

najväčším problémom, čo si počať so svojim životom aby mal konečne nejaký cieľ (*purpose*). FRANKL upozornil, že "keď utíchne *boj o prežitie*, vtedy prichádza otázka: *Prežitie kvôli čomu?*" Boj o fyzické prežitie v USA v porovnaní s ostatným svetom možno utíchol, ale zďaleka to neplatí o iných častiach sveta...

Požiadavka vytvoriť kultúrne prostredie, ktoré je ústretové pre nového návštevníka zboru, je viac ako dôležitá. Nesmie to však byť za cenu teologického vyprázdnenia zvesti a straty kresťanskej slobody.

## 8. TOTALITA ALEBO KRÁĽOVSTVO BOŽIE?

Daj pozor, aby WARRENOVE pravidlá a cirkevné vodcovia nenahradili osobné vedenie Duchom Svätým pri výchove nových kresťanov. *Purpose driven* cirkevný zbor vyžaduje zviazanosť každého člena piatimi arbitrárne zvolenými poslaniami. Podobne totalitné účinky má požiadavka, aby každý člen *purpose driven* zboru podpísal záväzok, že bude chrániť jednotu spoločenstva svojho cirkevného zboru. Keď sa jednota stáva nedotknuteľnou, býva potlačená pravda.

Študuj pôsobenie Svätého Ducha v dejinách evanjelických prebudení, a zistíš, že Kráľovstvo Božie sa nedá vtiesnať do uplatňovania nejakého konkrétneho počtu zásad. Nevzdaj sa túžby po skutočnom duchovnom prebudení kvôli úspešnému marketingu evanjelia pomocou totálne zmanažovaného cirkevného zboru.

## 9. ÚSPECH

Porovnaj typ príťažlivosti u Ježiša a novozmluvnej cirkvi s príťažlivosťou *purpose driven* cirkvi. Ježiš naozaj priťahoval davy, ale len kým ľudí uzdravoval a dával im jesť. Keď však začal vyučovať o podmienkach nasledovania a o rozchode s hriechom, jeho popularita klesla na nulu. Všetky tzv. *seeker-sensitive* cirkevné zbory zdôrazňujú atraktivitu cirkvi a numerický úspech na úkor chápania kresťanstva ako "vône smrti" (2Kor 2:16).

WARREN tvrdí, že kritika na jeho adresu je prejavom žiarlivosti na jeho úspech. Ak za evanjelizačný úspech považujeme schopnosť pritiahnúť davy, potom je WARREN veľmi úspešný. Netreba však dlho vysvetľovať, že úspech pri nasledovaní Krista má aj iný rozmer, ako je kvantita získaných členov, čo nakoniec zdôrazňuje aj sám WARREN.

## 10. JASNÝ CIEĽ

Pamätaj, že každý jasný cieľ môže nadchnúť a veľký cieľ nadchýna veľmi. Nie je však hneď isté, či je to nadšenie z Ducha Svätého,<sup>1</sup> alebo z populistického teológie, ktorá priťahuje dav a plní prázdne lavice cirkvi. Boží jasný cieľ bol pred človeka postavený v Dekalógu, ale list Rimanom konštatuje, že tento cieľ je bez Ducha Svätého jednoducho nenaplniteľný. Ak budeš hnaný jasným cieľom (*purpose driven*) bez poznania, kde na to vziať silu, môžeš skončiť výkrikom *ταλαίπωρος ἐγὼ ἄνθρωπος* (Rim 7:24).

Ešte jedna poznámka: hoci každému, kto verí Biblii, "je jasné", že človek bol stvorený na uctievanie Stvoriteľa, neznamená to, že kresťanovi je vždy "jasné", aký cieľ má Boh konkrétne v jeho živote. Život s jasným cieľom často ide po veľmi nejasne osvetlených chodníkoch.

"Priekopníci sa nikdy nevyhli útokom" sťažuje sa WARREN. Treba však dodať, že ani populističtí nikdy nemali núdzu o nasledovníkov. Takže študuj a rozmyšľaj.

Pavel Hanes

## 10 rád k štúdiu kníh Ricka Warrena

Popularita Ricka WARRENA a jeho evanjelizačných metód je fenomenálna. Jeho knihy obsahujú mnoho cenných rád a skúseností, ktoré môžu byť pre prácu cirkvi užitočné. Sú však tiež nekriticky pretkané zásadami prevzatými z biznisu, marketingu a ego-psychológie, ktoré spochybňujú biblickú oprávnenosť WARRENOM odporúčaných metód. Nasledovné upozornenia sú určené pre študentov teológie ako pomôcka pri kritickej teologickej analýze *Purpose Driven*<sup>2</sup> metód Ricka WARRENA v živote jednotlivca a cirkvi.

