in Victoria O'Donnell (1992): *Propaganda and Persuasion*. Newbury Park: Sage.
17. K.S. (2008): Cerkevna Družina skoraj potrojila dobiček. *Dnevnik*, 26. 6., 17.
18. Levstik, Vanda (2008): *Mormonska cerkev že stoji*. Dostopno na <http://24ur.com/novice/slovenija/mormonska-cerkev-ze-stoji.html> (31. maj 2008).
19. Loomis, Roger (2002): *Mormon church growth*. Chicago: presented at The Association for the Sociology of Religion 17.–19. avgust. Dostopno na <http://www.lds4u.com/growth2/Index.htm> (28. april 2008).
20. Luckmann, Thomas (1997): *Nevidna religija*. Ljubljana: Krtina.
21. Majnarič, Tina (1999): *Verski marketing*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
22. Mastnak, Polona (2008): *Mala dežela – velik korak*. Dostopno na http://www.novitednik.com/nase_akcije.php?id=1004&m=5&l=2008 (6. maj 2008).
23. *Mormonova knjiga: še ena zaveza Jezusa Kristusa* (2002). Salt Lake City, Utah, ZDA: Cerkev Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni.
24. M. T. (2008) *Družina jedla svojega otroka*. Dostopno na <http://www.zurnal24.si/Druzina-jedla-svojega-otroka/novice/crnakronika/54966> (20. junij 2008).
25. O'Collins, Gerald in Edward G. Farrugia (2000): *A Concise Dictionary of Theology*. Edinburgh: T. & T. Clark.
26. Ostling, Richard N. in Joan K. Ostling (1999): *Mormon America: The power and the promise*. San Francisco: HarperSanFrancisco.
27. Otterson, Mike (2008): *Pojasnilo o dogodkih v Teksasu*. Dostopno na <http://www.cerkev-jezusa-kristusa.si/novice/ogled-clanka/article/pojasnilo-o-dogodkih-v-texasu.html> (31. maj 2008).
28. Poglajen, Črt (2008): *Junija bodo odprta vrata prve mormonske cerkve*. Dostopno na <http://www.zurnal24.si/cms/novice/slovenija/osrednja/index.html> (16. junij 2008).
29. Prothero, Stephen (2003): *American Jesus: How the Son of God Became a National Icon*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
30. *Reference.com* (2006). Dostopno na http://www.reference.com/browse/wiki/Religious_conversion (20. maj 2006).
31. Smrke, Marjan (2000): *Svetovne religije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
32. Smrke, Marjan (2007): *Družbena mimikrija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

33. Singer, Margaret Thaler (2003): *The Process of Brainwashing, Psychological Coercion, and Thought Reform*. V *Cults and New Religious Movements: A Reader*, ur. Lorne L. Dawson, 147–159. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
34. STA (2005): *Mormoni bodo do leta 2030 izgubili večino v Utahu*. Dostopno na <http://www.sta.si/vest.php?id=964066> (31. julij 2005).
35. STA/N.D. (2008): *Otroci nazaj k poligamističnim mormonom*. Dostopno na <http://24ur.com/novice/svet/otroci-nazaj-k-poligamisticnim-mormonom.html> (23. maj 2008).
36. STA (2008): *Deklice v rokah poligamista*. Dostopno na <http://24ur.com/novice/crna-kronika/deklice-v-rokah-poligamista.html> (31. maj 2008).
37. Stark, Rodney (1996): *The Rise of Christianity: A Sociologist reconsiders History*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
38. Stark, Rodney (2003): *Why religious Movements Succeed or Fail: A Revised General Model*. V *Cults and New Religious Movements: A Reader*, ur. Lorne L. Dawson, 259–270. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
39. Stark, Rodney in William Sims Bainbridge (2007): *Teorija religije*. Ljubljana: FDV.
40. Šušnjić, Djuro (1984): *Ribari ljudskih duša: Ideja manipulacije i manipulacija idejama*. Beograd: NIRO »Mladost«.
41. Thompson, Roger M. (1993): *The Mormon Church*. New York: Hippocrene Book.
42. TV Slovenija, 2. program (2005): *Get the Fire!*. Dokumentarni film režiserke Nancy E. Du Plessis. Ljubljana, 7. avgust.
43. Valenčič, Erik in Matej Jankovič (2008): *Največja kopija v zgodovini*. V *Mladina*, 23 (6. junij), 64–65.
44. Verbinc, France (1991): *Slovar tujk*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
45. Vreg, France (2000): *Politično komuniciranje in prepričevanje*. Ljubljana: FDV.
46. Wehmeier, Sally, ur. (1994): *Oxford WORDPOWER Dictionary*. Oxford: Oxford University Press.
47. Wikipedia (2006): *Propaganda*. Dostopno na <http://en.wikipedia.org/wiki/Propaganda> (20. maj 2006).

