

OTEVŘENÝ DOPIS

VE VĚCI tzv. NEZÁVISLÉHO VÝZKUMU K PROJEKTU BOŘISLAVKA

Vážený pane starosto, radní a zastupitelé,

obracíme se na vás ve věci Bořislavka Centrum. Tentokrát se to týká tzv. výzkumu veřejného mínění se všemi jeho mutacemi názvu od a). Názor na občanskou vybavenost v této lokalitě...b). Přijatelnost projektu Bořislavka až po nejodvážnější název na Facebookovém profilu samotného developera, který oslavně za peníze daňových poplatníků označuje tento průzkum za c) Průzkum veřenosti k navrhované změně projektu Bořislavka Centrum. Bez ohledu na název, který by měl být, stejně jako samotný cíl projektu zcela jasně definovaný, je skutečný skrytý záměr výzkumu v závěru naplněn ...Zjednodušeně - obyvatelé Prahy 6 a okolí tuto stavbu "moc chtějí" a nový projekt je, bez ohledu na nezmíněná fakta o výrazném nárůstu výšek, objemů a většího poměru administrativy vs. obchodů, "výrazně lepší" a obyvatelé už se nyní "těší" na jeho realizaci, protože v dané lokalitě chybí přeci kino, obchody Marks and Spencer, H&M a mnoho dalších. K projektu se podle výstupu z výzkumu negativněji vyjadřují ti ze vzdáleného okolí, kteří bydlí někde 10min daleko dopravou MHD a často ani neví, kde Bořislavka je. Na druhou stranu nejméně kritičtí jsou překvapivě obyvatelé nejvíce dotčení tímto potenciálním projektem a to právě ti z "Jádra" žijící na hranici mezi Hanspaulkou a Ořechovkou. Pravda je taková, že přes 1700 občanů svůj zamítavý názor již vyjádřilo otevřeně pod svým jménem v petici veřejně a nikdo z nich nám ani nebyl schopen potvrdit, že by tento probíhající průzkum vůbec zaznamenali a to ani v situaci, kdy měl probíhat před jejich okny nebo vchodem do domu, kterým v době probíhajícího výzkumu opakovaně denně procházeli....

Tento průzkum byl dne 8.7.2015 zveřejněn na vašich internetových stránkách, Facebookovém profilu a profilu developera KKCG. Tento výzkum je zjevně považován za podklad pro rozhodování Městské části o postoji, který k plánované stavbě zaujme. Požádali jsme nezávislé sdružení agentur Simar, které zajišťuje kontrolu kvality a objektivitu výzkumů v České republice, o přezkum.

Dle názoru odborníků i nás je tento výzkum neobjektivní, zavádějící a vykazuje hrubé profesní nedostatky obsahové i formální ve své konstrukci i způsobu, jakým jsou jeho výsledky prezentovány.

Jmenovitě se jedná o tyto dezinterpretace a chyby ve výzkumu:

1. **Zavádějící názvosloví**, které zcela záměrně mate oslovené respondenty názvem Obchodní centrum a ti následně porovnávají své zkušenosti z podobných obchodních center jako např. OC Smíchov nebo Palladium apod. a ve skutečnosti se na Bořislavce má stavět administrativní a kancelářská budova s minoritním zastoupením obchodní části.
2. **Návodné otázky** a jejich záměrná posloupnost vedená k dosažení předem stanoveného cíle...
3. **Prezentace značek obchodů**, které v administrativní budově zjevně všechny nebudou, ale co by dotazující neudělal pro pozitivní naladění respondenta...
4. **Nesprávně specifikovaná lokalita**...tedy možná správně pro dosažení nesprávného závěru...
5. **Zcela zásadní chyby ve zpracování dat a výsledků** ...
6. **Zcela nevyvážený přístup pozitiva vs. negativa**...
7. **Manipulativní vizualizace starého vs. nový projekt...favorit, nečekaně, zvítězil!**
8. **Načasování sběru dat...a návaznost na podporu předem stanoveného výstupu pro rozhodování MČ P6**

Zde detailní informace:

Zavádějící názvosloví

- **Klamavě uvádí pojmy** jako "Kino" a "Obchodní centrum" nebo "Nákupní centrum", i když víme, že kino v této lokalitě velmi chybí, nikdo je zde neplánuje otevřít. Stejně tak je klamavé představovat projekt Bořislavka Centrum jako "Obchodní centrum". Název "Obchodní" vypustil v používání i sám investor.

OTEVŘENÝ DOPIS

VE VĚCI tzv. NEZÁVISLÉHO VÝZKUMU K PROJEKTU BOŘISLAVKA

Představením konkrétních značek obchodů vyvolá dojem v respondentech, že se vyjadřují k obchodnímu nebo nákupnímu domu, **nikde není uvedena hlavní funkce budov** - kancelářské prostory (přes 70% využití).

