

Tisková zpráva TI

TI: Zákon pomáhá k větší otevřenosti stran, ale skutečné výdaje bude problém spočítat



David Ondráčka, ředitel TI, hovoří o výsledcích monitoringu [Transparentnivolyby.cz](https://www.transparencynivolyby.cz) 2017 | zdroj: TI

Praha, 12. října 2017 – Transparency International (TI) přináší v rámci dlouhodobého projektu [Transparentnivolyby.cz](https://www.transparencynivolyby.cz) výsledky monitoringu financování sněmovní kampaně politických stran a hnutí, nově s přesahem do digitálního souboje o hlasy voličů. Sledovali jsme podrobně pohyby na transparentních účtech, placené příspěvky stran na sociálních sítích a viditelnost stran v mediálním prostoru. Otevíráme tak veřejnosti unikátní pohled za oponu politického marketingu.

Známkování jako ve škole

Hodnotili jsme transparentnost třinácti politických subjektů s největším volebním potenciálem na základě [dobrovolného dotazníku a veřejně dostupných informací](#). **Transparentnost ověřujeme v několika oblastech dobré praxe, které považujeme z hlediska dostupnosti informací pro voliče za klíčové a které jsou nad rámecem zákonných povinností** (vycházíme i z naší vlastní zkušenosti z předešlých monitorovacích aktivit). **Ptáme se na:**

- data o samotném financování kampaní, na straně příjmů i výdajů;
- strukturu rozpočtu na kampaň podle typu marketingového výdaje;
- relevantní informace o spolupráci s třetími osobami, s reklamními/PR agenturami a také na týmy lidí, které na kampani pro politickou stranu/hnutí pracují, ať již dobrovolně anebo v rámci placených služeb;
- možnost znát identitu dárců peněz na kampaň, což pro voliče představuje důležitý aspekt při volbě.

„Hlíkáme veřejný zájem, hájíme efektivní a odpovědnou správu země.“

Každému kritériu, na základě kterého strany hodnotíme, bez ohledu na to, zda vyplněné dotazníky zaslaly zpět, je přidělena známka jako ve škole. Finální známka vznikla zprůměrováním dílčích známek. Podrobné hodnocení je dostupné na webu TI www.transparentnivolby.cz.

Strany měly možnost odpovědět na dobrovolný dotazník, a je pozoruhodné, že na naše dotazy neodpověděla ani jedna z vládních stran (jež samy prosadily přísnější pravidla hry).

„Dívat se stranám a financování jejich kampaní pod prsty a tlačit je k větší otevřenosti je nutné, i když to u stran a jejich fanoušků může vyvolat i zlou krev. Naším cílem je nabídnout voličům objektivní hodnocení a data v reálném čase předvolební kampaně. Vazba mezi nejasným sponzoringem a marketingem kampaní a následnou korupcí při řízení státu je jasná,“ dodává k metodologii monitoringu David Ondráčka, ředitel TI.

Transparentní účty

Z našeho pohledu se jedná o nejproblematičtější oblast, a už proto volební účty od začátku kampaně monitorujeme a výsledky přehledně zveřejňujeme na www.transparentnivolby.cz s týdenní pravidelností. Jedním z motivů je limit 90 milionů korun na kampaň/stranu, který byl stanoven v novém volebním zákoně. Upozorňujeme na riziko, že strany mohou oddalovat dobu splatnosti faktur svých pohledávek tak, aby mohly prokazovat, že tyto pohledávky nesouvisejí s kampaní. Tedy mohou de facto utratit více peněz za více akcí. Férová strana se tak nechová.

Limit na volební kampaně sice existuje, ale skutečné výdaje bude problém spočítat, protože:

- úhrady z transparentního volebního účtu (TÚ), který je jediným povoleným účtem, ze kterého je možné hradit výdaje na volební kampaň vyšší než 5000 Kč pro kampaň, se do limitu započtou (reálná účetní hodnota), jenže účetní hodnota se bude lišit od ceny obvyklé;
- cena pokrytého mediálního prostoru je násobně vyšší než reálné výdaje stran (viz Výsledky v mezidobí na www.transparentnivolby.cz);
- bude problém stanovit cenu obvyklou pro některé komodity a služby;
- není jasné, zda budou na volebním TÚ zobrazeny úplně všechny výdaje kampaní – část operací může být hrazena v hotovosti, existují navíc cesty jak samotný TÚ obejít;
- nástroje pro investigativu jsou limitované (týká se to i samotného [Úřadu pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí, ÚDHPSH](#));
- existuje reálná možnost nezveřejněné finanční výpomoci třetích osob – povinnost registrace u ÚDHPSH je naplňována zcela formálně a naprosto liknavě (tj. registrovalo se jen zanedbatelné množství subjektů, značná část zakryla veškeré podstatné informace: pro koho / proti komu kampaň vedou a jak);
- „volební kauce“ řada stran zaplatila z jiných než transparentních volebních účtů (což je dle ÚDHPSH legální), jenže to také znamená, že přes tyto účty (na které není vidět), mohou do kampaní teoreticky jít další finance;
- Limit výdajů 90 milionů má své opodstatnění pro narovnání podmínek pro všechny kandidující subjekty ale s dnešními nástroji tyto výdaje nelze reálně spočítat - prakticky nemožné to bude i pro ÚDHPSH.

„Výdaje na volebních transparentních účtech stran dávají mj. hrubý obrázek o tom, jakou formu kampaně strany zvolily. Ač TÚ základní funkci - tj. zobrazovat finanční operace - plní, výrazně se mezi stranami liší kvalita a přesnost popisu účelu plateb. Přestože některé strany již přes TÚ utratily přes 40 mil. Kč, musíme si uvědomit minimálně dvě věci – řada transakcí ještě není zobrazena z důvodu splatnosti faktur, kterých může v této horké fázi kampaně přibývat jak

Stránka 2 z 5

„Hlíkáme veřejný zájem, hájíme efektivní a odpovědnou správu země.“

z hlediska počtu, tak i objemu, a za druhé, transakce zobrazené na TÚ jsou zobrazeny v hodnotě účetní, nikoli v cenách obvyklých - a proto již některé strany mohou být za polovinou zákonem vyhrazeného/definovaného limitu,“ objasňuje Petr Vymětal, expert na financování stran z FMV VŠE.

Digitální svět politického marketingu v Česku

Na monitoringu se podílí několik nezávislých organizací, jejichž expertíza se značně liší - vzájemně se doplňujeme. Data o placených příspěvcích na sociálních sítích (Facebook, Twitter, Instagram) a jejich impaktu jsme zpracovali s využitím nástrojů [Socialbakers](#), monitoring mediálního pokrytí inzercí zajišťuje společnost [Nielsen Admosphere](#). Díky [Dataweps](#) můžete na www.transparentnivolby.cz projít i „viditelnost“ stran v online mediálním prostoru (tj. např. jak často je ta která strana zmiňována v textech na internetu a v příspěvcích na sociálních sítích.).

„Z dat firmy Dataweps monitorující diskuze o politických stranách v online prostředí je také zřejmé, že diskuze voličů se přesouvá z různých diskuzních fór na sociální sítě, zejména na Facebook. Pro strany je proto klíčové se na tento kanál zaměřit,“ říká Eliška Vyhnánková, nezávislá konzultantka v oboru sociálních médií.

Díky mapování českého digitálního politického marketingu jsme zjistili, že:

- vzhledem k velkému množství facebookových stránek není možné zjistit, kolik reálně politické subjekty v kampani utrácení;
- transparentní účty nejsou schopny zachytit, kolik se utratí v rámci online reklamy – viz např. profily hnutí ANO či Andreje Babiše (ale také ČSSD nebo TOP09, jejichž výdaje v on-line reklamách jsou nejasné). Opakem je např. KDU-ČSL (výdaje popsány velmi konkrétně); navazující překážkou je možnost platit náklady za facebookovou reklamu i z jiného účtu nežli transparentního;
- díky nástrojům od společnosti Socialbakers jsme zjistili, že až polovina facebookových postů některých stran je placená (např. TOP 09, ODS, KDU-ČSL). Naopak jiné do placených postů investují naprosto zanedbatelné částky (mimo jiné Piráti, Svobodní), ačkoliv jsou na FB aktivní a mají široký dosah;
- strany nemají povinnost označovat fanouškovské FB kampaně jako své stránky;
- se ukazuje, že některé strany občas cíleně míří placeným obsahem na FB mimo jádro svých voličů s cílem zpochybnit příznivce jiných stran nebo oslovit jiné cílové skupiny.