PRILOGE

Priloga A: Elektronski pogovor z nekdanjim misijonarjem Jakeom Erickssonom

20.- 21. 4. 2006 (22:45-01:10)

Nataša pravi:

Hi!

Jake pravi:

Hi

Nataša pravi:

Were you one of missionaries who were acting in Get the Fire! Documentary?

Jake pravi:

That's me ...

Jake pravi:

But there was no acting involved.

Jake pravi:

:D

Jake pravi:

Who are you?

Nataša pravi:

Sorry to disturb you

Jake pravi:

It's OK.

Nataša pravi:

My professor gave me that movie.

Jake pravi:

Professor?

Nataša pravi:

I am writing my diploma at the univesity of social studies.

Jake pravi:

From where?

Nataša pravi:

Of social studies.

Nataša pravi:

Ljubljana, Slovenia, below Munich.

Jake pravi:

Wow.

Nataša pravi:

Munich

Jake pravi:

Why did they choose that video?

Nataša pravi:

My professor chose it, because I am writing about Mormon missionaries.

Nataša pravi:

And he is helping me to finish my studies.

Jake pravi:

I see.

Nataša pravi:

I was really touched.

Jake pravi:

So you read my opinion on the web's comment page, I guess?

Nataša pravi:

I could not believe that I was almost crying watching the documentary.

Jake pravi:

Really?

Nataša pravi:

Yes.

Jake pravi:

Are you a member of the church yourself?

Nataša pravi:

It was a DOCUMENTARY!!!! It was not an acting movie.

Nataša pravi:

N.o

Jake pravi:

Oh.

Jake pravi:

So what touched you about it?

Nataša pravi:

You and Celeste's story

Jake pravi:

Hal

Jake pravi:

That's funny.

Nataša pravi:

Why?

Jake pravi:

Oh, just because of the way things turned out.

Nataša pravi:

Well, I know, but do you have children by now?

Jake pravi:

Nope.

Nataša pravi:

With a very good looking wife? 😊

Jake pravi:

Although I just heard Celeste had one about 2 months ago.

Jake pravi:

Of course!

Jake pravi:

She is gorgeous, though.

Nataša pravi:

Do you plan any children in near future?

Jake pravi:

No.

Nataša pravi:

???

Jake pravi:

We want to wait a while.

Jake pravi:

You sound surprised!

Jake pravi:

Should I have kids by now?

Jake pravi:

I'm only 25, and my wife's only 23.

Nataša pravi:

ONLY?

Jake pravi:

How old are you?

Nataša pravi:

I thought that contraception is forbidden

Jake pravi:

Do you have kids?

Nataša pravi:

I'm 25

Nataša pravi:

No

Jake pravi:

No, you heard wrong.

Nataša pravi:

But I am not planning to have any children at all.

Jake pravi:

I see.

Nataša pravi:

Are you both still studying?

Jake pravi:

No, contraception is not forbidden. We want to have kids eventually, but not yet.

Jake pravi:

Yes.

Jake pravi:

I just got accepted to graduate school at Texas Tech University in Physical Therapy, and my wife is studying Art.

Nataša pravi:

Is she a visual artist or musician?

Jake pravi:

Visual.

Jake pravi:

Like me.

Nataša pravi:

Arent you a social worker?

Nataša pravi:

Or something similar?

Jake pravi:

That's what I do right now to get by, but growing up I always wanted to be an artist.

Nataša pravi:

What kind of?

Jake pravi:

I do portraits.

Nataša pravi:

Electronic media or painting? ☺

Jake pravi:

Drawing/painting.

Nataša pravi:

Did you have any exhibitions yet?

Jake pravi:

No.

Jake pravi:

I don't have time right now.

Jake pravi:

I've done portraits for private parties, but nothing really big.

Nataša pravi:

Are men Mormons obliged to go on a missionary?

Jake pravi:

What do you mean ... I didn't quite understand that.

Jake pravi:

Obligated?

Jake pravi:

No.

Nataša pravi:

Maybe, my English is quite bad.

Jake pravi:

No, it's ok.

Jake pravi:

Is German better?

Nataša pravi:

I should visit one of your English classes in Ljubljana.

Jake pravi:

Deutsch kann ich noch..

Nataša pravi:

Ich spreche nur ein bisschen Deutch, nicht genug.

Jake pravi:

Which is better for you?

Nataša pravi:

Englisch.

Jake pravi:

OK.

Jake pravi:

No, Mormon men don't have to go on missions.

Nataša pravi:

Do you know how many of Mormon boys go on a missionary? %?

Nataša pravi:

You said at the end of the film that you have better opportunity to get a job.

Jake pravi:

No ...I know that less and less go each year, though.

Jake pravi:

Yeah ... sometimes.

Jake pravi:

Not always.

Nataša pravi:

And you are more popular with girls when you came back?

