

Pracovný materiál Kancelárie Rady na rokovanie Rady dňa 10. 5. 2023

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

Podnet na preverenie č.: PGO-RPMS/2023/00529

Programová služba: TV MARKÍZA

Vysielateľ: MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o.

Číslo licencie: TD/17

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. e) zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách (ďalej len „zákon č. 264/2022 Z. z.“) postupom podľa § 150 zákona č. 264/2022 Z. z. preverila podnet na preverenie evidovaný pod č. PGO-RPMS/2023/00529 smerujúci voči vysielaniu programovej služby TV MARKÍZA vysielateľa MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. a uznala podnet na preverenie podľa ustanovenia § 150 ods. 13 zákona č. 264/2022 Z. z. za **neopodstatnený**.

Úloha:

Kancelária Rady oznámi podávateľovi podnetu na preverenie výsledok preverenia podnetu.

T: 22. 5. 2023

Z: PgO

Kancelária Rady pre mediálne služby

Pracovný materiál Kancelárie Rady na rokovanie Rady pre mediálne služby
dňa 10. 5. 2023

Podnet na preverenie č. PGO-RPMS/2023/00529 zaevidovaný dňa 13. 3. 2023

Podávateľ: fyzická osoba

Predmet podnetu: Televízne noviny

Deň a čas vysielania: 10. 3. 2023 o 19:00 h

Označenie podľa JSO: bez označenia JSO

Programová služba: TV MARKÍZA

Vysielateľ: MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o.

Číslo licencie: TD/17

Dátum: 2. 5. 2023

OBSAH PODNETU:

„Dnes o cca 19:56 bola reportáž, v ktorej bol predstavený mrakodrap v Bratislave. Celá reportáž vyznela ako reklama na tento developerský projekt, v reportáži bol použitý komerčný názov projektu a reportér René Medzihradský mal na sebe reflexnú vestu s logom developera. Nikde som nevidel upozornenie, že v programe budú umiestňované produkty.“

PRÁVNE VÝCHODISKÁ POSUDZOVANIA:

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

§ 16 Obsahová služba a sloboda príjmu

(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.

§ 71 Mediálna komerčná komunikácia

1) Mediálna komerčná komunikácia je zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby alebo dobrú povesť osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť a je poskytovaná ako súčasť programu alebo videa vytvoreného užívateľom alebo sprevádza program alebo video vytvorené užívateľom za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie alebo je reklamnou programovou službou.

2) Mediálna komerčná komunikácia zahŕňa najmä

a) reklamný oznam,

b) telenákup,

c) sponzorovanie,

d) umiestňovanie produktov,

e) reklamnú programovú službu a

f) reklamnú reláciu.

§ 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 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.

2) Skrytá mediálna komerčná komunikácia sa zakazuje.

§ 95 Vymedzenie umiestňovania produktov

Umiestňovanie produktov je zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do programu alebo videa vytvoreného užívateľom za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu.

§ 96 Obmedzenie umiestňovania produktov v programoch

Umiestňovanie produktov sa zakazuje v programe, ktorý je

- a) spravodajským programom,*
- b) programom aktuálnej publicistiky,*
- c) programom o spotrebiteľských záležitostiach,*
- d) náboženským programom alebo*
- e) programom určeným pre deti.*

ANALÝZA – stanovisko Kancelárie Rady pre mediálne služby:

Podávateľ podnetu namietal, že reportáž odvysielaná v programe *Televízne noviny* na programovej službe TV MARKÍZA dňa 10. 3. 2023 (cit.): „...vyznela ako reklama na tento developerský projekt, v reportáži bol použitý komerčný názov projektu a reportér René Medzihradský mal na sebe reflexnú vestu s logom developera. Nikde som nevidel upozornenie, že v programe budú umiestňované produkty.“

Monitorovaním programu sme zistili, že príspevok s názvom *Prvý mrakodrap na Slovensku* bol odvysielaný v programe *Televízne noviny* dňa 10. 3. 2023 o cca 19:57:41 hod., pričom bol uvedený moderátormi zo štúdia nasledovnými vetami:

„Bratislava má novú dominantu. Pri Dunaji stojí prvý mrakodrap na Slovensku.“

„Eurovea Tower má 46 poschodí a ponúka doteraz nevídané výhľady na hlavné mesto a okolie.“

Príspevok predstavoval developerský projekt *Eurovea Tower* ako najvyššiu budovu na Slovensku. Na časovej ploche cca 2 min. 34 sek. okrem redaktora vystúpili aj projektový manažér JTRE a manažér výstavby. Spoločne podali divákovi o mrakodrape nasledujúce informácie:

