

Курс "Християнська етика - 1"

Відеолекція 8: Релігія споживання

(Девід Феддес)

Клієнт - цар. Ключем майже до будь-якого успішного бізнесу є бажання з'ясувати, чого люди хочуть, а потім надати це їм. Вам потрібно задовольнити клієнта. Це настільки просто.

Те самі принципи, які дійсно важливі у бізнесі, схоже, застосовуються і в релігійному секторі. Клієнт - цар. Релігійні видавці не будуть друкувати книгу, якщо на неї немає попиту; релігійні компанії звукозапису не випустять альбом, якщо вони не впевнені, що люди куплять його; релігійний телеведучий не зможе збирати кошти в ефірі, якщо не говоритиме те, що хоче почути його аудиторія; і церква не буде розширюватися і процвітати, якщо люди не будуть ходити туди.

В сучасному світі навіть Біблію видано таким чином, щоб задовольнити покупця. Людям, які мають головний інтерес у спорті, можливо, не потрібна стара добра Біблія, яка містить тільки відверту істину Бога, але їх може зацікавити Новий Заповіт, де є профілі християнських спортсменів-героїв, які розповідають про свої улюблені біблійні відкриття. Ринок Біблій оцінюється в сотні мільйонів доларів щороку, і продажі йдуть найкраще тоді, коли пропонуються різні видання Біблії, які відповідають вимогам різних покупців. Як колись сказав президент Християнської асоціації книготорговців: "У суспільстві Баскін-Роббінс люди не хочуть шоколаду чи ванілі. Вони хочуть особливого смаку, що дійсно відповідає їхнім потребам".

Тепер я повинен визнати, що я не розглядав Слово Боже як бренд морозива. Але є ті, хто це робить, і вони продають Біблії у всіляких уявних та невимовних смаках. І всі задоволені. Ви отримуєте Біблію, яка вам до вподоби, а книготорговці отримують свої сотні мільйонів. Усі виграють!

Компанії намагаються задовольнити людей, які купують Біблії, а пастори прагнуть влаштувати тих, хто "купує" церкву. Сьогодні свідчить про те, що священник перед спробою заснувати нову громаду спочатку проведе опитування серед мешканців району, щоб дізнатися, що подобається людям, а що - ні. Багато пасторів та лідерів церков захоплені розвитком та просуванням церков. Під час одного з опитувань проповідників запитали, який автор найбільше вплинув на їх служіння. Людина, яку називали частіше за всіх інших, був популярним консультантом з розвитку церкви - не богословом чи дослідником Біблії, не прикладом молитовного життя або служіння духовного оновлення, а експертом в галузі управління церквою та маркетингу.

Задоволення клієнта займає важливе місце в релігійному порядку денному. Проповідники, церковні ради, а також продавці релігійних матеріалів дуже уважно вивчають бажання споживачів. Вони вивчають вас, намагаючись зрозуміти, що вас рухає, які є потреби, а потім запропонують вам щось привабливе, і спробують залучити вас до своєї церкви.

З одного боку, це взагалі непогано. Створення різних форматів та перекладів Біблії може залучити більше людей до читання та розуміння її змісту. Якщо все дійсно так, то це чудово, поки суть Божого Слова не спотворюється на користь людей. Деякі видавці та спікери створюють матеріали, вірні Божій істині та корисні для людей. Якщо ефективний маркетинг допомагає поширити Євангельське послання серед більшої кількості людей - це чудово! Багато проповідників бажають, щоб якомога більше людей пізнали Ісуса Христа та приєдналися до спільноти церкви. Вони не просто будують особисту імперію. Розуміючи цільову аудиторію та представляючи Євангелію якомога доступніше та привабливіше, вони приводять більше людей до Христа. Це чудово!

Сам апостол Павло, можливо, найвеличніший місіонер усіх часів, сказав: "Для слабих, як слабкий, щоб придбати слабих. Для всіх я був усе, щоб спасти бодай деяких" (1-Коринтян 9:22). Павло намагався пристосовувати себе та свої методи, щоб зустрічатися з людьми там, де вони знаходилися, і говорити з ними "на мові, зрозумілій їм". Це одна з причин, чому він був таким ефективним місіонером.