Nataša pravi:

Come back.

Jake pravi:

Again, that depends where you live, and how you act..

Nataša pravi:

Do you live in SLC?

Jake pravi:

If you live in a place full of Mormons, some girls only want to date returned missionaries.

Nataša pravi:

I quite understand them

Jake pravi:

I would prefer people like me for who I am, not what I've done.

Jake pravi:

Really?

Jake pravi:

Why?

Nataša pravi:

2 years of loneliness ... I do not know.

Jake pravi:

That makes them more attractive?

Nataša pravi:

NO! Just they've done that missionary already, so they will not vanish for 2 years.

Jake pravi:

I see.

Nataša pravi:

But maybe this is just a non-Mormon opinion.

Jake pravi:

No, it makes sense.

Jake pravi:

So how did you decide to do a paper on Mormon missionaries?

Nataša pravi:

Yes, but I wanted to tell you that I think you are very brave.

Nataša pravi:

And your friends as well.

Jake pravi:

Thank you.

Jake pravi:

I didn't take bravery, though.

Nataša pravi:

But we still do not know how girls are doing on a mission.

Jake pravi:

It was something I wanted to do,

Jake pravi:

It was fun, and I learned a lot.

Nataša pravi:

How long have you been in a training center?

Nataša pravi:

And how long did it take to learn German?

Jake pravi:

And met a lot of people, members of the church or not, who will always be good friends.

Jake pravi:

10 weeks in the MTC.

Jake pravi:

And I was speaking pretty well after about 4 months in Germany.

Nataša pravi:

But you knew some German before?

Jake pravi:

A little.

Nataša pravi:

Yes, pronunciation was even worse than mine.

Nataša pravi:

What did they teach you in MTC?

Jake pravi:

I could ask where the bathroom was, but I couldn't come close to holding a conversation.

Nataša pravi:

How to stay strong?

Jake pravi:

In my defense, my German was better than Brady's, but they didn't show me speaking much.

Nataša pravi:

Or how to build a character that will be very much committed to your faith?

Jake pravi:

They teach you more about the scriptures, and how to talk to people and answer questions, and of course, the language.

Jake pravi:

People that aren't learning a language only stay in the MTC for 2–3 weeks.

Nataša pravi:

What happens if you just leave missionary work? If your parent dies, for example?

Jake pravi:

That's ok.

Jake pravi:

My friend David (who might be in the documentary, I don't remember) had a mother die while he was in Germany.

Jake pravi:

They asked him if he wanted to come home, but he said no.

Nataša pravi:

Is it not family a substantial unit of Mormon beliefs?

Jake pravi:

I know others who either came home or were sent home before the 2 years were over for different reasons.

Nataša pravi:

What happened to them?

Jake pravi:

It is definately a large part.

Nataša pravi:

Were parents ashamed?

Jake pravi:

Different things...

Jake pravi:

Injuries, psychological problems, etc.

Jake pravi:

No.

Jake pravi:

And if they were, they shouldn't have been.

Nataša pravi:

I heard the part about "loosing a place in heavenly kingdom and in some cases even your life".

Jake pravi:

I guess it depends on what you do.

Nataša pravi:

If you leave too early

Jake pravi:

If you're out preaching false doctrines, or doing things that are against church morals or standards, yes.

Nataša pravi:

But not if you leave earlier?

Jake pravi:

But if there's something beyond your control, or you just don't want to do it, there is no "punishment", unless you count missing out on the blessings of service.

Jake pravi:

Going/being on a mission is not only a choice, but also a privilege.

Nataša pravi:

What kind of blessing are they if you go on a mission?

Jake pravi:

Lots of things.

Nataša pravi:

I saw parents who were very proud about their children going on a mission.

Jake pravi:

I think it was a blessing for me to become fluent in German.

Nataša pravi:

You could not get that without going to a mission?

Jake pravi:

I also think it is a blessing to learn to deal with people and problems by yourself.

Jake pravi:

Sure, but it sure helped.

Nataša pravi:

Did you convert anyone?

Jake pravi:

And I believe that God helped me because of the sacrifice that it was to go.

Jake pravi:

Did I baptise anyone? Yes. Conversion is something different. Conversion is something that happens in someone's heart, and something they have to do themselves. It's something between them and God.

Jake pravi:

Does that make sense?

Nataša pravi:

Yes, I know, but did you personally convince someone to be baptised?

Jake pravi:

Convince? No. I asked people to, and some of them said yes, though.

Nataša pravi:

Was it that simple?

Jake pravi:

And I taught a lot of people.

Jake pravi:

Sure.

Jake pravi:

There are some things people have to do before they're allowed to get baptised, though.

Nataša pravi:

You knocked on someones door and asked "would you like to be baptised and converted to LDS church".

Nataša pravi:

?

Jake pravi:

Not exactly.

