

Kancelária Rady pre mediálne služby

Pracovný materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady pre mediálne služby dňa 13. 9. 2023

Správne konanie: REO-RPMS/2023/01063
Predmet: § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z.
Účastník konania: MAC TV s. r. o.
Správny orgán: Rada pre mediálne služby

Dátum: 31. 8. 2023

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. rozhodla, že účastník správneho konania č. REO-RPMS/2023/01063, MAC TV s.r.o.

porušil

povinnosť ustanovenú v § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z.

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, cit.:

Moderátor: „*Tak ako Slovenky chodia opatrovať dôchodcov do Rakúska, tak je Slovensko lákavou krajinou pre opatrovateľky 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.*“ (***)

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.*“

Ženský hlas mimo obrazu: „*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.*“

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.*“

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.*“

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

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

ktoré naplnili definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 72 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z.,

za čo mu ukladá

podľa ustanovenia § 134 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z. sankciu – **upozornenie na porušenie zákona.**

Podľa § 135 ods. 5 zákona č. 264/2022 Z. z. „*Uložením sankcie nezaniká povinnosť, za ktorej porušenie sa sankcia uložila.*“

Úloha:

Kancelária Rady vydá písomné vyhotovenie rozhodnutia o uložení sankcie a doručí ho účastníkovi konania.

T: 13. 10. 2023**Z: ReO****Úloha:**

Kancelária Rady oznámi podávateľovi podnetu na preverenie výsledok správneho konania.

T: 25. 9. 2023**Z: PgO**

* * *

Rada na svojom zasadnutí dňa 7. 6. 2023 prijala uznesenie o začatí správneho konania voči subjektu MAC TV s.r.o. vo veci možného porušenia § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z. v súvislosti s tým, že účastník konania v rámci programovej služby JOJ v programe Noviny TV JOJ zo dňa 25. 3. 2023 odvysielaného o cca 19:30 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.

Oznámenie o začatí správneho konania bolo účastníkovi konania doručené dňa 20. 7. 2023, na základe čoho začalo správne konanie č. REO-RPMS/2023/01063. Účastník konania bol súčasne vyzvaný, aby v lehote najneskôr do 10 dní od doručenia oznámenia v súlade s § 33 ods. 1 a § 34 ods. 3 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní zaslal svoje stanovisko, prípadne navrhol dôkazy a vyjadril sa k podkladom pre rozhodnutie v predmetnom správnom konaní. Súčasne bol účastník konania upozornený, že pokiaľ svoje práva v stanovenej lehote nevyužije, Rada môže rozhodnúť vo veci aj bez jeho stanoviska, pokiaľ uzná, že podklady a dôkazy zhromaždené v správnom konaní sú dostačujúce podľa § 46 správneho poriadku. Prílohou oznámenia o začatí správneho konania bol aj prepis/popis skutkového stavu k správnomu konaniu č. REO-RPMS/2023/01063 a kópia záznamu vysielania programu *Noviny TV JOJ* odvysielaného na programovej službe JOJ dňa 25. 3. 2023 v čase o cca 19:30 hod.

Účastníkovi konania bola dňa 31. 7. 2023 prostredníctvom elektronickej schránky doručená opätovná výzva na vyjadrenie k správnomu konaniu, odkedy začala plynúť 5-dňová lehota na vyjadrenie, ktorá uplynula dňa 7. 8. 2023.

Rade bolo doručené vyjadrenie právneho zástupcu účastníka konania k predmetu správneho konania č. REO-RPMS/2023/01063 dňa 7. 8. 2023.

Subjektívna 6-mesačná lehota na uloženie sankcie podľa § 135 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. začala plynúť dňa 7. 6. 2023 a uplynie dňa 7. 12. 2023. Objektívna 18-mesačná lehota na uloženie sankcie podľa cit. ustanovenia začala plynúť dňa 25. 3. 2023 a uplynie dňa 25. 9. 2024.

* * *

Prepis/popis skutkového stavu**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.

