

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nina Palatin

Pojav megacerkva

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nina Palatin

Mentor: izr. prof. dr. Marjan Smrke

Pojav megacerkva

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

Hvala vam, cenjeni mentor, *izr. prof. dr. Marjan Smrke*,
za strokovne nasvete in pomoč pri izdelavi diplomskega dela.

Hvala tebi, dragi *Denis*, za neizmerno potrpežljivost
in spodbudo, ko sem jo najbolj potrebovala.

Hvala vam, dragi moji *domači*,
da ste vseskozi verjeli vame.

Pojav megacerkva

V sedemdesetih letih dvajsetega stoletja je prišlo do razmaha megacerkva. Pojav, ki se tiče predvsem ameriške verske kulture, vzbuja pozornost, saj se širi v države Avstralije, Azije, Južne Amerike in druge. Velikost in način delovanja sta elementa, ki megacerkev najbolj očitno ločita od 'običajnih' cerkva. Megacerkve se s svojim delovanjem prilagajajo spremembam v moderni družbi in kulturi. Njihove teološke in organizacijske korenine najdemo v revivalističnih gibanjih 19. in 20. stoletja. Megacerkve se med seboj razlikujejo glede na stil bogoslužja, uporabo masovnih medijev in cerkveno arhitekturo. Razlage za njihov nastanek je mogoče najti v teorijah kulture, trga in religijskih sprememb, teorijah cerkev-sekta, teorijah organizacijske strukture in dinamike ter v teoriji religije Rodneya Starka in Williama Simsa Bainbridga. Zdi se, da je evropska religijska kultura nedovzetna za pojav in delovanje megacerkva, pa vendar najdemo megacerkve tudi na evropskih tleh. V svojem delovanju so megacerkve podvržene trendom nenedenominacionalizma in selektivnega sektaštva.

Ključne besede: megacerkev, popularna kultura, nenedenominacionalizem, selektivno sektaštvo, sekularizacija.

Megachurch Phenomenom

In the 70s of the previous century, a boom of megachurches occurred. The phenomenon, which is widely associated with the American religious culture, attracts attention since it is expanding to Australia, Asia, South America and other countries. The size and operation are those two elements distinguishing megachurches from other, 'ordinary' ones. Considering their operation, megachurches are adapting to the changes of modern day society and culture. Their theological and organizational origins can be found in revivalist movements dating back to the 19th or 20th century. Megachurches differ from each other in terms of worship, the usage of mass media and church architecture. Explanations regarding their emergence can be found in various theories discussing culture, the market and religious change as well as in theories church-sect, theories about organizational structure and dynamics. Moreover, useful information is also present in the work A Theory of Religion by Rodney Stark and William Sims Bainbridge. It appears that the European religious culture is not affected by the occurrence and operation of megachurches. However, some can be found in Europe as well. In their operation, megachurches are subject to the trends of non-denominationalism and selective sectarianism.

Keywords: megachurch, popular culture, non-denominationalism, selective sectarianism, secularisation.

Kazalo

1	Uvod.....	6
2	Oprelitev pojma in karakteristike megacerkva.....	6
3	Kultura megacerkva.....	7
4	Teoretične razlage pojava	13
4.1	Teorija kulture, trga in religijskih sprememb	13
4.2	Teorija cerkev-sekta	15
4.3	Teorija organizacijske strukture in dinamike.....	16
4.4	Teorija religije Stark-Bainbridge	17
5	Trendi v megacerkvah: sekularizacija, nenedominacionalizem in sektaštvo	23
6	Megacerkve v evropski religijski kulturi	24
7	Zaključek	26
8	Literatura	28

1 Uvod

V svojem diplomskem delu pišem o svojevrstnem družbenem pojavu, ki zadnjih nekaj desetletij pomembno vpliva na ameriško, vedno bolj pa tudi na globalno, versko kulturo – o megacerkvah.

S svojo velikostjo, načinom delovanja in priljubljenostjo predstavljajo eno pomembnejših sprememb v krščanstvu v zadnjih tridesetih letih (Ellingson 2010). Običajno so locirane na mestnih obrobjih, obdane z ogromnimi parkirišči. Med seboj se razlikujejo glede na stil bogoslužja, uporabo sodobne avdio-video tehnologije in masovnih medijev, cerkveno arhitekturo in strukturo pripadnikov (Thumma in Travis 2007). Poleg bogoslužja svojim pripadnikom nudijo raznovrstne dejavnosti (Ellingson 2010). Mnogi jim očitajo odmik od pristnega krščanstva in pravega sporočila evangelija; pestijo jih težave značilne za vse velike institucije, pa vendar pomembno vplivajo na oblikovanje svetovne religijske kulture.

V diplomskem delu pojav najprej definiram in navedem karakteristike, ki so za megacerkve značilne. Temu sledi opis kulture megacerkva in nato še teoretska razlaga fenomena s teorijami kulture, trga in religijskih sprememb, s teorijo cerkev-sekta, teorijo organizacijske strukture in dinamike ter teorijo religije Rodneya Starka in Williama S. Bainbrida. Nato navajam pričakovane trende pojava. V zaključnem delu naloge pišem o razlagah (ne)prisotnosti pojava v evropski religijski kulturi.

Delo je zasnovano kot teoretična naloga, zato uporabljam sekundarno analizo obstoječih virov, literature in raziskav na temo megacerkva.

2 Opredelitev pojma in karakteristike megacerkva

Pojem megacerkve se v svoji najbolj splošni definiciji nanaša na protestantske cerkve ali skupnosti, čigar tedenskih bogoslužij se udeleži vsaj 2000 ljudi (Hartford Institute for Religion Research). Izraz 'protestantske' zajema različne denominacije in cerkvene tradicije, vsem pa je skupno to, da se v svojem delovanju jasno razlikujejo od katoliških, pravoslavnih, judovskih in drugih verskih skupnosti (Thumma in Travis 2007). Pojav je značilen za ameriško versko kulturo, vse bolj pa je prisoten tudi globalno, predvsem v nekaterih azijskih, afriških in južnoameriških državah (Hartford

Institute for Religion Research; Ellingson 2010). Megacerkve so organizacije, ki se strukturno in duhovno razlikujejo od 'običajnih' cerkva. S svojim delovanjem se prilagajajo spremembam (ameriške) moderne družbe in kulture. Njihovo delovanje lahko najboljše razumemo tako, da jih obravnavamo kot kolektivni družbeni pojav in ne kot posamezne anomalije (Thumma 1996).

Za megacerkve je značilno, da so nov družbeni pojav. Velike cerkve in skupnosti krščanstvo v svoji zgodovini sicer že pozna, a nobena po načinu delovanja ni primerljiva z delovanjem megacerkva v sodobni družbi. Začetek megacerkva, kakor jih poznamo danes, sega nekaj desetletij nazaj, v sedemdeseta leta dvajsetega stoletja. Prototip megacerkve predstavlja Willow Creek Community Church v Illinoisu, ki jo je leta 1975 ustanovil Bill Hybels. Število njenih pripadnikov je v treh letih zraslo s 125 na 2000 (CQ Researcher 2007; Ellingson 2010). Danes se na spisek značilnih megacerkva uvršča mnogo cerkva ameriškega porekla, med večje in bolj znane pa sodijo Lakewood Church, Gateway Church, Saddleback Church, Vineyard Church, North Point Community Church in druge.¹

Najbolj opazna značilnost megacerkva je njihova velikost, in sicer tako velikost objekta kakor tudi visoko število prisotnih na tedenskih bogoslužjih. Število oseb, ki tedensko zahajajo v megacerkev, običajno presega 2000, to pa ustvarja svojevrstno dinamiko znotraj skupnosti (Thumma 1996). Tako velike skupnosti ustvarjajo družbeni vrtinec, ki pritegne tudi druge (Ostling v Thumma 1996). Število pripadnikov v večini megacerkva konstantno raste. Po podatkih zadnje raziskave Warrena Birda in Scotta Thumme se število pripadnikov letno povprečno zviša za 8 %. Pri nekaterih cerkvah se število sicer ne poveča, pri nekaterih pa se poveča tudi za 100 % in več (Bird in Thumma 2011).

3 Kultura megacerkva

Teološke in organizacijske korenine megacerkva najdemo v revivalističnih gibanjih in avditorijskih cerkvah poznega devetnajstega in zgodnjega dvajsetega stoletja

¹ Seznam megacerkva, razdeljen na ameriške, kanadske in ostale megacerkve po svetu, je dostopen na:
<http://www.hartfordinstitute.org/megachurch/database.html>.