Nataša pravi:

How long does it take from knocking on door and baptism?

Jake pravi:

But at least one person contacted me, and told me they wanted to be baptised before I even had a chance to ask.

Jake pravi:

Everybody's different.

Nataša pravi:

Do you still remember this persons name?

Jake pravi:

Sure.

Jake pravi:

The 2 that come to mind are Gudrun Garcia, and Jerry Holland.

Nataša pravi:

What kind of people want to change their faith and believes?

Nataša pravi:

Are those people mostly Germans?

Jake pravi:

People who recognize truth.

Jake pravi:

And are searching.

Nataša pravi:

Many people – many truths – how do you convince them to accept Joseph Smith's truth?

Jake pravi:

That's where the definition of conversion comes in.

Jake pravi:

I didn't TRY to CONVINCe anybody. I shared a message, and invited them to pay attention to their feelings.

Jake pravi:

That's all.

Jake pravi:

If they felt something, I invited them to find out more.

Jake pravi:

If they didn't that's fine.

Jake pravi:

People are free to be whatever they want.

Jake pravi:

I've just found something that makes ME happy, and I want to share it.

Jake pravi:

If they didn't want to accept it, no hard feelings.

Jake pravi:

Some of my best friends are people I taught that didn't decide to be baptised, and they're wonderful people.

Nataša pravi:

What were the instructions before you went on a mission? You had a small white brochure with you? What was written in it?

Jake pravi:

The little white book was full of missionary rules.

Nataša pravi:

Is it possible to get it on internet?

Jake pravi:

I'm not sure.

Nataša pravi:

What are missionary rules?

Nataša pravi:

What is it called?

Jake pravi:

If you talked to the missionaries in your area, I'll bet they'd let you see it.

Jake pravi:

Unless they're jerks.

Nataša pravi:

(In my language or English?)

Jake pravi:

I think they have them in all languages, but the missionaries you would talk to are probably American.

Jake pravi:

So probably English.

Nataša pravi:

Yes, there were two girls missionaries here.

Nataša pravi:

Do you have your favourite quotation in The Book of Mormon?

Jake pravi:

Yeah.

Jake pravi:

Mosiah 4:27

Nataša pravi:

About order in all things?

Nataša pravi:

Order and wisdom?

Nataša pravi:

Could you tell me if people who were baptised during your mission - were mostly Germans?

Jake pravi:

Yeah...Wisdom and Order.... but the best part is the end, where if you try your hardest, and live as best you can, you will be rewarded. you don't have to be the best, or even do everything right to have a successful life, you just have to try your hardest, and you'll be rewarded.

Jake pravi:

They were about half Germans, and half Americans in Germany

Nataša pravi:

You have literary talent besides visual?

Jake pravi:

I guess.

Jake pravi:
I just like to talk.

Nataša pravi:
I read some parts of this book but I was not able to understand.

Jake pravi:
Yeah ...

Jake pravi:
It's hard.

Jake pravi:
Do you have it in your language?

Nataša pravi:
I think you have to know how to interpret these words.

Nataša pravi:
Yes

Jake pravi:
Oh.

Nataša pravi:
Of course.

Jake pravi:
It is hard to understand ... Kinda like the Bible.

Nataša pravi:
Maybe – I know Bible very well, but I read it for fun – it is like a package of stories to me.

Jake pravi:
The Book of Mormon is the same for me.

Jake pravi:
And the Bible, of course.

Nataša pravi:
Were you born in a Mormon family?

Jake pravi:
Yes, but we never went to church, or anything when I was little.

Nataša pravi:
You were not praying at all?

Jake pravi:
We first became active in the church when I was about 7.

Jake pravi:
Before meals.

Jake pravi:
Not often.

Nataša pravi:
Not before going to bed?

Jake pravi:
Sometimes.

Jake pravi:
But not often.

Nataša pravi:
But I suppose you never tasted alcohol, tobacco, coffee or tea?

Nataša pravi:
?

Jake pravi:
You suppose wrong.

Nataša pravi:
You did?

Jake pravi:
Coffee, no... I don't like the smell, so I wouldn't drink it.

Jake pravi:
I like herbal teas, but I've never tasted black tea.

Jake pravi:
I don't like the smell of smoke (or the color it turns your teeth), so I never got in to that, either.

Jake pravi:
But I'd be lying if I told you I'd never had alcohol.

Nataša pravi:
I felt so sorry for you when Celest left you and you were not interested in alcohol – it is common practice here.

Nataša pravi:

When did you drink alcohol?

Jake pravi:

And being so close, I'd never lie to you.

Jake pravi:

Funny.

Jake pravi:

I tried it in high school, but I didn't like how it made me feel.

Nataša pravi:

Did you throw up?

Jake pravi:

I like to be in total control, and when I drank it those few times, I didn't feel in control.

Jake pravi:

No.

