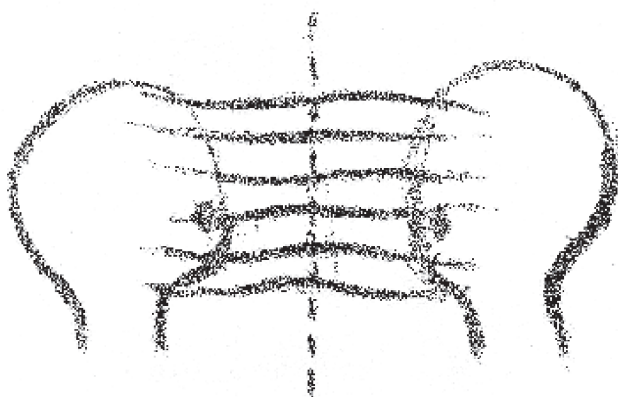


16. konference
Člověk a média

Lobbying v médiích



Centrum Mariapoli, Praha 9 - Vinoř
15. dubna 2010

Konference se konala ve spolupráci



**HNUTÍ
FOKOLÁRE**
v České
republice



Konrad
Adenauer
Stiftung

NADAČNÍ FOND  **JOSEFA
LUXE**



OBSAH

Jaroslav Šebek: OBDOBÍ PRVNÍ REPUBLIKY (1918 – 1938)	5
Rudolf Hermann: ZKUŠENOSTI ZE ZAHRANIČÍ	11
Erik Tabery: SOUČASNÁ SITUACE V ČESKÉ REPUBLICE (VÝVOJ PO ROCE 1989)	17



VĚDECKÝ PRACOVNÍK
HISTORICKÉHO ÚSTAVU AKADEMIE VĚD
ČESKÉ REPUBLIKY

OBDOBÍ PRVNÍ REPUBLIKY (1918 – 1938)

Je velmi těžké hovořit o tématu lobbyingu v souvislosti s médii – tedy o tématu, které má moderní konotace a navíc, jak tady zaznělo i od mého předřečníka, Česká republika je vnímána očima mediálních analytiků jako země, kde jde lobbying ruku v ruce s korupcí. Mám hovořit o době, která je od našeho vnímání vzdálená sedm či osm, často i devět desetiletí. Samozřejmě toto všechno pak limituje i fakt, jak byl v době první republiky vnímán lobbying i jak bylo vnímáno ovlivňování tehdejší reality prostřednictvím médií. Tehdejší doba samozřejmě dávala jasné limity tomu, co lze nazývat lobbyingem a co v podstatě lobbyingem nebylo. Už samo nastavení politických poměrů v době první republiky například některé možnosti lobbování výrazně eliminovalo. V meziválečném Československu kupříkladu neexistovala možnost politických přeběhlků, protože poslanecké i senátorské mandáty byly vázány pouze na politickou stranu a poslanec či senátor byl zodpovědný primárně politické straně, nikoliv voličům, nebo snad dokonce svému

svědomí. Strany byly víceméně jednotlé a každý pokus o vzpouru byl v každé z nich uhašen často již v zárodku. Pokud někdo nesouhlasil s konkrétním politickým postupem strany, pokud se její aktivita přičila jeho přesvědčení nebo vlastnímu názoru, tak to pak často končilo tím, že takový člověk či skupina založili svou vlastní politickou stranu, takže se nemůžeme divit, že mohlo v jednu dobu existovat třeba i třicet či více politických stran. Ve volebním systému neexistovala také pětiprocentní klauzule, umožňující vstup politické straně do parlamentu, takže v poslaneckých lavicích usedali představitelé celé řady různorodých stran, samozřejmě mnohdy programově blízkých a lišících se jen v jednotlivostech. Když už jsem u těchto počtů, tak například v roce 1929 byli v Poslanecké sněmovně zástupci více než dvaceti politických stran. Vzájemná rivalita mezi politickými stranami, kterých bylo opravdu hodně, a panující vnitrostraničná nestabilita teoreticky vytvářely možnosti i pro různé tahy na politické šachovnici, které do jisté míry mohou

připomínat i politická „čarování“ našich dnešních politiků. Samozřejmě, že současná politická domluva, a to si zase nedělejme iluze, byla i v době první republiky určitá ne-transparentnost jednání. Vzhledem k počtu politických stran musely být domlouvány koalice, protože v době první republiky se například nikdy nestalo, aby jedna politická strana dosáhla ve volbách absolutní většiny hlasů, takže od vzniku první republiky až do jejího pádu po Mnichovu 1938 vládly vždy různé typy koalic. V rámci vytváření koalic pak přicházely do hry i ne-transparentní domluvy, které pochopitelně zůstaly často utajeny tehdejšími současníky, naštěstí pro historiky se dokumenty o nich dochovaly v archivech, takže doufám, že za padesát, šedesát let se možná dozvíme něco více i o naší současnosti, i když v éře mobilu a mailových zpráv si tím nejsem zdaleka jist.

Každopádně bych ještě zmínil specifika první republiky, vytvářející poněkud jiné prostředí i pro zákulisní jednání. Například takovou zvláštností prvorepublikové politické reality, a dá se říci i tehdejší střední Evropy, byla tzv. Pětka – mimoparlamentní, mimo-vládní a dokonce i mimoústavní orgán, který se utvářel v závěru roku 1920, poté co země přestávala turbulence, způsobené pokusem o mocenský nástup extrémní levice (do komunistických učebnic vešel jako kapitola „boj o lidový dům v prosinci 1920, popsany sugestivně v Olbrachtově románu „Anna proletářka“). V „Pětce“ se setkávalo pět nejvýznamnějších předsedů politických stran a rozhodovaly se zde jak aktuální otázky dne, tedy určitá politická a ekonomická taktika, tak se v ní vytvářely i strategické politické koncepce dlouhodobějšího rázu. V podstatě byla tzv. Pětka jedním z pokusů

o řešení složité vnitropolitické situace, která v Československu panovala. Musíme si totiž uvědomit, že tehdejší Československo bylo velmi složitým konglomerátem, kde se setkávaly různorodé politické, ekonomické, sociální, mentální a v neposlední řadě národnostní problémy a z toho plynoucí napětí. Jednu z nejdůležitějších otázek představovala právě národnostní situace, protože v první republice žilo vedle sebe na stejném území 6 národností. Velmi výraznou národností tu byla národnost německá, její příslušníci tvořili zhruba 23% obyvatelstva, což bylo poměrně velké množství, když uvážíme, že v roce 1918 Němci vznik státu nepřijali s velkým nadšením. Na zformování Pětky se podepsala také silná existence komunistického hnutí, protože procentuálně vzato byla československá komunistická strana (KSČ) druhou nejsilnější komunistickou stranou v Evropě po bolševické straně v SSSR. Dokonce i komunistická strana Německa, která byla ve srovnání s KSČ početně daleko silnější, neměla ve srovnání s počtem obyvatelstva procentuálně takový vliv na společnost jako právě českoslovenští komunisté. To je však jenom určitá kontextuální předzávorka před tím, co chci říci o lobbistických tlacích, které jsou spojeny s činností žurnalistů v první republice. Jak jsem se již pokoušel naznačit, prvorepubliková realita byla mnohem složitější, než si v současné době dokážeme představit, a neodpovídá ani příliš idealistickým představám, ale tím méně je na místě nějaké zatracování této doby.