- Administrativní plochy následně nejsou uvedeny ani ve výčtu požadovaných služeb nebo vlivů na okolí, i když svým charakterem ovlivní hlavně přímé okolí (Jádro) např. světelným smogem.

Návodné otázky a jejich posloupnost

- Pojmy se volně mění v průběhu zrovna tak jak cíle výzkumu - dotazník zjišťuje "**názor na občanskou vybavenost v této lokalitě**" v prezentaci výsledků uváděný i veřejnosti je ale prezentován jako "**Přijatelnost projektu Bořislavka**", na Facebookovém profilu developera se dokonce objevuje ještě odvážnější název "**průzkum veřejnosti k navrhované změně projektu Bořislavka Centrum.**" nutno podotknout, že se výzkum zabývá zejména občanskou vybaveností v testované lokalitě (tzn. ne nutně ani oblasti Bořislavka, ale např. v Horoměřicích), následně už hodnotí jen představené obchodní centrum.
- Již ve druhé otázce jsou respondenti osloveni **s nabídkou "Kina" a tím vyvolává pozitivní konotace**, které dále **ovlivní další postoj** k následujícím otázkám. Vzhledem k tomu, že projektová dokumentace kino (míněno skutečné, jak je veřejností kino chápáno a ne losovací sál Sazky) neobsahuje, toto je naprosto neseriózní.
- Nikde ve výzkumu **nemají lidé šanci se spontánně vyjádřit** jaká občanská vybavenost jim chybí, ani v pozdějším hodnocení pozitiv a negativ.

Prezentace konkrétních značek obchodů

- Velmi zvláštní je také uvedení konkrétních a známých značek hned v začátku výzkumu, které jistě ovlivní respondenty v dalším hodnocení. Výzkum je následně **veden cíleně a návodně**. Navíc tento **seznam značek vyvolává dojem, že zadavatelem byl soukromý subjekt**, který si zjišťuje, zda nájemníci budou mít dostatek zákazníků a ne Městská část Prahy, které by mělo záležet na tom, aby poskytla dostatek služeb bez důrazu na známé značky. Pokud je **záměr výzkumu zjistit občanskou vybavenost**, pak je to chválihodné, ale pak **je nemožné jej prezentovat jako výzkum o projektu Bořislavka**.
- Součet všech těchto uváděných obchodů a služeb navíc je **svádějící a nereálný** pro realizaci **v plánované podlažní ploše určené pro retail**. Navíc jak může Městská část tvrdit, že tyto konkrétní obchody budou součástí nového "obchodního" centra soukromého investora, když např. Marks & Spencer tuto informaci písemně vyvrátil.

Špatně specifikovaná lokalita

- Podle stanovišť deklarovaných na přiložené mapce se **v Jádru vyskytovaly stanoviště 4 ze 17 celkem vs 13 ve spádové oblasti ze 17 celkem** (24% : 76%) vzhledem k tomu, že není nikde uvedena velikost Jádra, ani jeho další rozklad na věk, pohlaví, vzdělání a další kritéria, působí to, že **Jádro**, kterého se to nejvíce týká, **je nepoměrně málo zastoupeno** v celkovém výzkumu.
- Zvláštní jsou také **kritéria výběru lokalit** - nelogicky stanovené hranice jádra (např. nezapočítává ulici na Dlouhém Lánu). Navíc se zdá, že stanoviště byla u východů z metra, tím pádem eliminovala velkou část obyvatelstva této lokality, kteří požívají jiný dopravní prostředek (např. auto).
- Vzdálené okolí je dále definováno jako **dojezd 10 min** (na stránkách P6 upřesněno, že je tím míněn dojezd **MHD**), upozorňujeme, že **4 ze sběrných bodů tuto podmínku nesplňují** (jmenovitě Patočkova, Zelená, Lysolaje, U Prioru a také Horoměřice, kde podmínku 10 min splní respondent pouze v případě, že už sedí v autobusu.) Tedy správně by **data z těchto stanovišť neměla být započítávána do výsledků**.
- Oslovili jsme všechny petenty formou elektronické petice, jestli někdo byl výzkumem dotazován nebo aspoň ho zaregistroval. Přišlo nám totiž zvláštní, že sběr dat se pohyboval přímo před našimi domovy a **nikdo z přímého okolí nebo občanských sdružení i mimo Jádro tento výzkum nezaznamenal**. Do této chvíle se nikdo, kdo by byl účastníkem nebo by si výzkumu všimnul, neozval.

