

TECHNIKA & KONTENT TV

TELEPRO

9 kwiecień 2015

Rok VII Nr 4/2015(56)

ISSN 2080-4407

CENA 9,90 zł (w tym 8% VAT)



PRZED PREMIERĄ

GRA
O TRON



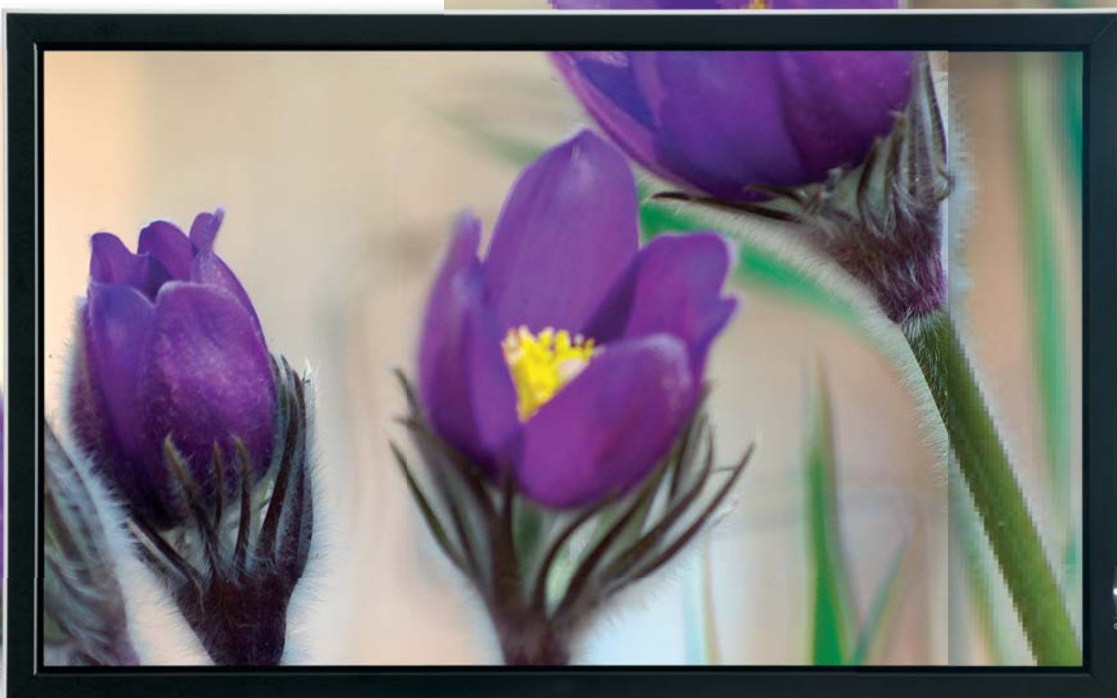
TYLKO U NAS

DYWERSYFIKACJA
JEST NIEUNIKNIJONĄ!





Czy jesteś gotowy na **(R)ewolucję?**



Globalny operator satelitarny SES aktywnie wspierał wprowadzanie standardu HD w Europie, a obecnie jest liderem tworzenia ekosystemu dla transmisji Ultra HD, które zrewolucjonizują branżę nadawczą.

► **Po raz pierwszy treści w jakości Ultra HD** kodowane na całej drodze transmisyjnej zostały zademonstrowane podczas targów IBC 2014 w Amsterdamie przez SES, SmarDTV oraz Samsung Electronics

► **Pierwsza transmisja na żywo w jakości Ultra HD** odbyła się za pośrednictwem satelitów ASTRA 19.2° E – koncert zespołu Linkin Park

► **Pierwsze w regionie Europy CEE testy Ultra HD** zrealizowane zostały we współpracy z czeską i słowacką telewizją publiczną za pośrednictwem satelitów ASTRA 23.5° pod koniec 2014 roku

Składająca się z ponad 50 satelitów geostacjonarnych flota globalnego operatora SES jest już przygotowana na dostarczanie treści Ultra HD do milionów odbiorców na całym świecie.

www.ses.com



6

TYLKO U NAS
DYWERSYFIKACJA
JEST NIEUNIKNIONA!

ROZMOWA Z PROF.
MACIEJEM
MROZOWSKIM



O TYM SIĘ MÓWI

- 10** STARTUJĄ TVN ACTIVE I TVN FABUŁA
- 12** PRZYGARNIJ MNIE
- 13** 25 NOWOŚCI W LIFETIME

TECHNIKA

- 16** WARTO WIEDZIEĆ
CYFROWE RADIO,
CYFROWA TELEWIZJA (1)
- 18** DO FIRMY, DO DOMU



KONTENT

- 4** Z FRONTU WALKI O LEPSZE JUTRO
- 14** ZA I PRZECIW
FAN W ROLI EKSPERTA?
- 20** FESTIWALE: XXII FEBIOFEST PRAGA
ADMIRAŁ, SCHMITKE I INNI
- 23** MOIM ZDANIEM
ŚWIĘTA WOJNA
- 24** KONFERENCJE: 7 TIME
KLASTRY I FILOZOFIA
WSPÓLDZIELENIA
- 26** BYŁA KIEDYŚ TELEWIZJA...
PODRÓŻOWAĆ TO ŻYĆ
- 28** MOJA HISTORIA TELEWIZJI
WIELKI SHOW
- 29** NA CELOWNIKU
WIDZIAŁEM ORŁA CIEŃ
- 30** PRZED PREMIERĄ
GRA O TRON (SEZON V)
- 31** NA PLANIE
POLSKIE PRZYSMAKI
EWY WACHOWICZ
- 32** TELE INFO
- 38** ZA KULISAMI
STRAŻACY



*Dla duszy
dla ciała*



- 44** PŁYNNIE, DOSTOJNIE, BEZPIECZNIE
- 45** EASY JET NOWA WIZJA

Sezam

- 40** KTO TO OGLĄDA?
CYFROWY KLIENT
MA INNE POTRZEBY
- 41** PREMIERA MIESIĄCA
- 42** ZŁOTA DWUDZIESTKA
- 46** KUŚ CZERWIEŃA UST
AMAZONKA





► Jak się sami nie nagrodzimy, to kto nas nagrodzi!? Słynny cytat Juliusza Machulskiego krążył ostatnimi laty po przepastnych korytarzach na Woronicza aż w końcu znalazł właściwego adresata i... I prezes TVP wręczył honorowe dyplomy zespołom i twórcom programów Telewizji Polskiej, które w swoich kategoriach osiągnęły najlepsze wyniki oglądalności w 2014 roku. Ponieważ nagrody przyznano już po raz drugi, można śmiało powiedzieć, że oto narodziła się nowa świecka tradycja. I tylko Pogodyńka nic nie dostała!

► Polska telewizyjna wstrzymała oddech, kiedy zapowiedziano rewelacyjny powrót na szklany ekran słynnego opowiadacza starych kawałów, którego poznali uczestnicy tysięcy wyjazdów integracyjnych i jubileuszy ku czci, a kiedyś podobno aktora, nawet momentami dramatycznego, Cezarego P. Jego *Przypadki...* zrealizowane przez Macieja Ś. okazały się jednak tylko bardzo dalekim echem 13 posterunku sprzed dwudziestu lat, ale jak mogło być inaczej, skoro na stare jak świat pytanie: Ma być dobrze czy tanio? odpowiada się TANIO!

► Za Wisłą pomyśleli, że jak ubiorą Jerzego Urbana w strój biskupa i pozwolą mu zapalić na wizji papierosa to będzie skandal. Na żartach nie poznał się właściciel stacji wysyłając żartownisiów na przymusowy urlop. Skandalem także nie okazał się występ w tej samej rewii Artura Z., którym na Podlasiu straszy się dzieci, że jak nie będą: grzeczne, jeść, spać po obiedzie czy siusiać do nocnika (niepotrzebne skreślić), to wtedy im wyrosną takie wąsy jak temu panu z telewizora. Gdyby natomiast urlopowanym przymusowo skandalistom przyszło do głowy, żeby Jarosława G. ubrać w lateksowy strój i dać w rękę pejcz albo innemu Jarosławowi posadzić na kolanach córeczkę sąsiadów, to wtedy... kto wie, kto wie?



► Nim słynąca z naturalności i zawsze „pierwszej świeżości” Małgorzata R. odwiedziła pierwszy *Piekielny hotel*, głos zabrał Mariusz Malicki, prezes Polskiej Izby Hotelarstwa, który uznał, że słabym punktem jest prowadząca show, ponieważ nie ma fachowej wiedzy o tej branży. Gwiazda w nowym show będzie radzić właścicielom upadających hoteli, co robić, aby podwyższyć standard miejsca i na nowo przyciągnąć klientów – *Każdy program ma swoje plusy i minusy, ale nie wiem, czy tworzenie programu na siłę pomoże nam, hotelarzom, w naszej działalności. Hotel to jest cały organizm, a nie jedna dziedzina. To gastronomia, baza noclegowa, promocja, czystość w hotelu. Uważam, że nawet dyrektor hotelu jest najlepszym specjalistą wtedy, kiedy przejdzie wszystkie szczeble kariery. Obecnie w Polsce jest bardzo dużo właścicieli hoteli, którzy nie są specjalistami, po prostu to jest dodatek do ich działalności. Dlatego szuka się dobrych menadżerów, żeby poprowadzili jak najbardziej efektywnie bazę hotelową* – tłumaczy Mariusz Malicki. Jego zdaniem show wzbudzi w branży dyskusje, bo wielu hotelarzy bardzo długo pracuje na swoją



markę, tymczasem program ma na celu w krótkim czasie pokazać metamorfozę źle prowadzonego miejsca. Jak się tu MR nie uda, zawsze do wzięcia są: dworce autobusowe, przystadionowe parkingi, bazy i bazarki, smażalnie ryb słodkowodnych i morskich oraz bary przekąskowe z damską obsługą!

► Warszawa, a z nią cała Polska i spory kawał Europy, odetchnęła wreszcie po dwutygodniowym karnawale, który urządziła z okazji swego okrągłego jubileuszu pewna płatna stacja telewizyjna. Bilanse, przyjęcia i rauty – dla branży. Parady gwiazd i festyny – dla abonentów z miast i wsi. Dla wszystkich kibiców i melomanów mecz stulecia: MU – Real na Stadionie Narodowym i koncert Rolling Stonsów w krakowskiej Arenie. A dla firmy nowe wielkie otwarcie

po dwuletnim życiu w obłęzonej twierdzy...

► – *Kanały muzyczne buduje się w dłuższym okresie* – mówi Maciej Stec, członek zarządu Telewizji Polsat, pytany przez Wirtualnemedia.pl o komentarz do oglądalności Muzo.tv – *Oceniać wyniki stacji będziemy po roku jej działania*. Warszawskie krasnoludki wróżą, że wprowadzona jesienią w tak brawurowy sposób na rynek stacja, może nie dotrwać do pierwszych urodzin, bo trzy czwarte spośród 825 widzów, którzy ją momentami oglądają to personel z Ostrobramskiej.

► Jak są zwolnienia, to będą i przyjęcia – stare porzekadło Lejzorka Rojtszwanca sprawdza się idealnie w pewnej ogólnopolskiej stacji telewizyjnej, w której siedzibie najważniejszym i najpilniej obserwowanym, nawet bardziej od ekranu, elementem architektonicznym, są drzwi. Mocno wahadłowe i w nieustannym ruchu. Ostatnio korzystali z nich wybierając wolność m.in.: menedżer kanału Jacek Ś., dyrektor finansowa Beata D. oraz dyrektor ds. marketingu i rozwoju Jacek O.. Natomiast do firmy dołączyli: nowy koordynator ds. ramówki Puls 2 oraz nowa pani manager ds. produkcji programowych. Ale to nie koniec subtelnych zmian, bo na tablicy ogłoszeń stoi jak byk, że poszukiwani są: dyrektor operacyjny, który będzie zarządzał back office spółki w pełnym zakresie, czyli takimi działami operacyjnymi jak: IT, księgowość, dział prawny oraz dział bezpieczeństwa; a także dyrektor kreatywny, który będzie odpowiadać za wyszukiwanie nowych formatów, licencji i pomysłów na programy oraz kreowanie, planowanie i inicjowanie koncepcji artystycznej projektów. Uf! O la la! Będzie się działo?

► Nowi właściciele żółto-niebieskiej stacji z ulicy Wiertniczej wszem i wobec deklarują, że nie będą robić żadnej rewolucji organizacyjno-personalnej, ani nie przewidują dramatycznych zmian w ramówce. Jak komentują na mieście mądrzy ludzie te słowa to ostatnie ostrzeżenie dla ekipy, która ostatnio emitowała tylko zgrane formaty, tandetne serie i realizowane za grosze parapedagogiczne programy „z życia wzięte”.



