

závislost až po zhroutilí manželství. Poradci pomohou, jak nejlépe umějí, a pak odkážou volajícího na některého z 1 500 křesťanských terapeutů celé Severní Ameriky. Každý hovor a každý dopis se zde eviduje, aby organizace mohla s každým volajícím a každým pisatelem navázat určitý vztah.

Jedno z tajemství úspěchu této organizace spočívá v tom, že Zaostřeno na rodinu dokáže přesně „odvážit“ podíl využití moderní techniky a věcných pravd. Dobson se zabývá nejstaršími otázkami lidstva – Proč mě moje žena nemůže vystát? Nepiju moc? Jak se z mých dětí mohla stát taková monstra? – ale zabývá se jimi s využitím nejmodernější techniky a nejúčinnějších manažerských metod. Křesťanský rozhlas proměnil v interaktivní médium, a jakmile se mu někdo rozhodne napsat, dostane včas věcnou odpověď. Zaostřeno na rodinu je veskrze křesťanská organizace – každý pracovní den je zahájen po malých skupinkách ranními modlitbami všech pracovníků bez rozdílu, od manažerů až po skladníky – ale zároveň má stejně silné zázemí ve společenských vědách. Zaměstnává psychology s licenci a odkazuje klienty na terapeuty s licenci. Typická publikace této organizace obsahuje na jedné stránce citace z psychologického výzkumu, na další citace z Bible.

Nic z toho ovšem neznemena, že Zaostřeno na rodinu je organizací dokonalou. Mnoho usedlíků z Colorado Springs ji přirovnává ke kultu. Dobson byl obviněn skupinou aktivistů bojujících za práva homosexuálů z překrucování faktů a po odborné stránce byl kritizován různými psychologickými a psychiatrickými zařízeními. Organizace byla nucena koncem roku 2008 propustit pětinu zaměstnanců v důsledku investic do kampaně ve prospěch osmého kalifornského hlasovacího návrhu o ústavním dodatku zakazujícím manželství mezi homosexuály ve státě. Je možné říci, že Dobson to po politické stránce poněkud přehnal, neboť mladší maminky, vozící své děti na sportovní klání, považovaly jeho proslovy o homosexuálech za nechutné. Zdá se, že mnohé z nich se přiklonily na stranu laskavějšího a jemnějšího „cítěvědomého života“ Ricka Warrena. Ale základní model – náboženství jako balzám na předměstskou duši – se nezměnil.

Ježíš a výkonní ředitelé obchodních společností

Duchovní síla ovlivňuje i americká pracoviště. Některé společnosti přijaly otevřeně křesťanské principy, stále nové korporace uvolňují prostor pro náboženství během pracovní doby a korporátní Amerika se obecně pokouší

vypořádat s rostoucí touhou lidí po práci, která by jim nenabízela jen finanční zajištění, ale i uspokojivý „smysl“.

Společenská vrstva vedoucích a řídicích pracovníků je pravděpodobně druhou nejreligióznější elitou v zemi, hned po důstojnictvu americké armády. Během posledního desetiletí se veřejně přiznalo ke křesťanské víře množství významných vedoucích pracovníků včetně současných či bývalých šéfů společností jako je *Tyson Foods*, *Wal-Mart*, *Raytheon*, *Alaska Airlines* a *Blockbuster*, ke katolicismu se například přihlásil zakladatel *Domino's Pizza*. Po společenském žebříčku směrem dolů nyní mnohá města zajišťují lidem v byznysu „sítě víry“ (*faith networks*), provozované někdy na plný úvazek evangelikálními aktivisty. Bývalý manažerský konzultant Will Messenger řídí Bostonskou kapitolu Sítě obchodního vedení a duchovnosti, sdružující malé skupiny CEOs (neboli *Chief Executive Officers*, výkonných ředitelů obchodních společností), jež se každý měsíc scházejí k ranním a večerním modlitbám spojeným se snídáním a večeří. V roce 1996 bylo založeno *CEO Forum*, dnes provozované bývalým fundraiserem organizace Zaostrěno na rodinu. Jeho účelem je pomáhat ve spirituálních otázkách výkonným ředitelům obchodních společností, kteří vedou společnosti s obratem přes 100 milionů dolarů.

Výkonní ředitelé velkých obchodních společností se dnes se svou vírou přestávají skrývat. Lou Giuliano, bývalý šéf *ITT Industries*, mívá ve své kanceláři plakety s nápisem: „Volán či nevolán, Bůh zůstane.“^{19*} Neúnavný

* Autorem výroku „Volán či nevolán, Bůh zůstane“ (volně přejatého z latiny – *Vocatus atque non vocatus Deus aderit*) byl Erasmus Rotterdamský (1467–1536), známý holandský učenec a augustiniánský mnich (výrok je obsažen v jeho souboru přísloví a rčení z roku 1500, zvaném *Collectanea adagiorum*, či prostě „Adagia“). Původně nejspíš šlo o poselství delfské věštkyně Lakedaimónanům. Věštkyně je v roce 431 př. Kr. ubezpečila, že v Peloponéské válce *zůstane Bůh na jejich straně, a to bez ohledu na to, zda ho budou, nebo nebudou volat*. (Athény tehdy Spartě skutečně podlehly). Erasmove forma citátu proslula v moderní době především proto, že je umístěna na náhrobku geniálního zakladatele analytické psychologie, Carla Gustava Junga (1875–1961), i nad vchodem do Jungova domu v Küsnachtu u Curychu. Jung sám říkal, že tam nechal tabulku pověsit hlavně proto, aby pacientům i sám sobě neustále připomínal, že „bát se Boha je počátkem moudrosti“ (*Timor Dei initium sapientiae*) – neboť „Bůh sice zůstane,“ ale otázka zní: „V jaké formě a k jakému účelu?“ Jung proto v roce 1960 (v dopise Aniele Jaffé) vysvětlil Erasmův výrok po

podnikatel Wayne Huizenga, byznysmen a zakladatel tří nadmíru úspěšných společností *Blockbuster Video*, *Waste Management Inc.* a *AutoNation* říká, že se za své zaměstnance modlí téměř denně.²⁰ Bývalý ředitel *Alaska Airlines* přiměl dodavatele, aby na každý jídelní táč umístil cedulku s citáty z Bible.²¹ Tom Monaghan vyhradil celé křídlo kancelářského komplexu *Domino's* v Ann Arboru (stát Michigan) katolickému apoštolátu, včetně prostor pro Společnost Thomase Mora, Akademii Ducha svatého a papežského vyslance.

Ne všichni křesťanští CEOs šli ostatním příkladem. Bernie Ebbers, bývalý šéf *WorldComu*, i Ken Lay, poslední šéf *Enronu*, se okázale oháněli „oddaností víře“, ale oba skončili na nepravém břehu zákona. Přesto se zdá, že počet CEOs, kteří se pokoušejí provozovat svoje společnosti na biblických principech, vzrůstá. Americký boxer Mike Tyson zaměstnává jako svého kouče vysvěceného kněze.²² Mark Dillon, prezident ocelářské společnosti *Tampa Bay Steel Corporation*, se snaží řešit složité obchodní otázky – Jak se zachovat vůči provinilému zákazníkovi? Vyhodit málo výkonného zaměstnance? – tím, že hledá radu v Bibli.²³ Dillon rovněž zajišťuje svým zaměstnancům hodiny biblického studia a jejich dětem letní biblické tábory. Banka *Riverview Community Bank* v Otsegu ve státě Minnesota se profiluje jako „křesťanská finanční instituce“, v jejichž základech je pohřbena Bible a na jejímž základním kameni je vyryt nápis „Věříme v Boha“. Podle ročenky zní jedna z obchodních doktrín této banky: „Je třeba využít křesťanských principů banky k šíření křesťanství.“ Zakladatel banky někdy na své zákazníky „vkládá ruce“, modlí se za ně, když si berou hypotéku, pomáhá jim, aby byli „spaseni“ a dokonce se věnuje léčbě vírou.²⁴ *ServiceMaster*, společnost zabývající se hubením domácích škůdců (zejména molů a brouků), obdržela své jméno, protože zakladatel si přál, aby zaměstnanci nezapomínali, že slouží svému Pánu (*Master*), Ježíši Kristu.²⁵

Některé evangelikály řízené společnosti jdou dokonce ještě dál. *Preferred Management*, společnost poskytující na Středozápadě zdravotní pomůcky a domácí zdravotní péči, umístila Ježíše do centra svého organizačního rozvrhu: vedoucí pracovníci jednotlivých oddělení se zodpovídají Jemu. Od svých zaměstnanců vedení vyžaduje, aby v rámci povinných sebevzdělávacích hodin denně četli Bibli a na každodenních shromážděních si navzájem

svém; Nejdůležitější není cesta ke křesťanství, spíše cesta k Bohu samotnému. (Pozn. překlad.)

sdělovali své náboženské zkušenosti.²⁶ Texaská společnost *Interstate Batteries* provozuje misijní cesty do zemí jako je Mexiko či Rusko a sama je sponzoruje. (Zaměstnanci si ovšem část cestovních výloh hradí sami a vzdávají se i části své dovolené.)²⁷ Řetězec rychlého občerstvení *Chick-fil-A*, zvláště úspěšný na americkém Jihu, nebyl založen jen proto, aby prodával kuřecí sendviče, ale aby také jeho zaměstnanci „tím, že budou oddanými služebníky všech, kteří se nám svěřují, a tím, že pozitivně ovlivní každého, kdo přijde do kontaktu s *Chick-fil-A*, oslavili Boha.“ Restaurace společnosti jsou v den Páně zavřeny. Každé pondělí se zaměstnanci účastní bohoslužeb ve správní budově společnosti. V rámci každoročního sjezdu společnost sponzoruje církevní shromáždění.²⁸

Roste také počet velkých korporací, jež na svých pracovištích zaměstnancům usnadňují náboženské vyžití, a to bez ohledu na náboženské přesvědčení samotného výkonného ředitele. Tento trend zavedl *Intel*, částečně i zásluhou skutečnosti, že hlavní technik této společnosti Patrick Gelsinger je křesťanem, který napsal knihu o víře a práci. V závěsu následují další společnosti velkých jmen, mezi nimiž nechybí *PepsiCo* a *Coca-Cola*, které svým zaměstnancům umožňují shromažďovat se do modlitebních skupin (či do skupin „poledních jídel vyšší moci“ – *higher power lunches*, jak je někteří lidé nazývají). O korporátní kaplany se rozpoutal nesmlouvavý konkurenční boj na trhu. Velký výrobce masa a předpřipravených jídel *Tyson Foods* jich má přes sto (většinu na částečný úvazek).²⁹ Amerika se dokonce může pochlubit profesionálním sdružením, Národním ústavem kaplanů zaměstnaných v obchodě a průmyslu, a vzkvétajícím trhem s nájemnými kaplany. „Akutní popřátce po kaplanech“ mohou vyhovět další dvě instituce: *Marketplace Ministries* a Korporátní kaplani Spojených států.

Upevňující se svazek mezi náboženstvím a byznysem má všechny myslitelné vedlejší účinky. V zájmu tvorby paliva pro hnutí „víry na pracovišti“ (*faith in work*) se rozvinul menší průmysl, vybavený informačními bulletinami, blogy, knihami, nazvanými například „Bůh@Práce“ (*God@Work*) a „Láskyplné pondělí“ (*Loving Monday*), a pod hlavičkou „Kazatelská činnost na pracovištích“ se zformovalo devět stovek organizací.³⁰ *Thomas Nelson*, hlavní náboženské nakladatelství a největší křesťanské nakladatelství na světě, vytvořilo v roce 2003 edici, věnovanou knihám o byznysu. Amerika má několik obchodních škol náboženského charakteru jako je *Mendoza College of Business*, patřící pod *Notredamskou univerzitu* ve státě *Indiana*, *Marriott School of Management* na *Univerzitě Brigham Younga* v *Provo* ve státě *Utah*

(Brigham Young University je provozována Církví Ježíše Krista Svatých posledních dnů) a Cox School of Business na Jižní metodistické univerzitě v University Park (Dallas) ve státě Texas. Na Mendoze se každé shromáždění zahajuje modlitbou, na Marriottu se studenti modlí před zahájením každé přednášky. Tyto školy hostí převážně evangelikály a mormony, zajímaví se o byznys, ale některé aspekty studia, zejména zaměření na obchodní etiku, jim získaly posluchače i ze světa sekulárního.