Zásadní chyby ve zpracování výsledků

- **Není definován vzorek 950 respondentů** - jeho složení. (věk, pohlaví, ...), takže nelze posoudit jeho **reprezentativnost** pro danou lokalitu.
- Již ve 3. otázce výzkumu nabízí tazatel, že tyto služby budou součástí obchodního centra a jestli víme, kde jsou. Předpokládáme, že **odpovědi těch, kteří ani netuší, kde Bořislavka je, by měli mít menší**

OTEVŘENÝ DOPIS

VE VĚCI tzv. NEZÁVISLÉHO VÝZKUMU K PROJEKTU BOŘISLAVKA

váhu, popř. by se neměly započítávat do % vyjádření. Je sice fakt, že vzorek se v zápatí změní u některých slidů na 639, ale čtenář prezentace na to upozorněn nikde není.

- **Neodpovídají následující data:** 8% neví kde Bořislavka je (dotazník se neptal na to kde **přesně** je ale jestli ví nebo ne) ke konci prezentace se objevuje nové číslo **15.500 obyvatel o projektu dosud ani neslyšelo**, zbývajících 28.500 hodnotilo přínosy a negativa... dle nás není korektní použít tyto údaje. Správně by měla interpretace dat být uvedena procentuálně, popř. fakticky ze vzorku - tzn. 35% o projektu dosud ani neslyšelo. Pak si čtenář lépe dovede představit, kdo hodnotí další předkládané otázky. Nesrozumitelný je pak údaj 8% neví kde Bořislavka je. Znamená to, že je to navíc nad 35 %, kteří o něm ještě dosud neslyšelo, **takže prakticky 43% by nemělo projekt dále hodnotit.** (což mimo jiné vypovídá také o kvalitě vzorku a utvrzuje nás v dojmu, že jádro není dostatečně zastoupeno)
- V případě, že **lidé nevěděli, kde Bořislavka je**, je tazatelé **mylně informovali**, že Bořislavka je asi v polovině Evropské, čímž **uvedli dotazovaného v omyl**. Polovina Evropské je v úrovni Veleslavína a Vokovic a samozřejmě respondenti hodnotí dopad na okolí jinak, než pokud by zmínili čistě rezidenční oblast Hanspaulky a Ořechovky.
- Hned další dezinterpretace vidíme, kde výzkumníci tvrdí, že *“32tisíc již dnes deklaruje, že Nákupní centrum navštíví”*. To je podle nás velká hrubka v podávání výsledků, kterou by si agentura, pokud chce nést název nezávislá, neměla dovolit. **Je to velmi zavádějící**, protože jsme se setkali dokonce s interpretací na radnici, že 32 tisíc lidí chce Bořislavku v nové podobě. **32 tisíc lidí nic nedeklarovalo.** Jistě zcela jiný dojem by zanechal údaj podaný korektně tj. 35% lidí ze vzorku 950 (respektive 639), tj. **332 (respektive 223) lidí deklaruje.**
- Další chybou je podle nás tvrdit, že 16 200 lidí centrum navštíví a započítávat je do součtu 32 tisíc lidí, protože **37% z dotazovaných uvedlo, že “pravděpodobně obchodní centrum navštíví jen pokud mu budou služby vyhovovat.”** Tzn. musíme tuto pravděpodobnost vyjádřit nějakým číselným koeficientem. **Tvrzení je tedy nepravdivé** a nemělo by se takto šířit dál.
- Víme z prezentace, že Jádro je připraveno navštívit Bořislavku více, ale opět **chybí číselné vyjádření Jádra**, což vyvolává dojem, že to na začátku nebylo pouhé opomenutí, ale záměr.
- Ke vzorku 639 navíc agentura nikde neuvádí **jak ovlivnila tato redukce vzorku jeho složení.**
- Také je očividná chyba v preferencích - uvádí Jádro a Spádovou oblast zvláště a pak součet “Celkem”, **“Celkem” ale nemůže být správně**, pokud jsou hodnoty odlišné, musí se logicky změnit i hodnota Celkem.