- stavajú ho už 4 roky,
- jedno podlažie postaví za 2 týždne,
- na jeseň 2022 mal rekordnú výšku 168 m,
- je súčasťou nákupnej zóny na nábreží Dunaja,
- výťah prejde za sekundu 2 poschodia,
- bude mať vyše 400 bytov,
- byt na najvyššom poschodí stojí viac ako milión eur,
- väčšina bytov je vypredaná,
- kolaudácia sa plánuje na leto, v horných podlažiach robia fasádu, v dolných finalizujú interiér,
- stavbári museli riešiť podzemnú vodu, logistiku, 200 km potrubia, 4 tisíc okien, prístupy s materiálom na stavbu v centre mesta, odolnosť voči zemetraseniu a silnému vetru,
- využívali stavebné výťahy v šachtách budúcich výťahov.

V závere reportáže povedal redaktor informáciu, že *Eurovea Tower* asi nebude dlho najvyššou budovou na Slovensku, lebo už teraz sa uvažuje o výstavbe ešte vyššieho mrakodrapu.

Keď bol redaktor v obraze a podával informácie o budove, mal oblečenú žltú bezpečnostnú vestu. V dvoch jeho vstupoch bol na nej vidieť nápis firmy JTRE (niekoľkosekundové zábery). Pri troch krátkych obrazových vstupoch projektového manažéra Ľ. Kaštana bola v titulku s jeho menom uvedená aj jeho funkcia vo firme JTRE a nápis firmy bol zreteľný aj na bezpečnostnej helme, ktorú mal na hlave.

Z internetových stránok <https://jtre.sk/projekty/eurovea-tower> sme zistili, že investorom projektu *Eurovea Tower* je developerská spoločnosť JTRE.

V súvislosti s obsahom podnetu sme zamerali analýzu vysielania na zistenie, či reportáž nebola skrytou propagáciou bytov v *Eurovea Toweri* alebo spoločnosti JTRE. Pri jej posudzovaní sme vychádzali z ustanovení upravujúcich vysielanie skrytej mediálnej komerčnej komunikácie, a to konkrétne ustanovení § 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 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.*

2) *Skrytá mediálna komerčná komunikácia sa zakazuje.*

Z definície skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa ustanovenia § 72 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 zvukovo-obrazová informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity fyzickej osoby alebo právnickej osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť

Reportáž bola zameraná na predstavenie najvyššej budovy na Slovensku, pričom jej názov uviedol už moderátor *Televíznych novín* úvodnou vetou: „Eurovea Tower má 46 poschodí a ponúka doteraz nevidané výhľady na hlavné mesto a okolie.“

a v reportáži dvakrát aj redaktor:

„...Prichádzame na 44. poschodie, no a toto je výhľad, ktorý Eurovea Tower ponúka...“

„Eurovea Tower sa možno z prvenstva ale nebude tešiť dlho...“

Okrem toho bola pri vyjadreniach projektového manažéra stavby v titulku uvedená aj skratka developerskej firmy JTRE, ktorú mal manažér aj na helme a samotný redaktor príspevku na bezpečnostnej veste.

2. ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu odvysielal v rámci programu.

Informácie o prvom mrakodrape na Slovensku *Eurovea Tower* boli odvysielané v rámci programu *Televízne noviny* zo dňa 10. 3. 2023 v príspevku *Prvý mrakodrap na Slovensku* o cca 19:57:41 hod.

3. ktorá priamo alebo nepriamo propaguje ..., využíva na propagačné účely – (za naplnenie tejto podmienky, respektíve za propagačný účel možno považovať najmä pozitívne hodnotiace informácie, respektíve informácie bližšie určujúce alebo popisujúce produkt, jeho charakter či vyzdvihujúce jeho atraktivitu, výhody a podobne).

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 príspevku o mrakodrape *Eurovea Tower* uviedli moderátori *Televíznych novín*, redaktor príspevku a projektový manažér viacero informácií a štatistických údajov o budove, o priebehu a problémoch jej výstavby a jej zabezpečení pred prírodnými živlami. Z množstva univerzálnych informácií mali niektoré pozitívny podtón, napr. budova ponúka doteraz nevidané výhľady, rástol k nebu naozaj závatnou rýchlosťou, moderné výťahy budú najrýchlejšie na Slovensku, na mrakodrape sú aj balkóny a každý byt bude mať prístup na ten svoj. Podľa nášho názoru tieto informácie nenaplnili propagačný účel v plnej miere. Z hľadiska kontextu celého príspevku si myslíme, že v predstavovaní projektu *Eurovea Tower* išlo hlavne o poukázanie na špecifiká a osobitosti najvyššej budovy na Slovensku a realizáciu jej stavby, pričom prevážil informačný charakter nad propagačným.

