

Tisková zpráva TI

Znají politické strany platnou legislativu? Volební účty ukazují, že spíše nikoli



Transparentní volby | zdroj: TI

Praha, 20. září 2017 - Úplné hodnocení transparentnosti financování politických stran představí Transparency International (TI) ve čtvrtek 5. října 2017, ale již nyní můžeme předat veřejnosti několik poznatků, které náš monitoring přinesl.

Známe už například ceníkovou cenu inzerce stran v médiích a můžeme ji porovnat se skutečnými pohyby na volebních účtech. Tyto informace spolu s přehledem základních zákonných pravidel a majetkové struktury českých médií jsou součástí online „[Příručky informovaného voliče](#)“, kterou mohou voliči ode dneška najít na našem webu www.transparentnivolby.cz.

Pohyby na účtech vs. cena obsazeného prostoru

Díky spolupráci s výzkumnou agenturou [Nielsen Admosphere](#) můžeme říci, jaká by byla ceníková cena inzerce jednotlivých stran v období od začátku kampaně 2. května do 30. srpna 2017 (a to v tištěných médiích, na venkovních plochách a v omezené míře i na internetu). Seznam zdrojů najdete [zde](#). A díky monitoringu volebních účtů stran (vyžadovaných povinně novelami volebních zákonů č. 302/2016 Sb. a č. 322/2016 Sb.) můžeme říci, kolik strany z účtů vyplatily za stejné období.

Na první pohled mohou udivit velké disproporce mezi zjištěnými částkami. Některé strany pokryly prostor, jehož ceníková cena je několikanásobně vyšší oproti částkám, které odešly z jejich účtů. Situace se dokonce zdá ještě rozporuplnější, uvažíme-li, že celkové výdaje z účtů zahrnují i veškeré další náklady na kampaň (tedy nejen inzerci, ale i pořádání veřejných akcí, cestovné, náklady na práci volebních týmů apod.).

Lze z toho ale vyvodit jediný jistý závěr: některé strany zkrátka dokázaly získat inzerci za ceny výrazně nižší, než kdyby si ji kupovaly za oficiální ceníkové ceny poskytovatelů. Anebo jinými slovy:

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

dokázaly za zlomek ceny pokrýt výrazně větší prostor v médiích, než jejich konkurence. Co jasné není, zda některé nefinancovaly kampaň jinými cestami než těmi, které umožňuje legislativa.

„S informacemi je nutno nakládat nanejvýš opatrně a nevyvozovat z nich unáhlené závěry, přestože se z nich dají vyčíst jisté tendence ve vedení kampaně. Vágnost dat je ovšem také podnětem k zamyšlení nad platnou legislativou a reálným stavem politických financí,“ říká Ondřej Cakl, koordinátor monitoringu TI.

Co je to ceníková cena?

Ceníková cena je v případě mediatypu „tisk“ získávána z ceníků jednotlivých médií, a na úrovni každého zveřejnění reklamy je přiřazována k jednotlivým reklamním sdělením. Tato informace je následně propojena s metodickým popisem reklamy, který mimo jiné identifikuje reklamního zadavatele. Sloučením hodnot inzerátů jednoho zadavatele je pak možné říci, kolik reklamního prostoru (v ceníkové hodnotě) za určité období a v rámci monitorovaných zdrojů každý zmonitorovaný zadavatel využil. Dle Nielsen Admosphere je v případě mediatypů „OOH“ (out of home, reklama mimo domov) a „internet“ ceníková hodnota získávána z reklamních deklarací jednotlivých provozovatelů.

Strany si samozřejmě s poskytovateli prostoru mohou dohodnout slevy, jako každý jiný klient. Zákon nově ukládá stranám, aby v nákladech na volební kampaň reflektovaly cenu obvyklou, nikoliv cenu se slevou či bezúplatné plnění. Proto se TI zaměřuje i na rozdíl mezi cenou obvyklou a cenou skutečnou, který bude kontrolován i Úřadem pro dohled nad financováním politických stran a politických hnutí.

Jakou hodnotu v ceníkových cenách má tedy současná politická inzerce?

Politické strany a organizace, 1. května – 31. srpna 2017	Ceníková hodnota reklamního prostoru
REALISTÉ	47 502 000 Kč
ANO 2011	25 759 000 Kč
Občanská demokratická strana	17 445 000 Kč
Křesťanská a demokratická unie - Československá strana lidová	12 274 000 Kč
Česká strana sociálně demokratická	10 955 000 Kč
STAROSTOVÉ A NEZÁVISLÍ	9 377 000 Kč
TOP 09	8 790 000 Kč
Referendum o Evropské unii	4 896 000 Kč
Občanská demokratická aliance	4 193 000 Kč
MÁME NA VÍC	2 169 000 Kč
Svoboda a přímá demokracie - Tomio Okamura (SPD)	1 053 000 Kč
Komunistická strana Čech a Moravy	457 000 Kč
Strana zelených	258 000 Kč
Strana svobodných občanů	39 000 Kč
Sdružení pro republiku - Republikánská strana Československa Miroslava Sládka	28 000 Kč

Zdroj: Nielsen Admosphere (monitoring INTERNETU zdroj: SPIR-Nielsen Admosphere).

Internet zahrnuje reklamu v rozsahu projektu AdMonitoring.

