

Pracovný materiál Kancelárie Rady na rokovanie Rady dňa 7. 6. 2023

Správa o kontrole dodržiavania povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z.

Podnet na preverenie č.: PGO-RPMS/2023/00583

Programová služba: JOJ

Vysielateľ: MAC TV s.r.o.

Číslo licencie: TD/15

Na základe záverov uvedených v správe Kancelária Rady pripravila nasledujúce uznesenie:

Návrh uznesenia:

Rada pre mediálne služby (ďalej len „Rada“) ako orgán príslušný podľa § 109 ods. 1 až 4 a § 110 ods. 2 písm. b) zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách (ďalej len „zákon č. 264/2022 Z. z.“) postupom podľa § 225 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. **začína správne konanie** voči vysielateľovi MAC TV s.r.o. vo veci možného porušenia **§ 72 ods. 2** zákona č. 264/2022 Z. z. v súvislosti s tým, že v rámci programovej služby JOJ v programe *Noviny TV JOJ* zo dňa 25. 3. 2023 odvysielaného o cca 19:30 hod. odvysielal príspevok *Opatrovateľky detí zo zahraničia*, v rámci ktorého odvysielal informácie o opatrovateľskej agentúre Bestnanny, ktoré mohli naplniť definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 72 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z.

Úloha:

Kancelária Rady v zmysle § 123 zákona č. 264/2022 Z. z. oznámi účastníkovi konania začiatok správneho konania a zabezpečí nevyhnutné podklady a dôkazy pre rozhodnutie vo veci.

T: 21. 6. 2023

Z: ReO

Úloha:

Kancelária Rady oznámi podávateľovi podnetu na preverenie začiatok správneho konania.

T: 19. 6. 2023

Z: PgO

Kancelária Rady pre mediálne služby

Pracovný materiál Kancelárie Rady na rokovanie Rady pre mediálne služby
dňa 7. 6. 2023

Podnet na preverenie č.	PGO-RPMS/2023/00583 zaevidovaný dňa 27. 3. 2023
Podávateľ:	fyzická osoba
Predmet podnetu:	Noviny TV JOJ
Deň a čas vysielania:	25. 3. 2023 o cca 19:30:00 h
Označenie podľa JSO:	bez označenia
Programová služba:	JOJ
Vysielateľ:	MAC TV s.r.o.
Číslo licencie:	TD/15

Dátum: 31. 5. 2023

OBSAH PODNETU:

„... reportaz: Opatrovateľky deti zo zahraničia. Jednalo sa o skrytu reklamu na konkrétnu opatrovateľsku agentúru v spravodajstve. Pre konkrétnu temu nebola vybraná ina/ine opatrovateľske agentúry, iba jediná : bestnanny.sk a rozhovor s majiteľkou agentúry. ...“

PRÁVNE VÝCHODISKÁ POSUDZOVANIA:

Zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách (ďalej aj „ZMS“):

§ 16

1) Poskytovateľ obsahovej služby poskytuje obsahovú službu slobodne a nezávisle. Do jej obsahu možno zasahovať iba na základe zákona a v jeho medziach.

§ 25 Prístup verejnosti k pluralitným, objektívnym a nestranným informáciám

Vysielateľ, ktorý nepodlieha samoregulačnému mechanizmu zapísanému do evidencie podľa tohto zákona, regulujúcemu aj oblasť všestrannosti informácií, názorovej plurality a objektívnosti a nestrannosti programov, je povinný

a) zabezpečiť všestrannosť informácií a názorovú pluralitu v rámci vysielanej programovej služby,

b) zabezpečiť objektívnosť a nestrannosť spravodajských programov a programov aktuálnej publicistiky; názory a hodnotiace komentáre musia byť oddelené od informácií spravodajského charakteru.

§ 72 Skrytá mediálna komerčná komunikácia

1) Skrytá mediálna komerčná komunikácia je zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť, ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu v rámci programu zámerne využíva na propagačné účely a mohla by vzhľadom na svoju povahu viesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie. Táto informácia sa považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu.

2) Skrytá mediálna komerčná komunikácia sa zakazuje.

