

Курс “Христианская этика -1”

Видеолекция 8: Религия потребления

(Дэвид Феддес)

Клиент — это король. Ключом почти к любому успешному бизнесу является стремление выяснить, чего хотят люди, а затем дать им это. Вы должны угодить клиенту. Это так просто.

То, что верно во всём бизнесе, похоже, что верно и в религиозном бизнесе. Клиент — король. Религиозные издатели не будут печатать книгу, если на неё нет спроса; религиозные звукозаписывающие компании не будут выпускать альбом, если они не уверены, что люди будут его покупать; религиозный телеведущий не может собирать средства в эфире, если он не говорит того, что хочет услышать его аудитория; и церковь не будет расширяться и процветать, если люди не хотят её видеть.

В наши дни даже Библию издают таким образом, чтобы угодить покупателю. Людям, главным интересом которых является спорт, может быть не нужна старая добрая Библия, не содержащая ничего, кроме откровенной истины Бога, но их может заинтересовать Новый Завет, в котором есть профили христианских героев-спортсменов, рассказывающих о своих любимых библейских отрывках. Рынок Библий оценивается в сотни миллионов долларов в год, и продажи идут лучше всего тогда, когда предлагаются разные издания Библии, подходящие разным покупателям. Как однажды сказал президент Христианской ассоциации книготорговцев: «В обществе Баскин-Роббинс люди не хотят шоколада или ванили. Они хотят особого вкуса, который действительно соответствует их потребностям».

Теперь я должен признать, что я не думал о Слове Божьем как о бренде мороженого. Но есть и те, кто это делает, и они продают Библии во всех мыслимых и немыслимых вкусах. И все счастливы. Вы получаете Библию в своём любимом вкусе, а книготорговцы получают свои сотни миллионов. Все выигрывают!

Компании стараются угодить людям, покупающим Библии, а пасторы стараются угодить людям, «покупающим» церковь. В наши дни, прежде чем священник попытается основать новую общину, он сначала проведёт опрос среди жителей района, чтобы узнать, что людям нравится, а что нет. Многие пасторы и церковные лидеры увлечены тем, как развивать и продвигать церковь. В ходе одного опроса проповедников спросили, какой автор больше всего повлиял на их служение. Человек, которого называли чаще, чем кого-либо другого, был популярным консультантом по развитию церкви — не теологом или исследователем Библии, не образцом молитвенной жизни или служения духовного возрождения, а экспертом в области управления церковью и маркетинга.

Удовлетворение клиента занимает важное место в религиозной повестке дня. Проповедники и церковные советы, а также продавцы религиозных материалов очень внимательно изучают желания потребителей. Они изучают вас, пытаются узнать, что вами движет, какие потребности вы имеете а затем предложат вам что-то, что вы найдёте привлекательным, и попытаются привлечь вас в свою церковь.

С одной стороны, это не так уж и плохо. Создание различных форматов и переводов Библии может привлечь больше людей к чтению и пониманию её вестей. Если так, то это прекрасно, до тех пор, пока смысл Божьего Слова не искажается в угоду людям. Некоторые издатели и вещатели выпускают материалы, верные истине Божьей и полезные для людей, и если хороший маркетинг доносит евангельскую весть до большего числа людей, прекрасно! Многие проповедники хотят, чтобы больше людей познали Иисуса Христа и присоединились к общению в церкви. Они не просто хотят построить личную империю. Если, понимая людей, которых они хотят достичь, и представляя Евангелие как можно более доступно и привлекательно, они приводят ко Христу больше людей, прекрасно!

Сам апостол Павел, возможно, величайший миссионер всех времён, сказал: «Для всех я сделался всем, чтобы спасти по крайней мере некоторых» (1 Коринфянам 9:22). Павел пытался приспособить себя и свои методы, чтобы встречаться с людьми там, где они находились и говорить с ними «на понятном им языке». Это одна из причин, по которой он был таким эффективным миссионером.