POLSAT

**Kanał telewizyjny,
w którym rozrywka
i jedzenie płyną
prosto z serca.**

Dystrybucja: Małgorzata Kałuska, malgorzata.kaluska@scrippsnetworks.com
Tel: +48 502 569 528



**ŻYCIE BEZ
GRANIC**

Dystrybucja: Małgorzata Kałuska, malgorzata.kaluska@scrippsnetworks.com
Tel: +48 502 569 528

Dywersyfikacja JEST NIEUNIKNIJONIA!

Rozmowa z prof. **MACIEJEM MROZOWSKIM**

– **Life style to modne dziś określenie. Czym tłumaczyć jego rosnącą popularność w mediach?**

– Nadmiarem. Wszystko bierze się z nadmiaru. Gdybyśmy chcieli rzecz osadzić głębiej, musielibyśmy powiedzieć, że w latach 60-tych i 70-tych ubiegłego stulecia dokonał się w zachodnich krajach zasadniczy zwrot cywilizacyjny. Od społeczeństwa niedoboru do społeczeństwa nadprodukcji, które może istnieć tylko wtedy, gdy konsumpcja będzie wyprzedzać produkcję.

Ludzie muszą konsumować więcej, niż potrzeba im do przetrwania i życia. Gdyby tego nie robili, wpadlibyśmy w ciąg stagnacji, czyli ilość towarów byłaby względnie stała, a rozwój kapitalizmu i gospodarki rynkowej napotkałby naturalną barierę.

– **Jak to przekłada na telewizję?**

– Zmiany te doskonale widać choćby w serialach amerykańskich. Lata 60-te są dla nich okresem kultowym, czasem zmian, początkiem, przejściem ze społeczeństwa patriarchalnego do Nixona, wojny w Wietnamie i ruchu hippisów, czyli już społeczeństwa konsumpcyjnego, które zaczyna się intensywnie różnicować. Tamte czasy przypomniatł ostatnio serial *Mad Men*, którego akcja zaczyna się przed wyborem Kennedy'ego, a kończy po wyborze Nixona. W tym okresie kontrkultura uruchomiła proces zmian, a z hippisów wyrosli twórcy społeczeństwa sieciowego, Doliny Krzemowej i następnej fazy wzrostu gospodarczego.

– **Kanały lifestylowe musiały powstać, żeby dać upust różnicującym się potrzebom odbiorcy?**

– Medioznawcy nazwaliby to uniwersalnym prawem mediów, ale przecież np. Alvin Toffler w swojej *Trzeciej fali*, czy Daniel Bell, autor koncepcji społeczeństwa post-przemysłowego, już w latach siedemdziesiątych, kiedy tworzyli wizję rozwoju społecznego, mówili o trzech fazach. Najpierw elitarność, czyli napięcia między elitami a masami, drugie to umasowienie, czyli triumf mas, a trzecia faza to rozpad mas na małe wspólnoty, tak zwane stadium specjalizacji. Etap specjalizacji prasy zaczął się w latach 50. ub. w., radia w latach 70., a telewizji w latach 80., wraz z pojawieniem się dużej liczby nowych kanałów. Wtedy jeszcze

kablowych. Satelitarne i cyfrowe pojawiły się później. Kanały o profilu ogólnym są drogie i na jednym rynku może ich konkurować nie więcej niż 4-5. Perspektywy rozwoju mają tylko kanały tematyczne, bo żyją z powtórek oraz produkcji sponsorowanych, a niektóre, np. sportowe, są bardzo dochodowe.

– **Bloki lifestylowe też dają szansę rozwoju? Tylko czy są tym samym, czym były dawniej?**

– Żeby dobrze rozumieć ten nurt, trzeba go osadzić w kontekście, z którego wyrósł. Dawniej w społeczeństwie przedkonsumpcyjnym Amerykanie mówili o *way of life*, czyli sposobie życia. Był to ogół czynności życiowych wymuszanych przez środowisko, niedostatek oraz „strażników tradycji” nakazujących „żyć tak, a nie inaczej”, bo jeśli nie, zostaniesz wykluczony poza wspólnotę, staniesz się innym, obcym, i nie przeżyjesz. Kiedy pojawił się dobrobyt, a demokracja poluzowała normy społeczne *way of life* zaczął ustępować *styles of life*, czyli stylom życia. W ramach tego szerokiego *way*, zaczęły tworzyć się różnorodne odmiany stylistycznie. Z tym wiąże się właśnie większe przyzwolenie dla odrębności i indywidualności, wręcz ciągłe poszukiwanie czegoś nowego i oryginalnego.

– **Konformistyczny schemat ustąpił kulturze indywidualizmu?**

– Kanały lifestylowe z zasady opierają się na „kulcie indywidualizmu”. Tyle, że ten indywidualizm nie może jeszcze być nastawiony na jednostki, ale niebawem, za sprawą telewizji interaktywnej, dostosowanie oferty do indywidualnych potrzeb, tj. kastomizacja, stanie się faktem. Jednak na razie kanały te apelują jeszcze do różnych grup, środowisk, subkultur czy wspólnot okazjonalnych (np. fanów, kibiców, itp.), które kultywują jakiś łączący je i wyróżniający styl życia. Przy czym dzisiaj każdy, nie tylko millenials i czy hipsterzy, także generacja X, praktykuje równocześnie i na przemian kilka stylów życia. Doszliśmy do tego, że jeden nie gwarantuje już życiowej satysfakcji. W ciągu dnia czy roku trzeba zmieniać style życia, ale jest to wspaniałe, bo można się realizować na wiele różnych



**MACIEJ MROZOWSKI, PROF. SWPS, MEDIOZNAWCA, WYKŁADOWCA
W SZKOLE WYŻSZEJ PSYCHOLOGII SPOŁECZNEJ.**

sposobów zarazem napędzając konsumpcję i ogólny dobrobyt.

– W potocznym rozumieniu lifestyle to propozycje dla kobiet: kuchnia, wnętrza, styl fit – tymczasem pierwszym tego typu kanałem w Polsce było TVN Turbo.

– Ten segment rynku konsumpcyjnego jest najlepiej zdefiniowany i stoi za nim wielki biznes. Kanały motoryzacyjne, a zwłaszcza kultowy już program *Top Gear*, pokazują, jak silnym wyznacznikiem stylu życia i statusu społecznego jest wciąż samochód. I mimo, że – teoretycznie – kanały te są przeznaczone dla mężczyzn, coraz więcej kobiet do nich zagląda. Szukają tam dla siebie emblematów stylu, swojej tożsamości i odrębności. Kosmetyki i odzież już im nie wystarczą. One wyrażają indywidualność i gust, ale są to przedmioty osobistego użytku, a styl życia tworzy to, co można konsumować wspólnie z innymi. Samochód idealnie się do tego nadaje, a jeszcze bardziej żywność. Dlatego teraz, gdy rynek oferuje niespotykaną dotąd obfitość i różnorodność żywności nastąpił taki wysyp programów i kanałów kulinarnych. Gotowanie jest tam pretekstem do wspólnego biesiadowania, a ono do poznawania ludzi, kultur i obyczajów. Każdy

może tu popisywać się swoją pomysłowością, zyskując uznanie innych, nawet sławę.

– Programy lifestyle'owe coraz częściej tworzą własnych celebrytów?

– Kluczowe jest tu rozróżnienie: gwiazda-celebryta. Dawne gwiazdy najpierw osiągały sukces: estradowy, kinowy, sportowy... a następnie go spieniężały przez plotki, sprzedaż swojej prywatności, nawet skandale. Owszem, wykorzystywały media dla własnych celów, ale żyły głównie z rzeczywistych dokonań i osiągnięć oraz były niezależne. W którymś momencie nadmiar mediów, prasy, kanałów lifestyle'owych i różnych platform konsumpcji spowodował, że rzeczywistych gwiazd już nie starczało, poza tym ich menedżerowie utrudniali manipulowanie nimi przez media.

– Media zaczęły więc kreować "substytuty" ludzi sławnych?

– Amerykański badacz cywilizacji, Daniel J. Boorstin, napisał w latach 60. ub. w. książkę pt. *Image*. Dowodził w niej, że wszystko, co pseudo wypiera to, co autentyczne. Pseudo zdarzenia zastępują te autentyczne, bo są tworzone dla konsumpcji i rozrywki, pseudo osobowości, czyli celebryci, tj. ludzie znani z tego, że są znani,

wypierają prawdziwe osobowości. Pseudo literatura, w rodzaju czytań o wyczynach uwodzicielskiego pana Greya, zastępuje porządną literaturę, pseudo food typu McDonalds – tradycyjną kuchnię. Boorstin uważał, że patologiczne jest, gdy konsumpcja kreuje obiekty konsumpcji, które mają ją stymulować. Dzisiejszy celebryta to lepsza, bo ożywiona wersja manekina, bezosobowa osoba. Daje sobą manipulować, nie musi chronić wizerunku, może być uwikłany w skandale, afery, bo za to się mu czy jej płaci. To konsument, który jest równocześnie artykułem konsumpcyjnym.

– Pojawił się chyba jeszcze jeden twór zanurzony w telewizyjnym świecie. Tak, jak bohater filmu *Truman Show*...

– Jeśli mowa o programach typu *Warsaw Shore*, jest to już podniesienie nicości do rangi jakości i poziomu kultu. Wprawdzie przejściowego i z natury pogańskiego, ale jednak kultu, w którym czci się np. osła, żeby go później spalić w ofierze. W tym przypadku w ogniu krótkotrwałej lecz żarliwej sławy. Takie produkcje i postaci sprawiają, że każdy idiota może czuć się wywyższony przez chwilę, przez którą podziwiają go i utożsamiają się z nim inni idioci. A tych jak wiadomo nie brakuje.

– Tegoroczną Telekamerę dostał, cieszący się wyjątkową oglądalnością, program *Rolnik szuka żony*. W jakiej grupie można by go umieścić?

– To jest bardziej udana próba czegoś, co wiele osób może pamiętać sprzed kilku lat, jako reality show pod tytułem *Miasteczko marzeń*. W 2005 roku TVP1 nadawało taki format, który miał być społeczny, pokazać widzowi, że media publiczne mogą wykorzystać pewne formy, wypracowane przez stacje komercyjne dla celów zarówno rozrywkowych, jak i prospołecznych. Skończyło się to totalnym fiaskiem, bo z *Miasteczka Marzeń* wszyscy chcieli uciec.

Tutaj mamy prostszą formułę, jest format *Milioner szuka żony*, więc – w polskich warunkach – dlaczego nie rolnik. Oczywiście nie każdy, ale taki, który ma trochę majątku, jest panem na włościach i dlatego może być atrakcyjną partią. Program wzbudził pewne zainteresowanie, ale czy zadziałał prospołecznie, czy rolnik znalazł żonę, rozplodzi się, a gospodarstwo się rozwinie, a zwłaszcza czy zmieni stereotypowe postrzeganie wsi, czy po prostu pójdzie w zapomnienie, okaże się za kilka lat.

– Wróćmy do szerzej rozumianego life stylu. Na ile tego typu programy kreują potrzeby widza, a na ile je odwzorowują?

– Nie znam polskich badań, które by zgłębiały ten problem, ale wiele zagranicznych wskazuje na to, że jest to od początku do końca kreacja. Ciąg zależności, jaki prowadzi do powstania tych programów, jest taki: producent – designerzy – marketing – promocja. Gdy producent ma odpowiednio zaprojektowany wyrób,

do akcji wkracza marketing, który pozycjonuje ten wyrób na rynku, czyli wskazuje jego nabywców będących grupą docelową kampanii promocyjnej. Wtedy woła się media i mówi: *Macie aktorów, reżyserów, celebrytów i medialny przekaz (seriale, widowiska, reality shows), by wytworzyć zapotrzebowanie na określone produkty, ukazać je docelowym konsumentom we właściwym kontekście, żeby stały się ikonami ich tożsamości, symbolami odrębności, pewnego stylu, żeby ich wyróżniały, wręcz nobilitowały*. I rusza machina produkcji popkultury realizująca odpowiedni serial czy widowisko. Jeśli wszystko idzie dobrze, sprzedaż rośnie i wszyscy się cieszą, jeśli jest kłapa, szuka się winnych. Najłatwiej zrzucić winę na media.

– Telewizja staje się reklamą totalną, tyle że mniej lub bardziej zakamuflowaną?

– Skuteczność bloków reklamowych słabnie. Migot obrazów i kakofonia dźwięków rodzą szum utrudniający percepcję reklam. Coraz częściej reklamowany produkt wbudowywany jest w akcję i narrację głównej audycji. Dawniej nazywano to kryptoreklamą, dziś lokowaniem produktu. W Polsce chyba Polsat jako pierwszy, w latach 90., w ten sposób działał: biuro reklamy składało zamówienie, np. na serial dla kobiet, który ma promować takie a takie produkty, eksponować taki profil osobowości jakiego potrzebują reklamodawcy. Szukało się podwykonawców, reżyserów, scenarzystów... Domy mediowe działały w ten sposób nie od dziś, więc w tym sensie impuls do mediów idzie ze strony instytucji obsługujących rynek.