Co je příčinou takového náboženského rozmachu ve sféře byznysu? Právni základy nepoložil George Bush, ale Bill Clinton, který v roce 1997 v Bílém domě prosadil již zmiňované výkonné nařízení zajišťující svobodu „náboženského vyjádření“ na federálních pracovištích ve stejné míře, v jaké je povolena svoboda „nenáboženského vyjádření“. Jestliže se smí postávat kolem ochlazovače vody a klábovit o výsledku posledního zápasu, je nyní dovoleno mluvit i o tom, jak Ježíš tomu či onomu změnil život. Zásadnější otázka nicméně zní: Proč je po náboženských rozhovorech kolem ochlazovačů vody taková poptávka? Hlavní důvod je ten, že všeobecné americké hledání smyslu ovlivňuje život v kanceláři i mimo ni. Evangelikální šéfové hovoří o důležitosti soustředit se na to, co je důležité ve světě, jemuž dominuje práce, peníze a všehochoť každodenního rozhodování. Čím se sféra byznysu stává turbulentnější, říkají evangelikální byznysmeni, tím důležitější je ukotvit život v rodině a náboženství. Ti, kteří se více orientují na mamon, spojují náboženství s hledáním talentu (evangelikálové jsou obecně vzdělanější než většina ostatních Američanů) a příležitostí nabídnout zaměstnancům způsob, jak najít smysl – například v pocitu naplnění, který přináší vytvoření výrobku, který je „cool“, jako u *Apple*, nebo v pocitu uspokojení, spojeného s křesťanským rčením „pracovat znamená modlit se“ (*laborare est orare*).

Američtí evangelikálové patří mezi lidi, kteří zvýšenou měrou vnímají zaměstnání jako „povolání“. Odmítají ostré dělení života na život veřejný a soukromý. Hovoří naopak o tom, že osobní kariéra je pro ně jen prodlouženou rukou jejich náboženského života. Sedmdesát procent evangelikálů uvádí, že náboženství má na jejich volbu zaměstnání vliv „významný“ (40 %) nebo „určitý“ (30 %). Miroslav Volf, ředitel Centra pro víru a kulturu Yaleovy univerzity zdůrazňuje, že čím méně lidé svoji víru dědí a čím více si ji volí, tím větší povyk kolem toho nadělají: „Bývalo zvykem, že v zaměstnání lidé odložili náboženství na ramínko spolu s kabátem. Doma pro ně náboženství mělo význam. V práci ho brali na lehkou váhu. To už neplatí. Pro spoustu lidí má náboženství co říci o všech aspektech života včetně zaměstnání.“

Důraz na „smysl“ a „povolání“ se pojí se vzestupem „soucitného kapitalismu“. Evangelikálové zacházejí se svými penězi velkoryse. Významný americký sociolog Michael Lindsay shromáždil údaje o charitativních zvycích čtyřiaosmdesáti evangelikálních šéfů byznysu. Zjistil, že všichni dohromady poskytují každoročně na dobročinné účely zhruba 143 milionů dolarů. Evangelikální nadace jsou stále ambicióznější a profesionálnější. Národní křesťanská nadace, charitativní organizace sídlící v Atlantě, již poskytla na nejrůznější křesťanské akce přes miliardu dolarů. Několik bank rovněž nabízí specializované poradenské služby pro evangelikální střadatele a investory, kteří se chtějí vyhnout nesprávným investicím, a nejrůznější formy křesťanského finančního plánování.

Tlak moderního byznysu rovněž smazává hranice mezi prací a volným časem. Oproti stavu před deseti lety dnes Američané za rok odpracují plný měsíc navíc. Když hledají zaměstnání, musejí přetnout své kořeny a vzdát se vazeb na místní církevní sbory. Dnem i nocí jsou jako balón upoutaný na mobil značky BlackBerry. Při plnění pracovních povinností osaměle přespávají v letištních hotelech. V důsledku toho všeho brouzdají v pracovní době po internetu, nakupují přes internet, nebo si v poledne zajdou do tělocvičny a necítí se přitom provinile. Je jen přirozené, že se náboženství stává jednou z mnoha „soukromých“ aktivit, jež zasahují do pracovní doby, protože na ně doma není mnoho času. Evangelikálové se dnes tolik nestydí přiznat se ke své víře na pracovišti. Často žertují, že je to jako „vyndávat kostlivce ze skříně“, a odhalují před svými kolegy svou skutečnou příslušnost.

Hodně to souvisí s obecným vzestupem evangelikální komunity na společenském žebříčku. „Evangelikálové“ už nejsou synonymem pro nevzdělané balíky. Čím více osobností z řad magnátů byznysu a národních celebrit se hlásí k evangelikálům, tím ochotněji docházejí řadoví zaměstnanci do kurzů biblického studia a otevřeněji hovoří o své víře.

Filadelfský příběh

Zdá se tedy, že náboženství prosperuje v přepychových domech typu McManis a kancelářích obchodních společností, ale na druhém konci spektra americké společnosti se dotýká značně odlišných otázek. Od Houstonu nebo Colorado Springs se Filadelfie už víc lišit nemůže – hrdé město Severovýchodu, zapsané do amerických dějin a rozdělené do oblastí etablovaných již

velmi dávno. Pokud lze říci, že problémem Houstonu je neomezený růst, je problémem Filadelfie nezadržitelný úpadek. Bývalý význam města se postupně vytratil v důsledku přesunu politické moci do Washingtonu DC (v rámci politické dohody) a odlivu finanční moci do New Yorku (částečně proto, že prezident Andrew Jackson v roce 1833 odmítl využívat Druhou banku – *Second Bank* – Spojených států, založenou roku 1816). Ve druhé polovině 20. století pak Filadelfie ztratila čtvrtinu populace v důsledku odchodu bílých obyvatel centra na předměstí nebo do států Slunečního pásu. Město se ovšem trochu zotavilo: jeho revitalizované centrum dnes patří k nejatraktivnějším městským centrům ve Spojených státech vůbec. Jenže populace ve městě se i nadále zmenšuje a četné statistiky neposkytují naději na zlepšení: dvacet tisíc opuštěných nemovitostí, deset tisíc opuštěných stavebních parcel a značná část veřejných škol, jež nezvládají násilí v učebnách a jež jsou evidovány jako „trvale nebezpečné“. V nedávné době Filadelfie přepustila statut pátého největšího amerického města Phoenixu v Arizoně.³¹

Existuje nepřeberné množství důvodů, proč město, založené Williamem Pennem jako kvaziutopický religiózní experiment, podlehlo korozivním vlivům moderny už velmi dávno. Sociologové jako Max Weber a Émile Durkheim poukazovali na to, že města zbavují svět veškerého kouzla. A Severovýchod představuje nejevropštější část Spojených států – nesrovnatelně vlažnější k Bohu než religiózní Jih či probouzející se Západ. Přesto si duchovní síla zachovává ústřední důležitost pro život i ve Filadelfii.

Ram Cnaan, sekulárně smýšlející sociolog z Pennsylvánské univerzity, publikoval s několika spoluautory dosud snad nejpodrobnější studii amerického náboženství v knize „Filadelfie jinak: jak místní kongregace přispívají ke kvalitě života městské Ameriky“ (2006). Ve Filadelfii je přes dvě tisícovky církevních sborů. Jsou to jediné dobrovolné organizace, pokrývající bez výjimky všechny městské části, bohaté i chudé, a také jediné, které poskytují široké spektrum bezplatných sociálních služeb všem lidem, kteří je potřebují. Aktivní členové těchto kongregací tvoří 45 % městské populace.³² Toto procentuální vyjádření je však nedocenením jejich vlivu: náboženská ekonomika funguje na principu několika „násobících účinků“. Církevní sbory pomáhají značnému počtu lidí, kteří formálními členy kongregací vůbec nejsou. Každý člen sboru je nejrůznějším způsobem napojen na množství přátel a známých. (Člen sboru zná jednoho člověka, který zná jiného člověka, který je schopen pomoci.) Kolektivní náboženské akce a častá sociální angažovanost výrazně upevňují společenská pouta.³³ Cnaan dochází k závěru, že městské církevní sbory nejsou

ničím menším než „robustní silou, téměř společenským hnutím, působícím blahodárně v rámci své oblasti i mimo ni“. A tato „robustní síla“ zřetelně sílí, zatímco veřejný sektor šetří a ostatní dobrovolnické organizace se rozpadají.

Je jasné, že filadelfské kongregace jsou především náboženskými organizacemi. Spojují lidi dohromady při modlitbách, bohoslužbách, rozjímání, studiu Bible, při naslouchání kazateli. Je třeba zdůraznit, že dokonce i v tak relativně liberálním městě mají nábožensky založení lidé ke své duchovnosti velmi silný vztah. Ve městě je více fundamentalistických (15,7 %) a konzervativních kongregací (39,7 %) než kongregací umírněných (34,1 %) a liberálních (10,5 %).³⁴ V letech 2000 až 2003 zde Jižní baptistická konvence založila třiadvacet nových sborů.

Kongregace jsou zároveň poskytovatelem enormního objemu sociálních služeb. Přes 90 % filadelfských kongregací zajišťuje služby toho či onoho typu, přičemž průměrný sbor má na starosti tři různé typy sociálních programů. Stejně jako se můžeme setkat s církevními sbory všech forem a velikostí, megacírkvevi počínaje a titěrnými kongregacemi sídlícími v bývalých obchůdcích konče, můžeme se setkat i s nejrůznějšími službami, jež zajišťují. Některé služby zahrnují rozsáhlé koordinované programy, zatímco jeden malý letniční sbor prostě vybírá od kongregace peníze a odevzdává je chudým, kteří o ně přijdou poprosit. Jejich společnou charakteristikou je však pružnost. Oproti vládním programům se tu málo dbá na byrokracii (a příjemce tudíž nemá takový pocit ponížení). Dobročinnost samozřejmě není povinná, ale je něčím víc než jen náhodným impulzem: je součástí přediva křesťanského života Filadelfie.

Nejběžněji poskytovanou pomocí je sycení hladových. Církevní sbory provozují 220 z 350 městských humanitárních skladů potravin. Šest z nich zajišťuje i teplou polévku pro chudé.³⁵ Druhou nejběžnější pomocí je péče o děti zahrnující škálu služeb péčí o opuštěné děti počínaje a rutinní mimoškolní péčí konče. (Celé armády dětí se musejí starat samy o sebe během prostojů mezi koncem vyučování a koncem pracovní doby rodičů.) Církevní sbory poskytují alternativu k pouličním potulkám – a všem pokušením, jež z nich vyplývají – a k vegetování před televizními obrazovkami. Dalším předmětem zájmu sborů jsou bezdomovci: jeden sbor umožňuje hrstce rodin bez domova bydlet v církevní budově a využívat kuchyni sboru. Mnohé sbory provozují menší hostely. Kongregace se rovněž starají o lidi, kteří v důsledku nemoci nemohou vycházet z domu. Je běžné, že sbor vyčlení skupinu zájemců, kteří tyto lidi navštěvují a povzbuzují je.³⁶

Téměř polovina filadelfských církevních sborů zajišťuje určitou formu zdravotní péče, což je v zemi, kde i při nejlepší vůli je možné označit zdravotní péči o chudé za velmi skromnou, právě dobrodiní. Některé církevní sbory poskytují zdarma vakcinaci. Mnozí pastoři svoje ovečky poučují, jak o sebe lépe pečovat. Filadelfské sbory jsou bezedným zdrojem poradenské služby.³⁷ Mnozí farníci přijímají poradenství raději jako součást duchovní nauky než moderní psychologie. Přibližně tři čtvrtiny schůzek Anonymních alkoholiků se konají na půdě církevních nemovitostí.³⁸

Dalšími dvěma předměty zájmu církevních sborů jsou chudoba a vězňové. Dvanáct kongregací se spojilo a vytvořilo záchytnou síť *Northwest Philadelphia Interfaith Hospitality Network*, která se snaží vypořádat s problémem bezdomovectví. To neznamená, že lidem bez domova poskytuje jen střechu nad hlavou. Pokouší se je také postavit na vlastní nohy a najít jim trvalé bydliště.³⁹ Klientům hledajícím domov je poskytována veškerá potřebná pomoc (včetně přístupu k telefonu a počítači). Očekává se však také od nich, že si jídlo připraví sami, že po sobě uklidí a že si bydlení najdou do třech měsíců. Dvě další skupiny, *Amachi* a *REST Philly*, se pokoušejí pomáhat rodinám vězňů – zvláště jejich dětem. Vzhledem k tomu, že jeden z padesáti Američanů strávil alespoň část života ve vězení, je ve Spojených státech 1,5 milionu dětí do osmnácti let, jejichž rodič právě sedí ve vězení. Z nich polovině ještě nebylo deset let a pětině ani pět let.⁴⁰ Tyto děti „muklů“ trpí psychicky, ale stejnou měrou jsou vystaveny i nebezpečí, že budou vyrůstat v chudobě. Na rozdíl od ostatní populace hrozí navíc dětem vězněných rodičů šestkrát větší nebezpečí, že ve vězení skončí samy.