Vzhledem k času bych se chtěl soustředit jenom na aspekt lobbingu v médiích, pokud se ovšem shodneme na užití tohoto pojmu, který samozřejmě v tehdejší době nebyl používán (vždy šlo spíše o kuloární a záku-

lísni jednání). Největší část lobbování byla podle mého názoru spojena s činností tzv. Hradu – tedy uskupení různých názorových, politických, ekonomických, duchovních i žurnalistických skupin, které měly jedno společné – názorovou blízkost k hlavě státu – tedy k prezidentovi – především k T.G. Masarykovi (prezidentem 1918–1935). Později samozřejmě i k jeho nástupci Edvardu Benešovi (prezidentem 1935–38).

V první polovině 20. let navrhli někteří pracovníci kanceláře prezidenta, aby kancelář získávala informace o politickém a společenském dění úřední i neúřední cestou. Za tím druhým účelem, tedy tím neúředním, se navrhovalo, aby někdo vyhledával vlivné politiky a úředníky a poříbně informace z nich nějak „hleděl vylákat“. Protože i tvůrcům těchto představ bylo jasné, že takové úkoly se neslučují s pozicí a důstojností prezidentského úřadu, byly za tímto účelem získávání jiní – a to především žurnalisté, protože právě oni se mohli k zajímavým kontaktům dostat a využít k tomu například „vysedávání“ po kavárnách. O některých z žurnalistů, kteří byli za tímto účelem vytipováni, se však tato skutečnost záhy roznesla, a v důsledku toho se vyvinula poměrně zajímavá praxe. Přesně chodily politikům vzkazy, jak se prezident dívá na tu či onu věc, a zase stejnými cestami docházely zpět do prezidentské kanceláře neoficiální, a proto i mnohem otevřenější odpovědi a návrhy. Skupina Hradu se utvářela i mimo prezidentské sídlo a kanceláře politiků, součástí byla například i setkání tzv. „pátečníků“ kolem Karla Čapka. Jednalo se o skupinu politických a kulturních osobností státu, kteří se u něj s prezidentem pravidelně scházeli, aby diskutovali o společenské situaci. Masaryk se tam mohl

dozvědět řadu věcí z kuloárů, které jinak na veřejnost nepronikaly. Karel Čapek sám někdy fungoval jako mediátor a pokoušel se působit jako prostředník při neshodách mezi politiky a byl takovým neoficiálním doručovatelem zpráv mezi znesvářenými stranami. Hrad fungoval jako instituce, podporující v neformální rovině jemu nakloněný tisk, který nebyl primárně považován za majetek stran (musíme si uvědomit, že tehdy, v době meziválečného státu, měla každá politická strana svoje vydavatelství, produkující její periodický nebo neperiodický tisk – to znamená, že o každém listu nebo tiskovině, která vycházela z určitého vydavatelství, bylo celkem jasné, za jaké zájmy kope a na jakém hřišti hraje). Vedle toho však existovaly i tiskoviny, které nebyly primárně v majetku politických stran, ale které pochopitelně své čtenáře o politické situaci informovaly a na jejich stránkách také můžeme najít poměrně jasně ideově formulované představy a koncepce o fungování demokratického systému a jeho struktur.

K periodikům, která měla relativně blízko k hradní politické skupině (a nebyla vydávána přímo politickými stranami) se řadilo např. Národní osvobození, vydávané Československou obcí legionářskou nebo německý liberální tisk (Prager Tagblatt, Prager Presse) a také Lidové noviny – zejména díky vlivu Karla Čapka. Nejednalo se tedy pouze o známou Peroutkovu Přítomnost, která je s prvorepublikovými aktivitami a s aktivitami Hradu v českém povědomí nejvíce spojována. Je pravda, že zrovna do časopisu Přítomnost, ale i do Lidových novin sám prezident Masaryk někdy psal své články – ovšem nikoli pod svým jménem, ale pod různými šiframi.

Novináři například ovlivnili náladu obyvatelstva, když na podzim 1929 nastala vládní krize, část politiků vládní koalice viděla východisko v tom, že se vládní koalice jen trochu obmění a nebude třeba sahat k ráznějším krokům – tedy k vypsání předčasných parlamentních voleb. S tím však nesohlasila jiná část politiků, především ze socialistických stran, kteří měli oporu i ve skupině Hradu. Novináři, kteří měli názorově blíž právě k prohraným stranám začali s velkou intenzitou psát články o tom, že jediným východiskem z celé situace je nově rozdat politické karty ve volbách. Po velkých debatách uvnitř politických stran se misky vah přiklonily k zastáncům nových voleb, které se uskutečnily do měsíce po vypuknutí vládní krize. Rok 1929 je důležitý proto, že na základě těchto voleb vznikla široká koalice, kde byly zastoupeny jak strany konzervativní, tak i liberální a levicové (státotvorné). Ukázalo se to jako velmi prozíravý tah, protože právě tehdy už začínala ekonomická krize a široký politický pravo-středo-levý konsenzus byl důležitý z toho hlediska, že i ve 30. letech, kdy v jiných státech ve střední Evropě padaly demokratické režimy, v Československé republice demokratický režim zůstal zachován.