Хотя Павел и был готов изменить свои методы, но он не стал бы менять свою весть, чтобы она подходила религиозным потребителям. Он отказывался превратить христианскую истину в потребительскую религию. Хорошо знать потребности и предпочтения людей, но, когда главная цель состоит в том, чтобы увеличить число довольных клиентов, тогда это серьёзный звонок, возвещающий вам, что ваше служение пошло не в том направлении. Потребительский подход к религии таит в себе серьёзные опасности. Павел написал Тимофею, молодому пастору: «Проповедуй слово, настой во время и не во время, обличай, запрещай, увещевай со всяким долготерпением и назиданием. Ибо будет время, когда здравого учения принимать не будут, но по своим прихотям будут избирать себе учителей, которые льстили бы слуху; и от истины отвратят слух и обратятся к басням» (2 Тимофею 4:2-4).

Удовлетворение клиента

Всегда и везде можно найти место рынку религии потребительства. Есть рынок проповедников, которые говорят то, что люди хотят слышать, и церквей, дающих людям то, что они хотят. Но потребительская религия — это зыбкое основание для вашей жизни и жизни церкви.

Канадский социолог Рег Бибби описывает, как Канада наполнена религией потребления: «[Религиозные организации] предлагают религию как ряд потребительских товаров. Вместо того, чтобы сказать культуре: «Вот что такое религия. Вот что такое настоящая вера», они гораздо более склонны спросить у культуры: «Какой вы хотите видеть религию?». Религия доступна канадцам во всех формах и размерах, и у потребителей с фрагментарным мышлением есть множество вариантов выбора».

Это касается не только Канады. Это верно и для Соединённых Штатов Америки, и это верно для потребительской религии в любом месте и во все времена.

В религии потребления нет ничего нового. Всегда были люди, которые хотели, чтобы боги соответствовали их фантазиям, и всегда были лидеры, готовые дать им то, что они хотят. Когда Моисей поднялся на гору Синай, чтобы получить от Бога Десять Заповедей, люди у подножия горы устали ждать возвращения Моисея. Они собрались вокруг Аарона и сказали: «Пойдём, сделай нам богов, которые пойдут впереди нас» (Исход 32:1). Аарон дал людям то, что они хотели. Он сделал золотого тельца, которого все могли видеть и восхищаться им. Они устроили дикую вечеринку, чтобы отпраздновать это событие, и всем было очень весело. Но затем Моисей вернулся с горы, и Бог наказал их за идолопоклонство.

Легко изготовить бога, который понравится покупателю. Людям нравится слышать, что Бог — это золотой телец, или что Бог — это их внутреннее дитя, или что Бог — это Мать-Земля, или что-то ещё, что им по душе. Но что бы они не делали, в результате у них получается лишь бесполезный идол. Это оскорбление Бога и действие, смертельно опасное для всех, кто поклоняется идолу.

Когда религиозная организация слишком озабочена тем, чтобы угодить покупателю, она искажает истину о том, кто такой Бог, а также искажает истину о том, кем мы являемся. Пророк Исайя рассказал людям о Святом и грозном Боге и показал им, насколько они грешны в свете Божьей чистоты и святости. Это были не те слова, какие большинство людей хотели услышать. Они хотели позитивную религию, с полезным, безобидным богом, который помогал бы им чувствовать себя хорошо и с оптимизмом смотреть в будущее. Как написано в книге пророка Исайи: «Это народ мятежный, дети лживые, дети, которые не хотят слушать закона Господня, которые провидящим говорят: «перестаньте провидеть», и пророкам: «не пророчествуйте нам правды, говорите нам

лестное, предсказывайте приятное; сойдите с дороги, уклонитесь от пути; устраните от глаз наших Святого Израилева».

Как только вы перестанете думать о Божьей святости, как только вы откажетесь от моральных стандартов Библии в пользу стандартов, которые вам больше нравятся, как только вы окажетесь в окружении проповедников, главной целью которых является повышение вашей самооценки, вы сможете чувствовать себя хорошо, не будучи настоящим христианином.