- Doplňujúce 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 opatrovatelky 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 opatrovatelky 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 opatrovatelka, spolumajiteľka 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 iným 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 Majiteľka agentúry) na kameru: „*To sú učiteľky zo škôlok, zo škôl, opatrovatelky, ktoré už majú skúsenosti dlhoročné s deťmi, ktoré sú zdravotné sestričky. Zastrešujeme opatrovatelky, 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 opatrovatelka cestovala, iní potrebujú full servis od prípravy raňajok, obedov, zanesenie, vyzdvihnutie detí do škôlky a zo škôlky. Výber opatrovatelky 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 opatrovatelkou Samantou, následne na ruky obalujúce 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 zárobkujúceho. 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 opatrovateľky je najmä to, že naučí vaše dieťa plynule komunikovať v cudzom jazyku.“

Ženský hlas mimo obrazu: „Samozrejme, vaša opatrovateľka 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 akéhokoľvek stresu, bez akýchkoľvek skúšok, memorovania slovíčok. Číže 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: „Kludia 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

* * *

Podľa § 72 ods. 1 a 2 zákona č. 264/2002 Z. z.:

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

„Skrytá mediálna komerčná komunikácia sa zakazuje.“

* * *

Vysielateľ MAC TV s.r.o. na programovej službe JOJ dňa 25. 3. 2023 o cca 19:30 hod. odvysielal program *Noviny TV JOJ*, v rámci ktorého odvysielal príspevok *Opatrovateľky detí zo zahraničia*

Príspevok informoval o opatrovateľkách detí zo zahraničia, ktoré pracujú na Slovensku. Obsahoval vyjadrenia majiteľiek agentúry *Bestnanny* a informácie o službách, ktoré agentúra poskytuje, o spôsobe, ako takáto služba funguje, prínosoch služby a tiež jej finančnej nákladnosti. V rámci príspevku tiež boli zobrazené viaceré zábery na deti s opatrovateľkou Samantou Limou.

Z uvedených dôvodov vzniklo dôvodné podozrenie, že informácie, ktoré boli odvysielané v rámci predmetného programu, mohli naplniť definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 72 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z., ktorej vysielanie je podľa § 72 ods. 2 tohto zákona zakázané.

Správne konanie č. REO-RPMS/2023/01063 bolo začaté z dôvodu, že účastník konania **mohol porušiť povinnosť ustanovenú v § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z.** tým, že na televíznej programovej službe 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.

Reportáž s názvom *Opatrovateľky detí 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.

Na internete sme vyhľadali webovú stránku agentúry bestnanny.sk, na ktorej sú zverejnené informácie o práci agentúry, jej benefitoch, 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 vyhľadávачi sme po zadaní mena Petra Ficová našli informácie o tom, že spolu s Brazíľčankou Samantou sú spolumajiteľky opatrovateľskej agentúry Best Nanny. V predmetných príspevkoch zverejnených na internete hovoria o všetkých benefitoch 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 dieťaťom veľmi nenáročnou hravou formou, čo majiteľka agentúry považuje za asi najväčší benefit. Okrem toho z úst majiteľky odznela 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 tejto informácie. Táto informácia sa považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu.“

Právny zástupca účastníka konania vo svojom vyjadrení uvádza:

„...V tejto súvislosti si Vám dovoľujeme oznámiť, že uvedený príspevok nemal za cieľ propagovať služby konkrétnej spoločnosti, ani nebol odvysielaný za odplatu či inú protihodnotu. Účelom odvysielania príspevku bolo informovať verejnosť o možnostiach opatrovania detí, najmä z dôvodu súčasného nárastu záujmu o opatrovateľské služby zahraničných opatrovateľiek.

Ďalej si dovoľujeme poukázať na skutočnosť, že informácie obsiahnuté v uvedenom príspevku v žiadnom prípade neboli zámerne využívané na propagačné účely konkrétnej spoločnosti a neboli ani spôsobilé uviesť verejnosť do omylu o podstate týchto informácií. Uvedený príspevok sa venoval výhodám a nevýhodám využívania služieb zahraničných opatrovateľiek vo všeobecnosti, pričom zábery z opatrovateľskej agentúry Bestnanny boli využité ako ilustračné a rozhovor s majiteľkou agentúry Bestnanny bol použitý na získanie informácií od osoby z daného odboru, nie s cieľom akokoľvek propagovať konkrétnu spoločnosť. Účastník konania chcel takýmto spôsobom sprostredkovať divákovi informácie priamo od osoby, ktorá sa danej službe venuje.

V nadväznosti na uvedené máme za to, že účastník konania svojím konaním nemohol naplniť definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie, nakoľko absentoval zámer využívať získané informácie na propagáciu konkrétnej osoby a verejnosť týmto nemohla byť uvedená do omylu o podstate tejto informácie. Účastník konania taktiež neuskutočnil odvysielanie daného príspevku za odplatu, ani inú protihodnotu.