Čo sa týka developera predstavovanej budovy - spoločnosti J&T REAL ESTATE konštatujeme, že jedinou informáciou bolo niekoľko záberov na skratku JTRE. Vyskytla sa v niekoľkosekundových záberoch na veste redaktora, v titulku s menom a funkciou projektového manažéra a na jeho helme. Inak v príspevku o výstavbe mrakodrapu neodznali žiadne informácie o realizátorovi stavby, t. j. nezaznel v ňom ani názov spoločnosti, ani komentáre vyzdvihujúce v pozitívnom svetle kvalitu či prednosti developera. Z vyššie uvedených dôvodov si myslíme, že toto kritérium nebolo naplnené.

4. zámerne využíva – kritérium zámernosti využívania informácií o tovare na propagačné účely sa považuje za naplnené v tom prípade, ak je program redakčne zostavovaný dopredu.

Program Televízne noviny je podľa charakteristiky vysielať a hlavou spravodajskou reláciou TV MARKÍZA s vysielačím časom o 19:00 hod., ktorú samotný vysielať charakterizuje ako „Aktuálne a dynamické informácie z politickej a spoločensko-kultúrnej sféry z domova i zo zahraničia.“¹. Ustanovenie § 16 ods. 1 ZMS hovorí, že „Poskytovateľ obsahovej služby poskytuje obsahovú službu slobodne a nezávisle.“, a tak si vyberá aj aj témy do spravodajského programu.

Podľa § 72 ods. 1 ZMS 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 *Televízne noviny* môžeme skonštatovať, že bol redakčne dopredu pripravený.

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

Vzhľadom na to, že podľa nášho názoru propagačný účel informácií o developerskom projekte *Eurovea Tower* ani o obchodnom mene spoločnosti JTRE nebol preukázaný, ale naopak - jednoznačne prevažoval informačný účel, myslíme si, že recipient nebol uvedený do omylu o podstate informácií o prvom mrakodrape na Slovensku.

Na základe uvedených zistení si myslíme, že v programe *Televízne noviny*, konkrétne v príspevku *Prvý mrakodrap na Slovensku* neboli kumulatívne naplnené všetky kritériá definície

¹ Zdroj: https://www.markiza.sk/relacie/639610_televizne-noviny

skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 71 ods. 1 ZMS, a preto, podľa nášho názoru, nedošlo k porušeniu ustanovenia § 71 ods. 2 ZMS.

Podávateľ v podnete tiež namietal, cit.: „...*Nikde som nevidel upozornenie, že v programe budú umiestňované produkty.*“

Monitorovaním programu sme zistili, že informácia o umiestňovaní produktov v súvislosti s daným programom nebola uvedená. Podľa ustanovenia § 96 písm. a) ZMS sa však „*umiestňovanie produktov v spravodajskom programe zakazuje.*“

Sme toho názoru, že v predmetnom príspevku z hľadiska jeho obsahu a celkového charakteru ani nešlo o naplnenie definície umiestňovania produktov, ktorá je vymedzená § 95 ZMS, cit.: „*Umiestňovanie produktov je zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do programu alebo videa vytvoreného užívateľom za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu.*“

ZÁVER:

Na základe vyššie uvedeného sme toho názoru, že vysielateľ MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. odvysielaním programu *Televízne noviny* s príspevkom *Prvý mrakodrap na Slovensku* dňa 10. 3. 2023 o cca 19:00 hod. na programovej službe TV MARKÍZA **neporušil** povinnosť ustanovenú v §§ 72 ods. 2 a 96 písm. a) ZMS.

Podnet na preverenie navrhujeme posúdiť ako **neopodstatnený**.