Хоча Павло був готовий змінити свої методи, але не хотів змінювати свою віру, щоб вона відповідала релігійним споживачам. Він відмовлявся перетворювати християнську істину на релігію для споживання. Розуміння потреб та вподобань людей - це добре. Але, коли головна мета полягає в збільшенні кількості задоволених клієнтів, то це серйозний сигнал, що ваша послуга занадто віддалилася від свого спрямування. Підхід релігії з точки зору споживача несе у собі серйозні ризики. Павло написав молодому пастору Тимофію: "Проповідуй Слово, допомагай вчасно-невчасно, докоряй, забороняй, переконуй з терпеливістю та з наукою. Настане бо час, коли здорової науки не будуть триматись, але за своїми пожадливостями виберуть собі вчителів, щоб вони їхні вуха влещували. Вони слух свій від правди відвернуть та до байок нахилияться" (2 Тимофію 4:2-4).

Задоволення клієнта

Завжди і всюди можна знайти сферу ринку релігії споживання. Існує ринок проповідників, які говорять те, що люди хочуть чути та церков, які надають людям те, що вони хочуть. Але релігія споживання - це ненадійна основа для вашого життя та життя церкви.

Канадський соціолог Редж Біббі описує, як Канада пронизана релігією споживання: "[Релігійні організації] пропонують релігію як набір споживчих товарів. Замість того, щоб сказати культурі: «Ось що таке релігія. Ось що таке справжня віра», вони значно більше нахилиються запитати у культури: «Яку релігію ви хочете бачити?». Релігія доступна канадцям у всіх формах і розмірах. Для споживачів з фрагментарним мисленням є безліч варіантів вибору". Це стосується не лише Канади. Це правда також для Сполучених Штатів Америки, і це правда для споживчої релігії в будь-якому місці і в будь-який час.

У релігії споживання немає нічого нового. Завжди були люди, які бажали, щоб боги відповідали їх уявленням. Завжди були лідери, готові дати їм те, чого вони прагнуть. Коли Мойсей піднявся на гору Сінай, щоб отримати від Бога Десять Заповідей, люди під горою втомилися чекати повернення Мойсея. «І побачив народ, що загаявся Мойсей зійти з гори. І зібрався народ проти Аарона, та й сказали до нього: Устань, зроби нам богів, що будуть ходити перед нами, бо той Мойсей, муж, що вивів був нас із єгипетського краю, ми не знаємо, що сталося йому" (Вихід 32:1). Аарон дав людям те, що вони прагнули. Він зробив золоте теля, яке всі могли бачити та захоплюватися ним. Вони влаштували дику вечірку, щоб святкувати цю подію. Всі весело проводили час. Але потім Мойсей повернувся з гори, і Бог покарав їх за ідолопоклонство.

Легко створити бога, який сподобається покупцеві. Людям приємно чути, що бог - це золоте теля, або що бог - це їх внутрішнє дитя, або що бог - це Мати-Земля, або щось інше, що відповідає їх смакам. Але незалежно від того, що вони роблять, на результат вони отримують лише марнотратний ідол. Це образа Бога і дія, що загрожує життю всіх, хто вклоняється ідолу.

Коли релігійна організація занадто занепокоєна тим, щоб задовольнити покупця, вона спотворює правду про те, хто такий Бог, а також спотворює правду про те, ким ми є. Пророк Ісаїя розповів людям про Святого і страшного Бога і показав їм, наскільки вони грішні у світлі Божої чистоти й святості. Це були не ті слова, які більшість людей хотіла почути. Вони хотіли позитивну релігію, з корисним, безпечним богом, який допомагав би їм почувати себе добре і з оптимізмом дивитися в майбутнє. Як написано в книзі пророка Ісаї: "Це бунтівний народ, діти неправдиві. Діти, які не бажають слухати закон Господній, які тим, хто передбачає, кажуть: 'перестаньте передбачати', і пророкам: 'не пророкуйте нам правди, говоріть нам лестощі, передбачайте приємне; відійдіть з дороги, відхиліться від шляху; відверніть від очей наших Святого Ізраїлева'".