– Rozpoczęliśmy rozmowę od rynku amerykańskiego, jaka jest różnica w tworzeniu programów lifestylowych w Stanach i w Europie?

– Rynek amerykański charakteryzuje się ekonomią skali. To największy na świecie rynek konsumpcyjny działający w ramach jednej struktury państwowej, praktycznie obejmujący także Kanadę i Meksyk. Europejski nie jest jeszcze tak zunifikowany. W USA, pomimo różnicy wschód-zachód, północ-południe, ogromna większość dóbr konsumpcyjnych, kiedy już trafi na rynek, może być sprzedawana w całych Stanach. Machina promocyjna działa tam na wielką skalę, ale nie tak szybko jak w Europie, co jest zrozumiałe, bo jeśli zainwestuje się pieniądze na wielką skalę, cykl życia produktu wymaga, żeby faza tak zwanej dojrzałej krowy trwała dosyć długo, żeby nie zmieniać np. formatu, dopóki nie jest wyeksploatowany, bo byłoby to bez sensu. Natomiast w Europie mamy masę różnic kulturowych, małe rynki niszowe, a to wymaga większej dynamiki działania. I się udaje. Fenomenem europejskim, który odnosi sukcesy na obu kontynentach jest firma dwóch Holendrów: Joop van den Ende i Johana de Mola, którzy stworzyli firmę Endemol i pierwsi w Europie z *Big Brotherem* i innymi formatami weszli na rynek amerykański.

– **Mają ogromną kreatywność.**

– Muszą taką mieć, bo są mali. Muszą wyczuwać różne rynki. Jeżdżą po Europie, kombinują, zbierają pomysły, przetwarzają je i robią z nich format, który może funkcjonować w różnych wariantach. Tak więc konsumpcjonizm europejski różni się z pewnością od amerykańskiego bogactwem różnorodnych odcieni, bo jednak Bawaria nie da się skomercjalizować w ten sam sposób, co na przykład Toskania. Holendrzy zachowują odrębność, ale Włosi czy Francuzi też. Oni z tego żyją. Te odrębności tworzą cenne zasoby kulturowe. Chronią je nawet zapisy UE, zalecające ochronę dziedzictwa narodowego. Amerykanie tego nie mają, bo musieliby pielęgnować dziedzictwo Indian, a to jakoś nie za bardzo przypada im do gustu.

– **Czy różnice między produkcjami europejskimi i amerykańskimi nie są też związane ze swoistą autocenzurą? Amerykanie w formacie *Nagie randki* pikselują tytułową nagość. W wersji holenderskiej (*Adam szuka Ewy*) jest pełna swoboda.**

– W Europie mamy większe zróżnicowanie kulturowe niż mają Amerykanie, także bogatszą tradycję kultury elitarnej, zwykle bardziej liberalnej niż twórczość masowa. Stąd istotne różnice pod względem tego, co dozwolone. Holandia oraz cała Skandynawia już dawno zliberalizowały pornografię, a kraje południowej Europy jeszcze się temu opierają. Poza tym w szerokim obiegu zawsze panuje większa powściągliwość niż w układach niszowych. Produkcje amerykańskie o zasięgu globalnym będą więc zawsze bardziej ostrożne i powściągliwe niż lokalne obiegi europejskie. Różnice śmiałości obyczajowej podobnych formatów w różnych krajach są zatem bardziej odbiciem lokalnej obyczajowości, niż przejawem autocenzury.

– **Czyli mamy globalny produkt dostosowany do lokalnych osobowości?**

– O to chodzi. Marketing nie lubi się narażać. Filmy rynekowe – te, które naprawdę naruszają tabu społeczne

– robią płatne amerykańskie telewizje. HBO, Cinemax. Ich szefowie wiedzą, że jest grupa odbiorców, którzy chcą zobaczyć gangsterów, jako dobrych ludzi, jakieś drastyczne sceny obyczajowe, czy też produkcje prowokacyjne intelektualnie jak *Mad Men* czy *Prawo ulicy*.



Ale to jest telewizja zamknięta, płatna, w pewnym sensie elitarna, bo korzysta z niej publiczność bardziej wyrobiona, krytyczna i wymagająca. Dlatego nie podlega ograniczeniom prawnym obowiązującym kanały ogólnodostępne. Na tej samej zasadzie budowana jest oferta takich kanałów w krajach europejskich. Tu też ich repertuar nastawiony jest na lokalną klasę średnią. Z tym, że różnice dotyczą dziś bardziej nie tego, co jest dostępne, bo tu się zacierają, ale tego, co zyskuje popularność w kanałach zamkniętych i otwartych. Tu wciąż ujawniają się znaczące odrębności lokalne, a przede wszystkim różnice gustów i upodobań.

**SKUTECZNOŚĆ BLOKÓW
REKLAMOWYCH SŁABNIE.
MIGOT OBRAZÓW I KAKOFONIA
DŹWIĘKÓW RODZĄ SZUM
UTRUDNIAJĄCY PERCEPCJĘ
REKLAM. CORAZ CZĘŚCIEJ
REKLAMOWANY PRODUKT
WBUDOWYWANY JEST W AKCJĘ
I NARRACJĘ GŁÓWNEJ
AUDYCJI. DAWNIEJ NAZYWANO
TO KRYPTOREKLAMĄ, DZIŚ
LOKOWANIEM PRODUKTU.**

– **Jak więc może wyglądać rozwój kanałów czy produkcji związanych ze stylem życia?**

– Długi czas będą potrzebne, bo rynek, poza dyskontami, rozkłada się też na wyspecjalizowane butik, w których coraz większa jest liczba towarów niepowtarzalnych. Tutaj nawiązałbym do hasła postmodernistycznego: *Każdy może być artystą i stworzyć jedno wielkie dzieło swojego życia, czyli siebie samego*. Rynek

lifestylowy będzie się więc, moim zdaniem, rozwijał jeszcze bardziej w kierunku drobnych ofert, większej indywidualizacji stylów. Wyobrażam sobie, że jakieś piętro w shopping mallu czy galerii będzie zajmowane przez 500 małych stoisk, w których producenci czapek, szalików będą oferować swój produkt, a my czy też nasze dzieci będziemy chodzić i próbować z tego ułożyć niepowtarzalny komplet. Oczywiście, jeśli nie nastąpi wojna, bo Putin może to wszystko zniszczyć, natomiast, jeśli nadal będzie następował rozwój gospodarczy, nie ma innego sposobu, tylko dywersyfikacja.

– **Dziękuję za rozmowę.**

Rozmawiała: Jolanta Gajda-Zadworna

Startują



16 kwietnia zadebiutują na polskim rynku telewizyjnym dwa nowe kanały: TVN Meteo Active dla widzów zainteresowanych aktywnym i zdrowym stylem życia oraz TVN Fabuła dla miłośników filmów i seriali.

TVN Meteo Active powstanie z przekształcenia stacji TVN Meteo, pierwszego polskiego kanału o tematyce pogodowej i meteorologicznej.

Nowa stacja jest odpowiedzią na nowe trendy w polskim społeczeństwie; coraz większą liczbę osób zainteresowanych aktywnością sportową oraz zdrowym odżywianiem. Kanał TVN Meteo Active jest skierowany do widzów dbających o siebie i inwestujących w aktywny styl życia, poszukujących wiarygodnych informacji prozdrowotnych oraz motywacji do podejmowania różnych form treningu i zmiany dotychczasowych przyzwyczajeń. Na antenie gościć będą autorytety w dziedzinie sportu i zdrowia oraz ludzie, którym udało się dokonać w swoim życiu pozytywnych zmian. Wśród gospodarzy i prowadzących programy w TVN Meteo Active widzowie zobaczą zarówno dziennikarzy znanych im już z TVN Meteo jak i nowe postacie, m. in.: Odetę Figurską, Natalię Gacką, Katarzynę Kępkę oraz Mariusza Czerkawskiego. Topowe programy znane z TVN Meteo, jak np. Maja w ogrodzie, czy prognozy wyjazdowe pozostaną na antenie.

Szefem kanału TVN Meteo Active będzie Grzegorz Płaza, który w przeszłości kierował m. in. zespołem TVN Turbo i redakcją sportową TVN24.

Kanał TVN Fabuła będzie emitował seriale oraz filmy z portfolio TVN, w tym zarówno produkcje własne, jak i zakupione od zewnętrznych dystrybutorów. Obok znanych i lubianych seriali telewizyjnych produkcji TVN, seriali zagranicznych i najlepszych filmów w ofercie programowej TVN Fabuła znajdą się

autorskie programy adresowane do miłośników kina z najświeższymi informacjami o premierach filmowych, wydarzeniach ze świata rozrywki, celebrytach i gwiazdach ekranu. Poprowadzą je dziennikarze znani z programów TVN, m.in. Anna Wendzikowska, Andrzej Sołtysik, Kinga Burzyńska i Olivier Janiak.

Cechą wyróżniającą TVN Fabuła będzie rozpoczynające się o godz. 21.00 codzienne pasmo z największymi hitami filmowymi i maratonami serialowymi, będące odpowiedzią stacji na rosnącą popularność zjawiska binge watching, czyli coraz większą liczbę widzów oglądających kilka odcinków ulubionego serialu z rzędu.

Filmy i seriale TVN Fabuła będą dostępne w jakości HD. Widzowie będą mogli wybrać opcję oglądania filmu z polskim lektorem lub z oryginalną ścieżką dźwiękową i polskimi napisami.

Szef TVN Fabuła, Maciej Świerczawski tak go rekomenduje: *Nowy kanał filmowy poszerza dostęp widzów do obszernego portfolio filmowego i serialowego TVN. Nasza oferta będzie komplementarna wobec TVN i TVN7 zarówno poprzez dobór tytułów, jak i rozmieszczenie poszczególnych pasm w ramówce. Dodatkowo, poprzez codzienne programy, przygotowywane specjalnie dla TVN Fabuła dostarczać będziemy widzom wiedzę na temat bieżących premier i wydarzeń filmowych i prezentować wywiady z gwiazdami kina i telewizji. (emor)*



Rób filmy
my zadbamy o Twoje tantiemy
www.zapa.org.pl



Przygarnij mnie

W Polsce żyje aż 5,5 mln właścicieli czworonogów, ale do schronisk trafia ponad 100 tys. psów rocznie. W obecnym na antenie Dwójki od 29 marca cyklu *Przygarnij mnie* prezentowane są poruszające historie siedmiu psów ze schronisk, które na stałe zostaną zaadoptowane przez uczestników programu, osoby znane z zamiłowania do zwierząt i ogromnego zaangażowania w poprawę ich losu.

Uczestnicy programu, pod kierunkiem specjalistów: lekarzy weterynarii, specjalistów ds. żywienia zwierząt i behawiorystów – pomogą swoim podopiecznym pokonać traumy, zsocjalizować się i nauczyć odpowiednich zachowań. Nowi opiekunowie będą uczyć się, jak postępować z adoptowanym podopiecznym, jak zdrowo go odżywiać i właściwie pielęgnować. Dowiedzą się także, jak dbać o rozwój i aktywność pupila poprzez wspólną zabawę oraz rozwijanie prostych umiejętności.

Nowymi właścicielami psów ze schronisk, a równocześnie ambasadorami kampanii na rzecz odpowiedzialnej adopcji zwierząt zostali: Agnieszka Włodarczyk, aktorka i uczestniczka kampanii przeciwko wykorzystywaniu zwierząt do celów doświadczalnych *One czują tak jak my*; Marcelina Zawadzka, Miss Polonia 2011, zaangażowana w akcje charytatywne wspierające schroniska dla zwierząt; Leszek Stanek, aktor, tancerz i choreograf, działacz Fundacji Pegasus ratującej życie koni; aktorzy – miłośnicy zwierząt: Małgorzata Ostrowska-Królikowska, Rafał Mroczek i Dawid Zawadzki oraz dziennikarz radiowy, Kamil Nosel.

W kolejnych odcinkach opiekunowie i ich pupile biorą udział w zabawnej rywalizacji, w której psi podopieczni

będą mogli popisać się świeżo nabytymi sprawnościami i zaprezentować drzemiący w nich potencjał. Zwycięska para odcinka przekaże dla wybranego schroniska zapas karmy oraz produktów do ochrony przeciw pasożytniczej, a w finale serii najwyższej oceniona przez jury para – uczestnik wraz z zaadoptowanym przez siebie psem – wskaże schronisko, które otrzyma nagrodę główną: wyposażenie gabinetu weterynaryjnego.