Na základe uvedeného má účastník konania za to, že nie je daný dôvod pre vedenie správneho konania a žiada, aby Rada predmetné konanie zastavila.“

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:

- a) zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť
- b) odvysielaná v rámci programu
- c) ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu zámerne využíva na propagačné účely
- d) mohla by vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie

a) 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 programu. 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 odzneli 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 miliónárov 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.“)

b) odvysielaná v rámci programu

Uvedená informácia bola odvysielaná v rámci programu *Noviny TV JOJ*.

c) ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu zámerne 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.

Aby išlo o skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu, musí byť propagačná informácia vysielateľom zámerne využívaná na propagačné účely. Podľa druhej vety predmetného ustanovenia sa informácia považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu. Nejedná sa však o jedinou možnosť, kedy je propagačná informácia použitá zámerne. Rada za zámerné považuje najmä uvedenie propagačnej informácie v programe, ktorý je redakčne zostavovaný dopredu a vysielateľ tak musel mať dopredu vedomosť o jeho obsahu. Tento záver potvrdil viackrát aj NS SR, ktorý napríklad v rozsudku zo dňa 12. 3. 2013, sp. zn. 3Sž/18/2012, uviedol: „*Program Televízne noviny je zostavovaný vopred, navrhovateľka zostavuje skladbu odvysielaných príspevkov, a teda ju aj ovplyvňuje, čo je jeden z možných spôsobov zámernosti využívania takejto obrazovej informácie na reklamný účel. Zámer vysielateľa ako pojmový znak predmetnej normy sa neviaže k získaniu odplaty, ale k následku, ktorý odvysielaním spôsobí. Keď spracovanie programu a v ňom použité výrazové prostriedky smerujú k propagácii, nemožno hovoriť, že ide o náhodné mimovoľné účinky, o ktorých*

vysielateľ zodpovedajúci za obsah nevedel alebo nemohol vedieť. Prijatie odplaty za odvysielanie takejto informácie môže byť len jeden z možných dôkazných prostriedkov preukazujúcich zámer, neprijatie odplaty však nie je dôkazom opaku.“

Európska komisia odporúča vo svojej Interpretáčnej správe o niektorých aspektoch ustanovení o televíznej reklame v STBH na preukázanie zámernosti kritérium „neprimeranej dôležitosti“ („undue prominence“). Táto neprimeranosť môže vyplývať z opakovanej prítomnosti konkrétnej značky, tovaru alebo služby v programe alebo z toho, ako sú v programe prezentované a zobrazované. V tejto súvislosti je potrebné prihliadnúť aj na obsah programu, v ktorom sa objavia. Európska Komisia ako príklad skrytej mediálnej komerčnej komunikácie uvádza, že keď je určitý tovar nápadne zobrazovaný a takéto zobrazenie nie je odôvodnené dramaturgickým spracovaním programu, ide o výrazný indikátor vplyvu na obsah programu z komerčných dôvodov a verejnosť týmto konaním môže byť uvádzaná do omylu o podstate takejto prezentácie.¹

Súdny dvor Európskej únie sa k otázke zámernosti skrytej mediálnej komerčnej komunikácie vyjadril v rozsudku vo veci *Eleftheri tileorasi A.E. "ALTER CHANNEL", Konstantinos Giannikos v. Ypourgos Typou kai Meson mazikis Enimerosis kai, Ethniko Symvoulío Radiotileorasis*, sp. zn. C- 52/10 (Televízne vysielanie spočívajúce v prezentácii estetického stomatologického ošetrovania - Pojem "skrytá reklama"). V tomto rozhodnutí SDEÚ uvádza, že článok 1 písm. d) smernice Rady 89/552/EHS z 3. októbra 1989 o koordinácii určitých ustanovení zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení v členských štátoch týkajúcich sa vykonávania činností televízneho vysielania, zmenenej a doplnenej smernicou Európskeho parlamentu a Rady 97/36/ES z 30. júna 1997, **sa má vykladať v tom zmysle, že existencia odplaty alebo podobnej odmeny nepredstavuje nevyhnutnú skutočnosť potrebnú na preukázanie zámeru uskutočniť skrytú reklamu.**

Existencia odplaty alebo podobnej odmeny nie je nevyhnutnou skutočnosťou na preukázanie, či u účastníka konania bol alebo nebol zámer vyžívať informácie odvysielané v rámci spravodajského programu na propagačné účely konkrétnej spoločnosti. Prípadná neexistencia odplaty alebo iného plnenia za odvysielanie predmetnej reportáže nemá v tomto konkrétnom prípade vplyv na posúdenie, či k porušeniu zákona došlo alebo nie.