Возможно, вы слышали об исследовании, в котором сравнивались студенты из разных экономически развитых стран. По математике и естественным наукам американские студенты заняли последнее место; студенты из Южной Кореи заняли первое место. Однако, когда их спросили, хорошо ли они разбираются в математике, 68 % американцев (больше, чем в любой другой стране) ответили, что да, в то время как только 23 % южнокорейских студентов ответили, что они хорошо знают математику и это был наименьший результат из всех исследуемых стран. По-видимому, говорит Уильям Беннетт, американские школы «гораздо лучше обучают самооценке, чем математике».

Как и в школах, во многих церквях поднялась самооценка. Проповедники, теле-, радио- и интернет-вещатели продвигают самооценку так, как будто это сердце христианства, тогда как на самом деле это просто недавняя тенденция в поп-психологии. Церкви помогают людям чувствовать себя всё лучше и лучше, даже когда людям становится всё хуже и хуже. Социолог Джордж Гэллап резюмировал ситуацию следующим образом: «Религия идёт вверх, а мораль вниз». Очевидно, что и церкви лучше обучают самооценке, чем святости.

Потребительская религия стремится угодить человеку. Вместо того, чтобы противопоставлять вас святому Богу, она изготавливает идола по вашему вкусу. Вместо того, чтобы провозглашать праведные стандарты Божьих заповедей, она снижает стандарты, чтобы вы могли чувствовать себя хорошо. И вместо того, чтобы предупредить вас о том, что вы должны покаяться и сойти с дороги в ад, она делает ваше путешествие по дороге в ад максимально приятным и комфортным. В Библии рассказывается, как злой царь Ахав готовился к великой битве и отправился узнать, каковы его шансы. У Ахава были пророки, которые ему нравились, и пророки, которые ему не нравились, поэтому он призвал тех, кто ему нравился. Он пригласил четыреста из них. Все они сказали: «Идите вперёд. Господь даст вам победу». Но союзник Ахава, царь Иосафат, спросил есть ли другое мнение: «Разве здесь нет пророка Господа? Мы можем спросить настоящего пророка?» Ахав сказал: «Есть ещё один человек, через которого мы можем спросить Господа, но я ненавижу его, потому что он никогда не пророчествует обо мне ничего хорошего, но всегда худо. Это - Михей» (3 Царств 22:8).

Позвали Михея, и, конечно же, он сказал о совершенно другом исходе сражения. Он сказал Ахаву: «Господь определил тебе бедствие». Неудивительно, что другие пророки больше нравились Ахаву! Единственная проблема заключалась в том, что Михей был прав. Когда Ахав пошёл в бой, стрела пронзила слабое место в его доспехах. Он истёк кровью, умер и его войско рассеялось.

Ахав любил лесть. Он не любил критику. Ему нравилось думать позитивно. Он не хотел слышать о суде. Поэтому Ахав проигнорировал Михея и пошёл на смерть, а четыреста позитивно мыслящих пророка поддерживали его на каждом шагу. «Есть пути, которые кажутся человеку прямыми, — говорит Библия, — но в конце концов они приведут к смерти» (Притчи 14:12).

Подлинный Иисус

Остерегайтесь потребительской религии! Остерегайтесь проповедников, которые говорят вам только то, что вы хотите услышать! Слушайте того, кто говорит истину из Библии, независимо от того, как люди реагируют на неё. Слушайте того, кто проповедует Слово как в подходящее время, так и в то время, которое не кажется подходящим, проповедует, когда евангелие нравится людям и когда оно не нравится. Слушайте того, кто любит Бога настолько сильно, что не сможет представлять Его в ложном свете, и любит вас достаточно сильно, чтобы обличать вас и предупреждать, когда вы оказались на неверном пути.

Религия потребления подобна походу в торгово-развлекательный центр. Вера и настоящая христианская религия подобны походу к врачу. В торговом центре потребительской религии вы можете делать покупки в разных местах, беря то, что вам нравится и оставляя то, что не привлекает вас. Но, когда вы идёте к Великому Врачу христианской веры, Иисусу Христу, вы больше не покупатель, делающий покупки. Вы - больной человек, отчаянно нуждающийся в исцелении, и вы должны принять то, что даёт вам Великий Врач, нравится вам это или нет.