Postępy zespołów pies-właściciel oceniać będzie jury w składzie: Olga Frycz, aktorka, stała współpracująca z Fundacją Niechciane i Zapomniane – SOS dla Zwierząt; Michał Olszański, dziennikarz TVP2 i radiowej Trójki, ambasador akcji *Zerwijmy Łańcuchy* walczącej z trzymaniem psów na uwięzi oraz Sylwester Wardęga, performer i autor głośnych, internetowych filmów, współtwórca inicjatywy „psiowóz” popularyzującej dokarmianie bezdomnych zwierząt.

W programie *Przygarnij mnie* w roli ekspertów wystąpią: Katarzyna Bargielowska, wykwalifikowana behawiorystka i dyplomowany instruktor szkolenia psów metodą naturalną oraz Michał Ceregrzyn, doktor nauk weterynaryjnych z wieloletnim doświadczeniem praktycznym oraz uniwersyteckim w pracy w instytucjach naukowych w Japonii, Niemczech i Polsce. (ja)



25 NOWOŚCI

Dziecko Rosemary, Wikingowie, Matżeństwo od pierwszego wejrzenia – to tylko 3 spośród 25 nowości programowych, które zaoferuje swoim widzom kanał Lifetime. Obecny na polskim rynku od grudnia 2014 roku, nadaje już w ponad 100 krajach i dociera do 150 milionów gospodarstw domowych.

Wiosna w Lifetime to 5 seriali fabularnych, 15 filmów pełnometrażowych oraz 5 nowych formatów rozrywkowych. Wśród seriali fabularnych na Lifetime pojawią się *Dziecko Rosemary* w reżyserii Agnieszki Holland, *Bonnie i Clyde* z brawurą rolą Holly Hunter oraz *Pojedynek na życie* o młodej dziennikarce, która dowiaduje się, że choruje na białaczkę, jak również popularne wśród widzów kobiecej seriali zagraniczne *Wikingowie* oraz *Biblia*.

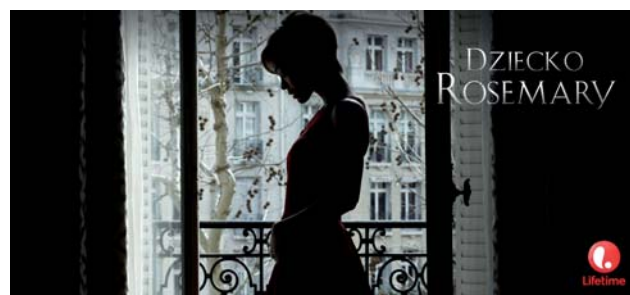
W programie filmowym stacji znajdą się m.in.: *Händlerze dziećmi*, *Sekrety Edenu*, *Historia Chrisa Porco*, *Betty i Coretta* i *Zabójca z autostrady*.

Wśród nowości dokumentalnych zostaną wyemitowane m.in. dwie nowatorskie serie *Matżeństwo od pierwszego wejrzenia* (premiera w kwietniu) oraz *Powołanie – droga do zakonu* (na ekranie w maju).

Pierwsza z propozycji to zapis eksperymentu społecznego, w którym wzięło udział 6 odważnych singli poszukujących bezskutecznie drugiej połówki. Godzą się na to, by wziąć ślub z zupełnie obcą osobą podczas pierwszego spotkania. Czterech specjalistów – seksuolog, psycholog, socjolog oraz duchowy doradca stworzą trzy idealne pary, opierając się na naukowej metodzie matchmakingu (swatania). Czy jest to nowoczesny sposób na poznanie osoby, z którą będzie się do końca życia? A może eksperyment ten zakończy się katastrofą?

Z kolei *Powołanie – droga do zakonu* to opowieść o pięciu młodych kobietach, które znajdują w sobie powołanie i postanawiają wstąpić do klasztoru. Po raz pierwszy w historii ekipa telewizyjna zdobyła zgodę Zgromadzenia Sióstr św. Pawła na pokazanie procesu wstępowania do zakonu i tzw. zaślubin z Chrystusem. Czy będą w stanie poświęcić swoje życie Bogu, oddając się od rodziny, przyjaciół i ukochanych?

Lifetime to pierwszy na polskim rynku kanał telewizyjny, który zaoferował kobietom unikalne połączenie



filmów, seriali fabularnych, jak i dokumentów. Za naszymi programami stoją uzdolnione, charyzmatyczne kobiety zarówno przed, jak i za kamerą, w tym twórcy takiej klasy jak Agnieszka Holland. Jesteśmy dumni, że możemy tej wiosny zaprezentować tak bogatą i różnicowaną ofertę i mamy nadzieję, że widzowie pokochają Lifetime – rekomenduje Izabella Wiley, General Manager w A+E Networks Poland. (tow)

Fan W ROLI EKSPERTA?

To przeczy prawom fizyki, Ta postać nigdy by tak nie postąpiła, jej działania są nieracjonalne! – to tylko przykładowe cytaty odnoszące się do kolejnych odcinków serialu *The Walking Dead*. Niewykluczone, że wkrótce ich autorzy, a na co dzień widzowie wyrażający swoje niezadowolenie w internecie, staną się ekspertami i zostaną wciągnięci w proces tworzenia telewizyjnych produkcji.

Ostatnie lata przynoszą coraz więcej zmian w świecie tradycyjnie realizowanej i odbieranej telewizji. Wpierw nastąpiła moda na antybohatera: widzowie kibicowali de facto czarnemu charakterowi. Później nadszedł czas Netflixa, czyli platformy internetowej, która wyłożyła pieniądze na zrealizowanie *House of Cards*. Te małe rewolucje były zapowiedzią procesu przekształcania przyzwyczajęń i odbioru produkcji przez widzów.

Pojawienie się *House of Cards*, którego cały sezon dostępny jest jednego dnia, wpłynęło na dramatyczną zmianę w obcowaniu z produkcją. Odbiorcy coraz częściej, zamiast czekać co tydzień na kolejny odcinek ulubionego serialu, organizują maratony złożone niekiedy nawet z kilkunastu epizodów. Jednak nowe w oglądaniu nie dotyczy jedynie tego, kiedy i jak ogląda się ulubioną produkcję; zmienia się też cel śledzenia losów serialowych bohaterów.

POLOWANIE NA BŁĘDY

Wystarczy nawet szybkie przejrzenie wypowiedzi, które ludzie zamieszczają pod serialami *The Walking Dead* i *Homeland* w serwisach Filmweb oraz IMDB, by zauważyć, że większość z nich wcale nie ogląda tych seriali dlatego, że darzy je sympatią. Rośnie grupa osób, które przyznają, że do kolejnych odcinków zasiadają wyłącznie po to, żeby się z nich śmiać. Na celownik brane są błędy logiczne w scenariuszu, sceny, które przeczą prawom fizyki, a także – w przypadku *The Walking Dead* – odstępstwa od oryginału, którym był komiks Roberta Kirkmana. Właśnie ta produkcja dorobiła się najwierniejszych antyfanów. Komentowane są także tytułowe żywe trupy, czyli zombie, których wizerunek jest zdeformowany przez brak konsekwencji. Najciekawsze jednak dyskusje dotyczą wątpliwości, czy to, co autorzy przedstawiają w serialu jest w ogóle możliwe – na przykład przy okazji jednego z odcinków

toczyła się debata, czy pokazany w nim niemal w pełni sprawny szpital w rzeczywistości mógłby funkcjonować po apokalipsie. Niektórzy dowodzili, powołując się nawet na swoje wykształcenie, że w panujących w świecie *The Walking Dead* warunkach niemożliwe byłoby tak długie dostarczanie prądu i wody do budynku. Każdy epizod produkcji jest szeroko komentowany, zaś odbiorcy nie tylko bardzo uważnie go oglądają i krytykują, lecz także często ścigają się w działaniu, które można by określić jako niezadowolenie kreatywne: nie ograniczają się wyłącznie do narzekania, lecz w postach pojawia się wiele rad i propozycji, w jaki sposób można by było daną rzecz zrobić lepiej.

Nie inaczej rzecz ma się w przypadku *Homeland*. Tutaj publiczności najbardziej przeszkadza fakt, iż główna bohaterka, Carrie Mathison, mimo choroby psychicznej może wciąż nie tylko pracować w CIA, ale decydować o wielu akcjach przeciwko terrorystom. Krytykowane jest często zachowanie postaci, które zdają się niekiedy zmieniać swój charakter w ciągu kilku godzin. Odbiorcy *Homeland* nieco rzadziej powołują się na swoją wiedzę ekspercką, świadomi zapewne, że ich przekonania o tym, co jest, a co nie jest możliwe w agencji wywiadowczej nie muszą być zgodne z rzeczywistością. Nie znaczy to jednak, że próby formułowania sądów na ten temat nie są podejmowane.

TEORIA „FANOWSKA”

To jedynie kilka przykładów błędów, niedoróbek czy przekłamań odnotowanych przez nie zawsze zadowolonych fanów. Czy jednak twórcy tych (i wszystkich innych) seriali powinni się takimi reakcjami martwić? Absolutnie nie. Na potwierdzenie tego sądu warto przytoczyć tzw. teorię fanowską znanego brytyjskiego medioznawcy i kulturoznawcy Johna Fiske. W jednej ze swoich prac Fiske podzielił widzów na kilka kategorii. Najważniejsze z nich to „odbiorca”, który



Sherlock



The Walking Dead



Homeland

ogląda daną produkcję wyrywkowo i nie zawsze poznaje wszystkie odcinki serialu oraz „fan”, który z kolei śledzi uważnie dzieło, jednak wciąż robi to raczej biernie – nie udziela się w fandomie, czyli społeczności fanowskiej. I wreszcie „antyfan”, którego chociaż instynktownie zaklasyfikowalibyśmy jako oczerniającego dany serial, to w rzeczywistości należy określić go mianem fana totalnego. Nawet jeśli taki widz ogląda produkcję po to, by ją wydrwić, to swoimi spostrzeżeniami dzieli się z innymi użytkownikami któregoś z forów dotyczących danego serialu: tropi błędy, wskazuje braki i w efekcie – chcąc nie chcąc – staje się w danej dziedzinie ekspertem. Stąd już tylko krok do tego, by zgromadzoną wiedzę wykorzystać.

Coraz lepiej zdają sobie z tego sprawę także twórcy seriali, którzy częściej zaglądają do internetu, by zapoznać się z opiniami fanów na temat swych produkcji. Jednym z najlepszych przykładów takiej aktywności producentów był pełen tajemnic i niewyjaśnionych zdarzeń serial *Zagubieni*. Jego autorzy wielokrotnie przyznawali w wywiadach, że uważnie śledzili fora internetowe i gdy zauważali, że odbiorcy są coraz bliżej rozwiązania niektórych zagadek, po prostu szybko zmieniali scenariusz. W ten sposób prowadzili z publicznością swoistą grę, która odznaczała się również umieszczaniem w kolejnych odcinkach tropów lub tak zwanych „mrugnięć okiem” do widza.

O rosnącej sile fanów przekonali się też twórcy serialu *Dexter*, którego finał zebrał bardzo nieprzychylnie recenzje. Poruszona tym producentka wykonawcza

serialu udzieliła specjalnego wywiadu, w którym odniosła się do wszystkich zarzutów i starała się wytłumaczyć, dlaczego zdecydowano się na takie zakończenie.

Grę z odbiorcą podjęli również autorzy brytyjskiego serialu *Sherlock*, którego główny bohater miał zginąć pod koniec drugiego sezonu. W oczekiwaniu na kolejną serię, widzowie prześcigali się w wymyślaniu teorii, w jaki sposób słynny detektyw sfingował swoją śmierć. Najciekawsze koncepcje twórcy uhonorowali w pierwszym odcinku trzeciego sezonu, który poświęcony był właśnie wyjaśnieniu tej kwestii – w usta bohaterów włożono wypowiedzi wprost nawiązujące do pomysłów, które fani przedstawiali w internecie.

GRA Z WIDOWNIĄ?!

Wygląda na to, że podejmowanie gry z publicznością może być zaledwie zwiastunem konsekwencji, jakie niosą ze sobą nowe sposoby obcowania z serialami. W którymś momencie twórcy mogą uznać, że krytykujący ich fani wykonują za nich sporą część pracy związanej z pisanem scenariuszy kolejnych odcinków... Wchodząc w dialog z odbiorcami, producenci być może nakłonią ich do pomocy, by wspólnie pracować na rzecz podnoszenia poziomu dzieła i zarazem lepszego dopasowania go do gustów widzów. W ten sposób fan stałby się ekspertem – nie tylko kimś kto ogląda serial, ale również jego współtwórcą. Czy tak się stanie, dowiemy się pewnie w najbliższych latach.

JĘDRZEJ DUDKIEWICZ

CYFROWE RADIO, CYFROWA TELEWIZJA (1)

Od wielu już lat w obu tych mediach używa się niemal wyłącznie urządzeń cyfrowych. Analogowymi pozostają mikrofony i układy optyczne obiektywów kamerowych. Rejestracja materiałów pierwotnych, wprowadzanie ich do systemów produkcji i sama produkcja są już w pełni cyfrowe.