(Loveland in Wheeler v Ellingson 2010, 249). Današnje megacerkve se od svojih predhodnic razlikujejo po stopnji rasti, velikosti objektov, raznovrstnosti dejavnosti, ki jih nudijo svojim pripadnikom in marketinškem know-how² (Ellingson 2010). Megacerkve pogosto opisujejo kot inovatorke cerkvene arhitekture in bogoslužnih praks. Ortodoksno teološko naravnost združujejo s terapevtskih personalizmom, ki je značilen za religioznost baby-boom generacije³ (Roof in Wuthnow v Ellingson 2010, 249).

Večina megacerkva se nahaja v predmestjih držav »sončnega pasu«⁴ v Združenih državah Amerike. Zgoščene so v metropolitanskih območjih, kjer živijo visoko izobraženi, relativno premožni mladi (odrasli). Infrastruktura ter finančni in človeški viri izobraženega srednjega sloja pripadnikov so pomembni za uspeh megacerkva (Karnes in drugi v Ellingson 2010, 249).

Dve tretjini megacerkva sta formalno del določenih, večinoma evangelijskih in konzervativno protestantskih denominacij, ena tretjina pa je izključno nedenominacijskih⁵ (Thumma in Travis 2007). Zaradi trenda zmanjševanja pomena denominacijske identitete in tradicije pri cerkvah in njenih pripadnikih prihaja do premika proti funkcionalnemu in formalnemu nedenominacionalizmu. Vezi z določenimi denominacijami se namenoma minimalizirajo in slabijo, da se cerkve izognejo negativni konotaciji denominacijskih oznak, in tako uspešneje dosežejo svojo ciljno skupino. Zmanjšano zanimanje za pripadnost določeni tradiciji in željo, da učinkoviteje dosežejo skupine z različnim religijskim kapitalom, megacerkve kapitalizirajo s prakso t. i. 'strukturne raznovrstnosti'. Cerkev z namenom, da pridobijo ljudi različnih starostnih skupin, z različnimi življenjskimi slogi in zanimanji, nudijo bogoslužja v različnih oblikah. Tako je na primer v nedeljo zjutraj

² Izraz marketinški know-how poimenuje znanje in izkušnje, ki jih ima določeno podjetje ali posameznik. Gre za spretnosti, ki krepijo konkurenčni položaj na trgu.

³ V baby-boom generacijo se uvrščajo posamezniki, rojeni v povojnem obdobju, med leti 1946 in 1964.

⁴'Nova' industrijska področja na jugu in zahodu ZDA.

⁵Denominacija je ameriški izraz, ki sta ga v taki obliki posvojili tudi evropska in slovenska sociologija religije. V splošnem pomeni 'religijska skupnost', v natančnejši rabi pa označuje poseben tip religijskih skupnosti, ki so v nizki napetosti z družbenim okoljem, a hkrati niso prevladujoče religijske organizacije (Stark in Bainbridge (2007) op. ur.). Angleški izraz *non-denominational megachurch* zato prevajam kot nedenominacijska megacerkev, z njim pa opisujem megacerkve, ki formalno in funkcionalno ne spadajo v okvir ustaljenih denominacij.

tradicionalno bogoslužje za starejše odrasle, v nedeljo zvečer bogoslužje z rock glasbo za najstnike in mlade odrasle, v soboto zvečer pa jazz bogoslužje za ljubitelje jazz glasbe (Thumma in Travis 2007).

V osemdesetih odstotkih megacerkva prevladuje belsko prebivalstvo, v približno desetih odstotkih prevladuje afriško-ameriško prebivalstvo, v dveh odstotkih latinsko-ameriško in v dveh odstotkih azijsko prebivalstvo (Thumma in Travis 2007). Tamelyn Tucker-Worgs je leta 2001 (v Ellingson 2010) v nacionalni raziskavi črnih cerkva identificiral 66 afriško-ameriških megacerkva, ki so – kakor belske megacerkve – večinoma locirane v območju sončnega pasa, ki velja tradicionalno tudi za 'biblični pas' Združenih držav Amerike. Tedenskih bogoslužij se v povprečju udeleži manj kot 4000 vernikov. Črnske megacerkve se od svojih belskih inačic v določenih točkah pomembno razlikujejo, saj jih najdemo v urbanih območjih in ne v predmestjih, svojo mega-velikost so dosegle vsaj deset let kasneje, v osemdesetih letih dvajsetega stoletja, in skoraj polovica je baptističnih. Večina črnih megacerkva je afrocentrično naravnanih, svoje učenje in razmišljanje podajajo s perspektive črnske teologije, upodabljajo črnega Jezusa in izpostavljajo heroje afriško-ameriške zgodovine (Tamelyn Tucker-Worgs v Ellingson 2010, 250).

Megacerkve je možno kategorizirati na različne načine. Različni raziskovalci jih razvrščajo glede na lokacijo, glede na stil bogoslužja, najpogosteje pa glede na velikost. Za globlje razumevanje kulture megacerkva so zgoraj opisane kategorije premalo obširne. Thumma in Travis (2007) sta razvila štiri kategorije, ki jih imenujeta tudi štirje tokovi pojava megacerkva, s katerimi skušata preseči omejitve zgoraj navedenih kategorij. Megacerkve razlikujeta glede na stil bogoslužja, uporabo masovnih medijev, arhitekturo cerkve, povezanost z določeno denominacijo in strukturo pripadnikov, ki cerkev obiskujejo. Kategorije, v katere cerkve delita, imenujeta staromodne (angl. Old Line/Program-based) cerkve za iščoče (angl. Seeker), karizmatične (angl. Charismatic/Pastor-focused) in cerkve z novo vizijo (angl. New Wave/Re-Envisioned).

V kategorijo 'staromodnih cerkva' uvrščata trideset odstotkov megacerkva. To so cerkve, ki so bile ustanovljene med prvimi. Za njih je značilno, da se nahajajo v starejših delih predmestnih območij. Pripadniki cerkve so bodisi prevladujoče belci bodisi afro-američani. Značilni sta kulturna in rasna enotnost vernikov. Bogoslužja so

tradicionalna, uporablja se formalno, liturgično obredje, orgle in zborovsko petje, lahko pa včasih bogoslužja potekajo tudi drugače (manj tradicionalno). Cerkve imajo močne vezi z določenimi denominacijami, zelo verjetno je, da imajo to tudi jasno zapisano v svojem nazivu. Poučevanje pripadnikov poteka v sklopu nedeljske šole. Arhitektura zgradbe je klasično (ameriško) cerkvena. Prostor za bogoslužje je velik, običajno zapolnjen s klopmi. Cerkve se osredotočajo na trenutne pripadnike, ne toliko na bodoče pripadnike, a vendar želijo s svojim delovanjem pritegniti nove člane. Uporaba masovnih medijev je minimalna, občasno poteka prenos bogoslužja preko televizije ali radia (Thumma in Travis 2007).

V kategorijo 'cerkva za iščooče' prav tako uvrščata trideset odstotkov megacerkva. Za te cerkve je značilno, da so med vsemi najbolj inovativne in najmanj konvencionalne. Nahajajo se v predmestjih. Njihova prvotna ciljna skupina so bili otroci baby-boom generacije, sedaj pa so to mlajše generacije. Glavno poslanstvo teh cerkva naj bi bilo doseči ljudi, ki iščejo Boga in jim pokazati pot nazaj k Bogu. Njihova bogoslužja so preprosta in neformalna, ustvarjena za ljudi zunaj cerkve. Svetu sporočajo, da so drugačni, z namenom, da pritegnejo ljudi, ki cerkev sovražijo in zavračajo (organizirano) religijo. Bogoslužja običajno vodi pastor skupaj s slavnostno skupino. Poučevanje pripadnikov poteka preko manjših skupin, ki se srečujejo po domovih. Običajno obstajajo vezi z določenimi denominacijami, a jih namenoma zakrivajo, da se pritegne čim širši krog ljudi. Zgradbe so kakor odprti atriji, obdane s steklom, notranji prostori so visoki. Pri širjenju svojega sporočila se poslužujejo uporabe masovnih medijev, interneta, radia in televizije (*ibid.*).