ANALÝZA - stanovisko Kancelárie Rady pre mediálne služby:

Podávateľ podnetu uviedol, že reportáž *Opatrovateľky deti zo zahraničia*, v ktorej išlo podľa neho o skrytú reklamu na konkrétnu opatrovateľskú agentúru a „... Pre konkrétnu temu nebola vybraná ina/ine opatrovateľske agentúry, iba jediná : bestnanny.sk a rozhovor s majiteľkou agentúry. ...“ bola odvysielaná v Novinách TV JOJ dňa 25. 3. 2023. Reportáž s týmto názvom bola odvysielaná v programe o cca 20:03:58 h.

Reportáž s názvom *Opatrovateľky deti zo zahraničia* informuje o opatrovateľkách detí pre slovenské rodiny, ktoré môžu pochádzať aj z iných krajín. Takéto opatrovateľky pracujú prostredníctvom agentúr, ktoré ich vyberajú podľa preferencií jednotlivých rodín podľa toho, či sa jedná o vodenie detí do a zo škôlok či škôl, či je potrebná aj príprava stravy pre deti alebo iba ich stráženie počas pracovnej neprítomnosti ich rodičov. Podľa príspevku je veľkým benefitom opatrovateľka zo zahraničia, ktorá nenásilnou formou okrem postráženia detí ich naučí aj cudzí jazyk. O aký jazyk by malo ísť si určujú samotní rodičia detí už pri obrátení sa na sprostredkovateľskú agentúru. Podľa majiteľky nemenovanej agentúry Petry Ficovej je táto

opatrovateľská služba cenovo prijateľná pre normálne pracujúce rodiny, teda nie pre horných desaťtisíc nadpriemerne zarábajúcich rodičov. Agentúra podľa Petry Ficovej zastrešuje skúsené opatrovateľky, medzi ktorými sú aj učiteľky zo škôl či škôlok, prípadne aj zdravotné sestry, teda všetko kvalifikované sily pre prácu s deťmi. V príspevku vystupuje bývalá opatrovateľka z Kolumbie, mladá Samanta Lima, ktorá podľa jej slov prišla na Slovensko pred šiestimi rokmi a tu si to zamilovala. Pochvaľuje si prácu s deťmi, ktorá je veľmi rôznorodá a tu našla svoj druhý domov. Podľa titulku na obrazovke je dnes spolumajiteľkou agentúry. Príspevok uzatvára Samanta Lima, ktorá spomína malú Johanku, ktorú začala opatrovať ako osemmesačné malé bábätko, ktoré ešte nerozprávalo. Spievala mu pesničky v španielčine, komunikovala s ňou v španielskom jazyku a teda prvé slová malej Johanky boli nielen v slovenčine, ale aj v španielčine.

Podávateľ podnetu namieta, že „*Pre konkrétnu temu nebola vybraná ina/ine opatrovateľske agentúry, iba jedina : bestnanny.sk,*“ a „... *Jednalo sa o skrytu reklamu na konkrétnu opatrovateľsku agentúru ...*“.

Na internete sme vyhľadali webovú stránku agentúry bestnanny.sk¹, na ktorej sú zverejnené informácie o práci agentúry, jej benefítoch, o tom, ako prijímajú opatrovateľky, čo musia adeptky absolvovať. Sú na nej zverejnené kontaktné údaje (telefónne číslo, mailová adresa i adresa sídla agentúry) a okrem toho stránka ponúka informácie o agentúre v anglickom a španielskom jazyku. Avšak stránka neobsahuje žiadne údaje o majiteľoch predmetnej agentúry.

Vo vyhľadávani sme po zadaní mena Petra Ficová našli informácie² o tom, že spolu s Brazíľčankou Samantou sú spolumajiteľky opatrovateľskej agentúry Best Nanny^{3,4}. V predmetných príspevkoch zverejnených na internete hovoria o všetkých benefítoch zahraničných opatrovateľiek.