### 1. BIBLIA

Čítaj Bibliu ako celok, nielen ako súbor selektovaných citátov, ktoré nájdeš vo WARRENOVÝCH knihách. Daj si tú námahu a citát uvedený vo WARRENOVEJ knihe si vždy vyhľadaj priamo v Biblii a prečítaj v jeho súvislosti. Ak jeho použitie "nesedí" s biblickým kontextom, ide pravdepodobne o zneužitie biblického textu. (Preklady Biblie, ktoré WARREN často používa, text neprekladajú, ale vykladajú tak, aby vyhovoval plauzibilitu súčasného človeka.)

Dokazovanie "veršíkmi" je vždy veľmi náročný postup, ktorý musí byť verný exegéze biblického textu v jeho kontexte. Augustinovská zásada *analogia fidei* a reformačná zásada *vykladať Písmo Písmom* musí byť bezpodmienečne dodržaná, ak nemá vzniknúť na základe šikovne povyberaných a poskladaných veršikov nejaká iná, ako kresťanská teológia.

Preto rozmyšľaj samostatne a skúmaj nielen pri štúdiu WARRENOVÝCH kníh, ale aj každej inej literatúry, či je to podľa Biblie "naozaj tak".

### 2. TEOLÓGIA

Nezabúdaj na systematickú teológiu. WARREN vynecháva podstatné články kresťanskej dogmatiky, ktoré sa nehodia k jeho obrazu Boha ako akéhosi

<sup>1</sup> Stojí za povšimnutie, ako málo WARRENOVE knihy hovoria o skúsenosti kresťanov so Svätým Duchom.

<sup>2</sup> zámerom/cieľom riadených/ poháňaných

"nebeského Smajlíka". Takýto Boh je na prvý pohľad prítážlivý, otázkou ostáva, či je skutočný. (Napri. tvrdí, že Boh sa pri narodení každého človeka usmieva je len ťažko možné zmieriť s Ježišovým výrokom o Judášovi, o ktorom povedal, že by mu bolo lepšie, keby sa nebol narodil. Mk 14:21). Vyhýbať sa ťažkým otázkam je príjemné, ale nebýva to cesta k dobrej teológii.

Prirodzene, noví návštevníci cirkvi nie sú pripravení na náročné teologické vysvetľovanie, nemali by sme sa však tváriť, akoby ťažké otázky neexistovali. Aj moderný človek potrebuje to, čo sa tradične nazýva *pokora* a je len málo vecí, ktoré tak pokorujú intelekt, ako Božia transcendencia. O tomto sa však u WARRENA nedozvieš takmer nič.

### 3. ANTROPOCENTRIZMUS

Oboznám sa so základnými tézami filozofického humanizmu,<sup>3</sup> ktorý má človeka a jeho pozemské blaho v centre pozornosti. WARREN sa prirodzene nehlási k humanistickému ateizmu, naturalizmu, či sekularizmu, ale humanistický antropocentrizmus patrí k základným metódam jeho práce. Knihu *The Purpose Driven Life* začína oslobodzujúcim "It's not about you",<sup>4</sup> ale celá kniha je postavená na ego-teológii *Boh pre mňa*. Všimni si, že motiváciou a argumentáciou pre uctievanie Boha aj službu iným je tu vždy uspokojovanie *mojich* potrieb.

Jednou z kritických otázok na každé zvestovanie evanjelia je, či je v centre Kristus a jeho ukrižovanie (1Kor 2:1-2). Kristovo dielo je tu *pre* človeka, ale nie *podľa* vôle človeka, ale podľa vôle Boha (Gal 1:4). Predstaviť evanjelium ako naplnenie túžob človeka prostredníctvom objavu pravého *ja* je antropocentrické zneužitie evanjelia na budovanie ega.

### 4. EKLESIOCENTRIZMUS

Kriticky sa zamysli nad tým, prečo je v centre WARRENOVEJ pozornosti cirkevný zbor, kvalita spoločenstva, stále sa zvyšujúce nároky na cirkevných pracovníkov a inovácia evanjelizačných metód. Ježiš Kristus je tu len akýmsi dokonalým príkladom použitia techník *church growth*, a nie živým Pánom cirkvi, ktorá si môže "on-line" zisťovať jeho vôľu. Organizácia zborového života podľa zásad *purpose driven* povedie ľudí skôr k hrdosti na firemnú značku ako k načúvaniu hlasu Ducha Svätého.

