

„Отче, не се безпокойте за мен, аз през цялото време съм с Бога“

Протоиерей Алексей Грачъов

При мен на изповед дойде болна, дванадесетгодишна девойка от детски дом за умствено изостанали. Тя не можеше да свърже две думи, безумният ѝ поглед, постоянните гримаси, целият ѝ вид издаваше нейната „непълноценност“.

И ето, тя започна да се изповядва и причастява всяка неделя.



След година, у нея се появи потребността да открива мислите си (който се моли и изповядва, знае за какво става въпрос). Момичето започна да води толкова внимателен духовен живот, за който не подозираха дори хора, които се мислеха за дълбоко вярващи и църковни.

Тя започна да се моли с Иисусовата молитва ("Господи, Иисусе Христе, Сине Божий, помилуй ме грешната"), да се бори с прилозите, да прощава обидите и да търпи всичко.

В течение на няколко месеца се научи да чете и пише, изчезнаха всички признаци на дебилност, на лицето ѝ се изобрази печатът на духовността. Във всичко, което говореше и правеше, имаше чувство и мисъл.

Като я гледах, сърцето ми се свиваше от греховността и несправедността на моя собствен живот. По-късно я преместиха в друг детски дом и известно време не се срещаме. Но веднъж тя пристигна при мен и ми каза: "Отче, не се безпокойте за мен, аз през цялото време съм с Бога. Той не ме напуска дори и в съня ми..."

След този случай, дори и всички умници на света да се сберат, за да ми представят най-точните доказателства за това, че Бог не съществува, ще погледна на тях със съжаление...

Превод от руски език: Валя Марчелова

Уроците на рекламата

Дякон Павел Сержантов

Не е толкова просто да се обясни на отдалечените от църковния живот хора какво е грях. Те възприемат учението на Църквата за греховете като система от безпочвени забрани, чисто ритуални табути, ограничаващи свободата на човешките

действия. Такива казват: „ Според Църквата, това не бива да се прави, а какво лошо има? Просто се слугува на стари църковни забрани, не е ли така?“

Не, категорично не е така! Защо? Отговаряйки негативно, християнинът трябва

да се обоснове. Ако човек възприема църковните разсъждения за греха като несъответстващи на съвременното остатъци от средновековен мироглед, то на такъв трябва да му се представят свежи примери на тема ГРЯХ. Колкото и да е странно, такива примери можем да почерпим от рекламата. Обикновено тя се прави от хора, които са далече от Църквата. Те нямат намерение да пропагандират учението на Църквата и православната вяра, но неволно свидетелстват в полза на християнското учение за греха.

Каква е връзката между рекламата и греха? Съвсем директна. Рекламата е двигател на търговията, тя натрапва на потребителите стоки и услуги. И създателите на рекламата не само следят за това, как да удовлетворят желанията на потребителя, но и как да формират неговите потребности, как да ги управляват, да си играят с тях. Разбира се, тук става дума само за рекламата с комерсиални цели - за най-дълбокия ѝ оголен слой, а не за социалната, която съществува по особени закони.

Търговската реклама се старее да печели като създава у човека потребности, които да се проявяват силно и редовно - колкото се може по-често. Рекламиращите постигат изработването на зависимост към рекламираните продукти и услуги. Те се стараят да привлекат потенциални клиенти към определени стоки и услуги, да ги направят техни постоянни потребители. И ето, оказва се, че да се управляват потребностите на клиентите, е възможно благодарение на страстите. Разбира се, последната дума в църковния ѝ смисъл е неразбираема за създателите на рекламата. Но те се ползват от страстите на хората, макар и влагайки в църковното понятие свой смисъл. На езика на рекламата, „изкушение, страст, съблазън“ – са неща забележителни, докато на езика на Църквата тези думи имат негативно значение: изкушението и страстта са свързани с голяма вреда за човека и даже с неговата духовна смърт.

Църковната традиция свидетелства за осем главни страсти, които поробват човека. Да видим как са задействани те в рекламата.



Първа от тях - **Чревоугодие**. Ето рекламният слоган на разхладителните напитки: „Утоли жаждата!“ С какво ни се предлага да утолим жаждата? Със сладки газировки! Толкова сладки, че просто не можеш да се наситиш. Изпиваш половин литър, и чувството на жажда остава. Купуваш втора бутилка, а жаждата не угасва, макар и коремът да е пълен. Ежедневно православният християнин изповядва грехове като прекомерно ядене и пиене. Естествената ни нужда от вода никак не може да бъдат утолена от тези сладки течности. Напротив, ние се опиваме с тях, тъй като те не само не утоляват жаждата ни, а напротив – разпалват я.

