

na pepelnico sredo. V Vietnamu pepelnice ne praznujejo na sredo, ker je takrat enkrat vietnamsko novo leto, škofovska konferenca določi, kateri dan bo pepelnica. Pripravil je polno mizo hrane za nas. Vzel sem skodelico in si nadeval riž in zelenjavo, potem pa mi je rekel: »Tale kos je zelo dober,« in mi vrgel piščanca v skodelico. Čeprav je bila zame ta dan pepelnica, sem ga pojedel iz spoštovanja do gostitelja.

KAKO KOMUNISTIČNA DRŽAVA VPLIVA NA CERKEV?

Hanojski nadškof se je nedavno odpovedal službi – uradno zaradi bolezni, neuradno pa zaradi pritiskov, ker je bil virtualni zapornik. Škofijo so z vsaj devetimi kamerami nadzorovali 24 ur. Na nekatera področja duhovnik ni smel stopiti deset, petnajst let. Škof je skrbel za štiri župnije in se z motorjem vozil maševati. Kdaj pride, se ni vedelo. »Jutri, pojutrišnjem bom prišel.« Ko se je ponoči pripeljal z motorjem, so zvonili in ljudje so se zbrali, tudi ob štirih zjutraj. Še danes imajo nekatere župnije mašo ob tem času ali prej, predvsem zato, da gredo lahko ljudje potem na delo. V naši župniji imamo mašo ob petih zjutraj.

SE TE JE KAKŠNA IZKUŠNJA POSEBEJ DOTAKNILA?

Enkrat smo prišli v gobavsko naselje na severu po 36 urah vožnje z vlakom in še štirih urah z avtom. Eden od gobavcev je

po sprejemu prišel k meni in me šepetaje vprašal: »Ali bomo že danes imeli mašo?« »Ne vem, komaj smo prišli,« sem odgovoril, ker sem vedel, da so na severu bolj strogi in za mašo potrebuješ dovoljenje. On reče: »Ni problema, ni problema, mi bomo prišli.« Že je začel zvoniti in v 20 minutah se jih je nabralo kakih 40. Najprej so zmolili večernice in potem je bila maša. Zanje je zelo pomembno, da lahko prejmejo Jezusa. Tam katoličani pridejo trikrat na dan v cerkev, tudi če ni maše.

K VAM PRIHAJAJO TUDI PROSTOVOLJCI. KAJ LAHKO DELAJO?

Prva je bila skupina iz Pivke »Bež ču uejdeč«. Pri sestrah na severu so delali streho bolnišnice. Ko je bila ta končana in so odpotovali, je prišla policija spraševati sestre, kaj so belci delali na strehi. Prva izkušnja je bila pozitivna, zdaj pa prihaja prva skupina preko Pota. Če je Bogu všeč, bo šlo vse dobro, moramo zaupati. Prvih nekaj dni bomo oblikovali ekipo: sedem slovenskih deklet, šest Vietnamcev in jaz. Navaditi se moramo drug na drugega. En dan bomo v centru za slepe vadili, naslednji dan pa bomo šli v šolo za revne, kjer bomo izvajali delavnice, vsakič z drugim razredom. Potem bomo šli na župnijo zunaj mesta, kjer se jim je podrla cerkev in imajo sedaj leseno. Otroci tam bodo lahko vadili angleščino. Na poti proti



Preprost fotokopirni stroj pri slepih dekletih v zavodu, ki ga vodijo sestre FMM. Sestra v ozadju bere pesem in otroci pišejo v Braillovi pisavi, da bodo lahko pesem peli na koncertu.

severu se bomo ustavili pri Mariji v Lavangu, ki je največje romarsko svetišče. Dekleta bodo en teden delala v gobavskem naselju, predvsem z otroki, in še tri dni pri sestrah, kjer so pokrivali streho. Z delom denarja, ki ga bodo nabrale, bomo za otroke gobavskega naselja kupili potrebščine za šolo. Če bo šlo vse v redu, bomo lahko kasneje sprejeli še kakšno skupino. Želeli so priti tudi študenti medicine, vendar se tega bojim, ker gre za daljše obdobje (tri mesece) in ker je na področju medicine država precej občutljiva. Če bi odkrili kakšno bolezen, ki so jo državni uradniki že »odkljukali«, bi nastala težava – predvsem za nas, ki moramo tam še naprej živeti.