Ve statisticky neúměrném podílu dětí černé barvy pleti mezi dětmi vězněných rodičů se obráží nesmírný význam role církve v životě černošské Filadelfie. Tato populace má sklon k větším problémům než jakými trpí obecná populace, a její příslušníci žádají církev o pomoc s mnohem větší pravděpodobností. V sociologické studii „Filadelfský negr“ (*The Philadelphia Negro*, 1899) zachytil černošský spisovatel, politik, průkopník výzkumu černošského obyvatelstva a zaměstnanec filadelfské Wharton School William Edward Burghardt du Bois, známý prostě jako W. E. B. du Bois, klíčový význam církve pro život Afroameričanů:

Je možné říci, že černošská církev byla na americké půdě předchůdcem černošské rodiny; jako taková si na jedné straně uchovala mnohé funkce kmenové organizace, na straně druhé mnohé funkce rodinné. Kmenové

funkce se projevují v religiózní aktivitě, společenské autoritě a obecné řídicí a koordinační práci; rodinné funkce jsou ovlivněny církví, která se dostala do centra společenského života a společenských styků; církev zastupuje i funkci novin, plní funkci výzvědné služby a je i místem pobavení – je tedy uskutku světem, v němž se černoch pohybuje a jedná. Tyto funkce jsou tak rozsáhlé, že je církev téměř politickou organizací.⁴¹

Církevní sbory byly středobodem života černé Ameriky už od samotného počátku. Zakládaly školy, kampeličky, banky, pojišťovny, pohřební ústavy a ubytovny a sloužily jako školy pro začínající politiky a jako akademie pro začínající hudebníky. Zkrátka a dobře, byly národem v národě a státem ve státě.

Tutéž klíčovou roli hrají dodnes. V domácnosti s jedním rodičem žije dnes 60 % mladistvých černých Američanů, 12 % jich žije v domácnosti s prarodiči. Ve městech žije 56 % černošské populace, většina z nich ve čtvrtích, kde kraluje zločin a kde jsou školy chudé.⁴² Přes 80 % černochů je přesvědčeno, že se církev zasloužila o zlepšení úrovně života černé Ameriky. Filadelfské černošské církve zajišťují více sociálních služeb než církve bělošské. Zvláště významné místo zaujímají v životě černošských žen, zejména babiček, na jejichž bedrech spočívá neúměrně těžké břemeno – udržovat černou komunitu pohromadě. V důsledku velice častého věznění černých mužů tvoří plných 71 % členů černošských sborů ženy (v bělošských sborech je to jen 59,3 %).⁴³

Stejnou měrou trpí městskými problémy i obyvatelé latinskoamerického původu: 40 % dětí Portoričanů, největší skupiny latinskoamerického obyvatelstva ve Filadelfii, je vychovááno v rodinách s rodičem samoživitelem. V poskytování sociálních služeb se latinskoamerické sbory zatím neosvědčily tak, jak se to podařilo sborům černošským. S výjimkou bohoslužeb se jiných aktivit účastní jen 31 % členů latinskoamerických sborů (v bělošských sborech je to 41 % členů a v černošských 47 % členů).⁴⁴ Tento stav je však nejspíš důsledkem toho, že Latinoameričané jsou v zemi relativně novým etnikem a jejich společenská infrastruktura ještě není plně vybudovaná. Oblastí, v níž se sbory orientují lépe, je asimilace. Legálním i ilegálním přistěhovalcům – církve se nedopouštějí žádné diskriminace – sbory zajišťují přátelské tváře a známé orientační body. Zajišťují právní výpomoc, finanční podporu a to, co du Bois nazýval „zpravodajská služba“ – nástroje, jež jsou v Americe nezbytné pro cestu vzhůru. Přistěhovalci, pravidelně docházející do sboru, vykazují široké spektrum ctností, včetně zájmu o studium a o vlastní děti:

rodiče latinskoamerického původu, kteří chodí do kostela, dětem častěji předčítají z knih a navštěvují s nimi knihovny.⁴⁵

Když Cnaan všechny náklady na sociální služby sečetl, došel k závěru, že nebytí pomoci církevních sborů, muselo by město na tyto služby vynaložit čtvrt miliardy dolarů ročně.⁴⁶ K vyjádření tohoto zjištění však využil ještě názornější způsob. Navrhl, abychom si představili, jak by Filadelfie vypadala bez náboženství. Některé z nejpůvodnějších budov ve městě by byly nahrazeny benzínovými pumpami a zchátralými činžovními domy. Polepšení alkoholici by nemohli docházet na schůzky pořádané v duchu dvanácti kroků, protože by nebylo kam. Ze skautských oddílů by se stali bezdomovci. Děti, které po příchodu ze školy nemají rodiče doma (v Americe se jim říká *latch-key children*, protože nosí na krku klíč od domovních dveří), by zůstaly na ulicích. Ulicemi by se potulovalo mnohem více hladových lidí, bezdomovců a žebráků. Lidé nejzranitelnější – černoši z městského centra, chudí a babičky, snažící se vychovávat děti – by byli odříznuti od životně důležitého zdroje podpory. Betonová džungle by se stala více džunglí, než kdykoli předtím.

Boží komando

V zájmu pochopení, co duchovní síla znamená v praxi, si můžete představit sbor Shromáždění Boží víry v severovýchodní Filadelfii. Od „venkovského klubu pro požehnané“ se víc lišit nemůže. Tento církevní sbor sídlí ve sfikovaném kostele v jedné z nejdrsnějších oblastí města. Mnohé místní budovy, včetně vedlejšího domu s obchody, jsou pobité prkny a zchátralé. Na několika nedalekých sloupech pouličního osvětlení jsou zavěšeni medvědici a panenky, provizorní upomínky na zavražděné děti. „Tohle nejsou dobrý končiny,“ podotýká nervózně taxikář. „Drogy, prostitutky, střelba. V noci bych tudy nejel ani omylem.“

Pastor Richard Smith má na sobě kalhoty a opasek z maskáčů a na tričku se skvěje nápis „Prevence, léčba, spravedlnost“. On a skupina farníků kostel zbudovali před čtyřmi lety. (Předtím si museli vystačit s budovou působící ještě nevábnejším dojmem.) Sklepení je napěchované nejrůznějšími nashromážděnými starobylými počítači, televizory a videohrami. Jeden bývalý vězeň se ujal úkolu přebudovat půdu na hudební studio pro mladé.

Pastor Smith vypráví svůj životní příběh. Vyrůstal v rodině bez otce v Detroitu. Vychovávali jej však ve víře – jako člena Letniční církve Boží

v Kristu – a v patnácti letech začal kázat na ulicích, neboť „miloval Pána a chtěl získat ovečky“. Jako mladý muž cestoval po Severní Karolíně se starším kazatelem, s nímž pořádal ve stanech probuzenecká shromáždění („Vždycky mě přitahovaly otcovské postavy.“). Než se vydal do Filadelfie, studoval na křesťanské vysoké škole Valley Forge Christian College ve Phoenixville v Pensylvánii.

Během hovoru je neustále přerušován. Přichází hustě potetovaný muž, chce jídlo pro své přátele. Pastor Smith mu podává balík pizz. Pár hochů ještě není hotovo s prací. Pastor Smith jim říká, aby ještě počkali, a dává jim trochu pečených tortilových chipsů. Jeho mobil nepřestává zvonit – jeden podezřelý ze spáchání kriminálního činu potřebuje poradit s předvoláním k soudu; někdo jiný potřebuje odvézt z nemocnice domů; dochází k velké názorové přestřelce ohledně jednotlivých projektů.

Svůj sociální aktivismus Smith datuje od chvíle, kdy se jako nový pastor rozhodl vyčistit všechna místní kokainová doupata. Setkal se s bouřlivým odporem místních drogově závislých – včetně vyhrožování jednoho muže, třímajícího kulovnici s upilovanou hlavní. Ale vytrval. Neděsilo ho to všechno násilí? Odpovídá, že ho ochraňuje Bůh, který činí zázraky. Člověk, který na něho mířil puškou, vstoupil do jejich kongregace a dnes řídí dálkové kamiony.

Pastor Smith nicméně zjistil, že uzavřením kokainových doupat mu problémy teprve začaly. Kde vlastně všichni ti přistižení drogově závislí – a jejich děti – žijí? Jak se jim daří usmířit tělo s duší? A jak by je mohl přimět k tomu, aby se vzdali kokainu a začali se chovat ctnostně? Čím více se problémem zabýval, tím více práce ho čekalo. A drogově závislí představovali jen začátek starostí. Potulovaly se tu děti s klíčem na krku, které neměly kam jít (a spousta drogových dealerů, kteří pro ně měli zaměstnání). Po ulicích se ovšem toulali i bývalí trestanci. A byli tu i týrané ženy a ženy bez domova a malé děti.

Církevní sbor se rozrostl do podoby agentury řešící krizové situace všeho druhu. Kuchyň s polévkou je otevřena sedm dní v týdnu. V církevním hotelu žije dvaadvacet mužů bez domova. (Původně je Smith ubytoval ve sklepení, než se mu podařilo získat nedalekou nemovitost.) Pastor Smith provozuje také výdejnu oblečení, hraček a pomůcek první pomoci, pomáhá lidem, když si potřebují koupit průkazku na autobus apod. Církevní sbor slouží jako první zastávka pro právě propuštěné vězně: Často se stává, že místní policie prostě přivede trestance ke dveřím sboru a odemkne jim náramky.

Sbor se bývalým vězňům snaží zajistit všechno, ubytováním počínaje (má pro ně vyhrazeno šest bytů) a zaměstnáním a platným občanským průkazem konče (nemít ve Filadelfii platný občanský průkaz se považuje za těžký zločin, ale nezdá se, že by vězeňskou správu napadlo vybavovat propuštěné byt i jen tímto rudimentárním dokladem, který by je vrátil do normálního života).

Sbor se také specializuje na aktivní pomoc místním dětem a mládeži, která často podléhá svodům pouliční kriminality a drogové kultury. Mladým lidem, kteří nevědí, kam se po škole nebo o víkendu uchýlit, poskytuje útočiště. (Věnovat se rapové muzice s křesťanskou tematikou je pro mladší členy sboru zvláště lákavé.) Sbor také pořádá probuzenecká shromáždění ve stanech, kde se zdarma podávají burgery. A disponuje dvěma žlutými autobusy, zajišťujícími okružní cesty čtvrtí s programem „mimoškolní nedělní školy“.

Církevní sbor Shromáždění Boží víry je živoucím pomníkem sil, jež Edmund Burke, klasik liberalismu a otec moderního konzervatismu, nazýval „čtyřmi maličkými“. Každý člen kongregace, jejíž síla spočívá v množství, se dobrovolně věnuje tomu či onomu, a mnozí z nejnadšenějších dobrovolníků jsou právě ti, jež pastor Smith zachránil před pádem do propasti. Několik propuštěných vězňů například pomáhalo se stavbou budovy sboru. Celá kongregace se v pravidelných intervalech obléká do pracovních úborů – na tričkách září jejich vlastní identifikace „Boží komando: odpovídáme se Ježíši“ – a pokouší se své okolí zbavit drogových aktivit. Hrají rapové skladby, v nichž místo sexu, drog a násilí velebí moc Páně. Dětem z ulice, jež by jinak skončily jako poskoci a informátoři drogových kráľů, dávají jídlo a hračky.