Do niedawna analogowym był jeszcze ostatni stopień toru – nadajnik. W starych telewizorach kineskopowych odbierane analogowe sygnały wizji i fonii przekształcane były, też analogowo na obraz i dźwięk. W nowych telewizorach z matrycami obrazowymi analogowy sygnał wizji był tłumaczony na swego rodzaju sygnał cyfrowy umożliwiający, inne niż w kineskopach, sterowanie matryc. W radio było bez zmian – od nadajnika po sam dźwięk z głośnika wszystko było analogowe.

Zamiana tego ostatniego stopnia na cyfrowy wydawała się logiczna. Wydawało się również, że łatwiej pójdzie z cyfryzacją radia niż telewizji.

PIERWSZA BYŁA TELEWIZJA

Zaczęto jednak od telewizji. Mimo obaw, protestów, kwestionowania samej idei, rozważań natury społecznej i ekonomicznej (co będzie z tymi, których nie stać na nowy w pełni cyfrowy telewizor lub nawet na set-top-box sprzęgający odbierany cyfrowy sygnał wizyjny ze starym, analogowym telewizorem) rozpoczęto krok po kroku proces konwersji, gdzie po okresie tzw. simulcastu (jednoczesnej emisji cyfrowej i analogowej) stary analog po prostu wyłączono. Stało się. Bez większych problemów. Mimo głoszonych tu i ówdzie opinii, że telewizja całkowicie cyfrowa jest korzystna wyłącznie dla nadawców, bo pozwala na uruchomienie większej liczby kanałów przy zmniejszonej mocy nadajników, co stanowiło dodatkowy, ekologiczny argument na rzecz „cyfry”.

Przeciętnego telewidza wszystkie te argumenty natury technicznej czy ekonomicznej (często niezbyt zrozumiałe) zupełnie nie interesowały. Przeciętny telewidz dostrzegał po prostu różnicę w jakości obrazów cyfrowego i analogowego. Nawet przy standardowej

rozdzielczości i na ekranie kineskopowym (telewizor analogowy z dekoderm set-top-box) obraz był przyjemniejszy, bo niemal całkowicie wolny od zakłóceń. W przypadku zaś matryc plazmowych czy ciekłokrystalicznych obraz był również bez zniekształceń – okrąg na ekranie wreszcie był okręgiem!

Natomiast prezentowane w salonach sprzedaży RTV telewizory HD budziły pożądanie... Podobnie jak to było przy przechodzeniu z telewizji monochromatycznej do kolorowej – każdy chciał to mieć. Więc kupował, różnica cenowa była wyraźna, ale nie aż tak wielka jak przy pierwszych odbiornikach kolorowych. Pojawiające się rzadko tu i ówdzie wzmianki o dodatkowych możliwościach dostępnych tylko w standardzie cyfrowym (EPG – elektroniczny przewodnik po programach, zamrażanie obrazu i jego powiększanie czy też przyszłościowy obraz trójwymiarowy) tylko zwiększały apetyt.

Zadecydował więc efekt końcowy, bezdyskusyjny, widoczny od pierwszego spojrzenia, zrozumiały dla każdego.

CZY DŹWIĘK MOŻE BYĆ BARDZIEJ „CZYSTY”?

zupełnie inaczej to wygląda w przypadku cyfrowego radia. Tutaj nie możemy powtórzyć sytuacji ogromnej (przejście od radia AM do FM) i wyraźnej (przejście z mono na stereo) zmiany jakości dźwięku. To już za nami. Dużo się dyskutuje o jakości dźwięku radia cyfrowego, bo dopóki ma to być radio – to dźwięk jest tym, co się naprawdę liczy. Wszelkie inne zalety radia cyfrowego (usługi, obrazy, alarmy) są, nie bez powodu, zwane dodatkowymi.

Dźwięk radia cyfrowego niestety nie jest „jakości CD” choć może być bardziej „czysty” – nie powinny

tutaj występować typowe dla emisji analogowej zjawiska szkodliwego nakładania się fal (zwłaszcza w miastach, gdzie w wielu miejscach odbiera się kilka sygnałów pochodzących z odbiń). Jakość CD ma dźwięk zakodowany liniowo (PCM) a nie dźwięk silnie skompresowany (w wersji DAB koderem MPEG1/ warstwa II, w wersji aktualnej DAB+ koderem AAC HE v.2, zwane inaczej MPEG-4). Na wyjściu dowolnego kodera z kompresją stratną (a tylko takie zapewniają wysoki stopień kompresji – eliminują ogromną ilość danych zmniejszając w ten sposób transmitowany strumień) sygnał PO kompresji może (teoretycznie) mieć jakość co najwyżej bliską sygnałowi PRZED kompresją, lepszy nigdy nie będzie. Dla wszystkich koderów (obrazu czy dźwięku) istnieje też coś takiego jak „materiał krytyczny” – taki a nie inny kształt sygnału, który komprimuje się źle, który po prostu ma kiepską jakość. W modulacji FM, technicznie znakomitej (co wynika z wartości parametrów), takie zjawisko nie występuje.

W tym miejscu trzeba uczciwie przyznać, że wieloletnia praktyka silnej kompresji dynamiki, stosowana w niemal wszystkich stacjach FM (za pomocą procesorów emisyjnych) działa w pewnym sensie na korzyść radia cyfrowego – z powodów czysto rynkowych nadawane od lat audycje mają niesamowicie zawężony zakres dynamiki (zamiast możliwych do osiągnięcia 55 – 60 dB, rozpiętość dynamiczna dźwięku spada do 20 dB lub nawet mniej). Ponadto w wielu analogowych stacjach FM korzysta się z materiałów już silnie skompresowanych (o jakości mp3 włącznie).

MOŻE BYĆ 5.1

Kolejnym argumentem, choć niezbyt nachalnie wykorzystywanym a promującym radio cyfrowe jest możliwość transmisji sygnałów w formacie dookólnym (surround). Czyli zamiast mono lub stereo może być 5.1. Jest to argument sporo na wyrost. Format 5.1 to typowy format dla dźwięków towarzyszących obrazom (o czym świadczy niepotrzebny przy nagraniach muzycznych a obecny w 5.1 kanał środkowy zwany też „dialogowym”). Owszem są nagrania wykonane w 5.1, ale na płytach CD są one „down-miksowane” do stereo, bo format CD przewiduje tylko dwa kanały. Patrząc zaś na aktualną ofertę odbiorników DAB, z wyglądu mocno kuchennych, trudno podejrzewać, że w innej nieco wersji będą oferować dźwięk 5.1.

Innym aspektem 5.1 (dotyczy to też w części i konfiguracji stereo) jest niezbyt duża popularność takich rozwiązań pośród przeciętnych użytkowników. Po prostu niewielu słuchaczy jest skłonnych słuchać z należytą uwagą nawet nagrań stereo, ponieważ wiąże się to z przymusem przebywania w dość dokładnie wydzielonym obszarze – obszarze prawidłowego odsłuchu. W formacie 5.1 taki obszar jest określony jeszcze ściślej.

Dlatego więc mamy cyfryzować nadajniki radiowe?

GRZEGORZ MORKOWSKI

REKLAMA



CAMBO

Profesjonalny sprzęt do kamer wideo, statywy, jazdy kamerowe, krany oraz inny sprzęt studyjny.

Oferujemy szeroki zakres specjalistycznego sprzętu do kamer wideo.

Nowoczesne i wygodne mobilne krany oraz statywy niezbędne dla każdego profesjonalnego operatora kamery.

Najwyższej jakości sprzęt oferowany przez producenta z ponad 65-letnim doświadczeniem i praktyką.

- statywy naramienne HD/SLR,
- krany kamerowe,
- statywy,
- wózki,
- jazdy kamerowe,
- elektroniczne i manualne głowice Pan-Tilt.



SMARTFON Z VR



Za pomocą interfejsu HTC Sense 7 użytkownik HTC One M9 może dostosowywać ikony i tło. Najbardziej użyteczne aplikacje Widżet Sense Home wyświetla na głównym ekranie, a wykorzystujący dane geolokalizacyjne HTC BlinkFeed rekomenduje najciekawsze miejsca w pobliżu.

Aparat o rozdzielczość 20 MP nagrywa filmy 4K. Oprogramowanie HTC EYE Experience ułatwia robienie kreatywnych zdjęć (nowe efekty, m.in. kształty, przenikanie, pryzmaty), a aplikacja Zoe automatycznie je edytuje, dodając także wybrany podkład muzyczny. Technologie HTC BoomSound, Dolby Audio i Qualcomm Immersive Audio oraz głośniki Harman/Kardon, z symulacją 5.1-kanalowego dźwięku Dolby Surround, odtwarzają muzykę i filmy z 24-bitowym dźwiękiem HD.

Wodoodporna opaska HTC RE Grip, która ma podstawowe funkcje smartwatcha, z odbiornikiem GPS współpracuje z siecią UA Record – nową aplikacją Under Armour, która rejestruje m.in. bieg, jazdę na rowerze i ćwiczenia na siłowni, a także trasę, odległość, tempo i spalanie kalorii. Dane Wyświetlane na 1,8" ekranie PMOLED są synchronizowane z UA Record. Współpraca z akcesoriami Bluetooth, jak np. monitory rytmu serca, rozszerza ich funkcjonalność, przekazując dodatkowe dane wydajnościowe do platformy Under Armour Connected Fitness. Bateria starcza na 5 godz. intensywnej pracy z włączonym odbiornikiem GPS.

Technologia HTC RE Vive, m.in. dzięki wysokiej jakości grafice (90 kl./sek.) i dźwięku „zanurza” w innych światach. W rozwiązaniu typu Full Room Scale 360 Degree użytkownik – korzystając z pary wszechstronnych, intuicyjnych kontrolerów – może wstać, przemieszczać się czy przyglądać przedmiotom z każdego kąta i wchodzić w interakcje z otoczeniem.

DO DIGITALIZOWANIA RÓŻNYCH DOKUMENTÓW



Skaner fi-6400 firmy Fujitsu wyposażony jest w kompleksowe rozwiązania i oprogramowanie do środowiska produkcyjnego średniej wielkości, umożliwiając wprowadzenie scentralizowanego systemu digitalizacji dokumentów. Większe firmy mogą go wykorzystać do rozproszonego skanowania w oddziałach.

Urządzenie z automatycznym podajnikiem dokumentów o pojemności 500 arkuszy (do A3) jest gotowe do pracy w czasie krótszym niż 15 sek. Rejestruje z prędkością 100 arkuszy/min. (A4, kolor, dwustronnie, 300 dpi). Może digitalizować różne typy dokumentów: od delikatnych paragonów po grube dokumenty (20-209 g/m²) w rozmiarach od A7 do A3.

KOMPAKT DO SŁABYCH OŚWIETLEŃ



Stylus SH-2 firmy Olympus, z 16 MP matrycą backlit CMOS, procesorem obrazu TruePic VII i 3" ekranem LCD (460 000) rejestruje filmy i zdjęcia szybko i łatwo, nawet jeśli jest ciemno. Technologia 5-osiowej stabilizacji optycznej obrazu kompensuje drgania aparatu, co ma znaczenie przy wykonywaniu zbliżeń z 24-krotnym superszerokim zoomem optycznym (48-krotnym w Super Rozdzielczości) lub podczas nagrywania w nocy filmu poklatkowego z ręki. Małe obiekty można powiększać z odległości 40 cm. Nagrywanie filmów ułatwiają zaawansowane funkcje: jakość Full HD 30p/60p, wysoka szybkość 120/240 kl./sek., zdjęcia poklatkowe (także w nocy) – Photo & Movie Capture High-Speed Movie 240 kl./sek.

Wi-Fi i oprogramowanie Ol.Share umożliwiają przesyłanie obrazów do smartfonu, którym można zdalnie sterować SH-2. Nagrania można strumieniowo przysyłać do telewizora Full HD.

ZAKRZYWIONY MONITOR



Realizm obrazu wyświetlanego przez 34" monitor SE790C firmy Samsung podkreślają zakrzywiony (promień krzywizny 3000 mm), ekran 21:9 ULTRA WQHD (3440x1440), współczynnik kontrastu 3000:1, jasność 300 cd/m² oraz dynamiczne podświetlenie i cieniowanie.

Efektywność pracy z monitorem poprawiają funkcje „obraz przy obrazie” (PbP) – dwa monitory w jednym i „obraz w obrazie” (PiP). Monitor ma dwa wbudowane głośniki o mocy 7 W, a tryb gier, dźwięk stereofoniczny wysokiej jakości i szybki czas reakcji (4 ms) uatrakcyjnijają korzystanie z multimedialnej rozrywki.