Prepis monitorovaného vysielania k Správe o kontrole dodržiavania povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z. (podnet na preverenie č. PGO-RPMS/2023/00529)

Monitorované vysielanie: Televízne noviny
Deň vysielania: 10. 3. 2023
Čas vysielania: 19:00 h
Označenie podľa JSO: -

19:00:00 začiatok programu *Televízne noviny*, úvodná zvučka

19:00:20 „dnes uvidíte“:

- *Skončil za mrežami*
- *Strelba v Hamburgu*
- *Kontroverzný Tik Tok*

- predstavenie moderátorov Zlaticy Švajdovej Puškárovej a Jaroslava Zápalu, privítanie divákov a uvádzanie jednotlivých príspevkov:

- *Mladík ide do väzby*
- *Nočná strelba v Hamburgu*
- *Koniec karantény*
- *Ohrozené peniaze pre nemocnice*
- *Pátranie po neurológovi*
- *Sľúbili čo sľúbiť nechceli*
- *Kritizujú učebnice o sexuálnej výchove*
- *Situácia na Ukrajine*
- *Z MHD do školy*
- *Dánsky ostrov v centre pozornosti*
- *Spor o lietadlá*
- *Čínsky prezident si upevnil moc*
- *Otázna bezpečnosť*
- *Príspevok na počítače a tablety*
- *Traja mŕtvi v španielskej bani*
- *Starosta dal vyrúbať chránené topole*
- *Požiar v Bratislave*
- *Na toaletách so zbraňou*
- *Výročie požiaru na Krásnej Hôrke*
- *prehľad ďalších správ*

19:39:33 audiovizuálny komunikát Markízy, reklamný blok (TIPOS, Prima Banka, NIVEA, Dr.MAX, TESCO, DiXi MAN, Otrivin, LIDL, DATART, BÁNOVECKÁ MLIEKAREŇ, Vinted, Tento, PARALEN, sky SHOWTIME, parodontax, COOP JEDNOTA, DOXXbet, milko.sk, Solmucol, ASCO, Kaufland), audiovizuálny komunikát Markízy, zvučka *Televíznych novín*.

19:47:50 pokračovanie programu *Televízne noviny*, ďalšie príspevky:

- *Drahšie už možno nebudú*
- *Trojpruh pod Strečnom zrušia*
- *Snehová víchrica*
- *Nesprávny väzeň*
- *Havária helikoptéry*
- *Japonskí sishi teroristi*
- *Módna prehliadka*

- *tvnoviny.sk – Búrlivé počasie na Slovensku*
- *Opäť tikajú*

19:56:10 uviedenie sporného príspevku pred prerušením programu

J. Zápala zo štúdia: „*Pri Dunaji stojí prvý mrakodrap na Slovensku.*“

Z. Švajdová Puškárová zo štúdia: „*Aký výhľad na Bratislavu ponúka uvidíte o minútku.*“

19:56:22 audiovizuálny komunikát Markízy, krátka reklama (Mountfield, TESCO, INTERSPORT), audiovizuálny komunikát Markízy, zvučka programu *Televízne noviny*

19:57:41 uvedenie sporného príspevku *Prvý mrakodrap na Slovensku*

Z. Švajdová Puškárová zo štúdia: „*Bratislava má novú dominantu. Pri Dunaji stojí prvý mrakodrap na Slovensku.*“

J. Zápala zo štúdia: „*Eurovea Tower má 46 poschodí a ponúka doteraz nevidané výhľady na hlavné mesto a okolie.*“

Z. Švajdová Puškárová: „*Kolegovia dnes nakrúcal na jej najvyšších poschodiach.*“

19:57:57 sporný príspevok *Prvý mrakodrap na Slovensku*

V obraze: Zrýchlený pohľad na výstavbu najväčšej budovy v Bratislave. Potom strihy na postavenú budovu a jej detaily z rôznych pohľadov.

R. Medzihradský, redaktor: „*Stavať ho začali pred štyrmi rokmi a odvtedy rástol k nebu naozaj závratnou rýchlosťou. Jedno podlažie dokázali postaviť za menej ako 2 týždne a vlani na jeseň dosiahol na slovenské pomery rekordnú výšku 168 metrov. Je tak oficiálne prvým slovenským mrakodrapom. Je súčasťou projektu rozšírenia nákupnej zóny na nábreží Dunaja, no a ideme sa pozrieť, aký je z neho výhľad.*“

R. Medzihradský oblečený v žltej bezpečnostnej veste **v obraze:** „*Keďže na mrakodrape sa stále pracuje, na najvyššie poschodie sa musíme dopraviť takýmto stavbárskym výťahom. (v obraze skupina ľudí vezúca sa v stavbárskom výťahu) Tento výťah ale čoskoro nahradia moderné výťahy, ktoré budú najrýchlejšie na Slovensku. Za sekundu zvládnu 2 poschodia, cesta z prízemnia na vrchol tak nebude trvať ani pol minúty. (v obraze redaktor vystupuje z výťahu) Prichádzame na 44. poschodie, no a toto je výhľad, ktorý Eurovea Tower ponúka. (v obraze pohľad Dunaj, na bratislavské mosty hrad a podhradie, nábrežie Dunaja a časť mesta, strihy na Bratislavu z iných pohľadov) Ste vyššie ako Bratislavský hrad i Slavín. Vidíte celú panorámu Bratislavy. Doteraz vysoké okolité veže sa vám zdajú odtiaľto maličké.*“