Jake pravi:

But I saw a lot of my friends throw up and pass out.

Nataša pravi:

So you did only drink alcohol once.

Nataša pravi:

?

Jake pravi:

One of my wife's friends died last week because she passed out and vomited.

Jake pravi:

No.

Jake pravi:

3 time.

Jake pravi:

All of which I regret.

Nataša pravi:

You hardly die exclusively of an alcohol ...

Jake pravi:

There are other, more healthy ways to cope with life.

Jake pravi:

That's true.

Jake pravi:

But it does happen..

Jake pravi:

It's just not for me.

Nataša pravi:

Yes, it probably depends how you have been raised and what role models did you have.

Jake pravi:

Feel free to drink as much as you want, though.

Jake pravi:

My sister and her husband have quite an extensive wine collection.

Nataša pravi:

I offered tea or coffee to my Mormon visitors, but they did only drink fruit tea and juice.

Jake pravi:

Good.

Nataša pravi:

So, although you are Mormon you are allowed to drink as much as you can?

Nataša pravi:

You will not be send to hell?

Jake pravi:

No.

Jake pravi:

You're not supposed to drink.

Jake pravi:

I was just a bit rebellious, and stopped before my mission.

Jake pravi:

My 2 sisters are not members of the church.

Jake pravi:

If you know better, and still drink, then you will be held accountable for your actions.

Nataša pravi:

Now you are submissive and you do not drink anymore?

Jake pravi:

Not submissive. I just don't WANT to.

Nataša pravi:

I am still rebellious sometimes.

Jake pravi:

Yeah, me too.

Jake pravi:

Otherwise life wouldn't be fun, eh?

Nataša pravi:

Are there some other restrictions or socially unapproved actions within Mormon community that are unknown for us?

Jake pravi:

I'm not sure.

Jake pravi:

Like what?

Nataša pravi:

Premarital sex?

Jake pravi:

Frowned on.

Jake pravi:

Like drugs and alcohol.

Nataša pravi:

Do you know history of polygamy in LDS church?

Jake pravi:

Yep.

Jake pravi:

What do you want to know?

Nataša pravi:

Is it still in practice?

Jake pravi:

No.

Jake pravi:

You get kicked out for it..

Nataša pravi:

I know bigamy is not legal, but I read that many Mormons still have more than one wife

Nataša pravi:

Or maybe they are not Mormons anymore.

Jake pravi:

Not true mormons.

Nataša pravi:

But Smith had more wives ...

Nataša pravi:

Smith.

Jake pravi:

They still call themselves Mormons, but they aren't in our records.

Jake pravi:

Right.

Jake pravi:

At the time, it was still legal in the states.

Jake pravi:

And not all Mormons were allowed more than one wife.

Jake pravi:

And those asked to do it generally didn't want to.

Jake pravi:

I know Joseph Smith himself had a hard time with it.

Nataša pravi:

Some theorists even see polygamy as one of true reasons for establishing new faith.

Jake pravi:

Not this one.

Nataša pravi:

Hard time? With so many wives ... I believe him !

Jake pravi:

It was necessity.

Jake pravi:

Me, too ... I'm having a hard enough time with just one!
Jake pravi:

Nataša pravi:

Wait to have children!!!

Nataša pravi:

No time for being alone.

Jake pravi:

Oh, I told you ... We're in no hurry.

Jake pravi:

We'll give it another 4 years or so.

Nataša pravi:

Do you plan to visit Germany ever again?

Jake pravi:

Yes! As soon as I can afford it.

Nataša pravi:

With Becca, I hope.

Jake pravi:

And if you ever come to Utah or Texas, let me know.

Jake pravi:

Of course!

Jake pravi:

We could do lunch.

Nataša pravi:

You were in Ulm or Munich?

Jake pravi:

Ulm, Augsburg, Kempten, Bamberg, and Ansbach.

Jake pravi:

Each for a few months.

Nataša pravi:

Oh, I remember Bamberg and you telling your message to empty streets in winter.

Jake pravi:

Yeah.

Jake pravi:

That was fun.

Jake pravi:

Nobody paid attention, though.

Nataša pravi:

I even think that church bells were ringing.

Jake pravi:

Yeah ...

Jake pravi:

Good memories.

Nataša pravi:

Ever watched movie Life of Brian?

Jake pravi:

A long time ago.

Jake pravi:

I don't remember it, though..

Nataša pravi:

I had an association with antiq prophets in that movie.

Nataša pravi:

But it was a comedy anyway.

Jake pravi:

Right.

Jake pravi:

It must be after midnight where you are!

Nataša pravi:

On a mission you were not allowed to watch TV or listen to music?

Nataša pravi:

Yes, 00:25.

Jake pravi:

We could listen to some music.

Nataša pravi:

Tabernacle choir?

Jake pravi:

For one.

Jake pravi:

Nataša pravi:

Which music then?