Як тільки ви припините думати про святість Бога, як тільки відмовитеся від моральних стандартів Біблії на користь стандартів, які вам більше подобаються, як тільки опинитеся серед проповідників, головною метою яких є підвищення вашої самооцінки - ви зможете почувати себе добре, не будучи справжнім християнином.

Можливо, ви чули про дослідження, в якому порівнювалися студенти з різних економічно розвинених країн. У математиці та природничих науках американські студенти посіли останнє місце; студенти з Південної Кореї посіли перше місце. Проте, коли їх запитали, чи добре вони розбираються в математиці, то 68% американців (більше, ніж у будь-якій іншій країні) відповіли, що так, тоді як лише 23% південнокорейських студентів відповіли, що вони добре розуміють математику. Це був найнижчий показник серед усіх досліджених країн. Здається, відзначає Уільям Беннетт, американські школи "набагато краще навчають самооцінці, ніж математиці".

Так само як і в школах, у багатьох церквах підвищилася самооцінка. Проповідники, теле-, радіо- та інтернет-мовлення просувають самооцінку так, наче це є серцем християнства, тоді як насправді це просто остання тенденція в психології. Церкви допомагають людям почувати себе все краще і краще, навіть коли у людей стає все гірше і гірше. Соціолог Джордж Геллап узагальнив ситуацію таким чином: "Релігія йде вгору, а мораль іде вниз". Очевидно, що церкви навчають людей краще відчувати себе, ніж святості.

Споживча релігія прагне задовольнити людину. Замість того, щоб протиставити гріховність людини святості Бога, вона створює ідола за вашим смаком. Замість того, щоб проголошувати справедливі стандарти Божих заповідей, така релігія знижує стандарти, щоб ви могли відчуватися добре. І замість того, щоб попереджати вас, що вам слід каятися і відійти від шляху до пекла, вона робить вашу подорож до пекла максимально приємною та комфортною. У Біблії розповідається, як злий цар Ахав готувався до великої битви і вирішив дізнатися, які у нього шанси. У нього були пророки, які йому подобалися, і пророки, які йому не подобалися, тому він закликав тих, кого вважав своїми прихильниками. Ахав запросив чотирьох з них. Всі вони сказали: "Ідіть наперед. Господь дасть вам перемогу". Але союзник Ахава, цар Йосафат, запитав, чи є інша думка: "Чи немає тут пророка Господа? Можемо спитати справжнього пророка?" Ахав сказав: "І сказав Ізраїлів цар до Йосафата: Є ще один муж, щоб від нього вивідати Господа. Та я ненавиджу його, бо він не пророкує на мене добре, а тільки зле. Це Міхей, син Імлін. А Йосафат відказав: Нехай цар не говорить так!" (1-Царів 22:8).

Викликали Міхея, і, звісно ж, він сказав про абсолютно інший вихід битви. Він сказав Ахаву: "Господь призначив тобі лихо". Не дивно, що інші пророки більше подобались Ахаву! Єдине питання полягало в тому, що Міхей був правий. Коли Ахав пішов на бій, стріла проникла через слабе місце в його зброї. Він стік кров'ю та помер, а його військо розсіялось.

Ахав був прихильником лестоців. Він не витримував критики. Йому подобалося мислити позитивно. Він не бажав чути про суд. Тому Ахав проігнорував Міхея та пішов на смерть, а чотирьох позитивно налаштованих пророків підтримували його на кожному кроці. "Буває, дорога людині здається простою, та кінець її стежка до смерті" (Прип. 14:12).

Справжній Ісус

Будьте обережні зі споживчою релігією! Стережіться проповідників, які говорять вам лише те, що ви хочете чути! Слухайте того, хто промовляє правду з Біблії, незалежно від того, як люди реагують на неї. Слухайте того, хто проповідує Слово вчасно та невчасно, проповідує, коли Євангеліє до вподоби людям і коли не до вподоби. Слухайте того, хто так сильно любить Бога, що не може зображувати Його у неправдивому світлі, і так сильно вас любить, що буде вас відкривати й попереджати, коли ви відхилилися від правильного шляху.