K přímému vlivu politiků na média uvádí například historik Antonín Klimek fakt, že někteří domácí i zahraniční novináři byli placeni i z fondů ministerstva zahraničí, protože zájmem státu, Hradu a vládních institucí bylo také to, aby žurnalisté především zahraniční, vytvářeli pozitivní obraz československého státu – hlavně v těch státech, které s Československem právě nejlepší vztahy neměly (a je třeba dodat, že ve 30. letech se mezinárodní situace Československé republiky začala rapidně

zhoršovat). Cílem těchto snah i ze strany Hradu a prezidenta tedy bylo, aby žurnalisté a periodika, ve kterých působili, se snažili podporovat politické cíle, zájmy a hodnoty, které byly politickými cíli, zájmy a hodnotami prvorepublikového státu – aby podporovali ty hodnoty, které se dají označit za oficiální demokratické liberální a pluralitní hodnoty. Je pochopitelné, že někteří novináři sloužili i za finanční obolus – to ale patřilo k věci. Dá se však v zásadě říci, že při snahách ovlivnit žurnalisty ve smyslu politického lobbingu se myslelo, přes všechny problémy, na idealistické zájmy, aby se Československo udrželo jako demokratický a pluralitní stát, který hájil co možná nejširší občanskou svobodu. I tyto příklady jsou docela zřejmým důkazem toho, že nelze primárně říci, že lobbistické aktivity musí být zároveň nutně spojovány s korupcí a musí mít automaticky negativní pachutí. To, že se v České republice v současné době hovoří především o tom, jak se nečistým způsobem ovlivňují veřejné zakázky, tak je to podle mého názoru problém propojení některých politiků s ekonomickými elitami a jejich ochota jít na ruku soukromým zájmům, které samozřejmě nejsou vždy totožné s obecným zájmem a prospěchem. Výrazně negativním trendem prvorepublikového žurnalistismu však podle mého soudu bylo, že i ty listy, v jejichž redakcích působili lidé, ztělesňující upřímné úsilí o lepší demokracii a názorovou pluralitu, si navykly zahrnovat politické soky nadávkami a neváhaly rozmazávat i choulostivé epizody z jejich soukromého života – mezi nejznámější případy první republiky patřily aféry Radola Gajdy (1926) či Jiřího Stříbrného (1926). Střety však nastávaly také v interpretacích mezinárodních událostí – typickým příkladem byl výklad

španělské občanské války (1936–1939), kdy někteří novináři přehlíželi zločiny druhé strany – např. liberální listy skoro neinformovaly o brutálních útocích na konzervativce a katolíky a katolické listy zase přehlížely masakry, kterých se vůči republikánům dopouštěli Frankovi vojáci. O interpretaci občanské války ve Španělsku vznikl i konflikt mezi dvěma výraznými kulturními a zároveň i novinářskými osobnostmi – mezi Karlem Čapkem a Jaroslavem Durychem.

Ve 30. letech angažmá novinářů – jako politických lobbistů – postupně ustupuje do pozadí, ale nezmizelo zcela. Jejich angažovanost souvisela zejména se snahami o stabilizaci národnostní situace, což souviselo se zosílením česko-německých rozporů, kdy se někteří žurnalisté snažili lobbovat pro zachování a integritu československého státu a podporu sudetoněmecké demokratické politiky.

Na závěr bych chtěl říci, že prvorepubliková realita se formovala za jiných podmínek, a to i z hlediska mediálního vlivu a možnosti získávání a nakládání s informacemi,

a v době její existence fungovala zcela jiná pravidla hry na politické i mediální scéně než je tomu dnes. Určité dědictví z první republiky nám však do jisté míry zůstalo i do dnešních dob – a to je podle mého soudu přílišná „partiokracie“, tedy výrazný vliv politických stran, který se snaží prostupovat i do jiných částí života (viditelné je to právě ve spojování ekonomických a politických zájmů, které slouží jen vlivovým skupinám, ale už ne tolik obecnému blahu – tyto skutečnosti bylo možné pozorovat už v době první republiky) a do jisté míry tak možná tlumí i některé aktivity občanské společnosti. Každopádně inspirativním poučením z prvorepublikových peripetií by mohla být snaha hledat přes všechny problémy kompromis, který bude výhodný nejenom pro partaje a vlivné ekonomické či jiné zájmové lobby a skupiny, ale především pro tento stát a pro jeho občany. Lze si jen přát, aby se taková snaha odrážela i do práce dnešních médií.

(Přepis mluveného slova)





ZKUŠENOSTI ZE ZAHRANIČÍ

Já vám děkuji za pozvání a za příležitost, že tady k vám teď mohu hovořit. Nejprve mi dovoluňte říci něco krátce o sobě a o novinách, pro které píši. Jsem tu jako korespondent se sídlem v Praze pro země střední a východní Evropy počínaje západní hranicí Bavorska až po východní hranici Ruska, od Pobaltí až po Černé moře. Z přirozenosti věci se moje práce dělí mezi jednotlivé země, určitě se později k tomu dostaneme, a to má vliv na způsob, jakým se na takovém místě pracuje. Když máte místo, kde zodpovídáte za jednu jedinou zemi, pak je to většinou velká země, a tam je to pak trochu jinak. Noviny, pro které píši, švýcarské noviny, které mají náklad 140 tisíc výtisků ve Švýcarsku a mezinárodně asi 25 tisíc výtisků, jsou noviny s širokým mezinárodním zaměřením. Zaměřujeme se na mezinárodní zpravodajství, máme rozsáhlou, možná největší síť korespondentů po celém světě. Chápeme se také jako noviny, které se především zabývají segmentem těch subjektů, které v ekonomice, politice rozhodují. Nejsme masovými novinami, ani ve Švýcarsku ne – jsou tu, co se týče nákladu, silnější noviny než my, ale pokud

jde o ta patra, kde se dělají rozhodnutí a kde se tvoří mínění, jsou to ta patra, která nás berou velmi vážně a má to také vliv na způsob, jak člověk pracuje jak v zahraničí tak v tuzemsku.

A teď bych rád vylíčil, kde se jako zahraniční korespondent pohybuji – v té propojenosti mezi médií, politikou a ekonomikou. Místo zahraničního korespondenta, i když je spojeno s určitou prestiží, je politiky vnímáno poněkud méně. Pro politiky jsme méně důležití, protože my nezprostředkováváme informace jako tuzemská média. Prostřednictvím nás neosloví žádnou cílovou skupinu, která je bezprostředně zajímavá. Pak je tu také určitá jazyková překážka, která se k tomu přidává. Jako zahraniční média obecně, jsme politiky v těch jednotlivých zemích, pro které píšeme, o kterých podáváme zprávu jako zahraniční korespondenti, vnímání spíše diskrétně. Existují výjimky, např. velmi uznávaná média Financial Times, BBC, tam je to trochu jinak, pokud jde o jejich vnímání. Také záleží na tom, kde člověk ve světě je a pro které médium pracuje. Pokud jde o Neue Zürcher Zeitung, tak