V príspevku v spravodajskom bloku programu *Noviny TV JOJ* bola propagovaná opatrovateľská agentúra, ktorá poskytuje okrem slovenských aj zahraničné opatrovateľky. Ide o komerčný projekt zameraný na pomoc pracujúcim rodičom. Kladné atribúty agentúry odznali vo vyjadreniach majiteľky a spolumajiteľky, týkajúcich sa naučenia cudzieho jazyka deťmi veľmi nenáročnou hravou formou, čo majiteľka agentúry považuje za asi najväčší benefit. Okrem toho z úst majiteľky odznala informácia, že takéto opatrovateľky si môžu dovoliť i normálne zarábajúci rodičia, nielen rodičia patriaci medzi „horných desaťtisíc“.

§ 72 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách ustanovuje: „Skrytá mediálna komerčná komunikácia je zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť, ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu v rámci programu zámerne využíva na propagačné účely a mohla by vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o podstate

¹ <https://bestnanny.sk/>

² <https://www.bestnanny.sk/media/envyweb.pdf>

³ <https://refresher.sk/131164-Zname-Slovenky-zatajuju-pomoc-opatrovateľiek-Najimaju-si-pritom-zeny-z-Brazilie-ci-Kolumbie-vravi-sefka-agentury-Best-Nanny>

⁴ <https://www.zenskyweb.sk/doprajte-si-pomoc/>

tejto informácie. Táto informácia sa považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu.“

Z definície skrytej mediálnej komerčnej komunikácie vyplývajú nasledovné kritériá, ktoré musia byť kumulatívne naplnené na to, aby mohol byť sporný obsah posúdený ako skrytá mediálna komerčná komunikácia:

1. zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť

V namietanom príspevku sme zaznamenali informácie o opatrovateľskej službe pre deti. Názov agentúry explicitne neodznal, zaznamenali sme však krátku obrazovú informáciu - logo a nápis *bestnanny* menším fialovým písmom na dverách agentúry, pred ktorými v príspevku stála redaktorka Noviny JOJ. Logo a názov firmy bolo viditeľne zobrazené pár sekúnd. Logo bolo skôr menšie a nešlo o detailné zábery na logo. (**Redaktorka** (v obraze pred bielymi dverami s malým fialovým textom *bestnanny* a logom): „*Najväčším prínosom zahraničnej opatrovateľky je najmä to, že naučí vaše dieťa plynule komunikovať v cudzom jazyku.*“)

Ako vidno z príspevku, samotná redaktorka v tomto vstupe podala aj verbálnu informáciu o pozitívnej výhode pre rodičov, vybrať si opatrovateľky práve z tejto agentúry, ktorej benefitom je spolu s opatrovaním detí aj zvládnutie komunikácie v cudzom jazyku.

Okrem uvedeného odznali v príspevku aj ďalšie zvukové informácie, ktoré informovali o výhodách predmetnej agentúry. Majiteľka agentúry sa vyjadruje o tom, že zastrešuje skúsené opatrovateľky, medzi ktorými sú aj učiteľky zo škôl či škôlok, prípadne aj zdravotné sestry, teda všetko kvalifikované sily pre prácu s deťmi. (Petra Ficová (titulok Majiteľka agentúry) na kameru: „*To sú učiteľky zo škôlok, zo škôl, opatrovateľky, ktoré už majú skúsenosti dlhoročné s deťmi, ktoré sú zdravotné sestričky. Zastrešujeme opatrovateľky, ktoré sú skúsené, kvalifikované.*“)

Redaktorka sa vyjadrila k tomu, že samotní rodičia si vedia vybrať opatrovateľku nielen podľa toho, akým cudzím jazykom by sa ich dieťa malo naučiť komunikovať, ale aj či potrebujú iba dovoz a odvoz detí do škôlok či škôl, prípadne na iné aktivity, či preferujú aj prípravu stravy pre deti alebo robenie si domácich úloh a pod. („*O dieťa sa totiž nielen postarajú, ale zároveň ho prirodzeným spôsobom naučia cudzí jazyk.*“; „*Tým, že harmonogram každej rodiny je iný, líši sa aj náplň práce opatrovateľiek. Niektorí rodičia potrebujú, aby s nimi opatrovateľka cestovala, iní potrebujú full servis od prípravy raňajok, obedov, zanesenie, vyzdvihnutie detí do škôlky a zo škôlky. Výber opatrovateľky agentúrou zodpovedá požiadavkám rodičov.*“)