Jake pravi:

Whatever we could get approved by the mission president..

Nataša pravi:

Were you allowed to read fiction?

Jake pravi:

No.

Jake pravi:

We didn't have time for it anyway.

Nataša pravi:

Oh ...

Jake pravi:

But I'm catching up, now.

Jake pravi:

I read a lot.

Nataša pravi:

Because I gave my Silmarillion in English to my Mormon girl-missionary.

Jake pravi:

She'll read it when she gets home.

Nataša pravi:

I felt really sorry, whole days speaking our obscure language.

Jake pravi:

You knew missionaries in Slovenia?

Nataša pravi:

I knew two of them.

Nataša pravi:

I wanted to talk with them like I am talking with you, but they kept asking me like: "Do you believe in God?" "Do you believe in a universal force?" "God has a plan with you ..."

Jake pravi:

Yep. But I used to hate missionaries like that.

Nataša pravi:

I cook very good coffee and they did not want to drink it.

Jake pravi:

That's not your fault.

Nataša pravi:

You can not hate them, they were nice and really strong in their believes.

Jake pravi:

It's too bad they didn't try to get to know you better.

Jake pravi:

That's not what I meant..

Jake pravi:

Sorry. I didn't mean it literally.

Nataša pravi:

Yes, I know, but kind of dislike.

Nataša pravi:

I liked them as persons, not as missionaries.

Jake pravi:

But some people, unfortunately, view success as a missionary by how many people they baptised, not by who they met, and what they learned.

Nataša pravi:

But I would kill (not literally) one that forbid using their names during mission.

Jake pravi:

Yeah?

Nataša pravi:

I could not call a person Sister Lindley!!!!

Jake pravi:

I understand.

Jake pravi:

I never cared.

Nataša pravi:
24 months you are nothing but Elder Erekson!

Nataša pravi:
Did at least your roommate call you Jake?

Jake pravi:
 I didn't mind. I grew up playing sports, so everyone called me Erekson anyway.

Jake pravi:
 No.

Jake pravi:
 We usually just called each other Elder.

Nataša pravi:
Yeah, funny name for an American.

Jake pravi:
 Or came up with other nicknames.

Nataša pravi:
Were your ancestors Scandinavian?

Jake pravi:
 Norwegian.

Nataša pravi:
Did someone baptised them even though they are not alive anymore?

Jake pravi:
 You know ... I'm not sure. Probably.

Nataša pravi:
I hardly express myself really polite, so I am sorry.

Jake pravi:
 No.

Nataša pravi:
I do not know how this ritual is called.

Jake pravi:
 Don't worry.

Jake pravi:
 I don't get offended very easily.

Jake pravi:
 Baptisms for the Dead.

Nataša pravi:
Mission makes you a man with an elephant skin.

Jake pravi:
 Yeah ... Too bad for my Wifel

Nataša pravi:
So, after someone's death, person can get an iniciation without agreement?

Jake pravi:
 Sorry, I didn't understand that.

Nataša pravi:
Can you baptise even people from the 19. century for example?

Jake pravi:
 Yes.

Nataša pravi:
So, someday someone might baptise me into Mormon religion?

Nataša pravi:
After I die?

Jake pravi:
 We don't actually baptise the person, it is just done with their name.

Nataša pravi:
Is that name kept in some records?

Jake pravi:
 Sure, but it only makes a difference if you accept it.

Jake pravi:
 Just to say that it has been done.

Jake pravi:
 We don't count you as a member, no.

Nataša pravi:
So, you need a person's assent before s/he dies?

Jake pravi:

No.

Jake pravi:

We just do it for everyone, so they have the opportunity to accept it in their life after death.

Nataša pravi:

What happens after death?

Jake pravi:

As it says in the Bible, no man or woman can be saved unless he or she is baptised. and God wouldn't be fair if some people were damned because they didn't have an opportunity.

Nataša pravi:

Names, who were baptised after death, do not count as members?

Nataša pravi:

Are you sure?

Jake pravi:

So we baptise for them, in case they want it..

Jake pravi:

Yes.

Jake pravi:

I am sure.

Jake pravi:

That was a greatly simplified answer, but I hope you understood it.

Jake pravi:

A lot happens after death.

Jake pravi:

That's been on my mind a lot, too.

Nataša pravi:

I was baptised as roman catholic. Do you baptise those, who were baptised in other religion?

Jake pravi:

My mom died on March 31.

Jake pravi:

Yes, we do.

Nataša pravi:

I am really sorry ...

Nataša pravi:

What happened?

Jake pravi:

A baptism needs to be done with authority to be counted.

Jake pravi:

She had a rare form of cancer.

Nataša pravi:

She never drank coffee?

Jake pravi:

Not after she accepted the church..

Nataša pravi:

How old was she?

Jake pravi:

55

Nataša pravi:

And your father?