ve střední Evropě jsme vnímáni mnohem více než třeba v Americe nebo v Austrálii, když si posloužím tímto příkladem. Moje poslední místo, kde jsem pracoval, byla právě Austrálie a různé zkušenosti, které jsem udělal tam, právě pokud jde o souhru médií a politiky a ekonomiky, tam byly vyhraněnější než tady a také to bylo odvodněno mou pozicí jako novináře z novin, které nebyly v Austrálii vnímány vůbec. Pro Australany to bylo nevyslovitelné jméno, nevyslovitelný název a nehrály tam žádnou roli. Pak bylo těžké získat vůbec nějaké informace na takovém místě, protože politici s námi zacházeli ještě jinak než v zemích, kde je naše médium alespoň nějakým pojmem. Takže obecně se k tomu přidává další věc – práce zahraničního korespondenta znamená spíše filtrování informací z tuzemského dění, tedy naším úkolem není v první řadě tady vyhrabat nějaký skandál na toho či onoho politika, ale pokoušíme se zprostředkovat nějaký celkový obrázek země. Je to úkol, který sám o sobě je velmi zodpovědný a když sám pozoruji zvenčí svou funkci a vidím, jak je to vnímáno ve Švýcarsku např. u politiků a znám to z vlastního pozorování, že tomu tak je, tak pak to, co píše je rozhodující pro obrázek, který bude mít Česká republika ve Švýcarsku, víceméně to o tom rozhoduje. Mě to tedy uvádí do velmi zodpovědné pozice, nemohu tady psát o nějakých fámách, ale musím zvážit, jaký dopad to bude mít na čtenáře. Čtenář nemá žádné nebo jenom malé možnosti si ty zprávy ověřit. Dnes díky internetu nějaké možnosti a prostředky má, zprávy jsou mnohem přístupnější než dříve, kdy byl výlučně odkázán na mediální zpravodaje. U internetu máte tu výhodu, že je tam spousta informací, ale zase i

je musíte nějak seřadit. To seřazování je úkolem nás zahraničních korespondentů. Zase se vracíme zpátky k určité monopolní nebo oligopolní pozici, kterou máme, pokud jde o vytváření názorů na tu kterou zemi podáváme zpravodajství. To, že ta pozice je vládami, politiky vnímána, to říci nemohu. Nanejvýš když uvedu příklad z 90. let, kdy jsem už v Praze v tomto místě byl a psal jsem o Slovensku, kde tehdy panoval poměrně pochybný autokratický režim, tak tam jsem občas pocítoval určitý zájem nepřimo v rozhovoru s politiky nebo s lidmi, kteří měli blízko k politice a říkali mi, ať přece píše objektivně a objektivně samozřejmě znamenalo v jejich smyslu – po jejich. Samozřejmě ovlivnění možné nebylo. To jsou spíše výjimky, obecně jsou to režimy, které mají co skrývat. Můj předchůdce na tomto místě, který o tom psal ještě v dobách socialismu, říkal: „Samozřejmě, že člověk byl pod kontrolou, přijímali ho, musel vždycky mít nějakou kontaktní osobu na ministerstvu zahraničních věcí, která mu mluvila do svědomí, aby nepsal negativně, ale dál to nezacházelo.“ Obecně musím říct, že kontakt mezi politikou a novinářem se uskutečňuje pouze málokdy. Pro politiky jsme velmi málo zajímaví. Příklad z Austrálie: v rámci svazu korespondentů jsme se tam o to dlouho snažili, a měli jsme pravidelná setkání s politiky. My jsme je zvali na určité referáty a měli jsme velký zájem o premiéra. Ten nikdy nepřišel a po určité době tomu svazu korespondentů sdělil: „There is no notes on you.“ – tzn. Od Vás žádné hlasy nezískám. Veškerá mediální aktivita, mediální lobbings, byla zaměřena na tuzemsko – jak ovlivnit média, jak nám to pomůže pro další volby – to bylo vše, o co jim šlo.

V Austrálii tomu ale bývalo tak, že jsem se často pohyboval na rozhraní zájmu politiky a mediální politiky. Měly spolu něco společného. Takto to fungovalo ve Svazu korespondentů. Často jsme dostávali nabídky, abychom se zúčastnili různých zájezdů nebo cest, a pak už se dostanete do té sféry vztahů. Někdy v roce 2000 média, alespoň ta neelektronická, měla k dispozici poměrně málo peněz. Také já jsem to zažil právě na takovém místě, jako je Austrálie – zrovna Austrálie nebyla pro naše noviny tím nejdůležitějším místem. Australská redakce nemohla z finančních důvodů uskutečnit nějaké cestovní plány a tak přišla nabídka cesty pro žurnalisty. V 90. letech by to u nás bylo zatracováno. Měli jsme dost peněz, platíme se sami a tak by se to zamířlo. Pak se situace změnila – bylo méně peněz k dispozici. Takové nabídky přicházely, a tak co udělat? A pak člověk musí zvážit – jaké je to téma, jak dalece bych byl ovlivnitelný, co bych o tom tématu mohl napsat, jak se ochráním proti tomu, abych se nestal zástupcem nějakých zájmů – abych zůstal objektivní. Velmi dobře je to vidět na příkladě cestovního ruchu a automobilového průmyslu. Můj přítel v Austrálii byl fotografem a říkal: „cestující žurnalisté v oblasti cestovního ruchu jsou nejvíce zkorumpovaní po těch v automobilovém průmyslu.“

Další příklad je Nový Zéland. Je to země velmi daleko a 10% HDP má z cestovního ruchu, tedy z turistiky. Je to velmi vysoký podíl a má velmi eminentní zájem na tom, aby to také žurnalisti objevili. Novozélandané si poměrně brzy všimli, že když pozvete novináře na nějaký zájezd, nemá smysl jim ukazovat jenom všechno, co je krásné a dobré, ale moc to neovlivní to, co o tom

napíš. Novozélandané si všimli, že takový redakční příspěvek určité redakce, kde téma nebude omezeno, je pokud jde o PR pro ně mnohem hodnotnější než když budou mít deset příspěvků v nějakých jiných novinách. Právě proto, že to má tu auru té nezávislosti. Právě proto jsme se brzy dostali na úroveň, kde je potřeba se rozhodnout. Je to téma choulostivé nebo není choulostivé? Takový zájezd pro novináře, který organizuje Lukašenko, je něco jiného, než zájezd pro novináře, který dělá novozélandský svaz pro cestovní ruch. V případě Běloruska se spíše dostanete přímo do určitého tlaku nějakých zájmů. Je to zajímavé a interně v novinách jsme takovou diskusi vedli. Směrnice, kterou mám v současné době (to se teď ale netýká toho příkladu s Lukašenkem) je taková: Kdybych teď dostal nabídku z Běloruska, abych se zúčastnil zájezdu na 3–4 dny pro novináře s tím a tím programem, mám to odmítnout nebo ne? Tak podle směrnice novin by to znamenalo neodmítnat – pokusit se ten zájezd uskutečnit, ale nejenom tak, jak je nabízen, ale cestu prodloužit, potkat jiné lidi, protože často je tomu tak, že na takových cestách vůbec nemáte kontakt s lidmi nebo institucemi a máte jinak zavřená dveře.