Dodejme, že některé politické subjekty, které v březnu nefigurovaly v průzkumech jako potenciální adepti do Parlamentu, rozjely viditelnou propagaci (Referendum o Evropské unii, Občanská

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

demokratická aliance, Máme na víc, SPR-RSČ), zatímco jiné, které se už tehdy pohybovaly kolem tříprocentní hranice pro vstup do Sněmovny, v sledovaných médiích téměř neinzerovaly (Piráti, SPO).

Kolik peněz odešlo z volebních účtů stran?

Politické strany a organizace, 2. května – 3. října 2017	Celkové výdaje z volebního účtu strany
REALISTÉ	8 561 180 Kč
ANO 2011	16 340 334 Kč
Občanská demokratická strana	19 107 737 Kč
Křesťanská a demokratická unie - Československá strana lidová	18 670 793 Kč
Česká strana sociálně demokratická	13 279 005 Kč
STAROSTOVÉ A NEZÁVISLÍ	8 054 920 Kč
TOP 09	19 105 938 Kč
Svoboda a přímá demokracie - Tomio Okamura (SPD)	7 440 561 Kč
Komunistická strana Čech a Moravy	3 264 596 Kč
Strana zelených	6 262 440 Kč
Strana svobodných občanů	1 703 078 Kč
Pirátská strana	4 010 326 Kč
Strana práv občanů	2 323 337 Kč

Zdroj: TI

Jsou volební účty prokazatelně jediným zdrojem financování kampaní?

Přestože by strany měly dle zákona z tzv. volebních účtů financovat veškeré náklady spojené s předvolební kampaní (více [zde](#)), existují signály, že tomu tak není.

Zákon není v některých ohledech zcela jasný, ale většinu povinností definuje zřetelně. Například povinnost stran zaplatit volební kauce z transparentního účtu. Tato úhrada je nákladem spojeným s volbami, a proto by měla být uhrazena prostřednictvím tzv. transparentního volebního účtu. Realita je ale jiná.

Z analýzy volebních účtů jsou tyto transakce jednoduše dohledatelné pouze na účtech šesti stran (Zelení, SPO, Stan, KDU-ČSL, SPD, KSČM). Zjištěné tedy vyvolává otázku, zda skutečně znají politické strany platnou legislativu. Volební účty ukazují, že spíše nikoli. „**Pokud strany platily kauce z jiných účtů, na které není vidět, je otázkou zda odsud neplatí i řadu dalších výdajů,**“ obává se expert na monitoring Petr Vymětal (FMV VŠE).

Jaké další informace díky monitoringu přineseme

Na monitoringu se podílí několik nezávislých organizací, jejichž expertíza se značně liší; vzájemně se doplňujeme. TI sleduje finance na volebních účtech a otevřenost stran v komunikaci s voliči. Data o placených příspěvcích na sociálních sítích a jejich impaktu poskytují [Socialbakers](#), monitoring mediálního pokrytí inzercí zajišťuje zmíněná společnost [Nielsen Admosphere](#). Díky [DataWeps](#) budeme s to zpřehlednit i „viditelnost“ stran v mediálním prostoru (tj. např. jak často je ta která strana zmiňována v textech na internetu.).

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

Díky této široké spolupráci bude možné ve výsledku zúžit (ale nikoliv vyplnit) mezery mezi informacemi o financování, které lze z otevřených zdrojů najít, a reálnými náklady na kampaň.

Budeme tedy schopni určit, kolik skutečně odešlo v daném období z transparentních účtů, kolik mediálního prostoru strany pokryly a kolik by je to stálo „dle ceníku“. Budeme schopni tato data porovnat s jejich reálnou viditelností (přinejmenším na internetu), a jednotlivě i identifikovat, zda úspěšnost v „sycení“ médií (zejména sociálních) souvisí s náklady, které můžeme prokázat (např. s placenými posty).

Náklady na inzerci představují pouze část monitoringu politických kampaní, který ve výsledku povede k hodnocení otevřenosti stran. Závěrečné hodnocení zveřejníme 5. října 2017 na www.transparentnivolby.cz. Už nyní zde ale zveřejňujeme aktuální informace o dění na účtech stran a především „[Příručku](#)“, která pomáhá orientovat se ve volební legislativě i mediálních souvislostech.

Aktuální stav a obecné postupy monitoringu

V minulých letech jsme aktivně prosazovali legislativní změny včetně vzniku nezávislého dohledového úřadu (dnes Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí). 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 kandidátek a kandidátů. 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 dostupná [online na našem webu](#).

Projekt realizujeme z vlastních finančních zdrojů, bez finančního příspěvku od dárcovských organizací. **Proto se také obracíme na širokou veřejnost s výzvou o podporu. Více na portálu Daruje.cz.** Děkujeme Vám za pomoc s realizací monitoringu!

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

Ke stažení

[Příručka informovaného voliče](#)

Kontakt pro média

[David Ondráčka](#)

ředitel TI

E: ondracka@transparency.cz

M: +420 605 814 786

Transparency International ČR

Mapujeme stav korupce v České republice a aktivně přispívá k jejímu omezování, 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](#) aktivně přispívá k iniciování systémových změn.

Pro veřejnost provozujeme bezplatnou [právní poradnu](#), na kterou se ročně obracejí 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.