

Zfixlované výběrové řízení na analýzy objektivit v České televizi

kverulant.org/cases/zfixlovane-vyberove-rizeni-na-analyzy-objektivit-v-ceske-televizi

13. června 2023

Česká televize už roky používá k posouzení objektivit zpravodajství analýzy od firmy Media Content Experts. Celkem za ně již utratila více než 66 milionů korun. V březnu 2023 se stejnou firmou uzavřela televize další smlouvu na 16 milionů korun. Uzavření smlouvy předcházelo zfixlované výběrové řízení. Proto Kverulant.org podal oznámení na Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Kverulant prosí o finanční podporu v této kauze.



Generální ředitel ČT Petr Dvořák, foto: Profimedia

Od roku 2018 do roku 2022 uzavřela Česká televize s firmou Media Content Experts s.r.o. celkem pět smluv na poskytování obsahové analýzy zpravodajství a publicistiky za 66,3 milionu korun. Vlastní analýzy neposkytuje přímo firma Media Content Experts, ale její dcera Media Tenor. Obě patří podnikateli Pavlu Herotovi a jeho „analýzy objektivit a vyváženosti“ zpravodajství ČT vycházejí pro

televizi velmi dobře. Zřejmě i proto bylo výběrové řízení na zakázku „Kontinuální obsahová analýza zpravodajství, publicistiky a diskuzí včetně aspektů vyváženosti a objektivity na roky 2024 – 2028“ vypsáno tak, aby jiná než Herotova firma nemohla vyhrát.

Výběrové řízení na analýzu zpravodajství a publicistiky bylo uveřejněno na konci roku 2022, konkrétně 9. prosince. Lhůta na předložení nabídek byla krátká, 6. ledna 2023. Rozsah požadované nabídky byl naopak velmi rozsáhlý. Potenciální dodavatel musel předložit analýzu vyváženosti u 10 náhodně vybraných příspěvků z hlavního zpravodajského pořadu Události za období od 3. 10. 2022 do 23. 10. 2022, dále kompletní analýzu všech zpráv, Události, Události, komentáře a Zprávy na ČT24 za dvacet říjnových dnů roku 2022, analýzu pořadů Reportéři ČT, 168 hodin, Otázky Václava Moravce, Máte slovo s M. Jílkovou a Interview ČT24 za celý říjen 2022.

Účastník tendru také musel předložit internetovou adresu „DEMO VERZE“ webové aplikace, na které měl výše uvedené analýzy prezentovat, a vložit do ní analyzované pořady: „Účastník je povinen zpracovat tuto demoverzi za použití zvukových i obrazových záznamů.“ A kdo by „DEMO VERZI“ nedodal, byl by ze soutěže vyloučen: „V případě, že nabídka účastníka nebude obsahovat demo verzi, bude účastník vyloučen ze zadávacího řízení.“

10.4. PŘEDLOŽENÍ DEMO VERZE

Účastník zadávacího řízení ve své nabídce předloží:

1. analýzu vyváženosti a objektivity zpravodajství za 10 náhodně vybraných příspěvků z hlavní zpravodajského pořadu Události za období od 3. 10. 2022 do 23. 10. 2022 včetně,
2. obsahovou analýzu zpravodajství za období od 3. 10. 2022 do 23. 10. 2022, součástí této analýzy budou tyto zpravodajské pořady: Události, Události, komentáře a Zprávy na ČT24 ve 12:00 hodin,
3. obsahovou analýzu publicistických pořadů Reportéři ČT a 168 hodin za říjen 2022,
4. obsahovou analýzu diskuzních pořadů a zpravodajsko-publicistických rozhovorů za tyto pořady: Otázky Václava Moravce, Máte slovo s M.Jílkovou, Interview ČT24 za říjen 2022.

DEMO verze musí splňovat metodiku uvedenou v dokumentu „Poskytovatelem navržené řešení“.