OBSŁUGIWANY GESTAMI



ASUS ZenBook UX305 z 13,3" ekranem Full HD, energooszczędnym procesorem Intel Core M-5Y10 (8 GB gigabajtów pamięci RAM) i dyskiem SSD 256 GB, jest idealny do multimediów. System Microsoft Windows 8.1 PL (wersja 64-bitowa) ładuje się w kilka sekund, a praca na aplikacjach pakietu Microsoft Office, programach księgowych czy graficznych jest płynna. Ułatwia ją pełnowymiarowa, ergonomiczna klawiatura i zaawansowany touchpad z obsługą gestów, oferowanych przez Windows 8.1.

Zgodna z Intel High Definition Audio karta dźwiękowa oraz technologia SonicMaster Premium i rozwiązanie ICEpower, sprawiają, że z głośników Bang&Olufsen wydobywa się krystaliczny dźwięk, nawet przy wysokim poziomie głośności. Oprogramowanie AudioWizard umożliwia łatwą optymalizację ustawień audio (5 predefiniowanych trybów pracy). Urządzenie ma Bluetooth i Wi-Fi oraz kamerę internetową (1 MP).

Akumulator umożliwia 10 godz. pracy na jednym ładowaniu, a technologia Super Hybrid Engine II tryb czuwania wydłuża nawet do 2 tygodni. Wszystkie otwarte aplikacje i dane na dysku SSD są automatycznie zapisywane, gdy poziom naładowania baterii spadnie poniżej 5%. Trzy porty USB 3.0 zapewniają dwa razy szybsze ładowanie telefonów czy tabletów, również wtedy, gdy ASUS UX305 jest wyłączony. Oprogramowanie USB Charger+ stale monitoruje poziom baterii notebooka, dzięki czemu nie będzie miało miejsca przypadkowe rozładowanie akumulatora podczas zasilania innego gadżetu.

WYOSTRZA RYSY TWARZY



Działający pod kontrolą najnowszego systemu operacyjnego Android 4.4 KitKat i interfejsu Huawei EMUI 3.0, smartfon Huawei G7 obsługuje technologię 4G LTE, która umożliwia pobieranie danych z prędkością do 150 Mbps. Wyposażony jest m.in. w 5,5" ekran HD (1280x720), 2 GB pamięci RAM, 4-rdzeniowy procesor Qualcomm 1,2 GHz oraz kamery o rozdzielczości 5 MP i 13 MP z szerokokątnymi soczewkami 88°, czujnikami światła i filtrami blue-glass pozwalającymi na uchwycenie szczegółowych obrazów w idealnej jakości. Fotografie można edytować, m.in. opcja „beauty mode”, ręczne ustawienie ostrości w przypadku mniej wyraźnych ujęć czy dodatkowe rozjaśnianie zrobionych przy słabym oświetleniu (funkcja niezależnego pomiaru światła i ostrości). Aparat o grubości 7,6 mm i masie ok. 165 g wykrywa i wyostrza rysy twarzy w trybie nagrywania filmu.

Bateria 3000 mAh wystarcza na 10 godz. rozmów i do 600 godz. czuwania. Uruchamiając odpowiedni tryb opracowanej przez Huawei technologii oszczędzania energii (normalny, inteligentny i superoszczędny) aparat możemy używać nawet 24 godz., przy naładowaniu baterii na poziomie 10%.

ZARZĄDZANE PRZEZ SIĘĆ



Projektory ViewSonic LightStream PJD6 wyposażono w funkcję SuperColor, której efektem są nie tylko wyższe poziomy jasności (3200-3800 ANSI lm) i lepiej odwzorowywane rzeczywiste kolory.

Opatentowany przez firmę ViewSonic PortAll port MHL/HDMI pozwala użytkownikom na bezprzewodowe przesyłanie multimediów przy użyciu klucza HDMI, a inteligentna regulacja keystone (w tym narożników) pozwala na montaż projektorów w niemal każdych warunkach. Projektory mają też dyskretny system zarządzania kablami. Technologia SonicExpert zapewnia wzmocniony i pełniejszy zakres dźwięku. Dzięki umieszczeniu zintegrowanego głośnika (10 W/16 W) w specjalnie zaprojektowanej komorze rezonansowej, otrzymujemy najlepszą w swojej klasie jakość i słyszalność dźwięku.

Projektor ma złącza: 2xVGA, 2xHDMI (1xMHL/HDMI), Composite Video i S-Video.

PIERWSZE NA ŚWIECIE PROJEKTORY Z NFC



BenQ MW665+ (WXGA, 1200x800, 3200 ANSI lm) i MX666+ (XGA, 1024x768, 3500 ANSI lm) to pierwsze na świecie projektory z transmisją NFC wykorzystywaną m.in. do tzw.

plątności zbliżeniowych kartami i smartfonami. W połączeniu z aplikacjami BenQ tapNshow i QPresenter Pro (dla iOS i Android) dla Androida i iOS umożliwia sterowanie projektorem z urządzenia mobilnego. Wyświetlają obraz o przekątnej 180 cm (71") z odległości 2 m – także filmy 3D przesyłane kablem HDMI bezpośrednio z odtwarzacza.

Oba obsługują standard MHL, co pozwala na podłączenie do nich kablem smartfonu czy tabletu (z systemem Android) i wyświetlanie z nich np. zdjęć i filmów. A po podłączeniu do sieci LAN (gniazdo RJ45) można zdalnie monitorować i zarządzać ich pracą, np. w całej firmie wykorzystując oprogramowanie Crestron lub PJ-Link LAN Control System.

Rozwiązanie BenQ SmartEco, polegające na analizie wyświetlanego obrazu i bieżącej optymalizacji mocy lampy, tak by uzyskać jak najlepszy obraz przy jak najmniejszym poborze prądu, wydłuża żywotność lampy: do 6 500 godz. w MX666+ i do 10 000 godz. w MW665+. Dodatkowe oszczędności energii dają tryby pracy Eco Blank Mode, No Source Detected Mode i Standby Mode (zużycie energii poniżej 0,5 W).

Regulacja geometrii obrazu w pionie i poziomie (Keystone) oraz indywidualna korekcja położenia każdego narożnika obrazu (Corner Fit) umożliwia uzyskanie prawidłowej geometrii obrazu praktycznie w każdych warunkach.

JERZY BOJANOWICZ



Prezydent

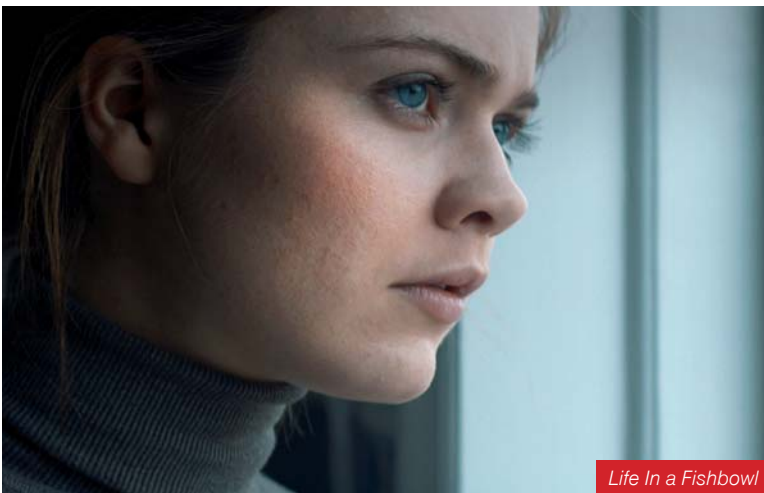
XXII FEBIOFEST PRAGA

ADMIRAŁ, SCHMITKE I INNI

Problem nie jest w tym, że jesteśmy starzy, ale w tym, że już nie jesteśmy młodzi – słowa sędziwego admirała, odbywającego ostatnią w swym długim życiu wędrówkę do miejsc i ludzi ukochanych, można by uznać za dobre motto dla odbiorców dzisiejszego kina, bo choć nieustannie towarzyszy im wsparta wieloletnim doświadczeniem świadomość, że wszystko już na ekranie widzieli, to wciąż nie opuszcza ich nadzieja na nowe/stare przeżycia, może tylko okadzone nienachalną nutą melancholii...

Brazylijski *Farewell* Marcelo Galvao to dowód na to, że nie istnieje podział na kino młodych i starych, czy lepiej dla młodych, czy dla starych. Zawsze tę linię podziału będzie wyznaczać jakość i poziom przekazu. Dziewięćdziesięciodwuletniego bohatera, poznajemy kiedy ku zaskoczeniu rodziny postanawia pewnego słonecznego dnia „pójść w miasto”, a że przygotowania, bo pan jest mocno niedołężny, zajmują mu sporo czasu, co kamera skrupulatnie rejestruje, rośnie obawa, że czeka nas dramat z tragicznym finałem. Ale to złuda, bo były admirał z każdym krokiem – choć to określenie myli, bo porusza się

z pomocą balkoniku – nabiera ochoty na nowe przygody. Najpierw załatwia sprawę z równie jak on sędziwym przyjacielem, z którym poróżnił go kiedyś konflikt towarzysko-zawodowy. Teraz wyciągają ręce na zgodę. W zaprzyjaźnionej kafeterii oddaje stary dług, sprawdza też jak radzi sobie dawna służąca. W drodze do domu wciąż pięknej przyjaciółki wypala z radością skręta z rapującymi chłopakami na skwerku. A w ramionach dawnej miłości chce przeżyć i przeżywa może ostatnie już w życiu uniesienia miłosne. Rano na odchodne zostawia na stoliku klucze i swoje młode zdjęcie w marynarskim mundurze. Piękny, poruszający



Life In a Fishbowl



Manglehorn

film będący pochwałą życia do końca, po kres istnienia i odczuwania, bo miłość jest nieskończona i wieczna, bo może być zawsze szalona, choć ciało stawia opór. Serce nigdy!

To jeden z tych filmów, których liczna (ponad 62 tysiące widzów) publiczność XXII edycji MFF Febiofest w Pradze, nagrodziła gorącymi brawami. Najenergiczniej klaskali seniorzy!

IDZIE MŁODA EUROPA

Wśród blisko 160 filmów z 56 krajów świata, prezentowanych na ekranach kinowego kompleksu na Strachovie, podzielonych na kilkanaście sekcji (m.in. Panorama Kina Światowego, Made in USA, Asian Panorama, Poland 44, Tribute to Kim Novak, John Madeen, Jean-Jacques Annaud, Culinary Cinema) znalazło się nadspodziewanie – tu ukłon w stronę dyrektorów programowych festiwalu Hany Cielovej i Stefana Uhrika – bo wybór szczególnie teraz, kiedy selekcjonerów wszystkich festiwali przytłacza ogrom propozycji, dużo dobrych, interesujących pozycji.

Do konkursowej sekcji, New Europa Competition, programowy duet wybrał, bo takie jest założenie, filmy młodych twórców, już nie debiutantów, ale mających za sobą najtrudniejszy krok w karierze, czyli realizację 2-3 filmu. Co oferuje nowa generacja europejskich filmowców? Odpowiedź jest prosta, bo młodzi za kamerą zachowują postawę dość zachowawczą, ograniczając pole zainteresowań wokół spraw i tematów dobrze już sportretowanych. A więc zapis skomplikowanych relacji międzyludzkich, postępująca samotność w coraz zamożniejszych, ale i coraz bardziej zamkniętych społeczeństwach, problem emigrantów, których kolejne tysiące usiłują dostać się do lepszego, europejskiego świata. A więc tolerancja dla innych, pochwała działań, które pozwalają wyjść poza zabójczy krąg poprawności obyczajowej, politycznej czy mentalnej. A więc rekonstrukcja autentycznych wydarzeń z przeszłości.

Wszystkie te propozycje łączy biegłość warsztatowa autorów, dobre aktorstwo, czytelny przekaz. Ale też posługiwanie się sprawdzonym językiem przekazu, używaniem tych samych środków wyrazu, może nawet niechętny stosunek do odważniejszych poszukiwań.

Nie powinien wobec tego dziwić werdykt licznego (33 osoby) jury, które pod kierunkiem znakomitej aktorki starszego pokolenia, Vlasty Chranostovej, przyznało Grand Prix największego festiwalu filmowego, odbywającego się w stolicy Czech, islandzko-szwedzko-fińsko-czeskiej produkcji *Life In a Fishbowl* Baldvina Zophonissona.

Nie powinien dziwić, bo dobiegający trzydziestki Islandczyk postanowił przełamać tradycyjne myślenie o jego pięknym kraju wyłącznie jako o miejscu, gdzie depresja ma wysokość Himalajów, a gadatliwi inaczej tubylcy to ponure typy. Zophoniasson wraca do kryzysu, który w 2008 roku wstrząsnął najpierw małą Islandią, a potem resztą Europy i świata. Ale też życiem samotnie wychowującej synka Eik, przedszkolanki, która zmuszona sytuacją zaczyna dorabiać jako prostytutka. Jej sytuacji komplikuje znajomość ze zmagającym się z chorobą alkoholową utalentowanym pisarzem. A na losach tej pary zaciąży znajomość z pewnym cynicznym deweloperem. Brzmi to dramatycznie, ale mimo pochmurnej pogody i przygnębiającego otoczenia bohaterowie zachowują nadzwyczajną pogodę ducha wierząc do końca w siłę uczucia, bycia razem i zwycięstwa ducha nad materią.