Nataša pravi:

How is he?

Nataša pravi:

I hope he is not living alone now.

Jake pravi:

He's dealing with it. He keeps saying the only thing that gets him by, and makes it not so difficult is that he believes he'll see her again, and that she's not in any pain anymore.

Jake pravi:

Their marriage was "sealed" in the temple for eternity while she was alive, not just 'till death do us part'.

Nataša pravi:

So he will not marry again?

Jake pravi:

I don't think so.

Jake pravi:

He was SOOOO in love with her.

Nataša pravi:

So it is not a common practice to marry another person after beloved one dies?

Jake pravi:

It's personal choice.

Nataša pravi:

Does he live alone?

Jake pravi:

My friend Dave (whom I spoke of earlier), his father did.

Jake pravi:

My wife and I are living with him for a few months before we move to school, then I have a brother who will move in when we leave.

Nataša pravi:

That is OK.

Jake pravi:

Yeah.

Nataša pravi:

Any pets in a house?

Jake pravi:

My dog.

Nataša pravi:

What is his name?

Jake pravi:

He's in the documentary, too.

Jake pravi:

His name's Dog.

Nataša pravi:

NO!!!! You can not give a dog name Dog!!!!

Nataša pravi:

Jake pravi:

I can do whatever I want!!!!

Nataša pravi:

I know but is he a "Dog" like?

Jake pravi:

???

Nataša pravi:

We have some names for dogs, like Rex etc.

Jake pravi:

Right.

Jake pravi:

His name's Dog.

Nataša pravi:

Some German shepards are really "Rex" like.

Jake pravi:

Ah.

Jake pravi:

Sure.

Nataša pravi:

How long were your parents together?

Jake pravi:

37.

Nataša pravi:

So, I suppose you have older sisters.

Nataša pravi:

Or any brother?

Jake pravi:

Yeah.

Jake pravi:

2.

Jake pravi:

2 brothers.

Nataša pravi:

Did your brothers go on a mission as well?

Jake pravi:

Yes.

Nataša pravi:

Where to?

Jake pravi:

My oldest brother didn't go until he was 21.

Jake pravi:

He went to Zurich, Switzerland.

Nataša pravi:

German language runs in the family.

Jake pravi:

My other brother was with me for 2 months in Germany.

Jake pravi:

Sure does.

Jake pravi:

Sorry to cut you off ...

Jake pravi:

But I have to go.

Nataša pravi:

Yes, I understand.

Nataša pravi:

Can I write to you sometimes?

Jake pravi:

I was working outside, and I still haven't showered.

Jake pravi:

Of course.

Jake pravi:

As much as you want..

Nataša pravi:

Maybe I will have some more questions ...

Nataša pravi:

OK, say hello to Dog and Becca.

Jake pravi:

I sure will.

Jake pravi:

Good to meet you.

Jake pravi:

Bye.

Nataša pravi:

Priloga B: Fotografija nove mormonske cerkve v Kosezah



Vir: Foto N. P.

Priloga C: Vabilo na brezplačen tečaj angleškega jezika



BREZPLAČEN TEČAJ ANGLEŠKEGA JEZIKA



Ob Torkih, ob 19.⁰⁰ uri
Celovška Cesta 43

Obvladajte razne angleške čase in izpopolnite svojo pogovorno angleščino med domačimi Američani!

Tečaj učijo **ameriški** misijonarji Cerkve Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni.

Free English Class

Wanna learn how to speak English like a natural? Jump on the band-wagon **FOR FREE** and take advantage of this golden opportunity! What have you got to lose?

Prosimo, da pokličite pred 10.30 ali sporočite nam svoje ime in številko na odzivnik in vas bomo poklicali nazaj

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Angleški tečaj
436 22 35

Priloga Č: Vabilo na večerni seminar »Seminar in inštitut – pot do uspeha

Ognjišče
»Seminar in inštitut - pot do uspeha«

Ljubljana, 04. 01. 2006
Ob 18.30 uri

Uvodna pesem..... Si pomislil, da bi molil, št.48
Uvodna molitev..... po povabilu

Pričevanja po povabilu

Posebna glasbena točka

Predstavitev brata Christiana Fingerleja
CES Koordinator
»Seminar in inštitut — pot do uspeha«

Zaključna pesem.....Prva molitev Josepha Smitha, št. 14
Zaključna molitev.....po povabilu

Prigrizek

Priloga D: Razglas na temo Družina

DRUŽINA

RAZGLAS SVETU

PRVO PREDSEDSTVO IN SVET DVANAJSTIH APOSTOLOV
CERKVE JEZUSA KRISTUSA SVETIH IZ POSLEDNJIH DNI

PRVO PREDSEDSTVO in Svet dvanajstih apostolov Cerkve Jezusa Kristusa svetih iz poslednjih dni svečano razglašamo, da je zakon med možem in ženo odrejen od Boga in da je družina osrednji del v Stvarnikovem načrtu za večno usodo njegovih otrok.