ALENKA OBLAK

Gojiti race ali pitone?

Imamo pet pitonov, težkih 30 kg in dolgih okoli 6 m. Spravljeni so v kletkah pod ključem. Na 14 dni dobijo eno raco. Gojimo jih za hrano. Ko se bom vrnil, bodo ravno pravi, da jih prodamo. Če so preveliki, so namreč že nevarni človeku. Dobili smo jih s kmetije, zdaj pa bomo preračunali, ali se gojenje obrestuje, ali je bolje, da gojimo race in jih sami pojedemo. Močno si namreč prizadevamo, da bi postali samostojni, da ne bi bili toliko odvisni od pomoči od zunaj (Avstralija). Marsikaj skušamo sami pridelati, izdelati in prodati.

Mednarodna izmenjava mladih »Show must go on!«

Preverjali so odzive mimoidočih

Projekt Socialne akademije *Show must go on!* je mednarodna izmenjava mladih, ki je bila od 18. do 25. julija v Želimljah. V izmenjavi so poleg slovenskih sodelovali tudi udeleženci iz Italije, Avstrije in Malte. Po besedah voditeljice projekta, Mojce Perat, so želeli soočiti sosednje, a vendar različne kulture in tako združili latinski tip, dunajsko šolo in maltežansko tradicijo, ki je mešanica arabskega, angleškega in italijanskega kulturnega izročila. Z izmenjavo so želeli spodbuditi mlade, da s pomočjo inovativnih gledaliških tehnik zavzamejo aktivno vlogo v svojem okolju, se bolj zanimajo za aktualne tematike, spoznavajo različne kulture in subkulture in ne nazadnje, da delajo kot skupina in ob tem čutijo pripadnost.

Vloge, pomeni in ples

Spoznavnim metodam je sledila obilica drugih ustvarjalnih tehnik; od časopisne tehnike, s katero so združevali članke, iskali pozitivno stran v tragičnih vestih, prepoznali manipulacijo in pomembnost načina



Na Tromostovju so igralci z vrvo lovili podvodnega moža.

prikazovanja, do metod Augusta Boala, ko so spoznavali pomen družbenih mask, vlog in okoliščin. Seznanili so se z metodami Paula Freira in ugotavljali, kakšno je besedišče posameznih interesnih skupin in koliko različnih pomenov ima lahko predmet, kot je denimo žoga, nož ali spenjač. Spoznali so pionirsko modernega izraznega plesa, Martho Graham, in uporabili prvine gibov izraznega plesa. Ob zavedanju, da je improvizacija lahko prepričljiva le, če poznamo in obvladamo svoje telo, so spoznali sedem ključnih tehnik improvizacije.

Kosila malo drugače

Sporazumevanje in sodelovanje 24-članske zasedbe so poleg delavnice nenehno spodbujale tudi družabne dejavnosti, med njimi spoznavni večer, na katerem so predstavili značilnosti in navade svoje dežele s pomočjo fotografij, posnetkov, glasbe in tradicionalne hrane. Kulinariko sodelujočih kultur so spoznavali tudi v času kosila, ko je vsak dan druga država pripravila svoje značilno kosilo. Turistična začimba programa so bili večerni potep na Sv. Barbaro nad Želimljami, ogled Ljubljane in odprava na Bled, kjer so odveslali do otoka. Četrtek večer je minil v znamenju kviza o Evropski uniji, osrednji dogodek pa je bil v petek v središču Ljubljane, kjer so na različnih prizoriščih predstavili izsledke delavnice in obliki krajših igranih prizorov. Z njimi so želeli opozoriti mimoidoče na dogajanje v njihovi bližini, preveriti odzive in jim popestriti večer v Ljubljani.

Niso še končali

Napredek vseh udeležencev je bil, kot pravi Mojca Perat, očiten. Nekateri so se že začeli sporazumevati z različnimi gibi in zelo prefinjenimi metodami. Vzoredno z učenjem gledaliških tehnik so pridobivali in utrjevali samozavest in odločnost. »Mladi v svojih



Mimoidoče na Prešernovem trgu je igralka šokirala s čustvenim izbruhom.

organizacijah uporabljamo različne gledališke metode. Te smo v minulem tednu združili, prevetrili in nadgradili, s pomočjo različnih improvizacij in tehnik pa smo jih ponotranjili in posvojili. Vsaka izkušnja je vredna več kot deset nasvetov,« je Mojca Perat povzela enotedensko izkušnjo. Nastaja tudi knjižica o projektu, dejavna je stran na Facebooku, pripravljene so kratki filmi in fotografije ustvarjalnega tedna, ki jih lahko najdete na Facebookovem profilu Mladega vala, udeleženci pa že načrtujejo naslednje srečanje. Ni čudno, *show must go on* ...