Ten lobbying v médiích tak, jak se koná dnes, to není záležitost černo-bílá. Je to neustálé zvažování a existuje spousta šedých zón, ve kterých se pohybujete. Nakonec je to na vlastním svědomí a podle toho se musíte rozhodnout. Pak existuje ještě další okénko pro lobbying v médiích, které se stále více otevírá a podle mého názoru je poměrně nebezpečné. Souvisí to také s tím, že média mají k dispozici stále méně peněz, dále snižují se stavy personálu a na straně druhé jsou firmy, podniky, ale

také státní místa, která mají zdroje pro PR práci, mají ty tzv. spindoktory, kteří líčí realitu tak, jak se to hodí jim. Na straně jedné to znamená méně kapacit, na straně druhé naopak je kapacit více. Každé ministerstvo, které mělo dříve mluvčího, má dnes už mediálního pracovníka, resp. mediální oddělení, kde je hned několik pracovníků, kteří zprostředkovávají komunikaci. Některé firmy už také nemají jen mluvčího, ale mají mediální oddělení a také tam se produkuje komuniké. Vzhledem k tomu, že redakce mají stále méně pracovníků, stále méně redaktorů, se pak se může stát, že takové komuniké se z toho mediálního oddělení dostane rovnou do novin. Možná dokonce je pod tím jméno toho kterého novináře a to je potom nirvána pro státní místa a pro ekonomiku, protože potom ta jejich zpráva se tam dostane přesně tak, jak chtěli. Podle mého názoru je to ještě větší nebezpečí než odmítání novinářů toho či onoho, to je to silové pole mezi ekonomikou, politikou a nezávislou žurnalistikou, jak si to zodpovím. Když máte titulky, tak buď to neujde vedení redakce a kdyby to snad ušlo vedení redakce, tak to neujde čtenáři. Určitě dříve či později nějaký feedback k tomu dostanete.

Pokud jde o lobbying, tak tady hraje také roli, jak chápou média sama sebe. Hovořil jsem o zahraničních korespondentech, kteří jsou méně vystaveni přímému politickému vlivu a máme politiky, kteří nejsou tak citliví na zahraniční korespondenty ve srovnání s tuzemskými médii. Určitě existují také regionální rozdíly, jak fungují média v Evropě, ve světě. Moje zkušenost tady, v České republice a vůbec s transformovanými zeměmi je, že stav je asi dán realitou nesvobody, názorů a mínění za

socialismu a potom vznikem svobodných médií. Tuzemská média tady mají mnohem větší možnost vysílání signálu pro povědomí lidí a zprostředkování svobody než třeba ve Švýcarsku. Jsou tu proto, aby otevírala oči, aby vychovávala obyvatelstvo, a nebo naopak vykřývala skandály, protože je potřeba hledět politikům pod prsty. Vlastní práce, tzn. čistě popisování, zobrazování (a můžeme se přit o tom, jestli je to vůbec možné), ale řekněme méně emočně zatížené líčení souvislostí tak, aby čtenář nebo divák si mohl sám vytvořit názor – to se tady podle mého názoru koná méně než třeba na západě. Já teď hovořím jenom za sebe. Vysvětluji si to tou situací, že média tady jsou konfrontována s novou svobodou, musí se to teprve rozpracovat. Tedy tolik z mé strany. Pokud máte otázky, prosím – rád je zodpovím.

(potlesk)

Moderátorka

Proč si myslíte, proč vnímáte, že česká média víc vychovávají a méně popisují skutečnost než např. ve švýcarsku?

Odpověď:

Možná „výchova“ je špatné slovo, ale mám tady ten pocit, mám tady silný pocit u Lidových novin na začátku 90. let, protože noviny musely psát dlouho to, co jim bylo předepisováno. Teď mám najednou pocit, že se chce kritizovat za každou cenu, aby se ukázalo – když kritizujeme, tak jsme nezávislí; když nekritizujeme, tak jsme pa-pouškové takoví, jací jsme museli být dříve. Takže kritizujeme i tehdy, když nemáme co kritizovat. Tenhle mechanismus se odehrává samozřejmě utlumeně po těch letech, ale pořád tu ještě existuje.

Moderátorka

Pak se dívíme té blbě náladě, která se line Českou kotlinou. Chcete se někdo na něco zeptat pana Rudolfa Hermanna?

Otázka:

Já bych rád věděl, jestli existují nějaká pravidla, co platí redakce a co může přijmout novinář v případě pozvání Lukašenka, nebo na Nový Zéland? Jestli to můžete přijmout jako pohoštění nebo to vždy platí redakce?

Odpověď:

Nějaké závazné směrnice na to neexistují, asi v každém médiu, v každé firmě se to upravuje individuálně. Myslím si, že u nás, když by něco takového přišlo – ten příklad s Lukašenkem – kdybych dostal nabídnutou cestu do Běloruska, tak bych to samozřejmě zkonzultoval se svým redaktorem a samozřejmě se šéfem zahraniční redakce – to je jasné – a pak bychom se podívali – má to smysl? Nebo nemá to žádný smysl. Když jsem byl v Austrálii, tak tomu často bývalo tak, že když taková nabídka přišla přes Svaz korespondentů, tak nejprve tedy bylo potřeba vyjádřit se vůči svazu, který tu nabídku dostával a pak tam člověk projevil svůj zájem. Mělo to také svůj důvod a sice – částečně to byly velmi úzké cílené skupiny, takže se mohlo stát, že přišel zájezd např. pro čistě japonské a čínské novináře, protože cílovým publikem bylo Japonsko a Čína. Když se o to člověk ale ucházel, tak musel vždycky doložit, co vyprodukuje z té cesty, co potom budu psát tak, aby zvací strana měla představu, co z toho vzejde nebo co z toho vůbec nebude. U mě konkrétně, já jsem zvažoval, jaký příběh bych z toho mohl udělat, pak jsem se dotázal redakce, jestli

je zájem o takový příběh. Pokud zájem byl, tak jsem řekl – dobře, mám možnost účastnit se té a té cesty nebo zájezdu. Mám to udělat? Pak mi řekli – ano, jeďte tam. Takto to funguje u nás – je to autoregulace. Je tomu u nás v novinách tak často, že zahraniční korespondent má velkou svobodu pro osobní rozhodování, má svobodu i pokud jde o výběr témat a sice také v tom kolik toho napíše. V tomto případě fungujeme trošku jinak než německé nebo anglo-saské noviny. Tam korespondenti jednoduše dodávají a potom se to sestřihává v redakcích a nebo to nechají ležet. Takže ještě jednou krátce k té odpovědi – určitě to jsou u nás individuální opravy.