R. Medzihradský (19:58:56) oblečený v žltej bezpečnostnej veste s logom JTRE) **v obraze** zo 44. poschodia mrakodrapu hovorí: „*V mrakodrape bude vyše 400 bytov. Ak by ste si chceli kúpiť byt dajme tomu tu, na tomto 44. podlaží s takýmto výhľadom, určite si pripravte viac ako milión Eur.*“

V obraze ďalšie pohľady na Bratislavu z najvyššieho poschodia mrakodrapu a detaily jeho výstavby) **R. Medzihradský** hovorí mimo obraz: „*Zaujímavosťou je, že na mrakodrape sú aj balkóny a každý byt bude mať prístup na ten svoj. Väčšina bytov je už ale vypredaná. Kolaudácia sa plánuje na toto leto. Pre stavbárov bol tento projekt výzvou, bojovať museli s podzemnou vodou a tvrdým orieškom bola aj logistika. Na stavbe je takmer 200 kilometrov potrubí a vyše 4 tisíc okien.*“

L. Kaštan, projektový manažér JTRE (na hlave má bezpečnostnú helmu s nápisom JTRE) **v obraze** hovorí: „*Potom následne ako rástol ten mrakodrap, tak prvýkrát pri realizácii našich výškových stavieb sme použili tie stavebné výťahy nie na fasáde, ale vo vnútri budúcich šacht výťahov.*“

K. Baďo, manažér výstavby **v obraze** (s malými prestrihmi na stavbu budovy) hovorí: „*Sme v rámci centra mesta, takže usporiadať všetky tie toky materiálov s malými prístupmi, z jednej strany je rieka, naozaj tá logistika bol problém tejto stavby.*“

R. Medzihradský (19:59:52) oblečený v žltej bezpečnostnej veste s nápisom JTRE), **v obraze** prechádzajúc sa v interiéri rozostavanej budovy hovorí: „No a kým hore sa iba dokončuje fasáda, tu sa už finalizujú byty, dokončujú priečky a o chvíľu sa tu bude dať aj bývať.“

L. Kaštan (na hlave má bezpečnostnú helmu s nápisom JTRE) **v obraze** hovorí: „Hore ako sme betónovali nejaké poschodie, povedzme dvadsiate, tak dole sa začínali už realizovať priečky budúcich bytov.“

V obraze strihy na vnútorné priestory mrakodrapu, potom strih na vonkajší pohľad výstavby budovy.

R. Medzihradský hovorí mimo obraz: „Mrakodrap je navrhnutý tak, aby jeho statika odolala prípadnému zemetraseniu v tejto oblasti a zároveň jeho fasáda prešla testami voči silnému vetru.“

L. Kaštan (na hlave má bezpečnostnú helmu s nápisom JTRE) **v obraze** hovorí: „V certifikovanej skúšobni sme skúmali vplyv vetra na danú budovu. (**v obraze** pohľad na Bratislavu z výšky mrakodrapu) Čiže toto celé sa zohľadnilo v statickom návrhu.“

V obraze strihy na mrakodrap z rôznych pohľadov. Potom strih na vizualizáciu mestskej časti, kde stojí mrakodrap s náčrtom a modelom vyššej budovy. Potom späť strih na pohľad na Bratislavu z výšky mrakodrapu.

R. Medzihradský hovorí mimo obraz: „Eurovea Tower sa možno z prvenstva ale nebude tešiť dlho. Už teraz sa uvažuje, že v susedstve by mohol vyrásť mrakodrap, ktorý by prekonal až 200 metrovú výšku. René Medzihradský, televízia Markíza.“

20:00:32 ďalšie príspevky *Televíznych novín*:

- *Pečenie za dobrú vec*

20:02:40 záverečný titulok *Televíznych novín*

20:02:43 audiovizuálny komunikát Markízy, oznam o programe *Ruža pre nevestu* ¹², audiovizuálne komunikáty označujúce sponzorov programu (Gemerka, DOXXbet, Bloom Robbins)

20:03:22 časť programu *Predpoveď počasia*

20:05:00 koniec záznamu.