ANJA CIMBERMAN

S. MAJDA



Reklame in človekova vrednost

Anja, najprej bom poskušala razmišljati ob trditvi in vprašanju, ki se ti ob njej zastavlja: Če nisi popoln človek, kot ga predstavljajo reklame, potem nisi veliko vreden. Zakaj ne pokažejo nekoga, ki je brez noge in je vesel, nekoga, ki ne šteje kalorij, resnične ljudi, ki jih srečaš na cesti, v bolnišnici, v službi, v cerkvi idr.?

Reklama največkrat želi namenoma pogojevati držo in izbiro posameznikov, posebej v odnosu do uporabe dobrin in raznih ponudb. Njen namen je s trženjem spodbuditi večjo proizvodnjo in uporabo izdelkov. Če ta tržna logika popusti in torej dopusti, da je človek zadovoljen s samim seboj in s stvarmi, ki so mu dane same po sebi, bo ustvarila malo človekovih potreb in tudi malo porabe. Namen reklame je zato ravno nasproten: ustvariti veliko potreb, da bo poraba še večja. Torej je jasno, da mora postaviti za ideal človeka, ki bo močno presegal navadnega posameznika, in s to podobo ustvariti čim več potreb.

Vsak človek si želi popolnosti. Hrepeni po nečem, kar je ob stvarjenju imel. Bog mu je pokazal polnost življenja, ki zajema iz globokega odnosa z njim. Ker pa človek ni navajen, da bi

najprej iskal polnost v odnosu z Gospodom, jo išče v drugih dimenzijah.

V raznih zgodovinskih obdobjih se je človek vrtel od poviševanja razuma, potem materialnih stvari, potem telesa, dalje čustev, do poviševanja in iskanja duhovnih razsežnosti na najrazličnejše načine ...

Se bodo reklame kaj spremenile? Verjetno ne. Se bo človeštvo kaj spremenilo? Verjetno tudi ne veliko. Mogoče pa je, da se spremenijo posamezniki, ki želi razmišljati drugače.

Pred kratkim sem slišala pričevanje o tem, da vedno več ljudi išče kraje miru. Pred petimi leti se je samotna kočica v hribih brez elektrike in brez vode, kaj šele brez signala za mobilni telefon, zdela preveč pomanjkljiva za počitniške dni. Danes postaja vedno bolj iskana. Človek si želi doživeti nekaj tega, kar je pristno naravnega in njem. Navaden človek zato ne potrebuje reklame. Kdor živi pristno in zadovoljno, sam po sebi postane privlačen. Vabim te, da si poiščeš kraj in čas za duhovne vaje. Mislim, da boš tam lahko našla ljudi, ki jim reklame ne vzamejo vsega notranjega miru in si ga znajo poiskati drugje. Odkrila boš ljudi, ki verjamejo, da je ob Gospodu mogoče najti resničnost samega sebe, pravo vrednost osebe in občutiti zadovoljstvo odnosa z Bogom, ki me ima rad takšno, kakršna sem, me celo išče in zame daje življenje. Moja podoba je Gospodu všeč le toliko bolj, kolikor je resnična, pristna in se izpolnjuje v konkretnih dejanjih ljubezni. Ta dejanja ljubezni pa niso nemogoča, ampak so preprosta, živa, osvobajajoča. Občutek manjvrednosti, ki ga ustvarjajo zunanja vabila k neki popolnosti videza, v takšnem okolju izgubi svojo moč. Občutek vrednosti pa raste v pristni ljubezni in zastonskem darovanju. Ni potrebno, da porabljam čas za razglabljanje o spreminjanju reklam. Pristno življenje postane največja »reklama«. V tem poletnem času si privošči okolje, kjer jo boš našla.

S. MAJDA

Vprašanja za p. Branka ali s. Majdo nam lahko pošljete na poštni ali elektronski naslov mladi.val@druzina.si.