„V letošní kampani už žádná politická strana Facebook nepodcenila a řada jich expanduje na Twitter a Instagram. Oficiální výdaje na promo tu sice ještě netvoří ani třetinu jejich rozpočtů, ale povaha média a fakt, že volební zákony ji nereflektují, z něj dělá šedou zónu pro utrácení,“ říká Ondřej Cakl, koordinátor monitoringu TI.

Prostor pro Váš názor

Konkrétní hodnocení stran najdete na zmíněném webu a názor si utvořte sami i ze všech dalších informací, které publikujeme. Lze ale říci, že strany v rámci kampaně nové volební zákony víceméně respektují (s výjimkami) a že řada z nich prokazuje dokonce nadprůměrnou snahu o otevřenou hru, a to přesto, že zákony samotné umožňují mnoho (nejen finančních) kliček.

„Hlíkáme veřejný zájem, hájíme efektivní a odpovědnou správu země.“

O projektu Transparentní volby

V minulých letech jsme aktivně prosazovali legislativní změny včetně vzniku nezávislého dohledového úřadu (dnes ÚDHPSH). TI si neklade za cíl suplovat činnost Úřadu, ale právě naopak přinášíme aktuální informace o stavu financování politických kampaní v Česku, a to před samotnými volbami, kdy právě jednotlivé strany a hnutí bojují o hlasy voličů. Jedná se tak o dokreslení podstatné části obrazu politické kampaně.

Monitoring probíhá v dialogu s politickými subjekty. Pro hodnocení slouží [dobrovolný dotazník](#), který napomáhá získat primární informace přímo od stran a hnutí. Nejedná se však o jediný zdroj informací. Na hodnocení nemá vliv, zda ho kandidující subjekt skutečně vyplní.

- K dnešnímu datu jej vyplnily: ODS, KSČM, TOP 09, Piráti, Zelení, STAN, SSO.
- Neodpověděly nám: ANO 2011, ČSSD, KDU-ČSL, SPO.
- Poskytnout data odmítly: SPD – Tomio Okamura, Realisté.

Monitoring je postaven na diverzifikovaných zdrojích a kritériích. Nedílnou součástí našeho projektu je spolupráce s uznávanými profesionály v oblasti digitálního a politického marketingu, kteří TI pomáhají přinášet empirická data [podložená jasnou metodikou a z ověřených zdrojů](#).

Tento monitoring neupřednostňuje žádnou politickou stranu či politické hnutí. Naše hodnocení je objektivní a nestranné. Veškerá kritéria jsou od počátku dostupná [online na našem webu](#).

Projekt realizujeme z vlastních finančních zdrojů, bez finančního příspěví od dárcovských organizací. **Proto se také obracíme na širokou veřejnost s výzvou o podporu. Více na portálu [Darujme.cz](#).** Děkujeme Vám za pomoc s realizací monitoringu!

Více informací o rozsahu a obsahu monitorovacích aktivit najdete na našem webu www.transparentnivolby.cz.

Přílohy

www.transparentnivolby.cz

[Příručka informovaného voliče](#)

[Vteřiny TI: David Ondráčka - Výsledky monitoringu Transparentní volby 2017](#)

[Audio: David Ondráčka - Transparentní volby 2017](#)

[Audio: David Ondráčka - Výsledky monitoringu Transparentní volby 2017](#)

Kontakt pro média

[Ondřej Cakl](#)

koordinátor monitoringu TI

E: cakl@transparency.cz

M: +420 728 069 561

Transparency International ČR

Mapujeme stav korupce v České republice a aktivně přispíváme k jejímu omezení, a to jako součást mezinárodní sítě [Transparency International](#). Zapojujeme občanskou společnost, soukromou sféru i státní sektor do široké diskuse o dobrém vládnutí.

Těžíme z dlouholeté nadnárodní praxe a know-how v nastavování protikorupčních programů a strategií. Prostřednictvím [projektů](#) iniciujeme systémové změny.

Pro veřejnost provozujeme bezplatnou [právní poradnu](#), na kterou se ročně obrací stovky klientů z celé republiky.

Naše investigativa uvádí korupční [případy](#) do pohybu. Rozběhli jsme např. kauzy v Lesích ČR a také v Dopravním podniku hlavního města Prahy. Rozkrýváme pavučiny politiků a podnikatelů zneužívajících EU fondy, např. kolem ROP Severozápad.