Otázka:

Mě zaujal Váš postřeh, podle kterého politikové vyhledávají spíše ta média a dávají informace těm médiím, která nějakým způsobem znají a ta média, která pro ně jsou méně známá, mají horší přístup k informacím. Chtěl jsem se zeptat, jestli jste sledoval v Česku politikou aféru Mirka Topolánka, která byla založena na opaku toho, co jste říkal. On poskytl rozhovor médiu, o kterém vůbec nic nevěděl a jeden z důvodů, proč to tak proběhlo, bylo to, že si prostě nedával pozor. Kdežto před médiem, které by znal, by si pozor dával. Tak jsem se chtěl zeptat, jestli jste se setkal s tímto opačným případem, kdy politik naopak protože médiu nezná a nedává si na něj pozor, tak toho řekne víc.

Odpověď:

Já žádné takovéhle zkušenosti nemám, kde by to takto fungovalo. Často jsem velmi udiven, když v interview, zveřejněném

v českých novinách a už jsem to četl častěji, je tam napsáno: „politik ten a ten mi řekl to a to, brilantní záležitost, out of record – tedy neurčeno ke zveřejnění – a vidím to černé na bílém. Pak si říkám a zvažuji přistě – chce se ten novinář od politika něco dozvědět? Pak osobně, když mi politik něco řekně out of record, tak je to out of record, tak já to respektuji a musím to respektovat. Zvlášť když od něj někdy budu chtít získat nějakou informaci. Mně se stalo něco opačného, a sice nepřímo v souvislosti s Vaší otázkou, ale také to byl zajímavý příběh. Před půl rokem jsem dělal rešerše ohledně jazykového zákona na Slovensku, na ministerstvu školství jsem mluvil se dvěma dámami, které mi říkaly velmi důvěrné věci a všechno out of record. A v jednom okamžiku řekli – kdybychom maďarštinu měli za úřední jazyk, tak bychom to tu měli jako v Kosovu. Pro mě to byl velmi silný výrok a byl to silný výrok a explicitně řekli, že to není out of record, tak jsem to do toho textu dal. Pak to samozřejmě chtěli autorizovat, tak jsem jim to k autorizaci poslal a pak to rozporovali. Já jsem zvažoval – co mám teď udělat? Měl jsem samozřejmě jen písemné zápisky, neměl jsem to nahrané na pásku nebo na něčem jiném, takže kdyby z toho byla nějaká konfrontace natvrdo, tak bych to ne-

dokázal doložit, takže jsem to z textu vyjmul a řekl jsem jim: „když se vám to nehodí, tak jste říkaly dost jiných zlých věcí a ta zpráva tam už prostě je a takhle se to dál dostane. Nemusím to mít bezpodmínečně v tom článku. Není mým úkolem, abych přivedl tyto dvě dámy do potíží, i když třeba říkaly věci, které by ani říkat neměly. U každého média, příběhu je to na zváženu. Všechna pro a proti. Vzpomínám si na konflikt někdy v 90. letech, tehdejší korespondent Die Presse a Hrad. Já už teď nevím přesně, co to bylo – jestli šlo o aféru. Byla to prostě nějaká aféra a výrok jednoho zahraničního korespondenta stál oproti výroku Hradu a poměrně se to rozcházelo. Pravděpodobně to byla záležitost, kdy ten novinář měl pocit, ten můj pramen, zdroj je správný – dokážu to doložit a obhájit svoji čest – bylo to tak. Jsou to potom všechny individuální případy, kdy musíte zvážit – jak se zachovám, co je správně a co je přiměřené.

Moderátorka

Dotazy už asi nejsou, tak já poděkuji panu Rudolfu Hermannovi. Děkuji Vám.

(potlesk)





ŠÉFREDAKTOR TÝDENÍKU RESPEKT

SOUČASNÁ SITUACE V ČESKÉ REPUBLICE (VÝVOJ PO ROCE 1989)

Na úvod bych rád ještě jednou veřejně poděkoval za pozvání, byť musím přiznat, že to téma pro mě není vůbec jednoduché, protože se týká médií, týká se současnosti, takže jsem v trochu komplikované situaci: Mám mluvit o sobě a o svém týdeníku, o případné konkurenci a přiznávám, že to není úplně snadné. Ale doufám, že se alespoň k něčemu dobereme, že pak budete mít chuť debatovat a polemizovat. Navíc musím přiznat, že toto téma opravdu není snadno uchopitelné. Když se novinář chystá o něčem psát nebo referovat, tak se snaží připravit si podklady, nějaké materiály. Na toto téma toho opravdu moc nenajdete. Je to logické, protože to je velmi složité, téměř investigativní téma a já pochybuji o tom, že by nějaká média měla chuť investigovat jiná média, natož sama sebe. Tady de facto není nikdo, kdo by se tím zabýval, možná existují nějaké teoretické materiály na univerzitách, ke kterým jsem se nedostal. Jak ale znám teoretické sledování současné mediální scény, tak by mě spíš překvapilo,

kdybychom měli nějaké zajímavé aktuální podklady.

Mám se v tomto tématu věnovat situaci po roce 1989. Převážně se budu věnovat současnosti, ale zkusím se zastavit i u předešlých dvaceti let. Myslím si, že těsně po revoluci v roce 1989 následovala v mnoha ohledech výjimečná doba – jak ve fungování médií tak i ve fungování lobbingu, byť tehdy se tomu tak neříkalo, či ovlivňování médií jako takových. Situace tehdy byla výjimečná v tom, že část médií nebylo třeba příliš ovlivňovat, protože euforie ze svobody vedla k tomu, že média měla v mnoha ohledech představu, že musí momentálně děnit podporovat, mnohdy i nekriticky. Ať už to byla transformace nebo vznik byznysu a podnikání. Tehdy to bylo natolik provázáno vztahy, známostmi i představami, že je třeba více podporovat než kritizovat, že role médií byla velmi slabá. Média neplnila svůj nejzákladnější úkol – kontrolovat a nastavovat zrcadlo.