Иисус Христос ставит нам диагноз, который мы предпочли бы не слышать: мы грешники. Он даёт нам прогноз, о котором мы предпочитаем не думать: мы попадём в ад, если не изменимся. Христос предлагает лекарство, которое мы не хотели бы принимать: Его распятое тело и пролитая кровь. Иисус сказал толпам людей, которые интересовались им: «Истинно говорю вам, если не будете есть Плоти Сына Человеческого и пить Его крови, не будете иметь в себе жизни». Это оскорбило многих людей. Многие из тех, кто некоторое время следовал за Иисусом, отвернулись от Него. В этот момент Христос сказал своему ближайшему окружению, двенадцати ученикам: «Не хотите ли и вы уйти?»

Симон Пётр ответил Ему: «Господи, к кому нам идти? Ты имеешь слова вечной жизни. И мы уверовали и познали, что Ты – Христос, Сын Бога живого» (Евангелие от Иоанна 6:67-69).

Сегодня, в эпоху, насыщенную потребительством, Иисуса часто представляют так, что это никого не оскорбляет. Вы много слышите о том, что Иисус может сделать для вас. Какой бы ни была ваша проблема, Иисус — её решение; каким бы ни был ваш вопрос, Иисус есть ответ. В этом есть определенная доля правды, но главная истина, которую вам нужно знать, заключается в следующем: если вы не будете есть тело Иисуса Христа и пить Его кровь, в вас не будет жизни. Вам нужно поверить благовествованию Христа, распятого для вашего спасения. Вам нужно есть хлеб и пить вино, которым Дух Христов питает людей для вечной жизни. Что бы ни делала или ни говорила церковь, проповедь Христа распятого и святое таинство причастия к Его телу и крови составляют сердцевину христианской веры.

Отталкивает ли это вас так же, как отталкивало людей, с которыми разговаривал Иисус? Если это так, вы можете поискать что-то более привлекательное, но это будет лишь подделка. Вам нужен настоящий Христос, а не потребительский Иисус. Вам не нужен искусственный Иисус, изготовленный и упакованный, чтобы угодить покупателю; вам нужен Спаситель, распятый за грешников. У кого ещё есть слова вечной жизни? Кто ещё является Святым Божьим?

Так что остерегайтесь голосов, говорящих вам то, что вы хотите услышать. Вместо этого слушайте Божье Слово, говорящее вам то, что вам нужно услышать. Если вы ещё не последователь Иисуса Христа, не поддавайтесь лести. Покайтесь в своих грехах, доверьтесь Христу и присоединитесь к церкви, где царём является Христос, а не покупатель.

Подводные камни, которых следует избегать

Придите к единственному истинному Спасителю, и, придя к Нему, будьте бдительны к тому, как ваша вера и жизнь могут быть искажены, когда церкви, религиозные вещатели, издатели и певцы слишком стараются угодить определенному типу клиентов. Даже те, кто верят Библии и доверяют истинному Спасителю, могут так стремиться угодить предпочтениям людей, что начнут проповедовать то, что на самом деле не соответствуют ни Библии, ни настоящей жизни.

Чего следует опасаться, так это сенсационности. Мы хотим, чтобы наша вера была захватывающей, а не скучной. Мы любим сенсационные истории. Мы очарованы людьми, которые рассказывают истории о грехе и ужасах, произошедшими с ними до того, как они стали христианами. За этими грехами последовало захватывающее мгновенное обращение и новая жизнь, в которой они счастливы и святы все 24 часа в сутки. Например, один оратор и автор нескольких книг, пользовавшийся особой популярностью среди христиан, утверждал, что руководил большой группой сатанистов до своего чудесного обращения ко Христу. Какая замечательная история! Но, как оказалось, он вообще никогда не принадлежал к группе поклонников сатаны. Он просто лгал, чтобы

сделать свою историю более захватывающей. А когда он лгал, он угождал сатане так же сильно, как если бы он был сатанинским поклонником. Сенсация продаётся. Таблоиды супермаркетов и телешоу тому доказательство.