W tej sekcji także czesko-niemiecki film Stepana Altrichtera *Schmitke*, który mógł być wschodnioeuropejską odpowiedzią na francuski hit *Dalej niż Północ*, gdyby nie wiara młodego autora w siłę stereotypów, jako nośników zabawnych albo refleksyjnych asocjacji. A owa wiara ponosi klęskę, bo wyprawa statecznego niemieckiego inżyniera o tytułowym nazwisku, specjalisty od turbin wiatrowych, w czeskie pogranicze tylko na początku może bawić. Potem bowiem, kiedy pojawia się magia i metafizyka czar pryska.

POLSKA` 1944 I POLSKA` 2015

To jedyny reprezentant gospodarzy w konkursie, a oni sami na pytanie o przyczyny absencji, wznosili oczy ku niebu i wzdychali, by nad Wełtawą zaczęła działać instytucja na podobieństwo naszego PISF-u. Wprawdzie w Czechach funkcjonuje Statni Fond Kinematografie, wspomagający finansowo produkcję bieżącą, ale to aktywność daleko niewystarczająca.


Dancing Arabs

Itsi Bitsi

Przekłada się zaś na wielkość i niewątpliwie także na jakość lokalnej oferty. Czeska publiczność „dzięki temu” wróciła po latach do polskiego kina, które jest na Febiofest od kilku lat bardzo widoczne i oglądane z nieskrywanym podziwem. Aktywność Instytutu Polskiego w Pradze, kierowanego sprawnie i dynamicznie przez Agnieszkę Kwiatkowską, owocuje stałą i obszerną obecnością naszych filmów i twórców. W tym roku w panoramie kina światowego znalazły się aż trzy polskie pozycje – *Bogowie*, *Pod mocnym aniołem* i *Obce ciało*, przyjęte bardzo dobrze i z nieskrywaną zazdrością. O genezie sekcji Poland'44 tak mówiła Agnieszka Kwiatkowska: (...) powstała ona z inicjatywy Instytutu Polskiego w Pradze. Jest to część programu Instytutu realizująca jeden z priorytetów naszej działalności w roku 2015, a mianowicie 70 rocznicę zakończenia II wojny światowej. Pomimo, iż Polska jest jedynym krajem, który cierpienia tego konfliktu znosić musiał od pierwszego do ostatniego dnia, polskie spojrzenie na te wydarzenia jest niezwykle słabo znane, a polskie doświadczenia nie mają adekwatnego miejsca w wyobraźni nie tylko społeczeństw zachodnich, ale także Czechów. A ponieważ ubiegły rok był w polskiej kinematografii wyjątkowo bogaty w nawiązania do tematyki wojennej i że chodziło o dzieła nieprzeciętne – doszliśmy do wniosku, że film będzie skutecznym instrumentem do pokazania naszej historii.

Dodajmy, wszystkie filmy miały znakomitą frekwencję, niektóre poprzedzało krótkie wprowadzenie ekspertów IP, a kończyła ożywiona i wielowątkowa dyskusja. Ciekawie zapowiada się także odbiór i dyskusja wokół *Miasta 44* Jana Komasy, które miało 25 marca swoją oficjalną czeską premierę. Kilka dni wcześniej w Muzeum Narodowym w Pradze pokazano dokumentalne *Powstanie Warszawskie*, a w spotkaniu wziął udział współproducent i współscenarzysta filmu, dyrektor Muzeum PW, Jan Ołdakowski.

Polskie tytuły, nazwiska i wątki pojawiały się na Febiofest nieustannie. Wspaniała *Ida* Pawła Pawlikowskiego powracała w dyskusjach o współczesnym kinie europejskim nieustannie, a jej oscarowy sukces jest chyba nie do przecenienia. Ale też świetne opinie pozostawili tu, pokazywani na wcześniejszych edycjach festiwalu, Smarzowski, Pieprzyca czy Wrona.

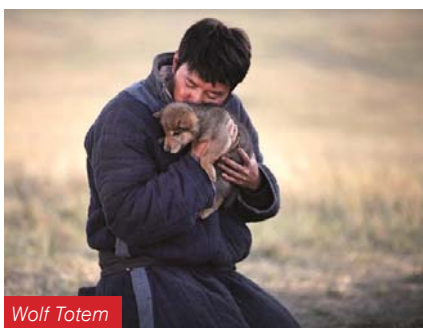
DEBIUT Z HISTORIA W TLE

Debiut niezwykle, bo dający wyobrażenie o skali talentu i wizualnej wrażliwości estońskiego reżysera, Marttiego Helde, który powrócił do wydarzeń sprzed kilkudziesięciu lat. Podczas wojny ponad 40 tysięcy obywateli krajów nadbałtyckich zostało wywiezionych na Sybir. Była wśród nich młoda mężatka, Erna Tamm, która nieświadoma tego, że mąż, oficer armii estońskiej, w miesiąc po ich rozstaniu został skazany przez sowiecki trybunał na śmierć i rozstrzelany. A jego list pełen obaw o własne życie, a napisany dzień przed wyrokiem, odkryto dopiero po 70 latach. Erna zaś przez cały kilkuletni pobyt w tajdze pisze do niego pełne miłości listy, opisując gułagową codzienność, i marząc, że na pewno się jeszcze spotkają w sadzie pełnym kwitnących jabłoni. Helde do tych słów

wymyślił jako ilustrację i „namalował” 13 nieruchomych obrazów, które ożywia ruch kamery Erika Pollumaa. Te celowo pozbawione koloru kadry, odwzorowujące w najdrobniejszym szczególe realia epoki, przywołują bez trudu porównania do malarskich dokonań mistrzów. Kontrast między urodą obrazu a emocjonalną warstwą komentarza tworzy wstrząsające wrażenie. Warto zapamiętać ten film i te nazwiska.

Warto też pamiętać, że nad Wełtawą odbywa się w marcu oryginalnie pomyślana i świetnie zorganizowana impreza filmowa, na której pokazuje się interesujące kino.

JANUSZ KOŁODZIEJ


Wolf Totem

Schmitke



ŚWIĘTA WOJNA
POLSKA 2014
EMISJA: CANAL+ SPORT



Święta wojna

Historia polskiej piłki ręcznej miała się zacząć w Szczypiornie, w obozie jenieckim, gdzie w 1917 roku internowano żołnierzy Legionów Polskich, którzy odmówili złożenia przysięgi wojskowej cesarzowi Niemiec.

Na arenie międzynarodowej nasza piłka ręczna zadebiutowała w 1957 roku. Na Olimpiadzie w Montrealu zdobyliśmy nawet brązowy medal, ale kto o tym jeszcze pamięta, zwłaszcza że w siatkówce zdobyliśmy wtedy złoto, wygrywając z ZSRR. Dopiero ostatnie sukcesy – wicemistrzostwo świata i Puchar Świata w 2007 roku oraz niedawny brązowy medal mistrzostw świata uświadomiły kibicom potencjał szczypiornistów.

Dodajmy od razu – kibicom przeciętnym, bowiem są w Polsce miejsca, gdzie piłka ręczna rozpala emocje do czerwoności. Dziś, na przykład, Szczypiorno jest dzielnicą Kielc i właśnie tam tradycja polskiego handballu podtrzymywana jest najsilniej. W 1965 roku w tamtejszym klubie Iskra (obecnie Vive Tauron) powstała męska sekcja szczypiorniaka, pod koniec lat 70. piłkarze wywalczyli – na krótko – awans do I ligi, ale od 1983 roku są w niej na stałe. Po raz pierwszy sięgnęli po mistrzostwo Polski w 1993 roku i od tego czasu nie zeszli poniżej 3. miejsca (co zresztą uważane jest za porażkę). Kielce mają 11 tytułów mistrza Polski, tyle samo razy wygrywały Puchar Polski. Od 1996 roku występują w rozgrywkach międzynarodowych, w 2013 roku zajęli trzecie miejsce w Lidze Mistrzów. Kielczanie mają dziś w reprezentacji Polski siedmiu zawodników, wśród nich rozgrywającego Karola Bieleckiego, który gra mimo kontuzji oka, i niezwykle skutecznego bramkarza Sławomira Szmala.

Innym miejscem, gdzie piłka ręczna bywa ważniejsza od piłki nożnej, jest Płock. Tamtejsza Wisła (a właściwie Orlen Wisła) ma podobną historię do Iskry. Sekcja piłki ręcznej powstała w połowie lat 60., w latach 70. gościła na krótko w I lidze, by na trwale zdobyć w niej miejsce w 1987 roku. Ma w swoim dorobku 25 medali mistrzostw Polski, w tym 7 złotych, dziesięciokrotnie sięgała po Puchar Polski. Od 1993 roku startuje w rozgrywkach międzynarodowych, jak na razie bez spektakularnych sukcesów. W kadrze narodowej Płock jest reprezentowany przez 6 zawodników.

Te krótkie portrety obu drużyn są – znów dla przeciętnych kibiców – konieczne, by zrozumieć sens filmu *Święta wojna* Krzysztofa Bandycha. Jego bohaterami są obecni i dawni zawodnicy obu drużyn, opowiadający o wzajemnych relacjach – drużyn, sportowców, kibiców. Podobna historia obu klubów i dość wyrównany poziom prowokują do rywalizacji. Na ile naturalnej, na ile zaś sztucznie podsycanej? Jeśli uważnie wstuchać się w wypowiedzi, prawda wyjdzie na jaw. Objawia się także prawdziwe charaktery zarówno zawodników, jak i działaczy. Ale przede wszystkim okaże się, że bez tej świętej wojny, bez umiejętnego budzenia ducha walki (w czym był mistrzem Bogdan Wenta, były trener Vive i kadry), polska piłka ręczna na pewno nie osiągnęłaby poziomu, jaki dziś reprezentuje.

KONRAD J. ZARĘBSKI



Laureaci Złotego Spychacza

7 TIME



Prezes UKE Magdalena Gaj

KLASTRY I FILOZOFIA WSPÓŁDZIELENIA

Niespodziewana awaria w dopływie prądu nieco skomplikowała realizację programu przedpołudniowej części 7 Forum Gospodarczego, którego hasło przewodnie brzmiało: *Cyfrowy rozwój infrastruktury i przemysłu*, a które przygotowała Krajowa Izba Gospodarki Elektroniki i Telekomunikacji. Ale potem wszystko poszło już gładko.

Warto wspomnieć o owej awarii, bo choć coraz częściej poruszamy się cyberprzestrzeni, a każdy z nas ma w kieszeni nową, coraz doskonalszą zabawkę do wszystkiego, wystarczy krótka przerwa w zasilaniu by wrócić „na kolanach” do początku drogi ku lepszej przyszłości.

Gość specjalny Forum, wicepremier Janusz Piechociński powiedział w swoim wystąpieniu m.in.: *Ministerstwa Gospodarki opracowało projekt Programu Rozwoju Przedsiębiorstw do 2020 r., który jest kompleksowym katalogiem instrumentów wsparcia rozwoju innowacyjności i przedsiębiorczości w Polsce. Jego głównym celem jest wzrost produktywności*

w sektorze przedsiębiorstw prowadzący do zwiększenia ich konkurencyjności międzynarodowej.

Szef resortu gospodarki podkreślił również istotną rolę klastrów, które stanowią priorytetową formę współpracy przedsiębiorstw, administracji, instytucji otoczenia biznesu oraz podmiotów naukowych.

– *Celem polityki klastrowej w Polsce jest wzmocnienie innowacyjności i konkurencyjności polskiej gospodarki w oparciu o intensyfikację współpracy, interakcji i przepływów wiedzy w ramach klastrów* – powiedział. – *Polskie klastry działają zarówno w branżach tradycyjnych, jak i w sektorach innowacyjnych np. ICT.*



Paneliści



...i słuchacze

Prezes UKE, Magdalena Gaj odniosła się do Dyrektywy UE z 15 maja 2014 r. w sprawie środków mających na celu zmniejszenie kosztów realizacji szybkich sieci łączności elektronicznej, tzw. Dyrektywy kosztowej. Zaznaczyła, że dokument wyraźnie promuje „filozofię współdzielenia”, a więc współkorzystanie z już istniejących sieci telekomunikacyjnych oraz innego rodzaju infrastruktury – energetycznej, wodnokanalizacyjnej, drogowej, kolejowej czy lotniskowej na zasadzie „każdy zyskuje”.