V kategorijo 'karizmatičnih cerkva' se uvršča petindvajset odstotkov cerkva. Običajno se nahajajo v starih in novih predmestnih območjih, nekatere je moč najti tudi v urbanih območjih. Njihovi pripadniki so različnih ras in starosti. Bogoslužja so načrtovana tako, da vernike poživijo. Značilne so daljše pridige, velik poudarek je na odzivu slušateljev in molitvah. Bogoslužje vodi pastor skupaj z različnimi skupinami, včasih tudi zbori. Bogoslužja so osredotočena na Boga in Svetega Duha. Značilno je petje z iztegnjenimi rokami. Poučevanje poteka v sklopu manjših celic in skupin. Vsakega posameznika spodbujajo, da osebno izkusi Boga, skupnost pa izgrajujejo s poživljajočimi bogoslužji. Formalne vezi z določenimi denominacijami so običajno zelo šibke, cerkve pa pogosto ustanovijo mrežo hčerinskih cerkva. Za cerkvene prostore so značilni veliki avditoriji. Internet, radio in televizijo uporabljajo za širjenje

pastorjevih sporočil, pridig in pričevanj vernikov, z namenom, da bi dosegli ljudi, ki so v težkih situacijah in potrebujejo zdravilni dotik Boga (Thumma in Travis 2007).

Petnajst odstotkov megacerkva se uvršča v kategorijo 'cerkva z novo vizijo'. To so cerkve z najnovejšim datumom nastanka, ki so bile ustanovljene po letu 1990. Cerkve se običajno nahajajo v starejših in novejših predmestnih območjih, včasih tudi v urbanih območjih, kamor se običajno priseljujejo mladi in mlade družine. Nasprotujejo modelu 'cerkva za iščoče' in se vračajo k tradicionalnemu krščanstvu. Prakticirajo 'postmoderni primitivizem', tako da uporabljajo starodavne krščanske simbole, jezik in obrede v kombinaciji z najnovejšo avdio-video tehnologijo (Miller 1999). Poučevanje pripadnikov poteka v manjših skupinah, ki se razlikujejo po sestavi in stilu. V svojem poučevanju se osredotočajo na oznanjevanje Jezusa, pripadniki preučujejo mesečne serije gradiv, ki jih skušajo aplicirati na svoje vsakdanje življenje. Za pridige je značilno, da so zelo neposredne, povezane z osrednjimi temami današnjega časa. Glasba pri bogoslužjih je različna, zelo pogosta je uporaba električne kitare. Cerkve so bolj neodvisne, kakor del določenih denominacij, osredotočene so na svoje pripadnike in se ne bojijo kontroverznosti. Cerkveni prostori so manjši. Pri svojem delovanju pogosto uporabljajo masovne medije, bogoslužja in sporočila prenašajo preko spleta, cerkev oglašujejo po radiu in televiziji (*ibid.*).

Pojav megacerkva pa ni razširjen le na ameriških tleh, vedno bolj se širi tudi na azijskih tleh. Leta 1995 je bilo v Južni Koreji petnajst megacerkva, ki so šteje od 12.000 do 230.000 pripadnikov na tedenskih bogoslužjih, pri osmih jih je bilo povprečno vsaj 20.000 na teden. Young-gi Hong govori o treh tipih korejskih megacerkva, ki so se pojavile v določenem časovnem obdobju. Po koncu 2. svetovne vojne so se pojavile *tradicionalne megacerkve*, ki so del prezbiterijanske cerkve, s poudarkom na ortodoksni doktrini in pobožnosti pripadnikov. V sedemdesetih letih prejšnjega stoletja, ob razmahu korejskega srednjega sloja, so se pojavile t. i. *middle-class megacerkve*. Njihovi pripadniki imajo višjo izobrazbo in višje prihodke kakor pripadniki drugih tipov megacerkva. Bogoslužja in dejavnosti poudarjajo intelektualizirano vero. Najnovejši in hkrati najštevilčnejši tip megacerkva so *karizmatične megacerkve*, ki so se pojavile v eksplozivni dobi urbanizacije v poznih osemdesetih in devetdesetih letih dvajsetega stoletja. Zainteresirane so predvsem za manj izobraženo, revnejše prebivalstvo. Poudarek dajejo čustveni, izkustveni religiji. Pri bogoslužjih je velik poudarek na manifestaciji darov Svetega Duha (ozdravljenje,

govorjenje v jezikih). Njihovi evangelizacijski programi so učinkovitejši, število spreobrnjenih pa večje kakor pri drugih dveh tipih megacerkva (Hong v Ellingson 2010, 254).

Pojav karizmatičnih megacerkva se je razširil tudi med kitajskimi kristjani v Singapurju. Daniel Goh v svoji raziskavi preučuje tri takšne megacerkve in ugotavlja, da te cerkve združujejo čustvene in izkustvene vidike binkošništva z učenjem in jezikom fundamentalistov. Nekatere singapurske megacerkve širijo apokaliptičen pogled na svet in pozivajo k ločenosti vernikov od nevernikov. Te cerkve so do svojih pripadnikov zelo avtoritativne, njihovi pripadniki morajo upoštevati pravila doktrinarne 'čistosti', izkazovati zvestobo cerkvenemu nauku in biti aktivni v skupinah (Tong in Goh v Ellingson 2010, 254–255).

Azijske megacerkve imajo arhitekturne in kulturne značilnosti svojih ameriških ekvivalentov. Bogoslužja se odvijajo v velikih prostorih, opremljenih s sodobno avdio in video tehnologijo. Cerkveni prostori lahko vključujejo kavarne, knjigarne in prostore za srečevanje manjših skupin. Prav tako kakor ameriške cerkve, katerih primer sta Willow Creek in VineyardChurch, želijo tudi azijske megacerkve prikazati evangelij kot pomemben del življenjske izkušnje in kulturnega okusa (spodnjega) srednjega sloja, z namenom, da postane religija vir za konstrukcijo trdnega sebstva in identitete posameznika v hitro spreminjajočem družbenem svetu (*ibid.*).

Megacerkve najdemo tudi v Avstraliji. Njihovi začetki segajo v osemdeseta leta dvajsetega stoletja. Večina avtralskih megacerkva je binkoštnih in se uvršča v kategorijo karizmatičnih cerkva. Sam Hey deli megacerkve v Avstraliji na tri tipe, in sicer na 'klasične binkoštno megacerkve' (angl. Classical Pentecostal megachurches), 'megacerkve karizmatičnega gibanja' (angl. Charismatic movement megachurches with mainstream denominations) in 'neodvisne neo-binkoštno megacerkve' (angl. Independent neo-Pentecostal megachurches) (Hey 2013).

Za 'klasične binkoštno megacerkve' je značilen krst v Svetem Duhu in govorjenje v jezikih (glosolalija), pa tudi milenarizem, vera v Božje ozdravljenje in prejem karizmatičnih darov. 'Megacerkve karizmatičnega gibanja' so nastale v drugi polovici dvajsetega stoletja (Burgess in van der Maas v Hey 2013, 14). V času karizmatičnega gibanja so vodje in pripadniki cerkva tradicionalnih denominacij privzeli binkoštno prepričanje in prakse, cerkve pa so kljub temu ostale v okvirih tradicionalnih

denominacij. V Avstraliji so tri takšne cerkve: Blackburn Baptist Crossways Church, Careforce Church of Christ in Gateway Baptist Church. 'Neodvisne neo-binkošne megacerkve' pa so tiste cerkve, ki v času karizmatičnega gibanja niso ostale v okvirih tradicionalnih denominacij, temveč so ustanovile nove, neodvisne cerkve (Burgess in van der Maas v Hey 2013, 14). Svetovno razširjena megacerkev avstralskega porekla je tudi Hillsong Church, ki jo lahko, poleg Avstralije, najdemo tudi v državah Južne Afrike, Evrope, Amerike in Rusije (Hillsong 2015). Marion Maddox ji v svoji kritiki, poleg podajanja evangelija blagostanja (*prosperity gospel*), očita tudi razvoj preišljene teologije potrošništva. Hillsong pripadnike, predvsem pa pripadnice spodbuja, da s svojim telesom, zunanjo podobo in načinom življenja v 'neodrešenih' prijateljih vzbujajo zavist in željo po takšnem izgledu, življenju, ter posledično spodbudijo zanimanje za Jezusa (*envy evangelism*). Potrošnja tako postane posameznikova religijska dolžnost, vernik pa evangelizacijska reklamna tabla (Maddox 2013).