VSI LJUDJE – moški in ženske – so ustvarjeni po Božji podobi. Vsak je ljubljeni duhovni sin ali hči nebeških staršev in kot tak ima vsak božansko naravo in usodo. Spol je bistvena značilnost posameznikove predzemeljske, zemeljske in večne identitete ter namena:

V PREDZEMELJSKEM OBSTOJU so duhovni sinovi in hčere poznali in častili Boga kot svojega večnega Očeta in sprejeli so njegov načrt, po katerem njegovi otroci lahko prejmejo fizično telo, si pridobijo zemeljske izkušnje in tako napredujejo k popolnosti in na koncu uresničijo svojo božansko usodo dediča večnega življenja. Božanski načrt sreče omogoča, da se družinski odnosi nadaljujejo tudi po smrti. Svete uredbe in zaveze, ki so na voljo v svetih templjih, posameznikom omogočajo, da se vrnejo v Božjo prisotnost, družinam pa, da so združene za večno.

PRVA ZAPOVED, ki jo je Bog dal Adamu in Evi, se je nanašala na njuno zmožnost, da kot moški in žena postaneta starša. Izjavljamo, da Božja zapoved njegovim otrokom, naj se množijo in napolnijo zemljo, še vedno velja. Nadalje izjavljamo, da je Bog zapovedal, da sveto zmožnost ustvarjanja življenja lahko uporabljata le moški in ženska, ki sta zakonito poročena kot moški in žena.

IZJAVLJAMO, da je način, na katerega se na zemlji ustvarja življenje, določil Bog. Potrjujemo svetost življenja in njegovo pomembnost v Božjem večnem načrtu.

MOŽ IN ŽENA imata svečano odgovornost, da ljubita ter skrbita drug za drugega in za svoje otroke. »Glej, dar Gospodov so sinovi« (Psalm 127:3). Starši imajo sveto dolžnost, da svoje otroke vzgajajo v ljubezni in

pravičnosti, da poskrbijo za njihove fizične in duhovne potrebe, da jih učijo medsebojne ljubezni in služenja, izpolnjevanja Božjih zapovedi in pokoravanja zakonom države, kjerkoli že živijo. Moške in žene – matere in očetje – bodo pred Bogom odgovorni za izpolnjevanje teh obveznosti.

DRUŽINO je odredil Bog. Zakon med možem in ženo je bistveni del njegovega večnega načrta. Otroci imajo pravico, da se rodijo znotraj zakonskih vezi in da jih vzgajata oče in mati, ki spoštujeta zakonske obljube s popolno zvestobo. Srečo v družinskem življenju bomo najverjetneje dosegli, ko bo le-to temeljilo na naukih Gospoda Jezusa Kristusa. Uspešni zakoni in družine so osnovali in vzdrževani na načelih vere, molitve, kesanja, odpuščanja, spoštovanja, ljubezni, sočutja, dela in koristnih rekreativnih dejavnosti. Po Božjem načrtu očetje svojim družinam predsedujejo v ljubezni in pravičnosti in so odgovorni, da poskrbijo za življenjske potrebe in zaščito svojih družin. Matere so prvenstveno odgovorne, da skrbijo za svoje otroke. Očetje in matere so kot enakopravni partnerji obvezani, da si medsebojno pomagajo pri izpolnjevanju teh svetih odgovornosti. Invalidnost, smrt, ali druge okoliščine včasih zahtevajo prilagajanje posameznikovih vlog. Ko je to potrebno, bi morali pomagati tudi ostali sorodniki.

TISTE POSAMEZNIKE, ki kršijo zaveze čistosti, zlorablajo zakonca ali naraščaj, ali ne izpolnjujejo družinskih obveznosti, opozarjamo, da bodo nekega dne za to odgovorni pred Bogom. Nadalje opozarjamo, da bo razpad družine posameznikom, skupnostim in narodom prinesel nadloge, ki so jih napovedovali starodavni in sodobni preroki.

VSE ODGOVORNE državljane in vladne uslužbence vsepovsod pozivamo, da podprejo in posredujejo ukrepe, ki so bili izdelani za vzdrževanje in krepitev družine kot osnovne enote družbe.

Razglas je prebral predsednik Gordon B. Hinckley kot del svojega sporočila na Generalnem sestanku Društva za pomoč 23. septembra 1995 v Salt Lake Cityju, v zvezni državi Utah.

ČELOVŠKA CESTA 43
OB NEDELJAH
OB 10^h

(The Family: A Proclamation to the World) [letter Size] Slovenian 10/95 (10/95) Printed in Germany 35502 177

STARŠEVA PARK IN HILL
011 436-2235

Priloga E: Vizitka direktorice odnosov z javnostmi CJKSPD