Situace se postupně měnila, ale dramatický zlom nastal až v roce 1997, kdy padla

vláda Václava Klause. Byl to v mnoha ohledech milník v našich novodobých dějinách, zejména v tom ohledu, že v tu chvíli si média uvědomila, že mají mít jinou roli než jen podporovat. Začala si klást mnohem více otázek. Například, když se transformace ukázala ne tak bezchybnou, jak bylo možné, že to média neodhalila a nedokázala reflektovat dřív? Proč nedokázala lépe nazříť na přední politiky, zejména Václava Klause? Myslím si, že tento moment byl velmi důležitý, že změnil vnímání nejen role médií, ale vůbec i vztahů médií a politiky a zároveň i byznysu, protože se ukázalo, že to nebylo jenom o ODS, která se nechala propojit s byznysem a měla falešné dárce. Ukázalo se, že řada médií a novinářů má kontakty na byznys a nekladla si otázky i z toho důvodu, že tam právě byly tyto ekonomické vazby. Podle mě v roce 1997 začíná zlatá éra české žurnalistiky, která byla strašně krátká. Myslím si, že právě tento moment, který probudil v médiích představu, že by se to mělo dělat jinak, vydržel přibližně do roku 2003.

V době opoziční smlouvy si média uvědomila, že role jakéhosi kontrolora má skutečně smysl, že je dokonce i poptávka u veřejnosti. To znamená, že se dařilo odhalovat celou řadu skandálů, médiím se dařilo nastavovat i zpětné zrcadlo politikům. Zároveň ale, jak se v té době profesionalizovala média, profesionalizovali se lobbisté – ať už jako agentury, tak i jako jednotlivci. Myslím si, že v té době se poprvé profesionálně vyvíjela snaha ovlivňovat chod médií. Ještě to ale nemělo tak viditelný dopad, protože jak už bylo řečeno, média se cítila posilněna ohlasem u veřejnosti. V té době znamenala serióznost jistý komerční úspěch, což se potom bohužel změnilo.

V roce 2003 se mi zdá – a ten rok berte spíše orientačně – že se začalo lámat chování médií. Možná, že jak skončila opoziční smlouva, tak zmizela představa toho jasného bodu, který se dá kritizovat, což bylo celkem snadné, protože se na kritice shodla většina veřejnosti, jak to potom bylo vidět podle volebních výsledků. Najednou jako kdyby zmizel ten bod, vůči kterému se dalo vyhraňovat a chování médií se posunulo. Podle mě jednak k bulvarizaci – tehdy se spouští naprosto nesmyslná touha některých seriózních titulů soutěžit s Bleskem (až když bitvu prohrály, tak tuto cestu částečně opustily).

Podle mě to v té době vedlo i k ovlivňování a lobbingu jak politickému, tak i byznysovému. Najednou se otevřela cesta do médií a mnozí deklarovali, že to vůbec není těžké. Před chvílkou jsem mluvil se zahraničním kolegou o nejmenovaných zdrojích, resp. o tom, kdy se novinářům říká něco „mimo záznam“. Vysvětloval jsem mu, že je to v Česku trochu jinak. Na západě tuto formuli zdroje používají většinou tehdy, když skutečně nechtějí, aby se to publikovalo, ale stojí o to, aby novinář rozuměl tomu, o čem píše. U nás to zdroje a zejména politici říkají s tím, že naopak chtějí, aby se to objevilo v médiích, ale nebude tam jejich jméno, takže za to neponesou odpovědnost.

Právě v té době před 7 lety jakoby se roztrhl pytel s nejmenovanými zdroji anebo zdroji informací mimo záznam. Najednou se jich objevilo strašně moc. Pro politika nebo pro lobbistu to byla ta nejjednodušší cesta, protože tíhu odpovědnosti za informaci přenáší na novináře. Podle mě je to naprosto skandální situace, protože nejmenované zdroje se mají používat málo a jen tehdy, když nějakou jinou informaci fakticky

rozdávějí. Příkladem „zneužití“ bychom tu dali dohromady jistě celou řadu, většinou mají někoho jen očernit nebo vypustit nějakou dezinformaci do vzduchu.

Když jsem studoval žurnalistiku, tak jsme měli dobrý příklad o lobbingu ze života hned v prvním ročníku. Můj kolega se během prvního roku studia stal významným politickým zpravodajem v Lidových novinách. Tehdy bylo vidět, jak je z toho úplně unesen, s kým si tyká, s kým si povídá, a bylo opravdu fascinující ho poslouchat. Stalo se mu, že když psal o Telecomu v souvislosti s jeho privatizací, tak dostal od svého zdroje informaci, kterou považoval za úžasnou bombu. Zdroji uvěřil a informaci zveřejnil.

Samozřejmě se ukázalo, že tato informace nebyla vůbec pravdivá, ale měla jenom rozkolísat trh, změnit rozložení sil před privatizací. Provalilo se to a jeho zářná kariéra skončila hned v prvním ročníku žurnalistiky. Ani ji nedostudoval. Bylo mi ho trochu líto, ale částečně si to zasloužil.

Byl a stále je problém, že v Česku není silná stavovská novinářská organizace. Nemáme instituci, která by byla brána vážně. Celá řada problematických témat se tu vůbec nediskutuje, a když už, tak se tomu nevěnuje vůbec žádná pozornost. Nemáme vůbec žádnou sebereflexi, snahu nastavovat pravidla (aniž by to muselo být ze zákona), aby se o takové věci alespoň debatovalo. Nesdílejí se tak zkušenosti, ze kterých by se dalo poučit. Většinou je vše na jednom každém žurnalistovi.

Bohužel, tato nezkušenost se prolíná s jiným problémem – a sice že lobbing u nás není pořádně regulován, nebo vůbec mapován. Myslím si, že v tomto ohledu sociální demokracie a strana zelených předběhly konkurenci. Pochopily, že to je

téma, o kterém stojí za to před veřejností mluvit a snažit se ho řešit. Lobbing je stále neregulovaný. Může se stát a stává se, že se s vámi ve sněmovně někdo začne bavit, vůbec nevíte, kdo to je, a náhodou potom zjistíte, že je to lobbista – to je naprosto nepřijatelný princip. Já bych vítal to, co mají v Evropském parlamentu nebo v americkém kongresu – že lobbisté musí být registrovaní a musí mít kartičky. Tady to dochází tak daleko, že jsou někteří lobbisté asistenty některých poslanců a senátorů, což je podle mě za hranic etiky.