4 Teoretične razlage pojava

Zakaj so megacerkve nastale, zakaj so v svojem delovanju tako uspešne in zakaj postaja fenomen tako pomemben v religijski kulturi širom sveta, so vprašanja, ki si jih zastavljajo mnogi raziskovalci, odgovore pa iščejo in najdejo v različnih teorijah, najpogosteje v kulturnih in tržnih teorijah religijskih sprememb, ki uspešnost megacerkva pripisujejo sposobnostim cerkvenih voditeljev, da zagotavljajo tiste religijske produkte, ki ustrezajo povpraševanju in okusu religijskih potrošnikov. Za razlago fenomena raziskovalci uporabljajo tudi teorijo cerkev-sekta (angl. church-sect theory), razloge za uspešnost megacerkva pa pripisujejo napetosti, ki jo ima le-ta s svojim sekularnim, družbenim okoljem. Nekateri raziskovalci pri svojih razlagah uporabljajo teorijo organizacijske dinamike (Ellingson 2010).

4.1 Teorija kulture, trga in religijskih sprememb

Ameriško religijsko kulturo zaznamuje tradicija ločenosti cerkve in države. Prvi amandma ameriške ustave je ustvaril tekmovalni religijski trg, ki je v ameriško versko kulturo vnesel verski pluralizem, versko inovativnost, versko podjetništvo in medversko tekmovalnost (Holifield 2014). Do preoblikovanja (ameriške) religije

prihaja zaradi sprememb v religijskem povpraševanju njenih uporabnikov. Pomen glavnih vej protestantizma se zmanjšuje, prihaja pa do razcveta evangelijskih poganjkov, ki so posledica sposobnosti cerkva, da nudijo nove religijske produkte, ki ustrezajo religijski senzibilnosti religijskih potrošnikov baby-boom in vseh nadaljnih generacij. Spremembe, do katerih prihaja, so: potrošniški odnos do religije, ki se kaže v religijski izbiri kot pomembni vrednoti, vedno večja lojalnost nedenominacijskim cerkvam, zaradi zmanjševanja pomena denominacijskih etiket, uporaba religije kot orodja za razvoj posameznikovega jaza in sebstva, zaradi razvoja terapevtskega religijskega etosa in anti-institucionalizem, ki je posledica nezaupanja v organizirano religijo, njeno hierarhično avtoriteto in tradicijo (Roof in McKinney in drugi v Ellingson 2010, 253).

Cerkve za uresničevanje svojih proselitističnih ciljev uporabljajo marketinško strategijo. Povojne generacije (baby-boom) živijo v svetu velikih korporacij in nakupovalnih centrov, zato cerkve, z željo, da pritegnejo čim več novih pripadnikov, oponašajo vsakodnevni svet le-teh. S premišljenimi marketinškimi strategijami želijo izkušnjo v cerkvi približati izkušnji občinstva srednjega sloja in jo kot tako narediti za posameznika bolj pomembno (Ellingson 2010). Uspeh megacerkve je povezan z njihovim namenskim trudom, da proizvajajo in tržijo določene tipe religijskih izkušenj in religijskih identitet (Twitchell, Tong v Ellingson 2010, 254). Svoje (cerkvene) prakse združujejo s sistemi zabave, nakupovalnih centrov in drugih. Uporaba glasbe, velikih video zaslonov in napredne tehnologije, velika parkirišča in restavracije, varstvo otrok in fitness v sklopu megacerkve, uporabnikom omogoča, da prehajajo med svetovi službe, družine, prostega časa in religije. Uspeh megacerkva je posledica kulturnega izomorfizma (Twitchell v Ellingson 2010, 254). Stopnja rasti in velikost sta pomembni lastnosti po meri kapitalističnega sistema, ki pričujeta o uspešnosti megacerkve. Ne le ameriška, temveč tudi korejska kultura velikost enači z uspešnostjo, veličastnostjo in lepoto (Hong v Ellingson 2010, 254). Megacerkve ustvarjajo svojo znamko, skupek določenega življenjskega sloga, vrednot in okusa. Tong (v Ellingson 2010, 254) uspeh megacerkva utemelji na Ritzerjevem konceptu McDonaldizacije. Uspeh je posledica uspešnosti religijskih voditeljev, da hkrati z rutinizacijo in standardizacijo ritualov, izobraževalnih in vodstvenih postopkov, razvijejo unikatno religijsko identiteto, privlačno za mlado občinstvo, ki ceni materialne dobrine. Cerkev zato namenoma gradi ultra moderno podobo in poudarja

zunanje znake bogastva. Razvija ideologijo evangelija blagostanja, ki pojmuje uspeh v svetu kot znak Božjega blagoslova, in hkrati poudarja vrednoto svobode ter svoje pripadnike spodbuja, da se kot kristjani osvobodijo tradicij in legalizma. Singapurska megacerkev uspešno gradi religijsko identiteto, ki je skladna z identiteto srednjega sloja, ter ponuja življenjski slog, ki je podoben življenjskemu slogu singapurske mladine (Tong v Ellingson 2010, 255). Nove religijske identitete so odgovor na hitre družbene spremembe. Goh (v Ellingson 2010, 255) združuje koncept klasične modernizacije z Webrovim razmerjem med protestantizmom in kapitalizmom. Z urbanizacijo in industrializacijo Singapurja je prišlo do izgube identitete in občutka pripadnosti posameznikov srednjega sloja. Povečana ekonomska pričakovanja, ki so posledica izobrazbenih dosežkov, so vodila do frustracij. Posamezniki so se znašli v eksistencialnem dvomu kakor Webrovi kalvinisti. Megacerkve dajejo svojim pripadnikom novo identiteto in pomagajo razrešiti ta dvom ter nudijo stabilnost v hitro spreminjajočem se svetu (*ibid.*). Tudi situacija ameriških megacerkva je podobna. Njihova privlačnost in uspešnost izhajata iz ponujanja religije v posamezniku poznani institucionalni obliki (nakupovalni center ali teater), s poznano glasbo (pop in rock) in takšno organizacijo cerkve, da svojim uporabnikom hkrati ponuja možnost izbire in poudarja predanost (Thumma in Travis 2007). Megacerkve s svojimi teološkimi sporočili poudarjajo osebne, pragmatične koristi za posameznike pri razvoju sebstva, reševanju družinskih konfliktov in soočanju s pritiski na delovnem mestu (Sargeant 2000). Izogibanje cerkvenim tradicijam, ki se zdijo nerelevantne in neavtentične za življenje današnjih generacij, kot na primer orgle, in nehierarhična organiziranost cerkve, privlačita posameznike in zagotavljata uspešnost megacerkva (Miller 1999).

4.2 Teorija cerkev-sekta

Razlage za uspešnost megacerkva lahko najdemo v teoriji cerkev-sekta (angl. church-sect theory), ki govori o tem, da do rasti skupnosti prihaja takrat, ko le-te prevzamejo lastnosti sektaških skupin, predvsem z ločevanjem pripadnikov od (domnevno) pokvarjenega zunanjega sveta in ponujanje ekskluzivnih religijskih koristi. Teorijo cerkev-sekta je prvi načrtno Richard Niebuhr (1929), ki je menil, da je denominacionalizem posledica razrednih nasprotij in ne teoloških sporov. Njegovo delo je ostra teološka kritika grešnih, posvetnih, samovšečnih uveljavljenih cerkva, je

zgodovinska raziskava razrednih interesov, ki se skrivajo za različnimi teološkimi doktrinami in zgodovinski pregled krščanskega denominacionalizma (Stark in Bainbridge 2007). Megacerkve niso kulturni separatisti, saj ne zavračajo popularne kulture, temveč jo uporabljajo za lastne interese (Miller 1999). Tej Millerjevi logiki sledi tudi teorija religijske ekonomije Jamesa D. Montgomerya, po kateri je rast megacerkva moč pripisati spremembam v razrednem statusu vernikov. Pripadnikov srednjega sloja ne privlačijo zelo striktne cerkve, kar spodbuja sekularizacijo cerkvenih teles. Megacerkve predstavljajo sekularizirano obliko sektaštva, kar Miller označi z izrazom 'postmoderno sektaštvo' (Miller 1999; Montgomery 1996). Za rast megacerkva je pomembno, da vzdržujejo povezanost s konvencionalno vero kulturnega okolja in hkrati ohranjajo določeno stopnjo napetosti z družbenim okoljem. To storijo tako, da ustvarjajo teološka sporočila in bogoslužne prakse, ki se ujemajo z interesom pripadnikov, hkrati pa jim dajo vedeti, da jih pripadnost v megacerkvi dela fundamentalno drugačne od tistih, ki so zunaj cerkve (Stark, Iannaccone v Ellingson 2010, 257). Za sektaška gibanja je pomemben tudi demografski faktor, člani morajo poskrbeti, da je rodnost večja od umrljivosti (Thumma in Travis 2007).