Втората от основните страсти – **Блудът**. Не можем да преброим колко пъти попада в полезрението ни полусъблечена красавица, облизваща шоколад. На фона на превзета сладка отпадналост изникват думите, че това



е райска наслада. Как така в рекламата на храна се появява еротична сцена? Каква е връзката на едното с другото? Опит да се привлече вниманието на обичащите сладко, експлоатирайки страстта на блуда. За отбелязване е още, че обикновен хранителен продукт претендира за „райска наслада“. На църковните хора им е известно, че в рая Адам и Ева се наслаждавали на общението си с Този, Който е създал рая - с Твореца! Ала рекламотворците не считат общението с Бога за радост. Те по-скоро намекват за

извънбиблейския мит на грехопадението – именно там присъства еротичната причина. Като трета страст, ще назовем **Сребролюбието**. Един от най-баналните рекламни трикове е да се снижи цената на стоката. Нека хората да видят, че даденият продукт, примерно не струва 500 лв, а 499. Каква скъперническа дребнавост и мизерност! Нима не са ни учили в училище да закръгляме многоцифрени числа? Нима виждаме само първата цифра 4? И не забелязваме, че след нея идва девятка, която се закръгля на десет? Търговската фирма умишлено не е сложила ювелирно точната цена, и то, не за да не ни вземе останалия лев. Тя просто използва нашата алчност. И хората се излъгват. Ослепеният от сребролюбие човек се оказва недостатъчно пресметлив, както му се струва. В преследването на многообещаващи намаления, той често купува неща, които не са му нужни. Реагирайки на заблуждаващата реклама за намаление, той придобива уж „по-евтино“ дадена стока, и едва по-късно разбира, че никакво обещано 30% намаление на цената няма.

Четвърта е страстта на **Гнева**. За разнообразие ще насочим вниманието си към политическата реклама - тя е родна сестра на търговската. Ето пример: Във време на предизборни кампании някой си политик се старае да завладее сърцата на избирателите. И ги уверява: „Аз съм много развълнуван за нашата велика страна. Хората заслужават високи заплати и пенсии. Да сложим край на това на безобразие! Няма да сгрешите в избора си. Бъдещето ни зависи от нашата политическа воля. Аз ще работя за вашия достоен живот“. Тук се разчита на гнева, на болезненото чувство за несправедливост. И гневът замъглява погледа ни. Хората вярват в агитацията и не забелязват как политическият им любимец мисли само за себе си и най-близкото си обкръжение, а за всенародните интереси почти забравя.

На пето и шесто място са **Печалта** и **Унинието**. Не е нужно дълго да търсим пример: „Скучно ли ви е? Сключете договор за 100 телевизионни канала. С нас няма да усетите скука!“ В противовес на унинието се предлага конвейр от развлечения. Заедно с това, след гледането на забавни програми остава особено чувство на празнота в

душата, някаква тежест на сърцето. И отново връхлита унинието. Защо? Както сладките газирани питиета не могат да утолят жаждата, така и развлекателните програми не могат да победят печалта и унинието. Истинската и ефективна борба с тях се разгръща не в областта на развлеченията, а в аскетическата област.

Седма и осма страст са **Тщеславието** и **Гордостта**. Тези две страсти ще разгледаме едновременно, макар и да могат да бъдат разграничени ясно. Как промуотърите ги експлоатират? Много просто. На потребителите им се натрапват неоправдано скъпи вещи. Цените на брандовете са силно завишени. Марковите стоки се купуват, не защото са функционални, висококачествени, а заради престижа. И да допуснем, че на телезрителките се внушава следното във връзка с флакон парфюм, който се рекламира: „Ти си достойна за него!“ За какво е достойна жената - за шишенце с моден аромат?! Човешкото достойнство е неизмеримо по-голямо, човекът е образ Божий - той прилича по нещо на Самия Бог. Ето в какво се състои истинската непреходна ценност на човека. Но за това не знаят, а и не искат да знаят доставчиците на търговската реклама. Тяхното твърдение, че достойнството на човека се проявява в потребяването на някаква ароматизирана течност, е оскърбително. Но тщеславието на човека не му дава да проумее цялата унизителност на подобна ситуация. А точно обратно, той се гордее със себе си, имайки в ръцете си стоките със засукани статусни марки.