Tady už zazněla jistá mezinárodní zkušenost, že situaci poměrně komplikuje – a čím dál tím víc – ekonomická krize, což znamená zmenšování redakcí a šetření, pokles inzerce. Já s tím naprosto souhlasím. To je ideální prostředí pro lobbing a ovlivňování médií. Můžu to potvrdit i ze své zkušenosti. Přijde za vámi někdo s nabídkou, že bude inzerovat v novinách, časopisech a chce po vás něco, co je nad rámec pravidel. Vy to odmítnete, a oni vám řeknou, tak vám nedáme inzerci, protože jinde to neodmítnou. Potom vystavujete médium existenčním otázkám, ale myslím si, že to stojí za ten risk. Vycházet takhle někomu vstříc, to by znamenalo konec nezávislosti média.

Lobbing ať už politický nebo ekonomický má celou řadu podob. Ekonomičtí lobisté mají často velmi propracovaný systém – někdo z nějaké společnosti vás pozve na oběd a je fascinující sledovat profesionalitu jeho jednání. Začne debatou o umění nebo o něčem jiném i jak dobré je jídlo a také k vám pošlou často elegantní inteligentní dámu. A najednou jste úplně někde jinde a bavíte se, ani nevíte jak, o tom, jak tenhle či onen produkt je úžasný a skvělý. Opravdu si ani nevšimnete, že se o tom mluví. A na-

jednou z ničeho nic máte na stole grafy, jak je jejich produkt lepší a ty ostatní lžou. Klobouk dolů před takovou profesionalitou. Odolávat tomu není snadné.

Často se mluví o inzerci od energetických společností, protože jsou obrovské, mají hodně peněz a velice dobře si uvědomují, že dnes můžou inzercí v médiích zásadním způsobem ovlivňovat jejich obsah. A ani se nemusejí nějak zvlášť snažit.

Lobbying má i jinou podobu, když se například stane, že majitel média má jisté podnikatelské aktivity s jiným podnikatelem. Když v časopise nebo novinách o něm vyjde článek, dostane majitel média časopis v poště, kde je u článku založená smlouva na obchod.

Vše je jasné a redaktor pak okamžitě dostane výpověď. To jsou ale spíše výjimečné momenty.

Vliv na média není tak dramatický, ne tvrdím, že všechno, co čteme, je ovlivněné. Dokonce bych řekl, že celkově jsou česká média nadstandardně nezávislá. Ale rozhodně bych vnější ovlivňování nepodceňoval a je třeba o něm debatovat.

Špatně se to hledá a těžko se to ověřuje, když by o tom někdo chtěl referovat. Jestliže je ekonomická krize, díky níž se u několika redakcí zredukoval stav o 20 – 30%, tak si každý hlídá své místo. I tady ale máme pozitivní příklady. Jestli jste zaznamenali kauzu v Lidových novinách ohledně denunciačního článku o Martinu Bursíkovi, tak to vedlo k tomu, že několik autorů z těch novin dobrovolně odešlo, protože se jim to nelíbilo. Novinářská scéna tedy není, alespoň doufám, tak špatná. V politice se to také profesionalizovalo. Není to tak brutální, jako to bylo za první republiky, také díky tomu, že tu nemáme stranický tisk. Ale jsou tu

jemnější věci. Například minulý týden se konalo setkání Petra Nečase s šéfredaktory a mě tam pozvali. Byl jsem naprosto konsternován z toho, proč se mají šéfredaktoři scházet s nějakým předsedou strany. Mně to přišlo neadekvátní, protože šéfredaktoři se mají s politikem sejit, když je ohrožen stát – ať už přírodní katastrofou nebo politikou, vojenskou. Takovéto pozvání mi přijde neadekvátní. Nakonec jsem tam nešel, ale podle mých informací tam většina šla.

Teď něco konkrétního o lobbyingu, který jsem tu zmiňoval. Kromě tlaku ze strany společnosti se často i v Respektu setkáváme se snahou o lobbyng a ovlivňování od lidí, kteří jsou nám názorově i osobně blízcí. Mají pak pocit, že když jsou nám názorově blízcí, musí fungovat nějaká kooperace.

Já si myslím, že nebude velkým překvapením, když řeknu, že jsme kritičtí k našemu prezidentovi Václavu Klausovi. Mně se několikrát stalo, že mě někdo oslovil, abych šel do iniciativy proti Václavu Klausovi nebo aby Respekt podpořil nějakou iniciativu proti Václavu Klausovi. Já to vždycky odmítám, protože to není role médií. To, že jsme kritičtí, neznamena, že zároveň budeme podporovat nějaké aktivity. Netoužím po tom být mluvčím nějaké části obyvatel, proto mě překvapilo, že nedávno nějaký časopis vyhlásil jako svoji značku, že je mluvčím části obyvatel. Naším úkolem je prostě referovat, analyzovat, rozebírat, chválit, kritizovat a na čtenáři je, aby si to on sám přebral a podle toho se rozhodoval. Rozhodně nemám ambici někomu říkat, co by měl dělat, nebo že bych se připojil k nějaké iniciativě.

Tím bych víceméně směřoval ke konci. Rád bych zopakoval, že největším problémem je, že lobbyng tu není žádným způsobem regulován a že jako média nemáme

žádnou instituci, ve které bychom mohli kriticky rozebírat své problémy a své chyby. Témat je tu celá řada – například kauza Morava (o poslanci a práci TV NOVA) – to byl naprosto ukázkový moment, o kterém bychom měli debatovat. Kde je hranice toho, co ještě můžeme dělat. Mají-li média iniciovat nějaký problém, a pak o něm re-

ferovat nebo ne. Bohužel se to příliš neděje. Zároveň tu máme výhodu – a do jisté míry i nevýhodu – že je tu velká chuť politiků mluvit do svobody médií. To chuť otevřeně debatovat značně limituje.

(Přepis mluveného slova)



POZNÁMKY:

Vydalo Hnutí fokoláre jako interní materiál pro potřeby účastníků konference
Člověk a média, konané 15. 4. 2010 v Centru Mariapoli v Praze - Víněři.
Grafická úprava a sazba Lucie Vodičková.

Kontakt: HNUTÍ FOKOLARE, Modletínská 2, 101 00 Praha 10
tel.: 604 935 872; e-mail: irena.sargankova@focolare.cz