4.3 Teorija organizacijske strukture in dinamike

Po tej teoriji na rast vplivata organizacijska struktura in dinamika znotraj megacerkva. Pomembno je rekrutiranje novih članov in vključevanje pripadnikov v življenje skupnosti. Tudi bogoslužje ima pomembno vlogo, še pomembnejša pa je vloga cerkve, predvsem njene pripravljenosti, da to bogoslužje prilagaja tako, da vedno znova ostaja relevantna za mlajše generacije (Thumma in Travis 2007). Mark Chaves (2006) preučuje nastanek in rast megacerkva z uporabo svojevrstnega organizacijskega pristopa. Rast megacerkva po njegovem ni posledica privlačnosti cerkve za posameznike, ki niso pripadniki nobene cerkve, ampak je posledica privlačnosti za tiste posameznike, ki že pripadajo določenim, manjšim cerkvam. Zanika tudi idejo o povezanosti trenda suburbanizacije in pojava ter rasti megacerkva. Trdi, da inovativnost megacerkva ni nova, saj so bile prakse, ki jih le-ta uporablja, že implementirane v delovanje večjih cerkva ob koncu devetnajstega in v začetku dvajsetega stoletja. Zavrača razlago pojava in rasti megacerkva kot odziv na spremenjeno religioznost baby-boom generacije, saj kljub temu, da je to morda res, ne obstajajo trdni dokazi, da se posamezniki baby-boom in mlajših generacij,

sistematično razlikujejo od svojih starejših predhodnikov (Chaves 2006; Dillon, Winks v Ellingson 2010, 258). Pri razlagi pojava, rasti in uspešnosti megacerkva se opira na ekonomsko razlago in govori o problemu kvalitete. Cerkev namreč ne morejo zmanjšati stroškov, da bi postale bolj učinkovite, njihovi prihodki pa so po letu 1970 postali nezadostni za vzdrževanje le-teh. Majhne cerkve so zato prisiljene omejiti svoje dejavnosti in/ali njihovo kvaliteto, kar jih dela manj privlačne za njihove pripadnike, ki zato preidejo drugam, v megacerkve (Chaves 2006).

4.4 Teorija religije Stark-Bainbridge

Rodney Stark in William Sims Bainbridge v svojem delu Teorija religije (1987)⁶ teorijo religije zreducirata na splošno teorijo človeškega delovanja. Izhajata iz veljavne teorije učenja in mikroekonomije ter trdita, da ljudje iščejo to, kar zaznavajo kot nagrado in se izogibajo temu, kar zaznavajo kot strošek. Nagrade in stroški so med seboj komplementarni. Nagrade se razlikujejo po vrsti, vrednosti in splošnosti, kar omogoča trgovanje med njimi. Včasih je človeško delovanje dobičkonosno, saj so stroški za pridobitev nagrade manjši od njihovega ekvivalenta za opuščeno nagrado. Pri reševanju problemov človeški um išče razlage, ki so nagrade z neko stopnjo splošnosti. Ljudje si v prizadevanju za zaželene nagrade izmenjujejo nagrade z drugimi ljudmi. Teh izmenjav se ne lotevajo brezciljno, temveč so nagnjeni k racionalnemu delovanju, da maksimirajo nagrade in minimizirajo stroške. Stopnja nadzora, ki jo imajo posamezniki nad lastnim menjalnim razmerjem, je moč. Kadar zaželene nagrade ni, ljudje pogosto sprejmejo razlage, ki postavljajo njeno doseganje v daljno prihodnost ali v kakšen drug nepreverljiv kontekst. Pričakovanja nagrade v skladu z razlagami, ki niso zlahka dovzetne za nedvoumno ovrednotenje, so kompenzatorji. Koncept kompenzatorjev je ključen za njuno teorijo religije. Kadar ljudje ne morejo hitro in zlahka doseči zelo zaželenih nagrad, vztrajajo v svojem prizadevanju in pogosto sprejmejo razlage, ki prinašajo le kompenzatorje. Ljudje kompenzatorje obravnavajo, kakor da so nagrade. Kompenzatorje si je mogoče izmisliti za vsako nagrado ali skupino nagrad. Razlikujejo se po splošnosti, vrednosti in vrsti nagrad, ki jih nadomeščajo. Kompenzatorje delita na splošne in posebne. Posebni kompenzatorji nadomeščajo posamezne, posebne nagrade, splošni

⁶ Slovenski prevod, ki ga uporabljam pri pisanju diplomskega dela, je izšel leta 2007.

kompensatorji pa nadomeščajo skupno število nagrad ter nagrade velikega dosega in vrednosti.

Njune postavke orisujejo veliko posplošitev funkcij religije v družboslovni analizi, med katere sodi slavna teorija magičnega, ki jo je leta 1948 postavil Malinowski kot poskus, da bi ljudem zagotovil kompenzacijski občutek nadzora nad nevarnimi ali bistvenimi dogodki, na katere ne morejo vplivati. Sem sodi tudi Marxovo razglabljanje o lažni zavesti in opiju ljudstva, Durkheimova analiza primitivnih religij, Freudove domneve o religiji kot utvari in velik del teorije cerkva/sekta. Brainbridge in Stark kompensatorjev ne enačita z religijo, številni z njo niti niso povezani. Kompensatorje uporabljajo vse družbe, najsplošnejši med njimi pa je obljuba o zmagi nad smrtjo (Cook in Wimberley v Stark in Bainbridge 2007, 45). Če bi obstajala sredstva, da se smrti izognemo tu in zdaj, bi to bila nagrada. Nesmrtnost je zaenkrat treba doseči drugje, veljavnost obljube pa ni mogoče preveriti. Željo po nesmrtnosti ne moremo izpolniti z nagrado, ampak z neotipljivo obljubo, tj. kompensatorjem. Vrednost te obljube ni mogoče empirično določiti, lahko jo sprejmemo ali zavrnemo na podlagi zaupanja. Če se obljuba izkaže kot resnična, se na tej točki kompensatorji spremenijo v nagrade. Ljudje imajo nagrade raje kot kompensatorje in jih skušajo zamenjati za nagrade. Obstaja pa tveganje, da kompensatorja ni mogoče zamenjati za (obljubljeno) nagrado, če nagrada ne obstaja, če kompensator zmotno štejemo za nagrado ali če nimamo moči, da bi nagrado dosegli (Stark in Bainbridge 2007).

Najbolj splošne kompensatorje lahko podpirajo le nadnaravne razlage. Nadnaravno se nanaša na sile onstran ali zunaj narave, ki lahko odpravijo, spremenijo ali ignorirajo naravne sile. Religija se nanaša na sisteme splošnih kompensatorjev, ki temeljijo na nadnaravnih postavkah. Za razliko od religije ima magija sklop kompensatorjev, ki so manj splošni kakor tisti, ki jih identificiramo kot religijo. Magija se ne ukvarja s smislom veselja, ampak z izrabo veselja za zelo posebne namene, usmerjena je k tehničnim ciljem in ne zapravlja časa za ugibanje. Po Webrovih besedah magija uspeva takrat, ko posamezniki nimajo učinkovitih in ekonomičnih sredstev, da bi to, kar ponuja, preverili (Weber v Stark in Bainbridge 2007, 49).

Megacerkve so religijske organizacije. Religijske organizacije pa so družbena podjetja, katerih primarni cilj je ustvarjati, vzdrževati in izmenjavati splošne kompensatorje na nadnaravni podlagi (Stark in Bainbridge 2007).

Razlikovanje med cerkvijo in sekto poteka vzporedno s pojmovanjem nagrad in kompenzatorjev. Za cerkve sta značilni nizka stopnja družbene udeležnosti in majhna napetost z družbeno-kulturnim okoljem, večji poudarek je na neposrednih nagradah. Za sekte sta značilni goreča pripadnost ter zavračanje družbeno-kulturnega okolja, bolj kot nagrade poudarjajo kompenzatorje (Johnson v Stark in Bainbridge 2007, 53).

Demerath je teorijo cerkev-sekta pomembno razširil. Opozoril je, da je razlikovanje cerkev-sekta enako smiselno znotraj cerkva kakor med njimi, te izsledke pa je prvi večji sklop podatkov o (ameriškem) religioznem verovanju in ravnanju tudi potrdil (Glock in Stark v Stark in Bainbridge 2007, 53).