Nevyváženost zjištěných pozitiv a negativ v prezentaci

- **Pozitivům je v interpretaci věnována mnohem větší pozornost než negativům** - 6 slidů je věnováno v prezentaci hodnocení a rozboru pozitiv a pouhé 3 řeší negativa bez dalšího rozboru, už to samo **vypovídá o tom, jak je interpretace laděná.**
- Mezi negativy chybí rozbor Jádra, chybí krajní stupně nesouhlasu, chybí číselný rozbor negativ. Pokud by byl doplněn, pak by se totiž čtenář dozvěděl, že **87,5% se obává větší koncentrace návštěvníků v okolí, 78,6% se obává zhoršené dopravy, 67,7% se bojí zvýšeného hluku, 54,1% se bojí zhoršení bydlení v okolí a 51,1% horší možnosti parkování, a 48,8% zničeného charakteru místa**, takže pokud by výzkumná agentura tyto počty převedla na jejich odhady, zněl by text prezentace: 38,5 tisíce lidí se bojí zvětšeného provozu na návštěvníky, 29,8 tisíc zhoršené dopravy, 29,5 tisíc hluku a nočního provozu, 23,8 tisíc zhoršení bydlení v okolí 21,5 tisíc - tady by bylo zajímavé vědět kolik populace představuje celé Jádro. Je vidět, že jen uvedením těchto stejných faktů získává výsledek zcela nový rozměr.
- Negativa jsou hodnocena pouze v jednom komentáři, kde je vypíchnuto, že nejmenší obavy panují ze zvýšené kriminality a “Ostatní obavy dosahují více než 50% jmenování”. Průměrná nespokojenosti je však 60% a **je neseriozní psát více než 50%.**
- V dotazování na pozitiva projektu a negativa opět **není žádný prostor pro spontánní reakci respondentů.**
- Další zvláštností je **řazení výsledků v prezentaci** - dotaz na líbivost projektu je až v poslední otázce dotazníku. V prezentaci výsledků je ale uveden výsledek už krátce po polovině prezentace a před ostatním hodnocením občanské vybavenosti, **navozuje tak dojem, že všechny ostatní body se již vztahují k podobě budovy.**
- Zcela nelogický je pak závěr, s nepřehlednou agendou tvrdící, že lidé, kteří žijí ve vzdálených Horoměřicích nebo Lysolajích vadí možné zničení okolí, zhoršená možnost parkování, vyšší doprava atd.

OTEVŘENÝ DOPIS

VE VĚCI tzv. NEZÁVISLÉHO VÝZKUMU K PROJEKTU BOŘISLAVKA

více než lidem, kteří budou konfrontováni denně se stavbou. Zde to působí, že omylem někdo otočil graf.

Manipulativní vizualizace

- Zde porovnávali respondenti podle obrázku jakou podobu nového OBCHODNÍHO centra (jaké obchodní centrum?) by preferovali - **obrázky jsou přitom zcela zavádějící, protože jsou prezentovány ve výrazně jiném měřítku a tudíž jsou neporovnatelné.** Snadno to lze posoudit podlehovitého rodinného domu na rohu, který je vidět v obou obrázcích, pokud si k němu dodáte měřítko, je vidět, že je téměř poloviční, takže budovy jsou prezentovány ve výrazně jiném měřítku - tzn, **nová podoba projektu je pomenšená téměř na polovinu.** Ve skutečnosti nadzemní objem výrazně narostl a nový návrh je o téměř 10 m vyšší, což rozhodně respondenti z předloženého obrázku nejsou schopni posoudit.
- Je opravdu **neetické na této jedné otázce postavit výsledek výzkumu**, ze kterého může vzniknout špatné závěry politiků posuzujících přijímání projektu veřejností.
- Navíc **celkový součet preferencí není nijak rozhodný** - výzkum uvádí, že v jádru je celkem pozitivních reakcí pro nový 52 vs 48% pro starý. Pokud bychom znali velikost jádra, bylo by možné posoudit jak statisticky významné tyto rozdíly jsou.
- Na závěr agentura **podprahově nabízí, že nový projekt je výrazně preferován (5 hvězdiček vs 3 hvězdičky)** i když pod ním uváděný počet lidí, který preference uvedl, těmto poměrům neodpovídá. Vychází tedy zřejmě jen z krajních souhlasů, ale nikde jinde tato škála použitá není. Tedy je velmi zavádějící.

Načasování sběru dat

- údajný sběr dat proběhl v době, kdy mnohým školám začínaly hlavní školní prázdniny (26.6. byl pátek) a ve 2 dny z 5ti celkem z toho o víkendu .

Způsob, jak byl dotazník sestaven, vzbuzuje opodstatněný dojem, že je formulovaný tak, aby napomáhal předem stanovenému výsledku a akceptaci projektu. Výsledky tohoto výzkumu, který stál daňové poplatníky 107.690 Kč, byly synchronizovaně zveřejněny Městské části i developerem. Důrazně žádáme aby věci byly neprodleně uvedeny na pravou míru -aby neuváděl veřejnost v omyl a byl proveden nový objektivní výzkum nebo přinejmenším tento výzkum ztažen z oběhu s písemným vysvětlením a omluvou.

Za petiční výbor,

Jana Štumpová Konicarová

Ditta Pištecký Dvořáčková

V Praze 16.7. 2015