NS SR k propagačnému účelu vo svojom rozsudku z 29. 10. 2012, sp. zn. 5Sžo/1/2012, uviedol: *„Podstata skrytej mediálnej komerčnej komunikácie spočíva v odvysielaní v rámci programu informácií, ktoré majú propagačný účel, tzn. že adresátovi sa skryto odporúča napr. poskytnutie služby, propaguje sa obchodné meno alebo aktivity spoločnosti, teda ide o prezentáciu majúcu za cieľ komerčne pôsobiť na divákov.“*

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

¹ Commission interpretative communication on certain aspects of the provisions on televised advertising in the „Television without frontiers“ Directive (2004/C 102/02), ods. 33 a 34.

a dovoliteľnú pre aktívne zarábajúcu rodinu. Pozitívne vyjadrenia odznali aj na opatrovatelky, 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.

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.

Vzhľadom na vyššie uvedené považujeme aj toto kritérium za naplnené.

d) mohla by vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie

Poslednou podmienkou na to, aby propagačná informácia mohla byť klasifikovaná ako skrytá mediálna komerčná komunikácia, je možnosť uvedenia verejnosti do omylu o podstate tejto informácie, a to vzhľadom na jej povahu. Pri skrytej mediálnej komerčnej komunikácii je možnosť uvedenia diváka, resp. poslucháča do omylu obsiahnutá v samotnej podstate informácie využívanej na propagačný účel. Je to dané tým, že táto informácia sa vyskytne v rámci programu, o ktorom divák, resp. poslucháč nemôže vedieť, že sa v ňom takéto informácie budú nachádzať.

V predmetnom konaní ide o príspevok *Opatrovateľky detí zo zahraničia*, ktorý bol odvysielaný v rámci programu *Noviny TV JOJ*, ktorý je programom spravodajským. Divák pri takomto type programu očakáva výhradne spravodajské informácie. Hoci informácie uvedené vyššie súviseli s predmetom príspevku, ich propagačný charakter výrazne prevažoval nad informáciami spravodajského charakteru. Divák teda nemohol dôvodne očakávať, že v predmetnom príspevku budú prezentované informácie priamo propagujúce opatrovateľskú agentúru Bestnanny.

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, prevažoval nad samotným informačným účelom, pričom tak recipient mohol byť uvedený do omylu o podstate tejto informácie.

Odvysielaním týchto informácií tak mohlo dôjsť k uvedeniu diváka do omylu o podstate týchto informácií.

Účastník konania vo svojom vyjadrení namieta: „*Uvedený príspevok sa venoval výhodám a nevýhodám využívania služieb zahraničných opatrovateliek vo všeobecnosti, pričom zábery z opatrovateľskej agentúry Bestnanny boli využité ako ilustračné...*“

V danej reportáži nebol poskytnutý žiadny priestor pre iné spoločnosti, ktoré ponúkajú opatrovanie detí v cudzom jazyku. Kancelária Rady prieskumom zistila, že existuje viacero opatrovateľských spoločností ponúkajúcich opatrovanie detí v cudzom jazyku (napr. www.babynanny.sk, www.happy-kids.sk), vyjadrenie ktorých mohlo byť odvysielané v rámci predmetnej reportáže.

V danej reportáži neboli spomínané nevýhody zahraničných opatrovateliek, reportáž bola z prevažnej časti sústredená na opatrovateľskú agentúru Bestnanny a rozhovory boli vedené s konateľkami danej spoločnosti. V reportáži nie je uvedené, že ide o ilustračné zábery ako namieta právny zástupca účastníka konania.

Kancelária Rady sa domnieva, že reportáž z dňa 25. 3. 2023 je súčasťou série propagačných článkov a rozhovorov, ktoré systematicky vychádzali v rôznych médiách od začiatku roku 2023. Vo všetkých mediálnych výstupoch sú vyzdvihované rovnaké alebo podobné pozitívne vlastnosti opatrovateliek detí zo zahraničia a spoločnosti Best Nanny s.r.o., ako v predmetnej reportáži. Nižšie uvádzame niektoré z nich:

rozhovor pre rádio Európa 2: <https://www.youtube.com/watch?v=WADGzRcWWaU>

<https://www.nunobaby.sk/blog/ako-naucit-deti-hovorit-plynulo-viacerymi-jazykmi/>

<https://zivot.pluska.sk/soubiznis/ako-naucit-deti-anglicky-spanielsky-rusky-takto-u-nas-funguju-zahranicne-pestunky> (3. 2. 2023)