Církevní sbor je ovšem napojen i na síť jiných dobrovolnických organizací. Pastor Smith spolupracuje s dalšími organizacemi, jež se zabývají mladými delikventy nebo chronickými bezdomovci. Nejtěžší případy drogově závislých přenechává odvykacím rehabilitačním programům nebo kalifornské organizaci Victory Outreach, specializující se na nenapravitelné jedince. (Několik pastorů a děkanů z nedalekého sboru Victory Outreach Church jsou bývalí dealeri a drogově závislí.) „Někteří lidé jsou pro nás prostě příliš potrhlí,“ vysvětluje.

Přes veškeré dobrovolné činnosti se pastor Smith pohybuje na hranici přežití. Přibližně 95 % příjmu rodiny obstarává manželka, pracující jako psychiatrička. „Je mi požehnáno, že žena pracuje, abych mohl dělat to, co dělám,“ přiznává se. Nyní se s rodinou pokouší ušetřit tolik peněz, aby mohl znovu otevřít ženský hotel, který byl nucen zavřít poté, co město vypovědělo nájemní smlouvu. („Podvedli nás,“ říká pastor.) Sbor vydělává 1 000 dolarů

měsíčně prodejem nepoužívaných praček a jiných kovových předmětů, jež členové sboru nacházejí na ulicích. Pastor Smith připouští, že když se mu lidé, jimž pomohl nejvíce, nakonec odvděčí vloupáním a vykradením církevní budovy, což se právě nedávno stalo, mívá deprese.

Pastor si je také vědom toho, že nestačí jen čelit symptomům sociálních problémů. Je třeba také pátrat po jejich příčinách. Prapříčinu překvapivě vnímá podobně jako James Dobson (a zdá se, že i Barack Obama): v rozpadu rodiny. Ve čtvrti jsou tři čtvrtiny dětí vychovávány v rodině s jediným rodičem. Muž prostě ženu oplodní, a pak odmítne převzít zodpovědnost za svoje vlastní děti.

Děti a rodiče vyjadřují svoje emoce tak neohrabaně a netaktně, že mezi sebou nemohou navázat upřímný a trvalý vztah. Rodinné hádky se často vymykají veškeré kontrole. (Většina zabití padá na vrub lidí, kteří se vzájemně znají.) Pastor ve svých kázáních toto téma zdůrazňuje – přijměte zodpovědnost za svoje skutky, naučte se být ostatním lidem věrní, udržujte ve svých rodinách pevné vazby. Církevní sbor, říká pastor, funguje jako katalyzátor obrody rodinného života a regenerace života v komunitě: metodu zvládání krize je třeba rozvinout v duchovní sílu.

Odpověď Galtonovi

Doklady shromážděné v Houstonu a Filadelfii a rostoucí počty akademických studií ukazují, že Galtonovo zpochybnění „účinnosti modlitby“ je zavádějící. Zdá se, že náboženská zkušenost může být pro lidi, kteří ji snášejí či se z ní radují, „reálná“: je spojená se změnami mozkové činnosti. Zdá se také, že náboženství má spoustu sociálních funkcí, funkcí, jež již nejsou o nic méně relevantní než důsledky „modernizace“. V atomizovaném světě Slunečnického pásu náboženství pomáhá lidem z předměstí vytvářet komunity. Obvyčejným lidem z celé Ameriky pomáhá vypořádat se s problémy, jež jsou spojeny s alkoholismem, rozvody, nevladatelnými dětmi a beznadějí. A všem těžce zkušným obyvatelům městských center prostřednictvím lidí jako je pastor Smith, lidí, kteří ostatní inspirují svými skutky a oddaností a kteří jsou schopni všem zoufalcům změnit život, náboženství pomáhá vyrovnat se s chaosem, který je obklopuje.

Stěží si lze představit, že se v nejbližší době dočkáme ochabnutí poptávky po duchovní síle: některé potíže, s nimiž se duchovní síla umí vypořádat,

jsou odvěké; v dnešní, stále turbulentnější době je možné očekávat, že se tyto potíže ještě prohloubí. Součástí jedinečných kreativních schopností Ameriky a jedním z rysů, jež Ameriku výrazně odlišují od Evropy, je její přirozené nadání generovat zdroje duchovní síly v reakci na poptávku. A na tento zdroj se nyní v rámci rozboru největšího byznysu Ameriky zaměříme.

Boží byznys

Kapitalismus a rozmach náboženství

Orientační tabule na nashvillském letišti návštěvníkům oznamuje: „Město hudby, USA“. Stojí za to dodat, že pár dalších tabulí návštěvníky vítá i do „Města víry“, „Ježíšova města“, případně do „Jihobaptistického města“. Nashville ve státě Tennessee totiž není jen globální továrnou na byznys s country hudbou. Je i globální továrnou na byznys s náboženstvím. Tato přezka Biblického pásu je domovem Jižní baptistické konvence, fungující jako Vatikán největší americké evangelikální organizace, jako sídlo nakladatelství Thomas Nelson – největšího producenta křesťanských knih na světě – a jako sídlo stovek křesťanských sborů a náboženských organizací.

Otcové zakladatelé Nashvillu toužili z města udělat „Atény Jihu“. Sloupy nesoucí nashvillský Kapitol a elegance nashvillského Parthenonu činí z města největší americké centrum návratu řecké architektury, a Vanderbiltova univerzita, kde Al Gore vystudoval teologii, udržuje Nashville v první divizi univerzitních měst Jihu. Kulturní tón města však není příliš starořecký, spíše appalačský, udávaný populistickou politikou (sedmý americký prezident Andrew Jackson udělal kariéru právě v Tennessee) a venkovskou kulturou. Mísoto konání každotýdenních koncertů, Grand Ole Opry House, nesporný domov country hudby, disponuje 4 400 sedadly; místní metropolitní opera jich má jen 3 800.

Podle kočovného kazatele Lorenza Dowa bývalo Tennessee „semenišťem ničemnosti, černou jímkou bezbožnosti“. Řada velkých probuzení ho však proměnila v jeden z nejreligióznějších států celé federace: během 19. století se obyvatelé Tennessee scházeli na táborových shromážděních, kde se celé týdny modlili, a jakmile se plně obrátili na víru, vybudovali hustou infrastrukturu kostelů a kapliček. V období Scopesova opičího procesu se H. L.

Mencken o Tennessee s posměchem vyjádřil jako o zemi bigotních pánbičkářů a tatrmanů. Jenže bigotní pánbičkáři a tatrmani se své víry nezřekli.

Dnešní Nashville má přes sedm stovek církevních sborů – na počet obyvatel více než kterékoli jiné americké město. V Davidsonově hrabství, kde leží Nashville, má náboženskou příslušnost plných pětadesát procent lidí. Náboženský tón města je protestantský a evangelikální. Je zde více členů Kristovy církve (8 %) než římských katolíků (4,2 %) a více jižních baptistů (20 %) než členů jiných církví. Ve městě sídlí ústředí Jižní baptistické konvence. Každým rokem se zde schází deset až dvanáct tisíc delegátů na největším sjezdu SBC (*Southern Baptist Convention* – Jižní baptistická konvence) ve státě. Sídlí zde i gigantická obchodní agentura SBC, zvaná *LifeWay Christian Resources*, jejíž budova se pyšní šestatřicet metrů vysokým křížem.

Budova Jižní baptistické konvence je příhodně situována na Obchodní třídu (Commerce Street). Nashville se stalo městem šťastné koexistence Boha a Mamonu. Část náboženských podnikatelských aktivit spadá pod služby v podobě obsluhy a pohostění pro místní věřící: 7 % obchodních cestujících patří k členům některých náboženských organizací. Avšak většina náboženského podnikání v Nashvillu, stejně jako byznysu s country hudbou, je určena na vývoz. Nashville je největším nakladatelským centrem Ameriky, produkuje více výtisků Bible než kterékoli jiné město na světě, převážně zásluhou nakladatelství Thomas Nelson. Zmiňovaná obchodní agentura *LifeWay Christian Resources*, dříve Rada pro baptistické nedělní školy, publikuje více náboženských materiálů než kterákoli jiná organizace: je také druhým největším provozovatelem křesťanských knihkupectví ve státě (127 knihkupectví) a je pořadatelem konferencí a letních táborů. Nakladatelství *United Methodist Publishing House* patří k největším nakladatelstvím na světě. Najdeme zde ovšem i spoustu dalších, menších obchodních organizací, jež dodávají náboženské materiály do církevních sborů.

Dvě hlavní vášně města se často vzájemně prolínají. Bůh představuje významné téma hitů velikanů country hudby, jakými byli zpěváci a skladatelé typu Hanka Williamse (jeho písně *Jesus Remembered Me*, *Jesus Died for Me* a *How Can You Refuse Him Now?*) či Johnnyho Cashe (jeho písně *I Talk to Jesus Every Day*, *Personal Jesus* a *It Was Jesus*). A období po útocích z 11. září se projevilo přívalem religiozity v rytmu country. Carrie Underwoodová, vítězka soutěže *American Idol* v roce 2005, oslovila ve své písni Ježíše – *Jesus, Take the Wheel!* Píseň Randyho Travise o třech dřevěných křížích, *Three Wooden Crosses*, se vyšplhala na vrcholek žebříčku *Billboard Country Music*.

A další zpěvák country Tim McGraw vypráví v písni *Live Like You Were Dying* příběh muže, jemuž sdělili, že mu zbývá jen pár měsíců života, a jenž má příležitost konečně přečíst Bibli, skočit padákem, vyšplhat na horu a zajezdit si na mechanickém býkovi.

Oblast Nashville je poseta příklady manželského svazku Boha se zemí. Jedním z nich je Nashvillská cowboyská církev, v jejímž čele stojí dr. Joanne Cashová Yatesová, pokrevní příbuzná velkého Johnnyho, která, podobně jako Johnny, přežila rozpad vlastního manželství i epizodu s alkoholem a drogami. Pravidelné rozhlasové vysílání církevního sboru přináší „milionům posluchačů evangelium Ježíše Krista a křesťanskou country hudbu“. Jiným příkladem je Hudební město Nejsvětější Trojice *Trinity Music City*, křesťanský zábavní park vybavený televizními studií, koncertní halou, divadlem a – samozřejmě – kostelem.¹

Konkurenční výhoda amerického náboženství

Alfred Marshall, jeden ze zakladatelů moderní ekonomie, kdysi poznamenal, že v některých městech a regionech se zdá, že jisté dovednosti tvoří jakoby součást tamní „atmosféry“. Marshall poukazoval na sheffieldské ocelárny. Jeho analýza se však dá použít i na výpočetní techniku v Silicon Valley, pro design v oblasti toskánského Prata v severní Itálii a pro filmařství v Hollywoodu. To všechno jsou místa, kde lidé vdechují do plic zvláštnosti místní „atmosféry“, kde se všichni spotřebitelé, výrobci a dodavatelé sdružují a kde si nevypijete šálek kávy, aniž byste nezaslechli něco o „byznysu“.

V atmosféře Nashvillu je možné zřetelně cítit náboženský byznys – a v pozoruhodném počtu jiných amerických měst také. Stačí zajet na Floridu do Fort Lauderdale (sídla presbyteriánského sboru Coral Ridge Church), do Orlanda (sídla společností *Campus Crusade for Christ* a *Wycliffe Bible Translators*), do Dallasu (domova pěkné řádky megasborů), do Virginia Beach (domova Pata Robertsona a sídla Svobodné univerzity Jerryho Falwella) nebo do Colorado Springs – všude ucítíte stejnou atmosféru, stejný typ živoucí přítomnosti: všude najdete lidi zapojené do Božího byznysu.

Michael Porter, jeden z nejvýznamnějších guruů amerického managementu, vyšel ve své knize „Konkurenční výhoda národů“ (*The Competitive Advantage of Nations*, 1989) z Marshallových myšlenek. Zdůraznil, že různé země mají různou konkurenční sílu (sílu, která se obráží v jejich tendenci

produkovat v konkrétním odvětví množství firem světového významu). Němci například vynikají ve vysoce kvalitním strojírenství a chemickém průmyslu, Japonci v miniaturizaci a elektronice. Porter ukazuje, že konkurenční výhoda má své kořeny v minulosti té které země. Pokud země po dlouhém období v jedné oblasti vynikala – třeba Švýcarsko ve farmaceutickém průmyslu – je schopná produkovat firmy s vysokou konkurenceschopností a neobvyčejné spotřebitele. Vzdělávací systém je pak nastaven tak, aby produkoval pracovníky pro úspěšná průmyslová odvětví. (Nizozemí se například může pochlubit výzkumnými ústavami, jež se specializují na pěstování a balení květin.) A spotřebitelé se starají o špičkovou úroveň výrobců.