Kladne bola majiteľkou hodnotená cena za tieto opatrovateľské služby, ktorá je podľa jej slov „*dovoliteľná*“ pre bežných aktívnych pracujúcich rodičov. (Petra Ficová na kameru: „*Nie je to služba pre milionárov ani pre horných desaťtisíc. Je to dokonca častokrát ekonomicky výhodnejšie ako sú slovenské kvalifikované pracovné sily. Takže je to naozaj pre aktívneho človeka zarábajúceho. Aktívnu rodinu je to úplne dovoliteľná položka.*“)

2. odvysielaná v rámci programu

Uvedená informácia bola odvysielaná v rámci programu Noviny TV JOJ.

3. ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu využíva na propagačné účely

Pojem propagačný účel zákon č. 264/2022 Z. z. nedefinuje. Jeho výklad je však ustálený tak Radou, ako aj Najvyšším súdom Slovenskej republiky. V tejto súvislosti poukazujeme na rozhodnutie Rady pre vysielanie a retransmisiu č. RP/126/2002, v ktorom Rada považovala za naplnenie reklamného/propagačného účelu spôsob spracovania programu, ktorý bol

jednoznačne propagačný — reklamný. V predmetnom programe bola vizuálna prezentácia výrobku sprevádzaná komentármi v pozitívnom svetle vyzdvihujúcimi kvality a prednosti tohto výrobku. Toto rozhodnutie bolo potvrdené aj rozsudkom Sžn 4/03 Najvyššieho súdu Slovenskej republiky zo dňa 26. 9. 2002.

V predmetnej reportáži *Opatrovateľky detí zo zahraničia* sa v jednom zábere objavilo logo opatrovateľskej agentúry umiestnené na dverách. Názov agentúry síce v predmetnom príspevku nezaznel, avšak bol zreteľne viditeľný v rámci redaktorkinho vstupu, keď stála pred dverami s názvom agentúry. Na základe toho je zrejmé, o akú opatrovateľskú agentúru ide.

V nami monitorovanej reportáži vystupujú majiteľka agentúry Petra Ficová a spolumajiteľka Samanta Lima, bývalá opatrovateľka detí zo zahraničia, konkrétne z Brazílie. Pod ich zábermi boli uvedené iba mená oboch žien a vzťah k agentúre, bez uvedenia mena samotnej agentúry. Obe ženy spolu s redaktorkou programu informovali o pomoci pracujúcim rodičom, o výhode zahraničných opatrovateľiek, pri ktorých sa deti naučia cudzí jazyk prirodzeným spôsobom. V reportáži boli spomínané služby, ktoré agentúra poskytuje a upravuje na základe požiadaviek rodičov a okrem vyzdvihnutia benefitu učenia sa cudzieho jazyka nenásilnou formou sme zaznamenali aj ďalšie vyjadrenie, ktoré v pozitívnom svetle vyzdvihuje cenu (bez presného určenia) za služby vhodnú a dovoliteľnú pre aktívne zarábajúcu rodinu, nielen pre horných desaťtisíc. Pozitívne vyjadrenia odzneli aj na opatrovateľky, ktoré sú vysoko kvalifikované a skúsené. Sme toho názoru, že propagačný účel predmetných informácií prevažoval nad informačným. Toto kritérium z uvedeného dôvodu, podľa nášho názoru, bolo naplnené.

4. zámerne využíva

Podľa § 72 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. sa informácia považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu. Keďže Rada nedisponuje informáciami o prípadnej odplate či inej protihodnote, kritérium zámernosti využívania informácie o službe na propagačné účely sa považuje za naplnené spravidla v tom prípade, ak je program redakčne zostavovaný dopredu. V prípade programu Noviny TV JOJ môžeme skonštatovať, že bol redakčne zostavený dopredu.