Релігія споживання подібна до відвідування торгово-розважального центру. Віра і справжня християнська релігія подібні до відвідування лікаря. У торговому центрі споживацької релігії ви можете робити покупки в різних місцях, брати те, що вам подобається, і залишати те, що не приваблює вас. Проте, коли ви йдете до Великого Лікаря християнської віри, Ісуса Христа, ви вже не покупець, який здійснює покупки. Ви - хвора людина, яка відчайдушно потребує одужання, і вам слід прийняти те, що надає вам Великий Лікар, подобається вам це чи ні.

Ісус Христос ставить нам діагноз, який нам не хотілося б почути: ми грішники. Він дає нам прогноз, про який ми не хочемо думати: ми потрапимо в пекло, якщо не змінимося. Христос пропонує ліки, які ми не хотіли б приймати: Його розп'яте тіло і пролита кров. Ісус сказав натовпу людей, які цікавилися Ним: "І сказав Ісус Дванадцятьом: Чи не хочете й ви відійти? Відповів Йому Симон Петро: До кого ми підемо, Господи? Ти маєш слова життя вічного. Ми ж увірували та пізнали, що Ти Христос, Син Бога Живого" (Євангелія від Івана 6:67-69).

Сьогодні, в епоху насичену споживанням, Ісуса часто зображують так, щоб нікого не образити. Ви багато чуєте про те, що Ісус може зробити для вас. Незалежно від вашої проблеми, Ісус - це її рішення; якщо в вас є запитання, Ісус - це відповідь на будь-яке з них. В цьому є певна частка правди, але головна істина, яку вам треба знати, полягає в наступному: якщо ви не будете їсти тіло Ісуса Христа і пити Його кров, у вас не буде життя. Вам потрібно вірити в благовістя Христа, розп'ятого за ваше спасіння. Вам потрібно їсти хліб і пити вино, яким Дух Христа годує людей для вічного життя. Незалежно від того, що робить або говорить церква, проповідь Христа, розп'ятого, і священний обряд причастя Його Тілу і Крові становлять серцевину християнської віри.

Чи відштовхує вас це так само як це траплялось з людьми, з якими розмовляв Ісус? Якщо так, то ви можете шукати щось більш привабливе, але це буде лише підробка. Вам потрібний справжній Христос, а не споживчий Ісус. Вам не потрібен штучний Ісус, виготовлений та запакований, щоб задовольнити покупця; вам потрібен Спаситель, розп'ятий за грішників. У кого ще є слова вічного життя? Хто ще є Святим Божим Сином?

Остерігайтеся голосів, що говорять вам те, що ви хочете почути. Замість цього слухайте Боже Слово, яке говорить вам те, що вам потрібно почути. Якщо ви ще не є послідовником Ісуса Христа, не піддавайтеся лестошам. Покайтеся у своїх гріхах, довіритесь Христу і приєднайтесь до церкви, де Христос є Царем, а не покупцем.

Підводні камені, яких слід уникати

Підходьте до єдиного істинного Спасителя. Коли наблизитесь до Нього, будьте пильні щодо того, як ваша віра та життя можуть бути викривлені, коли церкви, релігійні проповідники, видавці та співаки занадто стараються задовольнити певний тип клієнтів. Навіть ті, хто вірить у Біблію та довіряє справжньому Спасителю, можуть так прагнути задовольнити уподобання людей, що почнуть проповідувати те, що насправді не відповідає ні Біблії, ні справжньому життю.

Сенсаційність - це те, чого слід уникати. Ми хочемо, щоб наша віра була захопливою, а не нудною. Ми полюбаємо сенсаційні історії. Нас зачаровують люди, які розповідають історії про гріх і жахи, які сталися з ними перед тим, як вони стали християнами. За цими гріхами настало захоплююче миттєве навернення і нове життя, у якому вони щасливі та святі впродовж 24 годин на добу. Наприклад, один оратор і автор декількох книг, який користувався особливою популярністю серед християн, стверджував, що очолював велику групу сатаністів до свого дивовижного навернення до Христа. Яка чудова історія! Проте, як виявилось, він ніколи не належав до групи прихильників сатани. Він просто брехав, щоб зробити свою історію більш цікавою. І коли цей чоловік казав неправду, то задовольняв сатану так само сильно, якби був прихильником сатанізму. Сенсація продається. Табловіди супермаркетів і телешоу є доказом цього.