Další klíčovou složkou je velké množství vzájemně si konkurujících firem. Pomáhá to vytvářet vzkvétající svět dodavatelů a zaměstnanců: Los Angeles disponuje neomezenou kapacitou aktivních instruktorů a trenérů, kaskadérů, návrhářů kostýmů, elektrikářů a všímavých čisnic. Vysokou úroveň výrobců udržují nároční zákazníci. Zásadní je, že kvalita domácího trhu má rozhodující vliv na to, zda si ta která firma dokáže udržet vedoucí postavení. V Japonsku jsou nároční spotřebitelé fotoaparátů a kamer, v Německu spotřebitelé automobilů, v Itálii spotřebitelé šatů, v Americe spotřebitelé výrobků zábavního průmyslu; a všichni tito nároční spotřebitelé vyvíjejí na výrobce trvalý tlak, nutí je inovovat a vynikat.

To vše vede k soběstačnosti. Společnosti mohou najímat lepší pracovníky, protože vzdělávací systém je nastaven tak, aby vyhovoval jejich potřebám. Mohou produkovat inovované výrobky, protože mají prvotřídní výrobce a náročné spotřebitele. Zpětně mohou investovat do vzdělávání a školení, protože se jim to na světovém trhu vyplatí, a navíc mohou využít svého vlivu a tlačit na univerzity, aby jim poskytly vše potřebné. Čím hlubší jsou kořeny těchto výhod, tím obtížněji mohou s takovými společnostmi udržet krok ostatní konkurenti. Museli by totiž vybudovat nejen firmu, ale celou kulturu.

Co se týká náboženství, všechna Porterova kritéria splňuje beze zbytku Amerika. Zemi založili náboženští uprchlíci. Ústava zaručuje volný trh s náboženstvím. A z kombinace neúnavných inovací a vysokého podílu přistěhovalectví vyplývá bohatá různorodost a silná konkurence na trhu. V Ročence amerických církví za rok 2005 se uvádí 217 různých církevních tradic. Americký trh s náboženstvím je přímo ztělesněním ukázkové soutěže: pro vstup na trh neexistují žádné reálné bariéry, domácí trh je dostatečně velký pro udržení maximální intelektuální pestrosti náboženských výrobců a noví pod-

nikatelé s náboženstvím se objevují prakticky nepřetržitě, aby vyzvali na souboj ty staré a zavedené.

Amerika má největší rezervoár spotřebitelů náboženství na světě, podle zmíněné ročenky má přes 225 milionů členů církevních sborů. K tomu je vybavena i největší náboženskou infrastrukturou na světě – náboženskými školami a univerzitami počínaje a náboženskými rozhlasovými a televizními stanicemi konče. V Americe najdete specializovaná náboženská sdružení všech myslitelných typů – Sdružení pro rozvoj náboženských informačních systémů, Sdružení statistiků amerických náboženských uskupení, Sdružení pro křesťanský management s vlastním časopisem a knihovnou zvukových nahrávek. Ročenka uvádí dvacet různých hlavních baptistických uskupení, dvanáct různých luteránských uskupení a třicet různých letničních uskupení. Podává též výčet více než čtyř stovek různých náboženských periodik.

Americká krajina je poseta pozoruhodnými důkazy religiozity: narazíte zde na obrovské kříže (osvětlený kříž v Effinghamu ve státě Illinois je vysoký 66 metrů), na billboardy s varováním: „Peklo je skutečné!“, na Ježíšovy sochy. Ve své knize „Náboženství u krajnice: pátrání po posvátném, zvláštním a podstatném v náboženství“ (*Roadside Religion: In Search of the Sacred, the Strange and the Substance of Religion*, 2005) nabízí spisovatel a religionista Timothy Beal, profesor na Case Western University, fascinující katalog podivných a úžasných věcí, na něž narazíte, pakliže si najmete rekreační karavan a vydáte se na pouť po amerických silnicích.

V obřím biblickém parku Fields of the Wood v Murphy v Severní Karolíně – v sídle ústředí Církve Boha prorocství – najdeme největší desky s desaterem přikázání na světě (jsou rozhodně viditelné i z kosmu), největší oltář na světě (sedmadvacet metrů široký) a největší Nový zákon na světě (deset metrů vysoká a sedmnáct metrů široká otevřená betonová Bible). Naučný park Svatá země, Holy Land USA v Bedford County ve státě Virginia, představuje repliku biblické země v Ježíšově době na ploše dvou set padesáti akřů (1 000 000 m²). Park *Ave Maria Grotto* v Cullmanu ve státě Alabama představuje čtyři akry (16 000 m²) miniaturních replik Jeruzaléma, svatopetrské katedrály v Římě a mnoha dalších posvátných staveb. Park křížů, *Cross Garden* v Prattville ve státě Alabama, je různorodou sbírkou podomácky vyrobených křížů a nepoužívaných kuchyňských zařízení. Mnohé kříže nesou nápisy, jež člověka upozorňují na jeho osud („Zemřeš!“), zatímco na kuchyňských zařízeních jsou nápisy poukazující na skutečnost, že v suterénu posmrtného

života nebudou mít hříšníci k dispozici žádné moderní vymoženosti („V pekle nebude žádná voda s ledem! Jen horký oheň!“).

Náboženství se nevyhýbá dokonce ani golfu. Zábavní park *Golgotha Fun Park* v Cave City ve státě Kentucky se může pochlubit miniaturním golfovým hřištěm s biblickou tematikou, začínajícím u první jamky Stvořením a končícím u osmnácté jamky Vzkříšením. Sportovní areál *Lexington Ice Center & Sports Complex* v nedalekém Lexingtonu v téže státě nabízí dokonce tři golfová hřiště s biblickou tematikou, Starý zákon, Nový zákon a Zázraky.

Americký trh s náboženstvím vykazuje všechny znaky konkurenčního úspěchu. Umění prodávat a propagovat? Pokud jde o prodej myšlenek, pak lidem, jako je Rick Warren a Joel Osteen se nikdo nevyrovná. Inovace? Americká katolická televizní síť *Eternal Word Television Network* (EWTN) vysílá katolické programy z televizního studia umístěného v jednom klášteře v Alabamě. Efektivnost ekonomiky ve velkém měřítku? Amerika má gigantické církve, jež sdílejí zdroje s obrovskými polocírkevními organizacemi. Vývoj produktů? Každou myslitelnou tržní niku má obsazenou jiná církev nebo jiné náboženství. Církve zemské spodiny v Denveru ve státě Colorado se zaměřuje na vyvrhele společnosti nebo na lidi, kteří sami sebe považují za vydědence – na bezdomovce, pankáče, výtržníky a povaleče. Vše pro zákazníka? Americké církve zajišťují svým „zákazníkům“ všechno, křesly v biografu počínaje a kavárnami a jeslemi konče. Děti si mohou pochutnávat na plněných oplatkách ke svatému přijímání nebo mohou mít Ježíšův narozeninový dort k Božímú Hodu vánočnímu. Pestrost nabídky? V každém rozumně velkém městě si můžete vybírat cokoli, buddhistickými sektami počínaje a zneřvářenými uskupeními judaistů konče. Propagace obchodní značky? Církevní sbor *The Rock* církve *Evergreen Church* disponuje vozem s býky z nejlepšího chovu a vlastní padací brankou na rodeu. Pokaždé, když se cowboy na divokém býku vřítí do arény, hlasatel nezapomene uvést jméno církve.² A jaké jsou příležitosti na trhu? Společnost *Packaged Facts* zabývající se marketingovým výzkumem odhadla, že obrat na americkém trhu s „náboženskými produkty“ činil za rok 2004 celkem 5 miliard dolarů, zatímco za rok 2008 již plných 6 miliard dolarů.

Amerika předčí ostatní svět v produkci podnikatelů s náboženstvím, mužů a žen budujících – často z ničeho – vzkvétající náboženská impéria. Thomas Dexter „T. D.“ Jakes Sr. se narodil v nuzném hornickém městečku v Západní Virginii. Jeho dětství poznamenalo otcovo vleklé umírání na nemoc ledvin

a „T. D.“ zanechal školy, aby mohl pomáhat rodině. Neodolatelně však byl přitahován k Bohu – Bibli neustále nosil při sobě, takže mu kamarádi dali přezdívku „Bible Boy“ – a ještě jako teenager se zavedl jako černošský kazatel na částečný úvazek, s vlastní budovou církevního sboru, upravenou z domu s krámem v přízemí.

Jakes dnes ve svém podnikání představuje špičku, je to velký, urostlý a veselý muž, šťastný v životě i práci, který umí svým kazatelským projevem publikum hypnotizovat a který stojí v čele rozrůstajícího se náboženského impéria. Jeho megacírkev, *Potter's House Church* v texaském Dallasu, se může pochlubit auditoriem s pěti tisíci sedadly, kempusem o rozloze 34 akrů (176 000 m²), téměř třicetitisícovým sborem a celým spektrem pomocných organizací, mezi nimiž nechybí ani nakladatelství, síť rozhlasového a televizního vysílání a školy. Jakesovy knihy, z nichž první byla samizdatová publikace „Ženy, zproštěny jste!“ (*Women Thou Art Loosed*), vyprávějící příběh mladé ženy znásilněné přítelem její matky, se prodávají po milionech. Konference o zmíněné knize přilákala na stadion Georgia Dome v Atlantě 87 500 žen a v návštěvnosti překonala dosavadní rekord Billyho Grahama.

Velká popularita z něho učinila významnou osobnost. Jakes je blízkým přítelem většiny amerických černošských vůdců, v neposlední řadě se přátelil i s Corettou Scottovou Kingovou, vdovou po Martinu Lutheru Kingovi. Byl jedním z hostů u snídaně v Bílém domě, když se Bill Clinton přiznal, že zhřešil s Monicou Lewinskou. V roce 2000 Potter's House navštívili George Bush i Al Gore a Bush zůstal s „T. D.“ v blízkém kontaktu po celé období, kdy zastával prezidentský úřad. Jakes přilákal i zájem sekularistů: velký národní barometr, magazín *Time*, mu požehnal úvodním článkem.

Jakesovo poselství je dokonale sladěné se vzestupem černošské střední třídy. „T. D.“ káže o ctnosti sebezdokonalování a cestě vzhůru – jedna z jeho knih nese název „Jděte novým směrem: jak můžete neomezeně žít“ (*Reposition Yourself: Living Life Without Limits*) – a on sám šťastně postupuje podle návodu, který káže. Žije v přepychovém domě na předměstí Dallasu, jež proslulo ropnými magnáty. Nosí okázalé obleky a diamantový prsten, vlastní automobil Bentley a soukromý tryskáč. Přesto věnuje též pozornost obětem amerického snu – opilcům a drogově závislým, ženám týraným svými muži a mužům i ženám, přitahovaným příslušníky stejného pohlaví.

Pozoruhodná americká náboženská ekonomika by stála za samostatnou knihu. V následujících dvou podkapitolách se proto zaměříme na dva její aspekty: nejprve na vzkvétající trh s náboženskými výrobky, zejména s kniha-

mi a filmy, a pak na aplikaci podnikatelských metod na management amerických církví.

Jen kupředu, křesťanští zákazníci!

Americký trh s náboženstvím prožívá boom. Jeho rozmach je nejnápadnější v médiích. Organizace provozovatelů národních náboženských vysílání, známá jako *National Religious Broadcasters* (NRB), reprezentuje 1 600 stanic rozhlasového a televizního vysílání, jejichž podíl v médiích činí miliardy dolarů. Náboženské rozhlasové stanice jsou převážně evangelikální a převažují nad stanicemi, jež vysílají klasickou hudbu, hip-hop, R&B (spojuje prvky žánrů, jako je rhythm and blues, pop, soul, funk a hip hop), soul a jazz. Křesťanský rock je tak populární, že v jedné epizodě seriálu *South Park* obscénně se vyjadřující hrdinové uvažují o založení křesťanské rockové kapely *Sanctified*, aby z tohoto trendu něco vytěžili. „Stačí když budem zpívat písničky vo tom, jak moc milujem Ježíše, a všichni křesťani budou po těch našich blbostech šít!“³ Křesťanských médií je tolik, že *Sky Angel*, jedna ze tří amerických sítí přímého satelitního vysílání, přenáší šestatřicet kanálů křesťanského televizního a rozhlasového vysílání – a nic jiného.