5. mohla by vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie

Vzhľadom na to, že išlo o spravodajský program, divák v predmetnom programe očakával objektívne informácie o opatrovateľských agentúrach, nie však propagačné. V predmetnom príspevku podľa nášho názoru prevládali skôr propagačné informácie, ktoré vyzdvihovali všetky klady jednej opatrovateľskej agentúry. Propagačný účel, teda informácie o službe mohol byť preukázaný a prevažoval nad samotným informačným účelom, pričom tak recipient mohol byť uvedený do omylu o podstate tejto informácie.

Na základe uvedeného sa domnievame, že v príspevku prezentované informácie o opatrovateľskej agentúre Bestnanny napĺňajú všetky kritériá skrytej mediálnej komerčnej komunikácie.

Odvysielaním namietaného príspevku, podľa nášho názoru, mohlo dôjsť k porušeniu § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z.

ZÁVER:

Na základe uvedeného sme toho názoru, že vysielateľ programovej služby JOJ odvysielaním programu *Noviny TV JOJ*, reportáže *Opatrovateľky detí zo zahraničia* dňa 25. 3. 2023 o cca 20:03:58 h **mohol porušiť ustanovenie § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách.**

Popis/Prepis monitorovaného vysielania k Správe o kontrole dodržiavania povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z. (podnet na preverenie č. PGO-RPMS/2023/00583)

Monitorované vysielanie: Noviny TV JOJ
Deň vysielania: 25. 3. 2023
Čas vysielania: cca 19:30:00 h
JSO: bez označenia

časový kód o cca:

cca 19:29:51 začiatok záznamu vysielania

- záver programu *Krimi noviny*

19:30:00 začiatok programu *Noviny TV JOJ*

Moderátori v štúdiu pozdravia divákov.

Stručný prehľad správ.

- Doplnujúce komunálne voľby.
- Župy prichádzajú s riešením.
- Jeden môže, druhý nie.
- Smrtiace tornádo.
- Príprava detí do školy.
- Zvyšovanie úrokových sadzieb.
- Krátky prehľad nasledujúcich príspevkov.

obrazovo - zvukový predel

– upútavka

obrazovo - zvukový predel

19:44:48 – 19:48:57 reklamný blok

obrazovo - zvukový predel

– upútavka

obrazovo - zvukový predel s oznámením o programe

19:50:16 pokračovanie programu *Noviny TV JOJ*

- Krátky prehľad nasledujúcich príspevkov.
- Výpoveď svedka.
- Ťažkosti s protiofenzívou.
- Rusko rozmiestni jadrové zbrane.
- Jazvec môže byť nebezpečný.
- Bezplatné dlhové poradenstvo pomáha.
- Protesty proti budovaniu nádrží.
- Dračí dub je 2. najkrajší v Európe.
- Zomrel vojnový veterán Emil Boček.

20:03:58 Opatrovateľky detí zo zahraničia (20:06:16)

Moderátor: „*Tak ako Slovenky chodia opatrovať dôchodcov do Rakúska, tak je Slovensko lákavou krajinou pre opatrovatel'ky dokonca až z Kolumbie či Brazílie.*“

Moderátorka: „*Najviac ich pracuje v bratislavskom regióne. Ale záujem o ne narastá aj na východe Slovenska. O dieťa sa totiž nielen postarajú, ale zároveň ho prirodzeným spôsobom naučia cudzí jazyk.*“

Ženský hlas mimo obrazu: „*Samanta pochádza z južnej Ameriky a na Slovensku žije šesť rokov. Prácu opatrovatel'ky a fungovanie v rodine s malými deťmi si zamilovala. Hovorí o nej ako o druhej rodine.*“ (V obraze je mladá žena, ktorá sedí pri stolíku medzi dvoma malými

dievčatkami. Na stolíku pred nimi sú položené malé farebné tuby. Žena si pripravuje kávu, dievčatká stoja pri nej.)