Stark je leta 1972 klasificiral zaporedje kazalnikov religijske pripadnosti kot značilno za cerkev ali značilno za sekto, kar imenuje tudi kot nagrade na eni in kompenzatorje na drugi strani.

Med nagrade, ki jih nudijo (ameriške) religijske institucije, sodijo:

1. *članstvo v cerkvi*, ki zagotavlja status in legitimni položaj v skupnosti in omogoča zagotovitev drugih religijskih nagrad;
2. *prisotnost pri bogoslužju*, ki ima poleg posebnega religioznega pomena tudi značaj družbenih dogodkov in kot tako zagotavlja nagrade;
3. *udeležba* v raznovrstnih religijskih organizacijah in dejavnostih;
4. *socializacija otrok* s prenašanjem kulturne in moralne dediščine na otroke in zagotavljanje nagrad v obliki članstva pri skavtih in športnih skupinah.

Med kompenzatorje, ki jih nudijo (ameriške) religijske institucije, sodijo:

1. *religiozne doktrine*, ki obljublajo, da bo breme življenja znosno, da sta ljudem na voljo vodstvo in pomoč ter nudijo poplačilo trpljenja na zemlji z življenjem po smrti;
2. *religiozna izkustva*, ki sproščajo zatrta čustva in so vir zaupanja v avtentičnost kompenzatorjev (videnja, govorjenje v neznanih jezikih);
3. *molitev in zasebno čaščenje*, ki služita kot sistem za iskanje Božje pomoči in vodstva, za spovedovanje krivde in tolažbo;

4. *partikularizem ali moralna večvrednost*, ki posamezniku zagotavlja, da je med Božjimi izbranci in ima elitno religiozno identiteto, ne glede na to, kako (ne)pomemben je v svetu.

Po raziskavah javnega mnenja je z obiskovanjem cerkve pozitivno povezan družbeno ekonomski položaj posameznika, kar je nasprotno prepričanju, ki ga ima večina raziskovalcev in teoretikov, da je primarna družbena funkcija religije uteha za uboge. Prevladujoči način razmišljanja o religioznosti je teorija prikrajšanosti, čeprav so že v šestdesetih letih dvajsetega stoletja ugotovili, da »*obiskovanje cerkve ni način, s katerim bi nižji sloji izražali svojo religioznost*« (Demerath, 1965; Stark, 1964 v Stark, Bainbridge 2007, 55), temveč je postalo jasno, da je pripadnost cerkvi in majhnim sektam predvsem stvar srednjega in višjega sloja. Družbeno ekonomski položaj je pozitivno povezan tudi s sodelovanjem v organizacijah in dejavnostih, povezanih s cerkvijo in z molitvijo pred jedjo. Druge vrste molitve so z družbeno ekonomskim položajem negativno povezane. Dosledno negativno povezavo je moč najti tudi med družbeno ekonomskim položajem in dovolj preverjeno stopnjo religijske ortodoksosti, enako velja še za stopnjo religijskega partikularizma in kazalnike religioznih izkustev (Stark v Stark in Bainbridge 2007, 55).

Podoba religijske pripadnosti je kompleksnejša kot izgleda na prvi pogled, religijske organizacije počnejo več, kakor zgolj tolažijo ljudi, ki niso dosegli redkih nagrad. Religijske organizacije same služijo kot vir nagrad. Ključni element teorije cerkev/sekta je zmeraj bil nezdružljiv s tezo o prikrajšanosti. Prikrajšanost je morda glavni sprožilec za nastanek sekt, vendar z njo ni mogoče razložiti, zakaj privilegirani posamezniki sekte prevzamejo in spremenijo v cerkve. Vsakdo je potencialno prikrajšan za določene vrste zaželenih nagrad. Relativna prikrajšanost je tista, ki loči revne od privilegiranih, objektivna prikrajšanost, med drugim človeška umrljivost, pa je značilna v enaki meri za vse. Obstajajo tri temeljne dimenzije religijske pripadnosti, cerkvenost, sektnost in univerzalnost. Cerkvenost vsebuje vse tiste vidike religioznosti, ki jih lahko štejemo kot neposredno izpolnjujoče za posameznika. Sektnost obsega vse tiste vidike religioznosti, ki služijo kot uteha za neuspeh, da bi pridobili redke nagrade. Univerzalnost zajema tiste vidike religioznosti, ki izhajajo iz eksistencialnega stanja človeštva (Stark in Bainbridge 2007).

Med Bogom, ki je domnevni vir zaželenih splošnih nagrad, in svojimi klienti (religijskimi potrošniki) kot posrednik deluje religijski specialist, ki pripadnike cerkve usmerja, da Bogu nudijo nagrade, ki so lahko materialne, psihične ali določeni načini obnašanja. Norme, ki jih uveljavljajo religijski specialisti, naj bi služile interesu Boga, a so lahko namesto tega take, da služijo njihovim lastnim interesom, tako da povečujejo nagrade, ki pritekajo k njim. Religijski specialisti so pogosto deležni psihičnih nagrad, namenjenih Bogu, na primer ponižnosti, spoštovanja in čaščenja. Predstavljajo elito, tj. skupino ljudi z velikim nadzorom nad svojim menjalnim razmerjem. Religijske organizacije in položaje nadzirajo močni (Stark in Bainbridge 2007).

Ko religijska organizacija enkrat narase do precejšnje velikosti ali v družbi celo prevlada, prejema nagrade od številnih pripadnikov v daljšem časovnem obdobju, iz tega dejstva pa izhajata dve navadi cerkva – določena mera skrbi za največje dobro največjega števila ljudi in poudarjanje obnašanja, ki prinaša dolgoročne, stalne dobičke namesto takojšnje porabe (*ibid.*).

Religije, ki močne, posebne nadnaravne trditve opustijo, s tem tudi izgubijo sposobnost, da bi služile religioznim potrebam številnih ljudi. Mlajše in bolj zagnane religije, ki obljublajo nagrade in samozavestno razlagajo stroške, ki jih ljudje prenašajo, bodo pritegnile spreobrnjence na račun razvitejših religijskih organizacij. Sekularizacija ni zgolj značilnost modernega kulturnega prizorišča, ampak stalen proces v vsaki veroizpovedi. Njen rezultat pa ni izginotje religije, ampak oslabitev določenih religijskih organizacij. Uravnoteževalna procesa oživljanja in uvajanja novosti religijo na splošno ohranjata pri življenju (*ibid.*) V krščanstvu prihaja do religijskih razkolov, na podlagi katerih nastanejo sekte in do religijskih inovacij, ki so podlaga za nastanek kultov.

Leta 1963 je Benton Johnson vzpostavil preprosto os napetosti, po kateri je razvrstil religijska telesa kot bolj sektna ali bolj cerkvena. Postuliral je razsežnost stopnje napetosti med religijsko organizacijo in njenim družbenokulturnim okoljem. Večja je napetost, tem bolj sektna je organizacija, manjša je napetost, tem bolj cerkveno je religijsko telo (Stark in Bainbridge 2007).

Bainbridge in Stark svojo teorijo zasnujeta na splošnejšem konceptu moči. Sektam in kultom je skupna odklonskost, odmik od uveljavljenih organizacijskih oblik, ki jih je

vzpostavila večina pripadnikov družbe ali prevladujoča elita. Cerkev definirata kot konvencionalno religijsko organizacijo, sektno gibanje kot odklonsko religijsko organizacijo s tradicionalnimi verovanji in praksami in kulturno gibanje kot odklonsko religijsko organizacijo z novimi verovanji in praksami. Odklonskost povzroča stroške, izmenjave z drugimi običajno postanejo zelo drage. Odklonske ljudi se kaznuje s kaznovanjem, z zavestno politiko nalaganja posebnih stroškov. Sekte nastanejo z razkolom od obstoječe organizacije v svoji veroizpovedi. Razkol je delitev družbene strukture neke organizacije na dva neodvisna dela ali več. Sekta je razkolniška skupina z veliko napetostjo z družbenim okoljem in skupina, ki poudarja kompenzatorje za redke nagrade. Poudarjanje kompenzatorjev za redke nagrade poveča napetost in je lahko vir povečanja napetosti v skupinah, ki so začele z razmeroma nizko napetostjo. V kulturi s prevladujočo veroizpovedjo nastanek sektnih gibanj poveča delež prebivalstva, ki religijskim organizacijam pripadajo. Obsežna literatura podpira postavko, da sekte služijo relativno prikrajšanim. Religijski razcvet z razkolniško generacijo sekt je vsenavzoča možnost, saj vsaka organizacija vsebuje različna občestva, ki vlečejo na svojo stran proti večji ali manjši napetosti z družbeno-kulturnim okoljem. Sekte novačijo odpadnike iz cerkvenih skupnosti, če lahko vsaj nekoliko dokažejo, da religijska skupnost v resnici ni izpolnila pogojev Svetega pisma, in da lahko novonastala skupnost zagotovi obljubljeni nagrade s pravilno uporabo splošnih razlag v veroizpovedi (Stark in Bainbridge 2007).