Je sice možné připustit, že definice náboženské literatury je vágní, ale dnes, v době, kdy knižní průmysl prožívá útlum, je zřejmé, že vydávání náboženských knih vzkvétá – a náboženská tematika se může pochlubit pozoruhodným množstvím „megahitů“. Série románů o konci světa „Ponechání napospas“ (*Left Behind*) vydělala 650 milionů dolarů. A Bible samotná samozřejmě zůstává největším bestsellerem všech dob – znovu a znovu poráží všechny své konkurenty, v každém roce, v každém desetiletí.

Křesťanské šlágry všeho typu táhnou za sebou v lodní brázdě celou flotilu dalších křesťanských výrobků – od batohů s maskáčovým vzorem a nápisem „Chvalte Pána“ až po křesťanské diety, jako je třeba kuchařka Dona Colberta „Co by jedl Ježíš?“ (*What Would Jesus Eat?*), od časopisu *Rev!*, přízrůbosteného pro pastory, až po křesťanské romány s hororovou tematikou. Boom náboženských knih jde ruku v ruce s obecnějším bohem duchovních knih vůbec, neboť Američané, v neposlední řadě i stárnoucí příslušníci generace baby boomerů, hledají „smysl“ života – a zajisté si umíte představit amerického lékaře a spisovatele indického původu a gurua hnutí New Age Deepaka Chopru a jemu podobné, kteří jim tyto knihy v hojnosti dodají.

Trh s náboženstvím je atraktivní z celé řady důvodů. Nejzjevnějším důvodem je existence milionů křesťanů. Má však také k dispozici pohodové distribuční kanály v podobě církví. (Jen protestantských církví má Amerika přes 330 000 nejrůznějších odrůd.) Larry Ross, dallaský konzultant, jehož firma se na tento trh specializuje, poukazuje na skutečnost, že filmy založené na románech z cyklu „Ponechání napospas“ (*Left Behind*) se staly hitem, aniž by se promítaly v kinech; promítaly se v budovách církevních sborů. Nábožensky založení Američané jsou navíc velice ochotní zúčastnit se marketingu a šířit zprávy ústním podáním. Románový cyklus „Ponechání napospas“ vydalo nejprve drobné chicagské nakladatelství, ale zpráva se mezi křesťany rychle šířila od úst k ústům. Mel Gibson šířil zprávu o filmu „Umučení Krista“ tak, že mluvil s význačnými postavami amerického náboženství, jež pak svoje ovečky přiměly nakoupit lístky do kin ve velkém. A církevní obchody plní pulty výrobky, jež mají vztah k filmu, například řetízky s přívěskem hřebu z kříže. Kniha „Proč jsme vůbec tady? aneb Čtyřicetidenní zastavení nad smyslem života“ (v orig. „Cílevědomý život“) se překvapivě stala bestsellerem, protože se stala jádrem církevních kázání a tématem církevních studijních skupin.

Greg Stielstra, hlavní marketingový guru nakladatelství *Zondervan* (který má na kontě osmaosmdesát bestsellerů, jedenadvacet superbestsellerů a osm knih, u nichž se prodalo přes milion výtisků) to nazývá „pyromarketing“. Pyromarketing nevyužívá tolik masmédiá jako je televize, ale spoléhá na „spotřebitelské evangelisty“, kteří zprávu šíří mezi lidmi podobného smýšlení. (Rick Warren se hněval, když zjistil, že Stielstra použil jeho knihu „Proč jsme vůbec tady?“ – v orig. „Cílevědomý život“ – jako příklad pyromarketingu; domnívá se totiž, že úspěch, který měla, spočíval výhradně v jejím duchovním poselství.)

Rychlý růst trhu s náboženstvím přitahuje novou mocnou skupinu konkurentů – společností mainstreamových médií. První velkou nakladatelskou společností, která si všimla potenciálu trhu s náboženstvím, byl *HarperCollins*. Nakladatelství *Zondervan* bylo v roce 1988 HarperCollinsem koupeno a stalo se jeho sekci. Dnes už náboženské sekce založila téměř všechna velká nakladatelství, většinou během posledních několika let: *Random House* má náboženskou sekci *WaterBrook*, *Hachette* má náboženskou sekci *FaithWords*. V roce 2006 publikoval *Penguin* dvě nová vydání Bible a specializované vydání vytvořil i *HarperCollins*. Chloubou hudební společnosti EMI (*Electric and Musical Industries*) se stala její křesťanská sekce *EMI Christian*

Music Group. Společnost *Hallmark Cards* získala v roce 1999 *DaySpring* se sídlem v Arkansasu, největšího amerického producenta křesťanských pohledů a přání. Americká společnost pro rozhlasové a televizní vysílání NBC (*National Broadcasting Company*) najala zpěvačku a skladatelku Amy Granovou, hrdinku křesťanského hudebního světa, aby v hlavním vysílacím čase uváděla pořad pátečního večera „Tři přání“ (*Three Wishes*). NBC rovněž koupila práva k vysílání animovaných filmů o postavičkách zeleninek s mravním křesťanským naučením „Příběhy zeleninek“ (*Veggie Tales*), jež vysílá pro děti v sobotu ráno. Není to tak dlouho, kdy zájemci o křesťanské kuchařky nebo o křesťanské detektivky museli navštívit specializované křesťanské prodejny. Nyní je mohou zakoupit ve svém místním *Wal-Martu* – spolu s celou knihovnou jiných křesťanských knih.

Hollywood, v důsledku institucionalizované letargie a kulturních klapků na očích, reagoval pomaleji. Spoustu průkopnické práce museli vykonat křesťané, kteří měli dost peněz nebo konexí na to, aby mohli hollywoodskou kulturu ignorovat. Denverští miliardář Phil Anschutz založil dvě produkční společnosti, *Walden Media* a *Bristol Bay Productions*, jež podporují náboženské filmy. Mel Gibson financoval „Umučení Krista“ (*The Passion of the Christ*, 2004) z vlastních peněz, ale úspěch filmu otevřel oči filmovému průmyslu. Schopnost náboženství vydělávat peníze se zřetelně projevila: film ve Spojených státech vydělal – navzdory handicapu latinských a aramejských dialogů a nepřítomnosti některého z velkých hollywoodských distributorů – přes 365 milionů dolarů. Kvůli natočení filmové verze knih C. S. Lewise „Letopisy Narnie“ (*The Chronicles of Narnia*) se *Walden* spojil s *Walt Disney Pictures*, společností, která se evangelikálům znechutila organizováním „dnů gayů“ v Disney Worldu. Jenže společnost *Walt Disney Pictures* najala pro propagaci mezi evangelikálními diváky, zvláště ve sborech a skupinách biblického studia, firmu *Motive Marketing*, která se starala o marketing filmu „Umučení Krista“.

Nadšení filmového průmyslu pro peníze věřících nepolevilo ani po opileckých antisemitských výročích Mela Gibsona v roce 2006. „Umučení Krista“ a první dva filmy „Letopisů Narnie“ patří k finančně neúspěšnějším americkým filmům vůbec. Společnost *Bristol Bay* uspěla s filmovým hitem „Nezlomná vůle“ (v originále se film jmenuje „Úžasná milost“ – podle klasického chvalo zpěvu *Amazing Grace*), životopisným snímkem o Williamu Wilberforceovi a boji za zrušení obchodu s otroky, který mnozí evangelikálové přirovnávají ke křížovému tažení proti potratům. To, co scénárista filmu „Základní

instinkt“ (*Basic Instinct*) Joe Eszterhas, jenž se od té doby stal znovuzrozeným křesťanem (nejspíš chtěl odčinit hrozný erotický film „*Showgirls*“), nazývá „expres víry“, musí ujet ještě notný kus cesty. Dětské knížky C. S. Lewise poskytují bohatý materiál pro budoucí filmy. Několik mainstreamových studií vytvořilo náboženské podseky, například *Fox Faith*; *Sony* koupil práva na vysílání série „Ponechání napospas“.

Do práce se zapojily dokonce i samotné církevní sbory. V říjnu roku 2008 se na čtvrté místo úspěšnosti dostal snímek o hasičovi, „V jednom ohni“ (*Fireproof*). Výroba tohoto filmu stála pouhých 500 000 dolarů, ale film vydělal plných 6,5 milionu dolarů.⁴ Byl to třetí film společnosti *Sherwood Pictures*, která je napojena na Sherwoodskou baptistickou církev v Albany ve státě Georgia. Výkonným producentem se stal pastor a převážná většina z 1200 herců byli dobrovolníci z kongregace. Hrdinovi filmu změnil život četba knihy „Odvaha milovat“ (*The Love Dare*), využívající na každý den pasáž z Písma, aby se lidé z manželských párů naučili milovat jeden druhého. Zároveň bylo vytištěno 600 000 exemplářů této knihy – a stal se z ní bestseller. Herec, ztělesňující hlavní postavu filmu, Kirk Cameron, již hrál v sérii „Ponechání napospas“, ale nejspíš je nejlépe znám sekulárním divákům jako jeden z mladistvých v televizní komedii „Potíže růstu: Zase ti Seaverovi“ (*Growing Pains*). Když byl dotázán deníkem *The New York Times*, jak se mu daří držet se v Hollywoodu svých křesťanských hodnot, odpověděl: „Vzhledem k tomu, že jsem se jako teenagerovský idol dožil sedmatřiceti let, aniž by se ze mne stal transvestita kouřící crack a končící opakovaně v odvykacím centru pro drogově závislé, řekl bych: skvěle, ty hodnoty mi zatraceně dobře posloužily!“⁵

O Mamonu a Murdochovi

Příchod velkých korporací nevyhnutelně mezi evangelikály vyvolává jisté obavy z nemravného svazku s Mamonem. Hodně se mluví o „zneužívání Boha“. *Zondervan* tvoří součást společnosti *News Corporation* mediálního magnáta a miliardáře Ruperta Murdocha, jenž dal světu na třetích stránkách obrázky dívek, známé prostě jako Page Three Girls, a televizní reality show „Nejmenší ženich“ (*The Littlest Groom*) o trpaslíkovi, který se snaží najít lásku ve světě žen nejrůznějších velikostí. Mezi sesterské společnosti patří nakladatelství *ReganBooks*, které vydalo „Jak se milovat jako pornohvězda“ (*How*

to *Make Love Like a Porn Star*) od zkušené Jenny Jamesonové a které si pohrávalo s myšlenkou vydat „Kdybych to udělal“ (*If I Did It*) od O. J. Simpsona, a nakladatelství Avon, které vydává knihu satanských rituálů „Satanská bible“ (*The Satanic Bible*).

V roce 1992 se část zaměstnanců pokoušela *Zondervan* v zájmu uchování jeho čistoty vykoupit. V nedávné době evangelikálové brojili proti praxi *Zondervanu* tisknout Bibli v Číně, neboť tato země perzekvuje křesťany. Mnozí evangelikálové se bojí, že by náboženská knihkupectví tradičního typu mohla být vytlačena velkými řetězci, které mohou operovat s obrovskými slevami, a že by mainstreamoví agenti mohli odlákat nábožensky založené spisovatele na závrtné kontrakty.

Nástup *News Corp* a spol. však ve skutečnosti k tolika katastrofám nevedl. Behemoti měli dost rozumu na to, aby svým náboženským filiálkám ponechali patřičnou volnost. *Zondervan* neztratil nic z původních rysů: i dnes sídlí v Grand Rapids ve státě Michigan a jeho korporátní dvoraně dominuje bronzové sousoší v životní velikosti zvané „Boží služebník“ (*The Divine Servant*), představující Ježíše, jak myje Petrovi nohy. Random House založil dceřinou společnost *Water-Brook* v Colorado Springs, hlavním stanou evangelikální Ameriky.