Ще одна річ, на яку варто звернути увагу, - це надмірна реклама. Проповідники можуть так прагнути привести людей до Христа, що перебільшують істину. Вони обіцяють те, чого Сам Бог не обіцяв. Вони говорять, що всі ваші проблеми зникнуть, якщо ви просто довіритесь Ісусу: ваші залежності та схильності миттєво зникнуть, депресія пройде, ваші хвороби будуть миттєво зцілені, ваші фінансові труднощі зміняться успіхом та так далі. Коли ви чуєте такі звернення і вірите в них, а потім виявляєте, що деякі з ваших проблем залишилися, ви здивовані та думаєте, що ж пішло не так? Ви здивовані, чому Бог не виконав свої обіцянки. Проте проблема не в тому, що Бог не виконав свої обіцянки, а в тому, що проповідник сказав те, що Бог не обіцяв.

Іноді надмірна реклама пов'язана з фізичними або фінансовими вигодами, а іноді з духовними переживаннями. Після прослуховування деяких проповідників та авторів ви ніколи не здогадаєтеся, що християни можуть коли-небудь відчувати боротьбу у своїй душі або мати часи, коли вони відчують себе далекими від Бога. За звучанням деяких проповідей можна подумати, що кожен справжній християнин відчуває Божу теплоту і наближеність в кожен момент свого життя і завжди точно знає, що говорить Святий Дух. Проповідники дають практичні поради щодо "переможної життєвої позиції у Христі", яскраво розповідаючи про те, як вони відчують себе живими та яскравими, і розповідають вам, як ви можете насолодитися тими ж самими дивовижними почуттями, виконавши всього кілька простих кроків. А потім, коли у вас немає обіцяних почуттів, ви починаєте питати, що з вами не так.

Все це може звучати надзвичайно духовно, але це є хибним. Миттєве, святе і досконале спілкування з Богом може звучати привабливо, але так само нереально, як і книга з такою назвою, як "Тонкі стега за тридцять днів". Людей завжди приваблюватимуть швидкі та прості рішення. Але християнське учнівство - це подорож життям, яка має в собі як підйоми, так і падіння, труднощі та страждання, часи, коли здається, що Бог далеко від вас, а також часи, коли ми розуміємо - Він дуже близько до нас.

Замість надмірної реклами, ми повинні бути чесними один до одного. Біблія обіцяє рай на небі, а не на землі. Люди повинні знати, що Христос дійсно може дарувати нам непередбачувані моменти радості та вчиняти дивовижні зміни. Але вони також повинні знати, що християнський шлях іноді проходить через долини розчарування та духовної посухи. Це повідомлення може не так добре продається клієнтам, які прагнуть миттєвого щастя, але воно більш правдиве та приносить більше користі на довгострокову перспективу.

Ще одне спотворення споживчої релігії виникає через нішевий маркетинг, спрямований на проповідь Євангелії лише певній групі. Людям потрібна церква, в якій вони «відчують себе комфортно», і найбільш комфортно вони себе почувають з тими, хто подібний до них. Експерти з росту церкви стверджують, що церква найшвидше зростає, коли вона спрямована на певну расову групу або конкретний віковий сегмент, як, наприклад, бебі-бумери, або на певний соціальний клас, такий як професіонали, або люди, яким подобається певний стиль музики. Все побудовано так, щоб люди з цільової групи відчували себе комфортно.

Але не забуваймо: у церкві є набагато більше благословень, а не лише почуття комфорту. Дуже часто Бог закликає нас залишити нашу зону комфорту. Він закликає нас вийти з поклоніння нашому "Я" і увійти до Христа. Ми можемо почуватись найбільш комфортно з людьми, які точно такі самі, як і ми. Але істина Ісуса Христа та вшанування Його Святої Вечері об'єднують неподібних один до одного людей. Бог ламає бар'єри соціальних вподобань. Християнське єднання не залежить від соціальної подібності; воно залежить від Христа.

Церква - це не торгово-розважальний центр і не громадський клуб. Це Тіло Христа. Тому забудьте про релігію споживача і йдіть за Ісусом Христом. Христос - це справжній Цар, а не клієнт. Завжди пам'ятайте це.