Vsaka religija se začne kot kult. Nastanek kulta si je mogoče zamisliti kot dvostopenjski proces uvajanja novosti, in sicer pride najprej do iznajdbe novih idej, nato pa morajo te ideje postati družbeno sprejemljive vsaj do te mere, da se oblikuje skupina, ki jim je predana. Kulturi so družbena podjetja, katerih primarni cilj je ustvarjati in izmenjevati nove kompenzatorje. Ustanovitelji kultov so religijski sprecialisti, ki vzpostavljajo nove organizacije tako, da ustvarjajo, vzdržujejo in izmenjujejo nove kompenzatorje. Bainbridge in Stark začrtata tudi tri modele kulturnih inovacij, in sicer: psihopatološki model, podjetniški model in podkulturno-evolutivni model. Podjetniški model govori o kultu kot podjetju, ki svojim strankam zagotavlja izdelek in zanj v povračilo prejema plačilo. Podjetnike motivira želja po dobičku, ki ga lahko dosežejo z izmenjavo kompenzatorjev z nagradami. Podjetniški model se zdi razlaga za mnoge megacerkve. Prihodnost religijske skupine je odvisna od njene notranje strukture. Znotraj skupine obstajajo razlike po potrebah, po moči, kategorije

pripadnikov se razlikujejo po velikosti in izrazitosti. Pritiski po večji ali manjši napetosti so v veliki meri odvisni od značaja pripadnikov, predvsem od razporeditve moči in nagrad med njimi (Stark in Bainbridge 2007).

Usoda religijskih organizacij je v veliki meri odvisna od usode njenih posameznih pripadnikov. Velike cerkve, ki pridobivajo pripadnike iz velikih, stabilnih segmentov prebivalstva, lahko same izkazujejo stabilnost, saj narava in potrebe pripadnikov več generacij ostanejo enake (*ibid.*).

Ekonomske neenakosti v družbi povečujejo stabilnost verskih organizacij. Povečanje občutkov eksistencialne negotovosti povečuje religioznost. Molitev in obiskovanje obredov je pogostejše, prav tako izrekanje za vernost (Smrke in Hafner-Fink 2015). Potreba po kompenzatorjih je v neenakih družbah večja, zato je tudi delež verskih organizacij, kot so megacerkve, večji. V Evropi, kjer je neenakost manjša, je tudi potreba po kompenzatorjih manjša. Manjša je religioznost prebivalstva, zato je manjša potreba po tovrstnih religijskih organizacijah.

5 Trendi v megacerkvah: sekularizacija, nenedominacionalizem in sektaštvo

Auguste Comte, Herbert Spencer, Emile Durkheim, Max Weber, Karl Marx in Sigmund Freud so pomembni misleci devetnajstega stoletja, ki jim je skupno prepričanje, da razvoj industrijske družbe prinaša upad religije (Norris in Inglehart 2011). Tudi mnogi sodobni znanstveniki in raziskovalci so prepričani, da sekularizacija v sodobnih industrijskih družbah prinaša ne le upad, temveč tudi propad religije. Stark in Bainbridge (2007) kot sekularno definirata tiste dele družbe in kulture, ki so večinoma brez nadnaravnih postavk. Nasprotujeta miselnosti, da sekularizacija religiji prinaša uničenje, temveč menita, da prinaša zgolj spremembe religijske kulture. Sekularizacija je posledica visoke ravni kulturnega napredka in za religijske organizacije pomeni naraščajočo izgubo njihove moči. Tradicionalne religijske organizacije se tako soočajo z globokimi spremembami. Upadanje moči religije spodbuja pluralizem. Procesi nastajanja sekt lahko ustvarjajo razkolniške ločine osrednje religijske organizacije, ki se razvijejo v konkurenčne religijske skupnosti z nizko napetostjo (Stark in Bainbridge 2007).

V ameriški verski kulturi prihaja s pojavom in institucionalizacijo megacerkva do sprememb ameriškega protestantizma. Megacerkve imajo pomemben vpliv na religijsko podobo Amerike, kar se kaže v treh večjih spremembah, in sicer s krepitvijo nenedominacionalizma, s spodbujanjem nastanka kvazi denominacij in z redefiniranjem protestantske vere. Strukturna neodvisnost nenedominacijskih skupnosti le-tem omogoča religijsko inovativnost v bogoslužnih in vodstvenih praksah. Nenedominacijske megacerkve prevzemajo funkcije nekaterih starejših denominacij in postajajo kvazi denominacijske, brez stroškov, ki jih stara, hierarhična podoba prinaša. Protestantska religijska kultura se redefinira, vse več denominacij pri svojem delovanju uporablja bogoslužne prakse, izobraževalne vsebine in teološke ideje, ki jih uporabljajo uspešne megacerkve. Starejše denominacijske cerkve v svoje delovanje vključujejo izbrane evangelijske elemente ali pa se popolnoma preoblikujejo v evangelijsko cerkev (Ellingson 2010).

Megacerkve v Ameriki imajo, glede na raziskave, značilnosti sekt in cerkva. Azijske megacerkve imajo podobo klasičnih sekt. Za (mega)cerkve je značilen premik proti sekti, in ne kakor običajno, iz sekte v cerkev (Finke v Ellingson 2010, 262). Megacerkve za razliko od običajnih sekt niso v visoki stopnji napetosti z družbenim okoljem, Zahodno kulturo, potrošništvom in uporabo masovnih medijev. So selektivno sektaške; Miller to imenuje postmoderno sektaštvo, ostro nasprotujejo zgolj izbranim sodobnim pogledom (na primer na področju osebne morale, spolnosti, življenjskega sloga posameznika in starševstva (Ellingson 2010).

6 Megacerkve v evropski religijski kulturi

Megacerkve so pojav, ki je v manjši meri razširjen tudi v Evropi. Če pogledamo na seznam megacerkva v svetu⁷, na njem najdemo 45 megacerkva, ki so locirane na evropskih tleh. Večina v Veliki Britaniji in Ukrajini, na Nizozemskem in Norveškem, v Švici, manjši del pa po nekaterih ostalih evropskih državah.

Evropsko religijsko tradicijo je v šestnajstem stoletju pomembno zaznamovala reformacija, s katero so želeli krščansko bogoslužje očistiti elementov rimokatolištva

⁷Seznam je dostopen na: <http://leadnet.org/world/?/world>; ureja ga Warren Bird, Ph. D., sociolog religije, raziskovalec in avtor mnogih knjig.

in kulture sveta, posvetnosti. Reformacijsko gibanje je potekalo v Nemčiji pod vodstvom Martina Luthra in v Švici pod vodstvom Ulricha Zwinglija. Voditelji reformacijskih gibanj so si močno prizadevali za odstranitev problema sekularnosti cerkva (Ostwalt 2012).

V nasprotju z Luthrovim in Zwinglijevim trudom, da iz cerkve odstranita svetne, sekularne elemente, ICF⁸ promovira reformacijo enaindvajsetega stoletja, katere rezultat so megacerkve. Zürich je tako zopet kraj cerkvene reforme, ICF namreč skuša Zürich uporabiti kot evropsko izhodišče za megacerkveno gibanje. Vključitev posvetnih značilnosti pritegne necerkvene mlade v dvajsetih, ki iščejo duhovni mir. Cilj megacerkva je ponovna oživitev izgubljenih generacij, zato cerkve uporabljajo kulturo današnjih generacij, ki do določene mere vpliva na liturgijo in teologijo. Uporaba elementov popularne, sekularne kulture naredi cerkev bolj relevantno za njihovo ciljno skupino. Narava razmerja religije in sekularnosti je problematična. Krščanstvo se od svojih začetkov institucionalizira in je v interaktivnem odnosu s svetom, kar vodi v sekularizacijo cerkva (*ibid.*).