Samanta Lima – na obrazovke je pod menom titulok „Bývalá opatrovatel'ka, spolumajitel'ka agentúry – na kameru (slovenský preklad – ženský hlas): „*Som veľmi spokojná s prácou na Slovensku. Som tu veľmi šťastná. Hovorím si, že som už napoly Slovenka. Užívam si prácu, pretože každý deň je niečím iný a deti mi natoľko prirástli k srdcu, že toto je môj druhý domov.*“ (V obraze sú zábery na mladú ženu Samantu s dvoma malými dievčatkami pri stolíku. Pri nich sedí ďalšia mladá žena. Všetci sa spolu rozprávajú.)

Petra Ficová (titulok Majitel'ka agentúry) na kameru: „*To sú učitel'ky zo škôlok, zo škôl, opatrovatel'ky, ktoré už majú skúsenosti dlhoročné s deťmi, ktoré sú zdravotné sestričky. Zastrešujeme opatrovatel'ky, ktoré sú skúsené, kvalifikované.*“

Ženský hlas mimo obrazu: „*Tým, že harmonogram každej rodiny je iný, líši sa aj náplň práce opatrovateliek. Niektorí rodičia potrebujú, aby s nimi opatrovatel'ka cestovala, iní potrebujú full servis od prípravy raňajok, obedov, zanesenie, vyzdvihnutie detí do škôlky a zo škôlky. Výber opatrovatel'ky agentúrou zodpovedá požiadavkám rodičov.*“

(V obraze sú opäť dve malé dievčatká pri stolíku s malými farebnými tubami a rozprávajú sa s niekým mimo záberu kamery. Záber na dievčatká s opatrovatel'kou Samantou, následne na ruky obaľujúce syr. Záber na žiakov v školských laviciach.)

Petra Ficová na kameru: „*Nie je to služba pre milionárov ani pre horných desaťtisíc. Je to dokonca častokrát ekonomicky výhodnejšie ako sú slovenské kvalifikované pracovné sily. Takže je to naozaj pre aktívneho človeka zarábajúceho. Aktívnu rodinu je to úplne dovoliteľná položka.*“

(V obraze opäť zábery na Samantu s dvoma malými dievčatkami, pri ktorých čupí ďalšia žena. Nasleduje záber na Petru Ficovú stojacu pred stenou, na ktorej je zobrazená mapa sveta.)

Redaktorka (v obraze pred bielymi dverami s malým fialovým textom *bestnanny* a logom): „*Najväčším prínosom zahraničnej opatrovatel'ky je najmä to, že naučí vaše dieťa plynule komunikovať v cudzom jazyku.*“

Ženský hlas mimo obrazu: „*Samozrejme, vaša opatrovatel'ka hovorí v tom jazyku, na ktorom ste sa s ňou vopred dohodli.*“

(V obraze je Samanta s Petrou a dvoma malými dievčatkami ako spolu diskutujú. Menšie z detí objíma Samantu.)

Petra Ficová na kameru: „*A tie deti to proste berú ako špongie. Trojročné deti automaticky prepínajú zo španielčiny do slovenčiny úplne bez problémov, bez akéhokolvek stresu, bez akýchkoľvek skúšok, memorovania slovíčok. Čiže toto je na tomto to fantastické.*“

(V obraze zábery na Samantu a dve dievčatká, ktorým niečo vysvetľuje.)

Samanta Lima na kameru (slovenský preklad – ženský hlas): „*Na začiatku bola Johanka osemmesačným bábätkom, takže nehovorila žiadnym jazykom. Ale ja som hovorila na ňu aj tak španielskym. Spievala som jej piesne. Keď Johanka začala hovoriť prvé slová, tak boli aj v slovenčine aj v španielčine.*“

Redaktorka v obraze: „*Klaudia Malovcová, televízia JOJ.*“

(V obraze dve malé dievčatká s Petrou sa bavia pri stolíku s farebnými tubami.)

- Pospíme si o hodinu menej.
- Pokúsili sa o rekord.
- Teliatko s „úsmevom“.
- Športové správy.
- Moderátori sa rozlúčia s divákmi.

20:10:21 záver programu

obrazovo - zvukový predel

– upútavka
obrazovo - zvukový predel
20:10:47 – reklamný blok

20:14:59 koniec záznamu vysielania