Tradicionalisticky založené společnosti náboženských médií však zatím bojují o zachování dosavadních pozic. Mají výhodu pevné loajality k obchodní značce. (Na americkém Jihu je běžné, že evangelikálové označují své profesionální reklamy křížem, neboť chtějí upoutat pozornost zákazníků z řad spřízněných evangelikálů.) V tom, jak řídí svoje záležitosti, jak kolonizují nové trhy, zvláště trhy s videoprodukty a videohrami, a jak se prosazují na starých trzích, se chovají stále více jako obchodníci. Zatímco se největší americké mediální společnosti tlačí na trh s náboženstvím, mnohé nábožensky zavedené společnosti se tlačí opačným směrem – na mainstreamový trh. Jihobaptistický nakladatel *Broadman & Holman* například vydal mainstreamový hit „Ohrožená mise“ (*Mission Compromised*, 2002), thriller o tajných operacích v Iráku od Olivera Northe a Joea Mussera. „Smysl knihy je zamaskován v jejím poselství a v jejím obsahu a její dějové linii,“ všiml si marketingový propagátor knihy. „Je však zamaskován i v tom smyslu, že nabízí jasné poselství naděje skrze Ježíše Krista.“⁶

Jeden z nejlepších nezávislých nakladatelů sídlí v Nashvillu. *Thomas Nelson* je největším křesťanským nakladatelem v zemi, druhým největším producentem Bible hned po *Zondervanu* a devátým největším nakladatelem vůbec.

Zisk z prodeje společnosti *Thomas Nelson* vzrostl ze 6 milionů dolarů v roce 1960 na dnešních 233 milionů dolarů. Celková produkce společnosti zahrnuje množství křesťanských bestsellerů, 3 400 různých vydání Bible, biblické příručky a studijní průvodce. *Thomas Nelson* nyní založil sekulární sekci, *WND Books (WorldNetDaily Books)*, která vydává konzervativní autory jako Katherine Harrisovou, dřívější členka Kongresu za Republikánskou stranu, a Andrew Napolitano, podnikový právní expert *Fox News*.

Mnohé menší společnosti náboženského zaměření dnes urychleně přikročily k modernizaci svých manažerských dovedností. Staré firmy rodinného typu jsou nahrazovány profesionálním podnikáním, v němž podle slov nakladatelky Jane Friedmanové nezáleží jen na „poslání, ale též na ziscích a ztrátách.“ Sdružení křesťanských knihkupců pomáhá svým členům s plánováním marketingu a publicitou. Nezávislí křesťanští nakladatelé se sdružují do větších uskupení, aby mohli konkurovat velkým maloobchodním společnostem. Larry Ross, prezident společnosti *Ad-Fax Media Marketing*, dokonce poskytuje poradenskou službu pro zvládání krizí (pomoc, která se zejména hodila jednomu z jeho klientů, Billymu Grahamovi, když se začátkem roku 2002 vynořil zvukový záznam rozhovoru s Richardem Nixonem z roku 1972, v němž se kazatel dopustil několika antisemitských výroků).

V rostoucí profesionalizaci se obráží obecné chápání, že pokud křesťané chtějí šířit svoje poselství, musejí se smířit se současnou, médií prosycenou kulturou. Biolská univerzita (*Biola University*, název vznikl jako zkratka původního *Bible Institute of Los Angeles*), známá prostě jako Biola, křesťanská univerzita a bašta fundamentalismu v La Mirada jižně od Los Angeles, kdysi studentům zakazovala sledovat hollywoodské programy; dnes má prosperující katedru masmédií (a jeden hitový film absolventa Bioly, scénáristy a režiséra Scotta Derricksona, „V moci ďábla“ – *The Exorcism of Emily Rose*, 2005). Biola i Regentská univerzita disponují špičkovými filmovými studii. Losangeleská společnost *Act One*, založená bývalou jeptiškou Barbarou Nicolosiovou, zajišťuje dva kurzy, jeden pro budoucí křesťanské scénáristy, druhý – i když to může znít jako oxymóron – pro budoucí křesťanské vedoucí provozu zábavy. George Barna, evangelikální expert na průzkumy veřejného mínění, založil *BarnaFilms Preview Night*, aby evangelikálům umožnil sledovat předpremiéry „významných“ nebo „vynikajících“ nových filmů.⁷ Křesťanské filmové festivaly přinášejí nejkvalitnější nábožensky orientované filmy vůbec, modlitební skupiny poskytují sílu rádo by křesťanským producentům a hercům, aby odolali všudypřítomným svodům bezduchého La-La Landu,

a jedna z denominací církve čtverého evangelia, *Church on the Way* v kalifornském Van Nuys, oficiálně hostí evangelikální hollywoodské postavy.

I křesťanští podnikatelé úspěšně přebírají nápady z mainstreamové americké kultury a přizpůsobují je náboženským záměrům. Amerika se může pochlubit několika náboženskými zábavními parky a muzei. Na evangelikálních webových stránkách *Christian Nymphos* najdete neobvykle sugestivního průvodce manželským sexem, „kořeněným tak, jak to Bůh zamýšlel“, s informacemi o všem, „análním sexem: co na něj říká Bible?“ počínaje a „ochutnáním jeho ovoce“ konče. Joseph „Reverend Run“ Simmons, bývalý člen hip-hopové skupiny *Run-D.M.C.*, založil na *MTV* „čistou“ reality show *Run's House*. „Tahle show je jako moje kazatelna,“ říká Simmons. „Chci svět přimět k duchovnosti a přivést lidi ke Kristu.“⁸ „Loganova show“ (*The Logan Show*) je křesťanskou verzí „Noční talk show Conana O'Briena“ (*Late Night with Conan O'Brien*). V křesťanském pánském časopise *New Man* se objevují příspěvky, jako „Zase porno“ a „Pornokrál nachází Boha“. V časopise pro křesťanské motoristy *Christian MotorSports* nedávno otiskli článek o tom, jak „pekelní andělé“ našli Pána.

Jedna z mnoha křesťanských videoher „Ponechání napospas: síly věčnosti“ (*Left Behind: Eternal Forces*) nabízí možnost výběru, zda nepřátelské vojáky zabít, nebo je obrátit na víru. Obuvnická firma *Scripts Footwear* dává zákazníkovi příležitost zaopatřit si nohy podle „evangelia míru“ – tak to alespoň hlásá reklama. Firma Přátelé modlitebního kroužku (*Prayer Circle Friends*), klon Postav si svého medvídka (*Build-ABear*), umožňuje dětem složit si hračku chlupatého zvířátka a vložit do ní zvukový čip se záznamem vlastní modlitby. Výrobce panenek Život ve víře (*Life of Faith*), klon výrobce panenek Americká holčička (*American Girl*), líčí život obyčejných dívek, jež během dějin vykonalý zásluhou své silné víry pozoruhodné skutky. Existuje dokonce hnutí a řetězec obchodů s oblečením Ježíš je můj kamarád (*Jesus Is My Homeboy*).

Prvotřídní úroveň všech služeb

Touha sladit křesťanství s moderním světem je něčím víc než jen otázkou marketingu. Stala se klíčovou složkou evangelikální víry. Navštivte třeba sbor komunity Willow Creek na bohatém chicagském předměstí South Barrington ve státě Illinois. Okamžitě vás začne hlodat neodbytná otázka: Jak je proboha možné, že tu nikde není vidět kostel?

Willow Creek je vybaveno veškerými veřejnými zařízeními, jaká si lze představit, od velkých jídelen až po basketbalová hřiště, od kaváren až po nástěnné obrazovky, o parkovišti s místem pro 3 850 automobilů ani nemluvě. Když se však poohlédnete po věžičkách a barevných oknech, ba po křížích a oltářích, budete hledat marně. Usoudíte, že Willow Creek není součástí religiózní Ameriky, ale Ameriky korporátní. A korporátní kapitál tu vskutku není žádným zdáním. Misijním heslem zdejší komunity je „konvertovat bezvěrce na oddané stoupence Ježíše Krista“. Manažerský tým má sedmistupňovou strategii a sadu deseti základních hodnotových měřítek. Sbor zaměstnává dva absolventy postgraduálního programu v oboru managementu (s titulem MBA) – jednoho z Harvardu a jednoho ze Stanfordu – a může se pochlubit konzultačním oddělením. Získal dokonce nejvyšší ocenění, jaké uděluje Harvardská obchodní škola.

Komunita Willow Creek je jen jedním z rostoucího počtu evangelikálních sborů, jež záměrně přejímají metody světa podnikového kapitálu. Zapomeňte na místní ctihodné občany, kteří vikářovi pomáhají s ranní kávou a květinami. Americké církevní sbory dnes nazývají své hlavní funkcionáře „CEOs“ (*Chief Executive Officers*, výkonní ředitelé) a „COOs“ (*Chief Operating Officers*, provozní ředitelé). (Sbor North Point Church v Alpharettě ve státě Georgia má dokonce výkonného ředitele programování bohoslužeb.) Zapomeňte na farní shromáždění, při nichž staří ctihodní občané předkládali své momentální nápady, jak udržet sbor při životě. Amerika rozvíjí doslova průmyslovou výrobu náboženského poradenství. Hezkým příkladem mizení hranic mezi náboženstvím a podnikáním je hlavní pastor Carson Valley Christian Center, velmi vlivného sboru z Mindenu v Nevadě, John Jackson, jenž sám sebe označuje za pastýře-podnikatele (*pastorpreneur*) a v rámci propagace vlastní poradenské činnosti vydal knihu téhož názvu.

Sbor Willow Creek se řídí stejným principem jako všechny úspěšné obchodní společnosti: na prvním místě je klient. V roce 1973 provedl zakladatel sboru Bill Hybels neformální průzkum mezi předměstskými obyvateli Chicaga. Ptal se jich, proč nenavštěvují kostel. Na základě jejich odpovědí upravil bohoslužby. Odstranil výrazně náboženské symboly, jako je kříž a barevná okna. Bohoslužby zpestřil videem, v němž spojil drama se současnou hudbou. A snažil se lidi ve svých kázáních oslovit praktickými otázkami jejich každodenních zájmů.

Důraz na „uživatelskou přívětivost“ ve sboru přetrvává dodnes. Hybelsův tým se snaží vidět svou organizaci očima nově příchozích (neboli

„hledajících“, jak jim říkají). To znamená, že jim zajišťují „prvotřídní úroveň všech služeb“. Areál církevního sboru – nazývají ho „avenue prvních domů“ – je pečlivě udržovaný, trávníky posekané, stromy pravidelně stříhané a pohyb vozů na parkovišti dokonale koordinovaný. Tým je vlídný, ne však vlezlý. (S „evangofobií“ si dělá velké starosti.) Obrovská kongregace je rozštěpena do menších „spřízněných“ skupin. K zachycení hledajících u církevního sboru se využívá množství „rybářských háčků“.

Sbor Willow Creek má tucty spřízněných skupin, jež jsou schopné zajistit uživatelskou spokojenost každému, příznivcům motocyklových závodů i lidem dbajícím na správnou životosprávu a tělesnou hmotnost. Sbor se věnuje všem formám sociálních služeb, poradenstvím pro alkoholově či sexuálně závislé počínaje a pomocí s dopravou, která může představovat na rozsáhlých předměstích vážný problém, konče. (V sekci „CARS“ se opravují darované automobily, jež jsou pak poskytovány potřebným lidem, zejména matkám samoživitelkám. Zkratka „CARS“ – /cars – angl. automobily/ – znamená *Christian Auto Repairmen Serving*, tedy Křesťanský autoservis.) Sbor zajišťuje i zábavu, sportem počínaje (proto již zmiňovaná basketbalová hřiště) a videoasály konče.

Sbor Willow Creek věnuje zvláštní péči přizpůsobení veškerých podmínek příslušnému věku. Každou neděli sbor zajišťuje péči o tisíce dětí. Tato služba původně vznikla z nutnosti (rodiče by se nedostavili, pakliže by o jejich děti nebylo postaráno), ale přerostla v účinný rybářský háček (rodiče se mohou během bohoslužby uvolnit, zatímco jejich děti se královsky baví). Sbor má rovněž auditorium pro děti a mládež. Adolescentní členové sboru Willow Creek se „postarali“ o celou halu, vytrhali koberec, obnažili betonovou podlahu, načernili ji a počmárali všechna promítací plátna.