Evropska in ameriška religijska kultura se razlikujeta; razlikuje se način sekularizacije in razlikuje se odziv (ne)kristjanov na megacerkve. Evropa je na splošno bolj sekularizirana kot Amerika, vendar tudi v Ameriki krščanstvo postopoma izgublja moč, ugled in priljubljenost (Bruce 2002; Bruce 2011), le da je to nekoliko manj opazno, deloma zaradi trenda priseljevanja migrantov, ki s seboj prinašajo močno vero in relativno tradicionalne nazore (Norris, Inglehart 2011). Evropska in ameriška družba se močno razlikujeta tudi glede na stopnjo družbeno-ekonomske enakosti, ki je v evropskih državah večja kakor v ameriških, posledično pa prihaja do razlik v občutenju eksistencialne (ne)gotovosti. V družbah, kjer obstaja visoka stopnja eksistencialne gotovosti, je subjektivna pomembnost religije v življenju posameznika manjša (Norris in Inglehart 2011), ker je manjša potreba po kompenzatorjih (Stark in Bainbridge 2007).

V Evropi je cerkev definirana s tradicijo in zgodovino državne podpore. V Ameriki cerkev definira inovativnost, potrebna za uspešno 'trženje' cerkve. Religijski pluralizem spodbuja versko prepričanje in vključenost v cerkev (Norris in Inglehart 2011). Da bi bile (mega)cerkve privlačne čim širšemu krogu ljudi, posegajo po

⁸ International Christian Fellowship, megacerkev v Zürichu, Švica.

elementih kulture, ki je blizu necerkvenim posameznikom, saj jih tako najlažje pritegnejo in jim približajo evangelij. Megacerkve so pri tem zelo uspešne, kar se jasno kaže v njihovi rasti, širjenju po svetu in implementaciji njihovega načina delovanja v delovanje manjših cerkva (Ellingson 2010). Ravno zaradi definiranosti evropske Cerkve s tradicijo in kulturne sumničavosti do velikih institucij, ki so privlačne za mnoge, se megacerkveno gibanje in njegov vpliv zelo počasi širita na evropskih tleh. Megacerkev zaenkrat ni ena vplivnejših institucij evropske religijske kulture (Ostwalt 2012).

7 Zaključek

Ko je Bill Hybels leta 1975 ustanovil Willow Creek Community Church v Illinoisu, ki je kasneje postala prototip za nastanek novih megacerkva, najverjetneje ni mislil, da bo ta oblika religijske organizacije tako pomembno sprememnila versko kulturo v ameriškem in svetovnem merilu. Megacerkev na tedenskih bogoslužjih obišče vsaj 2000 vernikov. Privlačita jih velikost, ki jo mnogi enačijo z uspešnostjo, način delovanja, ki je blizu sodobnemu potrošniku in vnašanje elementov popularne kulture, zaradi katerih se zdi ta oblika religijske organizacije bolj relevantna za današnji čas kakor druge. Megacerkve v svojem delovanju težijo k nenedominacionalizmu, saj se zmanjšuje pomen denominacijske pripadnosti, tako pa lahko uspešno pritegnejo še večje število posameznikov, ki jih negativna konotacija denominacijskih nalepk odvrta.

Megacerkve so fenomen, ki se iz Združenih držav Amerike širi v države Afrike, Azije, Južne Amerike, pa tudi Evrope, le da v Evropi (še) nimajo takega vpliva kakor drugod. Za njihovo rast je pomembno, da hkrati vzdržujejo povezanost s konvencionalno vero kulturnega okolja in ohranjajo določeno stopnjo napetosti z družbenim okoljem. Pomembno je rekrutiranje novih članov in vključevanje pripadnikov v življenje skupnosti. Kljub prepričanju mnogih, da sekularizacijski trendi prinašajo upad in propad religije, temu v resnici ni tako. S sekularizacijo se religijske organizacije preoblikujejo, z vnašanjem sekularnih elementov v svoje delovanje pa postajajo bolj privlačne za današnje generacije, ki jih sicer odvrta nezanimivo bogoslužje in občutek, da Božji nauk od njih zahteva zgolj odrekanje in trpljenje. Cerkve, preoblečene v podobo nakupovalnih centrov, zadovoljujejo potrebe svojih

pripadnikov, na več kot le duhovnem področju. Megacerkve niso nujno pozitiven pojav, saj je z njimi povezana tudi cela vrsta negativnih pojavov, med najbolj očitnimi vulgarizacija v smislu evangelija blagostanja in poblagovljenje religije. Prav gotovo so pojav, ki bo imel v prihodnosti pomemben vpliv na delovanje ne le velikih, temveč tudi majhnih krščanskih cerkva, in kot take so megacerkve zelo zanimive za nadaljnje raziskovanje.

Megacerkve so izvorno pojav Združenih držav Amerike; ameriška verska kultura pa je bistveno drugačna kakor evropska. Evropsko versko kulturo zaznamujeta tradicionalizem in donedavno državna cerkev ali vsaj status privilegirane državne religije, medtem ko je za ameriško versko kulturo značilen religijski trg, ki spodbuja versko podjetništvo, inovativnost in tekmovalnost. Tudi sicer je neenakost v ameriški družbi večja kakor v evropski, več je eksistencialne negotovosti, zato je potreba po religiji večja. V evropskih državah z urejenim socialnim sistemom je pomen religije manjši, zato tudi v Sloveniji pojava kot takega zaenkrat ni pričakovati. Pričakujem pa implementacijo njihovega načina delovanja (uporaba sodobne avdio-video tehnologije, popularne glasbe) in razmišljanja (knjige, pričevanja, poučevanja) v delovanju protestantskih cerkva na slovenskih tleh.

8 Literatura

1. Bird, Warren in Scott Thumma. 2011. *A New Decade of Megachurches*. Leadership Network.
2. Bruce, Steve. 2002. *God is Dead: Secularization in the West*. Wiley-Blackwell.
3. --- 2011. *Secularization. In Defence of an Unfashionable Theory*. Oxford: Oxford University Press.
4. Chaves, Mark. 2006. All creatures great and small: megachurch in context. *Review of Religious Research* (47): 329–346.
5. Ellingson, Stephen. 2010. *New Research on Megachurches – non-denominationalism and Sectarianism*. The New Blackwell Companion to the Sociology of Religion (ur. Bryan S. Turner). Wiley-Blackwell.
6. Hartford Institute for Religion Research. *Megachurch Definition*. Dostopno prek: <http://hrr.hartsem.edu/megachurch/definition.html> (23. februar 2015).
7. Hey, Sam. 2013. *Megachurches: Origins, Ministry, and Prospects*. Mosaic Press.
8. Hillsong Church. Dostopno prek: <https://hillsong.com/> (17. avgust 2015).
9. Holifield, E. Brooks. 2014. *Sacred Matters: Why do Americans seem so religious?* Dostopno prek: <https://scholarblogs.emory.edu/sacredmatters/2014/01/21/why-do-americans-seem-so-religious/> (31. julij 2015).
10. Maddox, Marion. 2013. Prosper, Consume and be Saved. *Critical Research on Religion* 1 (1): 108–115.
11. Miller, Donald E. 1999. *Reinventing American Protestantism*. Los Angeles: University of California Press.
12. Montgomery, James D. 1996. Dynamics of the religious economy: Exit, voice and denominational secularization. *Rationality and Society* (8): 81–110.
13. Norris, Pippa in Ronald Inglehart. 2011. *Sacred and Secular: religion and politics worldwide (2nd edition)*. Cambridge University Press.

14. Ostwalt, Conrad. 2012. *Secular Steeples 2nd Edition: Popular Culture and the Religious Imagination*. Bloomsbury.
15. Rise of Megachurches. 2007. *CQ Researcher* 17 (33) :769–792.
16. Sargeant, Kimon Howland. 2000. *Seeker Churches: Promoting Traditional Religion in a Non-Traditional way*. New Brunswick: Rutgers Univesity Press.
17. Smrke, Marjan in Mitja Hafner-Fink. 2015. Ekonomija in religija: kriza in ekonomske orientacije vernih in nevernih Slovencev. *Teorija in praksa* 52 (3): 436–454.
18. Stark, Rodney in William Sims Bainbridge. 2007. *Teorija religije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
19. Thumma, Scott. 1996. *Exploring the Megachurch Phenomena: Their characteristics and cultural context*. Dostopno prek:
20. http://hrr.hartsem.edu/bookshelf/thumma_article2.html (3. marec 2015).
21. Thumma, Scott in Dave Travis. 2007. *Beyond Megachurch Myths*. San Francisco: Jossey-Bass.