Ещё одна вещь, на которую следует обратить внимание, — это чрезмерная реклама. Проповедники могут так стремиться привести людей ко Христу, что преувеличивают истину. Они обещают то, чего не обещает сам Бог. Они говорят, что все ваши проблемы исчезнут, как только вы доверитесь Иисусу: ваши зависимости и пристрастия немедленно исчезнут, депрессия пройдёт, ваши болезни будут мгновенно исцелены, ваши финансовые проблемы сменятся успехом и так далее. Когда вы слышите такие заверения и верите в них, а затем обнаруживаете, что некоторые из ваших проблем остались, вы удивляетесь, и думаете, что-же пошло не так? Вы удивляетесь, почему Бог не сдержал своих обещаний. Но проблема не в том, что Бог не сдержал своих обещаний, а в том, что проповедник сказал то, чего Бог не обещал.

Иногда чрезмерная реклама связана с физическими или финансовыми выгодами, а иногда с духовными переживаниями. Послушав некоторых проповедников и авторов, вы никогда не догадаетесь, что христиане когда-либо могут испытывать борение в своей душе или у них бывают времена, когда они чувствуют себя далёкими от Бога. Судя по тому, как звучат некоторые проповеди, можно подумать, что каждый истинный христианин ощущает Божью теплоту и близость в каждое мгновение своей жизни и всегда точно знает, что говорит Святой Дух. Проповедники дают практические советы о «победоносной жизни во Христе», блестяще рассказывая о том, какими живыми и яркими они себя ощущают, и рассказывают вам, как вы можете насладиться теми же чудесными чувствами, выполнив всего несколько простых шагов. А потом, когда у вас нет обещанных чувств, вы задаётесь вопросом, что с вами не так.

Все это звучит сверхдуховно, но это фальшиво. Мгновенное, святое и совершенное общение с Богом звучит привлекательно, но также не реально, как и книги с такими названиями, как «Тонкие бедра за тридцать дней». Людей всегда будут привлекать быстрые и простые решения. Но христианское ученичество — это путешествие длиною в жизнь, которое включает в себя как взлёты, так и падения, трудности и страдания, времена, когда Бог кажется далёким, а также времена, когда хорошо пониманием — Он очень близок к нам.

Вместо чрезмерной рекламы нам нужно быть честными друг с другом. Библия обещает рай на небе, а не рай на земле. Людям нужно знать, что Христос действительно может даровать времена невыразимой радости и творить удивительные перемены, но они также должны знать, что христианский путь иногда ведёт через долины разочарования и духовной сухости. Эта весть может не так хорошо продаваться клиентам, которые хотят мгновенного счастья, но она более правдива и в долгосрочной перспективе принесёт больше пользы.

Ещё одно искажение потребительской религии происходит из-за нишевого маркетинга, нацеливающего евангелие на одну конкретную группу. Людям нужна церковь, в которой они «чувствуют себя комфортно», а наиболее комфортно они чувствуют себя с такими же, как они. Эксперты по росту церкви говорят, что церковь растёт быстрее всего, когда она нацелена на одну расовую группу или определенную возрастную группу, такую как бэби-бумеры, или на определенный социальный класс, такой как профессионалы, или люди, которым нравится определенный стиль музыки. Всё построено так, чтобы люди из целевой группы чувствовали себя комфортно.

Но давайте не забывать: в церкви есть намного больше благословений, чем просто чувствовать себя комфортно. Часто Бог призывает нас покинуть нашу зону комфорта. Он призывает нас выйти из поклонения своему Я и войти во Христа. Мы можем чувствовать себя наиболее комфортно с людьми, которые точно такие же, как мы. Но истина Иисуса Христа и празднование Его Святой Вечери объединяют непохожих друг на друга людей. Бог разрушает барьеры социальных предпочтений. Христианское единство не зависит от социального сходства; это зависит от Христа.

Церковь — это не торгово-развлекательный центр и не общественный клуб. Это тело Христа. Так что забудьте о потребительской религии и последуйте за Иисусом Христом. Христос — вот, Кто есть истинный царь, а клиент им не является. Всегда помните это.