Po celé Americe dnes církevní sbory mezi sebou soutěží, který z nich zajistí „prvotřídní úroveň všech služeb“. Pastýři-podnikatelé nekážou pouze v neděli. Neslouží bohoslužby jen u příležitosti významných obřadů narození, smrti a sňatku. Církevní budovy jsou otevřené sedm dní v týdnu, od svítání do soumraku, a poskytují neuvěřitelně rozsáhlé spektrum služeb: některé komplexy megasborů zahrnují i banky, lékárny a školy. Poradenství a podpůrné skupiny jsou rutinní záležitostí. Totéž platí pro náboženskou výuku pro děti.

Součástí „prvotřídní úrovně všech služeb“ je obsazení každé myslitelné tržní niky. A nejde jen o vytváření liberálních církevních sborů pro liberály a konzervativních sborů pro konzervativce. K dispozici jsou motorkářské

sbory pro motocyklisty, kovbojské sbory pro kovboje, sportovně orientované sbory pro sportovce (baptistický sbor Prestonwood Baptist Church v Planu v Texasu má osm sportovních hřišť a ve sportovních týmech 16 000 členů) a homosexuálům nakloněné sbory pro homosexuály, jako je například kongregace Cathedral of Hope v Dallasu, která mimo jiné proslula každoročním výprodejem použitého zboží známým jako *Great Annual Yard Sale* (GAYS). Mnohé sbory jsou připraveny na všechny eventuality. Navštivte sbor First Assembly Church ve Phoenixu a s hrdostí vám předvedou skříň se zdravotnickými pomůckami, jež půjčují lidem v nouzi. Církevní sbor Těch, kdo mění svět (*The World Changers*) v Georgii nabízí pomoc s testy, s vyplňováním daňových formulářů a s nákupem domů (dokonce disponuje sítí hypotečních makléřů a realitních agentů). Církevní sbor Carson Valley Christian (jehož heslem je „Přátelé pomáhající přátelům následovat Krista“) pořádá seminář o tom, jak setnout hlavu „goliášům“ váhání, zatrpklosti, úzkosti, pokušení a osamělosti, cílený nejspíš na lidi, kteří píšou knihy o globálním oživení víry. Pořádá také lekce bojového umění nazvané „Cesta křesťanského bojovníka“.

Lze předvídat, že v důsledku tohoto silného důrazu na službu zákazníkům dojde k růstu. John Vaughan, konzultant specializující se na megacírkev, vskutku uvádí, že rok 2005 představoval mezník v růstu církevních sborů. Byl to rok, kdy poprvé v amerických dějinách – když se Lakewoodský sbor přestěhoval do obrovského Compaq Center v Houstonu – přesáhla návštěvnost bohoslužby v jednom sboru třicet tisíc za týden. Jak však ještě uvidíme, i tato návštěvnost je nižší, než s jakou se můžeme setkat v některých sborech v rozvojových zemích. Rok 2005 byl zároveň mezníkem v tom, že podmínky statutu megasboru splnilo již tisíc sborů. (Podmínky statutu megasboru zhruba splníte, když se vám na bohoslužby dostaví tři tisícovky věřících za týden.) Počet míst na sezení ve sboru Willow Creek činí 7 200. A pokud se tam mluví o „místech na sezení“, myslí se jimi opravdu prostorná, pohodlná křesla, žádné dřevěné lavice.

Rychlý růst s sebou přináší dlouhou řadu výhod. Nejzřetelnější z nich je skutečnost, že si církevní sbory mohou dovolit pořádat megapředstavení. Sbor Willow Creek pravidelně zve celebrity jako je například country zpěvák Randy Travis nebo Lisa Beamerová, vdova po Toddu Beamerovi, muži, jenž se 11. září pokusil zastavit let United Flight 93. Lakewoodský církevní sbor disponuje pětisetčlenným pěveckým sborem. Jakesův Potter's House v Dallasu získal ve 46. ročníku Grammy cenu za nejlepší album. V zájmu ilustrace spasení umístil církevní sbor Westlink Christian Church na venkovní display

šoty z extrémních sportů, mezi nimiž nechybí ani skateboardisté skákající přes oheň.

Stejně důležité je, že rychlý růst, velký obrat a rozšiřování trhu umožňují pastýřům-podnikatelům využívat k šíření poselství všechny dostupné kanály. Joel Osteen, hlavní lakewoodský pastor sboru, který týdně získává z darů přes milion dolarů,⁹ pořádá televizní kázání, jímž oslovuje sedm milionů lidí na celém světě, a vydal knižní bestseller „Ten nejlepší život: sedm kroků k životu v plném potenciálu“ (*Your Best Life Now*), který byl tak zřetelně výdělečný, že nakladatel autora vybavil pro knižní turné svým vlastním tryskáčem.¹⁰ Již několikrát zmiňovaná Warrenova kniha „Proč jsme vůbec tady? aneb Čtyřicetidenní zastavení nad smyslem života“ (v orig. „Cílevědomý život“) se zasloužila o vznik obrovského byznysu s PDL knihami, audiozáznamy, kurzy a CD písněmi s křesťanskou tematikou. Biskup T. D. Jakes, hlavní pastor sboru Potter's House, oslovuje prostřednictvím satelitu 260 věznic během jediného týdne.

Zdá se, že nejúspěšnější církevní sbory disponují téměř stejně špičkovou technikou jako NASA. Sbor Willow Creek má čtyři studia pro editaci videí. Ti, kdo mění svět, World Changers, disponují vlastním nahrávacím hudebním studiem a mají i svou vlastní „record label“. Sbor Fellowship Church v Grapevine ve státě Texas zaměstnává svého hlavního technického ředitele (a na technické vybavení dává 15 % ze svého třicetimilionového ročního rozpočtu). Věřící se nemusejí obávat, že nenajdou příslušnou pasáž ve zpěvníku nebo že se nachladí v závanu chladného vzduchu. Počítač promítá slova na gigantické obrazovky a teplota je trvale udržována na ideální úrovni.

Nechají se zhýčkat úspěchem?

Rychlý růst však s sebou přináší i problémy, jež téměř bez výjimky nutí sbory, aby se s ještě větší obsesí věnovaly podnikání a managementu. Nejnápadnějším problémem je pochopitelně rozsah managementu. Nemůžete ho brát na lehkou váhu, když váš roční příjem dosahuje 100 milionů dolarů (jako v Lakewoodském sboru) nebo když zaměstnáváte na plný a částečný úvazek 450 lidí (jako ve sboru Willow Creek). Musíte vybudovat odpovídající manažerskou strukturu s finančním oddělením, doplněným i oddělením pro styk s veřejností. Musíte dokonce začít uvažovat – podobně jako Hybels – o vztahu mezi církevním vedením a manažerským týmem.

Druhý problém není sice nápadný, ale není o nic menší: Jak můžete i nadále promlouvat individuálně a bezprostředně ke každému svému farníkovi, když kázete na stadionu o velikosti fotbalového hřiště? Některé megasbory shledaly, že jejich členové odcházejí a hledají organizace intimnějšího charakteru. A mnozí megakazatelé se již začínají obávat, že jejich přičiněním ze sboru vzniká společenství diváků, považujících náboženství za divadelní představení. Proto nyní volí metody, jež jim umožňují udržovat sbor současně velký i malý, honosný a intimní zároveň.

Jednou z těchto metod je štěpení kongregace na jednotlivé skupinky. Většina velkých sborů proto členům doporučuje sdružovat se do skupinek po osmi až deseti lidech, kteří mají něco společného (například věk nebo manželský status). Účelem skupinek přitom není jen zajistit každému vhodnou společnost, ale vytvořit také podmínky pro transformaci „nevyzrálých křesťanů“ v „křesťany zralé“, z nichž se mohou rekrutovat budoucí generace církevních vůdců.

Druhá metoda spočívá v segmentaci trhu s náboženstvím. Sbor Willow Creek pořádá dvě značně odlišné bohoslužby. Nedělní bohoslužba pro nové „hledající“ je uzpůsobena k demonstraci křesťanské víry „formou strážlivou, neodrazující“. Ve Willow Creek odhadují, že polovina lidí, kteří docházejí na jejich nedělní bohoslužby, by se církevním sborům jinak vyhnula. Středeční bohoslužby jsou uzpůsobeny pro lidi křesťanství oddané, jejichž víru mají prohlubovat a tříbit. Na stejném principu ve Willow Creek vypracovali dvě odlišné sedmistupňové strategie růstu: externí strategii, která má za úkol přivést do sboru lidi v církvi neorganizované, a „interní“ strategii, která má prohloubit angažovanost členů sboru.

Třetí metodou je zakládání satelitních sborů – jakási forma udělování náboženských koncesí. Hlavní sbor Willow Creek založil několik satelitních sborů v oblasti Chicaga, aby nikdo, kdo má zájem o willowcreekské poselství, nemusel cestovat přes padesát mil. (Uvažuje se tak, že ve sboru narazíte na stejné lidi, na jaké narazíte i v obchodě se smíšeným zbožím.) Sbor Life Church udělil koncesi nejružnějším kampusům ve státě. Hlavní sbor NorthWood Church v Kelleru ve státě Texas spravuje stovku dceřiných sborů.

Ukazuje se, že růst v náboženských organizacích je záležitostí nadšení srovnatelného se zápalen v organizacích korporátních. V zájmu sebepovzbuzování se úspěšné církevní sbory noří stále hlouběji do teorie byznysu. Chtějí bezpečně vědět, co chtějí a kam směřují, a tak využívají strategické plánování a prozíravost. K expanzi na trhu využívají kult obchodní značky: ze 250

hlavních obchodních značek (brandů) Ameriky skončil sbor Willow Creek mezi neúspěšnějšími pěti procenty.¹¹ Rick Warren využívá aliancí s maloobchodními řetězci jako je *Wal-Mart* a *Costco*, aby dostal svoje knihy na pulty jejich prodejen. A vzhledem k tomu, že církevní sbory chtějí mít jistotu, že odvádějí dobrou práci, sledují všechny potřebné ukazatele a indikátory. Sbor Willow Creek „měří úspěšnost“ obracení „hledajících“ na křesťanskou víru na základě pěti biblických G: k obvyklým třem biblickým G sbor přidal milost (*Grace*) a dobré vedení (*Good stewardship*).*

Pastýři-podnikatelé jsou rozhodnutí správné manažerské metody nejen aplikovat ve svých vlastních organizacích, ale šířit je také v křesťanských komunitách po celém světě. Willow Creek disponuje konzultační sekci, sdružením Willow Creek Association, jež má přes dvanáct tisíc členských sborů a pořádá kurzy o vedení pro více než sto tisíc zájemců ročně (mezi hostujícími lektory nechybí ani Jim Collins, podnikatelský guru a autor bestselleru „Jak z dobré firmy udělat skvělou“, v orig. *Good to Great*, nebo Bill Clinton) a ročně vydělává téměř 20 milionů dolarů.¹² Rick Warren přirovnává svůj recept „cílevědomého života“ k mobilnímu čipu od Intelu, zabudovanému do počítače všech církevních sborů – a zdůrazňuje, že „cílevědomých“ sborů je přes třicet tisíc. Warren rovněž založil webovou doménu *pastors.com*, která umožňuje 100 000 pastorů přístup na e-mailová fóra, na stránky modliteb a předpřípravených kázání, včetně přístupu na dvaadvacet let trvající stránky, na nichž mohou sboru Ricka Warrena finančně přispět.

V důsledku funkční zpětné vazby se některá odvětví byznysu již učí od náboženského sektoru. Filosof managementu a ekonom Peter Drucker často poukazoval na skutečnost, že tyto církevní sbory používají mimořádně úspěšné metody motivování vlastních zaměstnanců a dobrovolných spolupracovníků, a stejně mimořádně úspěšné metody transformace dobrovolných pracovníků z amatérů s dobrými úmysly v disciplinované profesionály. Nejúspěšnější církevní sbory odhalily tajemství levného a soběstačného růstu – tajemství transformace hledajících v evangelikály, kteří se následně vydají do terénu a přivedou ke sboru další hledající. Kolik odvětví byznysu se může pochlubit tak vděčnými a oddanými zákazníky?

* Prvními třemi G jsou zlato (*Gold*), sláva (*Glory*) a Bůh (*God*). Tato tři „Gs“ se tradují již od dob španělských dobyvatelů Ameriky, motivovaných k nebezpečné cestě do Nového světa pověstmi o zlatě, touhou po slávě a přesvědčením, že by mezi domorodci měli šířit víru v Boha. (pozn. překlad.)