Účastník je povinen zpracovat tuto demoverzi za použití zvukových i obrazových záznamů.

Zadavatel požaduje předložení této DEMO verze v nabídce v elektronické podobě ve formátu.pdf.

V případě, že nabídka účastníka nebude obsahovat demo verzi, bude účastník vyloučen ze zadávacího řízení.

Citace ze zadávacích podmínek zakázky "Kontinuální obsahová analýza zpravodajství" z 2. prosince 2022

Předložit takový objem práce, včetně webového rozhraní, v tak krátkém termínu mohl dokázat jen ten, kdo už měl předmětné analýzy dávno hotové a kdo už měl k dispozici webové rozhraní. A tím byla právě firma Media Content Experts, resp. její dcera Media Tenor. Ta ČT již dodala množství analýz, které již obsahovaly to, co mělo být dodáno v rámci nabídky. Byla to Analýza diskuzních pořadů a zpravodajsko-publicistických rozhovorů (rok 2022), dále Analýza publicistických pořadů České televize a konečně Posouzení vyváženosti zpravodajských příspěvků.

Oznámení na Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Nikoho patrně nepřekvapí, že zadávacím podmínkám ušitým na míru jednomu zájemci vyhověl právě jen tento zájemce. Nikdo jiný se do „soutěže“ ani nepřihlásil. A tak Česká televize s firmou Media Content Experts uzavřela 17. března 2023 smlouvu na poskytování analýzy zpravodajství, publicistiky a diskuzí na roky 2024 až 2028 za 16 milionů korun.

Z výše uvedeného je zřejmé, že Česká televize porušila zákon o zadávání veřejných zakázek. Proto Kverulant podal 14. června 2023 podnět k zahájení šetření Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Kverulant také antimonopolnímu úřadu navrhl, aby televizi zakázal plnění ze smlouvy s firmou Media Content Experts.

Kverulant doufá, že tak přiměje veřejnoprávní televizi, aby si konečně opatřila skutečně nestranné analýzy své práce za rozumnou cenu, nikoliv studie předražené, které skutečnost lakují na růžovo a vytvářejí vedení televize falešné alibi o kvalitní a objektivní práci. Kverulant je přesvědčen, že služba veřejnoprávní televize je důležitým pilířem občanské společnosti a demokracie, a tím víc ho mrzí, že Česká televize nehraje fér. Potřebujeme veřejnoprávní televizi, ale nepotřebujeme vyčpělé konformisty, jejich pořady a předražené analýzy, které říkají, jak skvěle ČT plní veřejnou mediální službu. Aby společnost prospívala, potřebujeme kvalitní zpětnou vazbu, nikoliv whitewashing.*

Prosba o podporu

Třeba si i vy myslíte, že zákony je třeba dodržovat a že jejich porušování důležitou veřejnoprávní institucí je nanejvýš škodlivé. Pokud ano, prosíme podpořte naši práci na této kauze jakkoliv malým, zato však pravidelným darem.

Vojtěch Razima

**Whitewashing je jedna z neetických nekalých praktik public relations (PR). Slovo whitewashing (podobně jako brainwashing /vymývání mozků/ či greenwashing /zelený nátěr, „ekologická“ manipulace/, doslova „vymývat do běla“). Whitewashing lze do češtiny přeložit jako kamuflování, přikrášlování, tutlání nebo balamutění. Slovník Merriam-Webster (2014) vysvětluje whitewashing mj. jako „zabraňování tomu, aby se lidé dozvěděli pravdu, zejména o špatných, nemorálních nebo nezákonných činech“. Public relations. Habilitační práce. Denisa Hejlová, FSV UK, 2017 K whitewashingu dochází, když se organizace (komerční, ale i nekomerční, politické nebo vládní), snaží cíleně a se značnou dávkou persvazivity a cenzurování prezentovat „svou verzi“ činu, obvinění, historické události apod.*

[Zpět na výpis kauz](#) [Chci darovat](#)