Vysoké postavenie cirkvi v Božom pláne je úžasným prejavom Božej milosti. Kristus vydal za cirkev sám seba. Z toho však nevyplýva, že *cirkev* sama seba postaví do centra pozornosti v akomsi eklesiálnom narcizme. V centre pozornosti cirkvi musí byť vždy Kristus, jeho dielo a jeho pôsobenie vo veriacich.

### 5. PSYCHOLÓGIA

Preštuduj si aspoň podstatné ciele a metódy sekulárnej self-help psychológie, aby si ich dokázal odlíšiť od biblických myšlienok vo WARRENOVÝCH metódach a argumentoch. Napriek tomu, že WARREN výslovne popiera, že by využíval zásady súčasnej populárnej psychológie, jeho knihy sú nimi dosť nasiaknuté. Ak si prečítaš len niečo málo o význame poznania zmyslu života v logoterapii,<sup>5</sup> zistíš, že reči o *purpose* ľudského života majú obrovskú motivačnú silu aj bez ich kresťanského obsahu.<sup>6</sup> Teológ sa musí preto pýtať, nakoľko je posolstvo o *purpose* motiváciou k pokániu a znovuzrodeniu, a nielen k výmene starých zvykov za nové v novom, veľmi príjemnom a ústretovom prostredí, ktoré na mňa nekladie žiadne naozaj ťažké požiadavky.

<sup>5</sup> Veľký význam poznania zmyslu života v psychoterapii objavil Viktor E. FRANKL (1905-1997).

<sup>6</sup> FRANKL povedal, že "človek môže nájsť zmysel nezávisle na tom, či je religiózny, alebo nie..."

Poznanie psychológie je pre pracovníka cirkvi dôležité (obzvlášť v pastorálnej starostlivosti) a teológ ju nesmie ignorovať. Problém vzniká tam, kde psychologické postupy majú nahradiť pôsobenie Ducha Svätého.

### 6. EVANJELIZÁCIA MARKETINGOM

Budeš potrebovať vedieť niečo o motivačných technikách Petra DRUCKERA (1909-2005),<sup>7</sup> u ktorého WARREN, podľa jeho vlastných slov, dvadsať rokov pravidelne konzultoval. Niet sa čo diviť, že jeden z odborníkov na zásady podnikania o WARRENOVEJ knihe vyhlásil: "Toto je jedna z najveľkolepejších podnikateľských kníh, aké som kedy čítal. Ak si nahradíte slovo "cirkev" slovom "business", je to návod, ktorý môžete použiť pre sekulárnych podnikateľov."<sup>8</sup>

Metódy, ktoré prispôsobujú cirkevný zbor úzko definovanej cieľovej skupine, na ktorú sa chce zbor pri evanjelizácii zamerať, sú v rozpore s Ježišovými podobenstvami o rozsievачovi alebo o rybárskej sieti. Prispôbovať sa potrebám evanjelizácie (1Kor 9:20nn) neznamená, že ľudí mimo cirkvi urobíme najvyššou normou pre život v cirkvi.

Teória manažmentu a marketingu obsahuje mnoho poznatkov, ktoré je v cirkvi dobre možné uplatniť. Určite však nie tak, že sa *vyrobí taká zvesť, ktorá je zakorenená v citoch našich zákazníkov*.<sup>9</sup> Evanjelium túžbu po spravodlivosti najprv vyvolá a až potom ju naplní, pretože nemôže stavať na ľudských prirodzených túžbach, ako by to chcel DRUCKER.

### 7. KALIFORNSKÁ KULTÚRA

Nepostav bez ďalšieho rozmyšľania kvalitu cirkevného prostredia, či jeho technickej výbavy, do stredu pozornosti, akoby to bola najvyššia požiadavka úspešnej evanjelizácie. Ak nežiješ v Kalifornii a nie si "Sam zo Saddlebacku", pravdepodobne nebude tvojím

<sup>7</sup> Nájdeš na internete aj na slovenských stránkach o manažmente..

<sup>8</sup> [http://aarontay90.blogspot.com/2007\\_01\\_01\\_archive.html](http://aarontay90.blogspot.com/2007_01_01_archive.html)

<sup>9</sup> Marketingová rada Petra DRUCKERA: "Create a brand that is rooted in the feelings of ones customers".

<sup>3</sup> napr.: [http://www.humanists.org/hum\\_lamont.htm](http://www.humanists.org/hum_lamont.htm)

<sup>4</sup> "Nie je to o tebe" alebo volnejšie "Nejde tu o teba".