<https://zena.pravda.sk/rodina/clanok/657058-lepsi-zivot-pre-kazdeho-alebo-keď-dieta-uci-jazyk-opatrovatelka-z-juznej-ameriky/> (15. 2. 2023)

<https://refresher.sk/131164-Zname-Slovenky-zatajuju-pomoc-opatrovateliek-Najimaju-si-pritom-zeny-z-Brazilie-ci-Kolumbie-vravi-sefka-agentury-Best-Nanny> (18. 2. 2023)

<https://www.zenskyweb.sk/doprajte-si-pomoc/> (18. 3. 2023)

<https://eva.pluska.sk/madam-eva/julova-madam-eva-prinesie-vasich-domovov-aj-zahrad-zen-tomu-bozsku-jennifer-coolidge> (22. 6. 2023)

Na základe uvedeného sa domnievame, že v príspevku prezentované informácie o opatrovateľskej agentúre Bestnanny napĺňajú všetky kritériá skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 72 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. Odvysielaním namietaného príspevku, podľa nášho názoru došlo k porušeniu § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z.

Na základe vyššie uvedeného sme toho názoru, že účastník konania porušil povinnosť ustanovenú v § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách tým, že, v rámci programovej služby JOJ v programe *Noviny TV JOJ* zo dňa 25. 3. 2023 o cca 19:30 hod. odvysielal príspevok *Opatrovateľky detí zo zahraničia*, v rámci ktorého odvysielal informácie o opatrovateľskej agentúre Bestnanny, ktoré naplnili definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 72 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z.

* * *

U právnických osôb sa zodpovednosť za správne delikty zakladá zásadne bez ohľadu na zavinenie (objektívna zodpovednosť pre správny delikt). Táto zásada platí aj v prípade zákona č. 264/2022 Z. z. ako aj zákona č. 71/1967 Zb., ktoré nevyžadujú pri preukázaní, či došlo k správne deliktu, dokazovať zavinenie alebo dokonca úmyselné konanie. Podstatné je iba to, či k porušeniu zákona objektívne došlo alebo nie. Tomu, že sa v tomto prípade nielenže nedokazuje zavinenie, ale ani sa nerozlišuje medzi zavinením úmyselným a nebanlivostným, svedčí aj skutočnosť, že ani jeden z citovaných zákonov neobsahuje tzv. liberačné dôvody, ktoré by umožnili zbaviť sa zodpovednosti za správny delikt. Okolnosti, za ktorých došlo k porušeniu zákona, môžu byť zohľadnené pri ukladaní druhu sankcie, ale nie sú dôvodom na zastavenie správneho konania.

Podľa ustanovenia § 140 ods. 1 až 3 zákona č. 264/2022 Z. z.:

„(1) Pokutu regulátor uloží, ak povinná osoba aj napriek upozorneniu na porušenie zákona opakovane porušila tú istú povinnosť. Za opakované porušenie povinnosti sa považuje také porušenie povinnosti, ktoré nastalo v lehote kratšej ako tri roky od predchádzajúceho porušenia tej istej povinnosti.

(2) Regulátor môže uložiť pokutu aj bez predchádzajúceho upozornenia

a) ak bola porušená povinnosť uložená v § 20 ods. 4 písm. c), § 23, § 61, § 62 ods. 1 písm. b) a § 74,

b) v prípade vysielania alebo poskytovania audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie bez autorizácie alebo

c) v prípade prevádzkovania retransmisie alebo poskytovania platformy na zdieľanie videí bez registrácie.

(3) Výšku pokuty regulátor určí podľa závažnosti vecí, spôsobu, trvania a následkov porušenia povinnosti a s prihliadnutím na rozsah a dosah poskytovania obsahovej služby, získané bezdôvodné obohatenie a sankciu, ktorú už prípadne uložil samoregulačný orgán.“

Z § 140 ods. 1 až 3 zákona č. 264/2022 Z. z. vyplýva, že Rada pri opakovanom porušení povinnosti ustanovenej v § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z., ktoré nastalo v lehote kratšej ako tri roky od predchádzajúceho porušenia tejto povinnosti, uloží pokutu. Ide o kogentné ustanovenie zákona, ktoré nepripúšťa voľnosť uváženia pri rozhodovaní o druhu sankcie za porušenie tejto povinnosti.

Účastník konania za posledné tri roky neporušil povinnosť podľa § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z. Z toho dôvodu navrhujeme uložiť sankciu upozornenie na porušenie zákona.

* * *

ZÁVER:

Vzhľadom na všetky uvedené argumenty navrhujeme Rade, aby prijala uznesenie v zmysle vyššie uvedeného návrhu.