Православните подвижници много векове са се сражавали с осемте страсти. А сега какво? В съвременния език на „чревоугодието“ и „блуда“ се гледа като на архаични думи. Страстта на чревоугодието се разглежда изключително в медицински контекст: Как да отслабнем? Какви болести провокират преяждането? След сексуалната революция, след десетилетия на активно размиване на семейните ценности, темата за блуда също е архивирана. Дори разпространението на неизлечимо смъртния СПИН не подтикна хората към опомняне. След неговото триумфално шествие по планетата се стигна не до обсъждане опасността от блудния образ на живот, а на начините за „безопасен

секс“. Сребролюбието се намира в положението на остаряло понятие. И не само това, страстта към придобиване започна да се счита за нещо положително. Има ли я в човека, значи той има мотивация за израстване в кариерата. Самият той ще постигне много в живота си и домът му ще бъде като пълна чаша. Същото може да се каже и за гордостта, и тщеславието. Сребролюбието, гордостта и тщеславието за много хора са добри стимули, способстващи успеха. Но гледайки на „успешните“ хора и уверението им, че са успели в живота, някак трудно е да се повярва, че са истински щастливи - примерно в петия си пореден брак?! А неслизащата от лицето им усмивка е просто пиар. Искаш, не искаш – усмихваш се – имиджът на успешен човек те задължава! Печал и униние в днешно време фигурират като проблеми, разрешаеми с медицински средства - антидепресанти, психотерапия. За нездравата зависимост към антидепресанти и психоаналитици се говори малко и неохотно. Единствено що касае гнева, нецърковните хора се отнасят с известно внимание. Твърде чести са кървавите последствия от изблици на ярост, в средствата за масова информация нерядко се разказва за „убийства при битов конфликт“, в чиято основа е гневът. А от друга

страна, в масовата култура на последните десетилетия агресивният тон директно се култивира и в музиката, и в киното, и в токушоуто. И не само агресивният, а и депресивният.

Да, силно се отличава възприемането на страстите от християнина и от нецърковния човек. Нещо, което съвсем не е маловажно-ако човек не разбере колко опасни и погубващи са страстите, той не може да стане истински християнин. Нали Христос дойде да спаси хората от греховете и страстите (виж: Мат. 1: 21).

Грехове и страсти... Накратко се запознахме с тях и като „пътеводител“ в опознаването им ни послужи отегчителната търговска реклама. За какво говори това? Мощната енергия на страстите се експлоатира от процъфтяващия рекламен бизнес. Това означава, че зад понятието за грях и страст стои сериозна реалност, а не остаряла измислица! Някой умело си играе с чуждите страсти, някой лекомислено ги поощрява, а други се борят с тях.

Всеки прави своя избор!

Превод от руски език: Валя Марчелова

В храм “Св.Атанасий” Св. Литургия се отслужва: в неделя от 9:00 ч. и всеки понеделник, четвъртък и петък от 8:30 ч.

Св. Литургия се отслужва и на всички по-големи църковни празници.

В храм “Св.Атанасий”:

Всяка сряда от 17.00 ч. се отслужва акатист към Пресвета Богородица „Всецарица“ пред копието на чудотворната икона в храма;

Всеки четвъртък от 17.00 ч. се отслужва акатист на свети великомъченик Георги Победоносец пред копието на чудотворната икона от манастира "Свети Великомъченик Георги - Зограф" в Света Гора;

Всеки петък от 17:00 ч. в старинен храм “Успение Богородично”(Малката Богородица) се отслужва акатист към св.Богородица пред чудотворната икона.

Беседи – петък 18:00 ч. с водещи: ставрофорен иконом Дончо Александров, свещеноиконом Теодор Стойчев, свещеноиконом Божидар Янакиев и протойерей Ясен Шинев;

Детски църковен хор – събота от 10:30 ч.

Школа по изобразително изкуство за деца – събота от 11:30 ч.

Школа по иконопис - неделя от 11:00 ч.

Неделно училище за деца-неделя от 10:30 ч.

Школа по актьорско майсторство за деца – неделя от 11:30 ч.

Посетете нашата интернет страница: www.sv-atanasii-varna.org