– Obecnie wiele podmiotów broni się przed udostępnianiem swojej infrastruktury obawiając się wspierania konkurencji, czy też aby uniknąć ewentualnych problemów technicznych lub organizacyjnych. Ale, jak powiedział Eisenhower: Ani człowiek mądry, ani człowiek odważny nie kładzie się na szynach historii, żeby czekać, aż go przejedzie pociąg przyszłości – mówiła. Przypomniała również, że proces inwentaryzacji infrastruktury i usług dostępu do internetu szerokopasmowego jest od kilku lat prowadzony przez UKE w ramach Systemu Informacyjnego o Infrastrukturze Szerokopasmowej (SIIS), choć wymaga: (...) w pierwszej kolejności rozszerzenie listy podmiotów zobowiązanych do zapewnienia dostępu do swojej infrastruktury technicznej na innych właścicieli infrastruktury pasywnej związanej m.in. z liniami kolejowymi, energetyką, czy nawet lotniskami – oraz – wprowadzenia ujednoliconych zasad współkorzystania z infrastruktury technicznej.

Uczestnicy panelu *Integracja cyfrowa inwestycji w infrastrukturę techniczną* nie pozostawiali złudzeń, że mimo uchwalenia mega ustawy są w Polsce lokalni urzędnicy, którzy albo sabotują jej przepisy, narażając skarb państwa na odszkodowania po długich procesach, albo tworzą plany nieadekwatne do potrzeb czy możliwości, uwzględniające tak naprawdę głównie wielkość otrzymywanych środków unijnych.

Dużo lepsze nastroje pozostawiła po sobie dyskusja o *Wspólnym rynku telekomunikacyjnym i cyfrowym*, do której świetne wprowadzenie wygłosił Marcin Ratkiewicz z Orange Labs.

Na zakończenie 7 Forum Gospodarczego TIME w trakcie Wielkiej Gali nagrodę Złotego Spychacza za wdrożenie do programów operacyjnych celów Strategii Innowacyjności i Efektywności Gospodarki otrzymał Janusz Piechociński. (*Janko*)



Premier Janusz Piechociński



JONATHAN PHANG PONOWNIE W POLSCE

Kolej dla smakosza z Jonathanem Phangiem (premiera 11 kwietnia) to pomysł Travel Channel na połączenie programu podróżniczego z kulinarnym. Smak tej miksturze nadaje Jonathan Phang, w przeszłości agent modelek - m.in. Jerry Hall i Naomi Campbell, a także juror brytyjskiej edycji programu *Top Model*.

Phang podróżuje luksusowymi pociągami jak Orient Express, Belmont Royal Scotland, czy The Canadian, pokazując ekskluzywne potrawy serwowane ich pasażerom. Organizuje także wyprawy podczas postojów, które stają się pretekstem do prezentacji lokalnej kuchni. To łowi ryby w jeziorze ze starym Szkotem (niestety nic nie złowili), to wsiada na motor by zapuścić się w kanadyjską prerię. W każdym odcinku poznaje specjalności danego regionu oraz lokalne zwyczaje. Wszystko to z domieszką specyficznego brytyjskiego humoru.

W drugim sezonie kulinarnych podróży po świecie (6 odcinków), Jonathan Phang odwiedza Szkocję, Kanadę, Australię i Peru. W każdym odcinku widzowie będą mieli okazję poznać specjały lokalnych kuchni, ale także wraz z Jonathanem Phangiem zanurzyć się w miejscowych zwyczajach. Prowadzący odwiedza dzikie, porośnięte bujną roślinnością górskie obszary Szkocji, podróżując na pokładzie słynnego Belmont Royal Scotland. W Kanadzie podziwia Góry Skaliste, a w Australii ma okazję podróżować luksusowym hydropłanem na Palm Beach.

Nie zabraknie też niespodzianek dla fanów bardziej ekscentrycznych kierunków – Jonathan znajdzie się na pokładzie zabytkowego, ręcznie skonstruowanego pociągu w drodze do Kurandy w lesie deszczowym. Mieilibyście odwagę spróbować curry z krokodyla? Jonathan zawsze jest otwarty na nowe doznania kulinarne! Nie inaczej będzie w trakcie jego podróży do Peru.

A w ramach promocji odwiedził po raz kolejny Polskę, zapraszając tym razem uczestników konferencji prasowej m.in. do wspólnego degustowania przysmaków kuchni szkockiej. ▣



Grzegorz Woźniak



Mariusz Max Kolonko



Zygmunt Broniarek



Podróżować TO ŻYĆ

W środowisku dziennikarskim zawsze było to zajęcie cenione i godne zazdrości. Ciekawa praca za prawdziwe pieniądze.

W czasach słusznie minionych nominacje nawet na skromne placówki w Sofii czy Bukareszcie, gdzie przez całe dziesięciolecie nic ekscytującego się nie działo, bywały wśród dziennikarzy obiektem pożądania.

PRAWDY – NIEPRAWDY

W opinii publicznej korespondent zagraniczny prasy, radia i telewizji czy agencji prasowej (często te obowiązki wykonywała jedna osoba) funkcjonował jako ktoś, kto ma klawe życie. Podróże, znajomości, rozpoznawalność głównie dzięki telewizji, satysfakcjonująca praca i w ogóle życie pełne przygód i barw... No i podróże. A według Hansa Christiana Andersena, który – ciekawy świata – w pierwszej połowie XIX wieku przemierzył prawie całą Europę, podróżować to żyć.

W dodatku taki korespondent jawił się jako osoba nieszczególnie zapracowana. Ot, wstawał rano, ale nie nazbyt wcześnie i po porannej kawie lub śniadaniu schodził do najbliższego kiosku. Wracał do domu (hotelu) z pakietem gazet i na tej podstawie kleił jakiś materiał, który następnie przekazywał do centrali. Pełnił więc rolę jakby stojaka pod mikrofon. Bywało i tak, przecież nie była to praktyka powszechna.

Z czasem zmieniły się poglądy na pracę korespondenta zagranicznego. Zwłaszcza wtedy, gdy okazało się, że jest to zawód podwyższonego ryzyka, co stało się aż nazbyt widoczne po śmierci w Iraku w 2004 roku Waldemara Milewicza. Strata tym większa, że Milewicz, wielokrotnie nagradzany za swoje korespondencje, w cyklu reportaży *Dziwny jest ten świat* próbował oswajać, przybliżać i tłumaczyć widzom TVP zawirowania skomplikowanej rzeczywistości i to nie tylko Iraku. Robił to profesjonalnie, z autentycznym zaangażowaniem i pasją.

DOROBK DAWNYCH LAT

Niedawna wiadomość o śmierci Bogdana Kołodziej-skiego, wieloletniego cenionego korespondenta Polskiego Radia i Telewizji w Kopenhadze, jest okazją do przypomnienia kilku nazwisk, które dobrze zapisały się w historii tego zawodu. Nasza telewizja na przestrzeni lat dorobiła się znacznego zastępu korespondentów: pracowitych, utalentowanych i rzetelnych. Wielu z nich odeszło już do krainy cieni. Warto o nich pamiętać niezależnie od afiliacji politycznych epoki zgrzebnego socjalizmu, tym bardziej, że dziś jest to specjalność raczej zanikająca.

Na przykład Henryk Kollat. Pochodził z rodziny od pokoleń zasiedziałej w Poznańskim. W Poznaniu zaczynał pracę zawodową i może z tego powodu wyjątkowo dobrze rozumiał problemy niemieckie. Zawsze pisał i mówił o nich z podziwu godną wnikliwością, bez zaciętrzewienia i na własny rachunek. Neutralnie i profesjonalnie. Był korespondentem w Bonn w latach 70. Oprócz codziennej pracy sprawozdawczej przygotował też dwa cykle – można chyba powiedzieć – fundamentalne dla rozumienia przemian dokonujących się w niemieckiej mentalności i demokratycznych obyczajach: *NRF w godzinie wyborów* i *NRF w godzinie ratyfikacji*.

W Paryżu w latach 60., a później w Waszyngtonie pracował Jan Zakrzewski. Miał za sobą piękną kartę wojenną. Żołnierz kampanii wrześniowej, oficer Polskich Sił Zbrojnych na Zachodzie (walczył m.in. na froncie norweskim), odznaczony Krzyżem Walecznych, przed objęciem placówki był już znanym dziennikarzem, tłumaczem prozy Hemingwaya, Steinbecka, Caldwell. Jest autorem 10 książek, m.in. *Francuzi i Francuzki*, *Ameryka z pasją*, *Zapiski korespondenta zagranicznego*. W Paryżu towarzyszyła



Bogusław Wołoszański



Marek Sieczkowski (z Edytą Piechą)

mu żona, ceniona aktorka Ewa Krasnodębska i to ona niekiedy relacjonowała na antenie TVP wydarzenia kulturalne.

Zdzisław Morawski najpierw był korespondentem Polskiej Agencji Prasowej oraz *Życia Warszawy* w Algierii, a potem dwukrotnie przy Watykanie, co obejmowało szeroko rozumianą problematykę włoską prezentowaną też na antenie TVP. Człowiek wielkiej kultury, wyważony w sądach, skupiał się w swych przekazach na sprawach naprawdę ważnych. Z racji związków rodzinnych (Lubomirscy, Branicy) miał ułatwiony dostęp do wielu osobistości włoskiego życia politycznego. Wydał m.in. cykle reporterskie *Watykan z daleka i bliska* i *Watykan bez tajemnic* oraz opowieść wspomnieniową *Gdzie ten dom, gdzie ten świat*. A jego domem i światem był kiedyś XVIII-wieczny pałac w Małej Wsi pod Grójcem, jedna z najpiękniejszych rezydencji Mazowsza.

Bogusław Wołoszański pracował w Londynie w latach 80. i nawiązał tam wiele znajomości w różnych środowiskach. Okazały się wyjątkowo pożyteczne w czasie realizacji *Sensacji XX wieku*. Dzięki nim Wołoszański ze swoją ekipą docierali z kamerą do miejsc w Wielkiej Brytanii niedostępnych dla reporterów.

Zygmunt Broniarek, dwukrotnie akredytowany przy Białym Domu w Waszyngtonie jako korespondent *Trybuny Ludu*, przygotowywał swoje relacje także dla Telewizji Polskiej. Potem w latach 80. był korespondentem telewizji w Sztokholmie. Informował o sprawach naprawdę ważnych w sposób dynamiczny i pełen wigoru, był ruchliwy i sprawny, swobodnie posługiwał się ośmioma językami. Nie zaniedbał żadnej okazji spotkania z osobistościami, które wiele znaczyły

w ówczesnych Stanach. Stres, pośpiech, totalny charakter pracy nigdy nie były dla niego przeszkodą.

Jakie jeszcze nazwiska podsuwa pamięć? Może Andrzeja Nowalińskiego w USA, Jerzego Tepli w Bonn, Andrzeja Bilika w Brukseli i Paryżu... Może Krzysztofa Wojny w Brukseli w latach 90., a później Barbary Włodarczyk w Moskwie.

W Stanach telewizja miała na ogół korespondentów sprawnych i pracowitych, dla których nominacja na placówkę nie była jednak, jak dawniej, ukoronowaniem dziennikarskiej profesji, lecz raczej startem do zawodu. Najbardziej wyrazisty okazał się Mariusz Max Kolonko, dla którego praca korespondenta stanowiła – i to było widać – po prostu ogromną frajdę. Kolonko w swoim sposobie relacjonowania i widzenia świata, doborze tematów i ogromnej ruchliwości wzorował się na dziennikarzach amerykańskich. Był bardzo wyrazisty i zapewne dlatego pozostał w pamięci.

ZAWÓD ZANIKAJĄCY?

Dawna gęsta sieć korespondentów zagranicznych telewizji (swego czasu TVP miała nawet korespondenta w Nairobi, był nim gdański dziennikarz Bohdan Sienkiewicz) ogranicza się obecnie do kilku osób w najważniejszych stolicach, głównie europejskich. Zatem jest to specjalność zanikająca. Może wkrótce w ogóle jej nie będzie, a zastąpią ją tzw. specjaliści wysłannicy okazjonalnie obsługujący konkretne wydarzenia.

W dobie mediów elektronicznych, zwłaszcza internetu, cena pozyskania informacji zagranicznej jest niewysoka i na pewno bardziej opłaca się korzystanie z tzw. gotowców niż utrzymywanie sieci korespondentów z przyległościami (ekipy z operatorami itd.). Rachunek ekonomiczny – aż nadto oczywisty.

W dzisiejszym globalnym świecie informacja jest wszechobecna, dostępna szybko i wszędzie, a jej pozyskanie nie wymaga zachodu. A że telewizja, zwłaszcza TVP, nie sili się na oryginalność przekazu, na osobisty stosunek do prezentowanej problematyki, na własną interpretację wydarzeń? Trudno. To są właśnie koszty globalizacji. A jednak trochę szkoda.

BARBARA KAŻMIERCZAK



Barbara Włodarczyk (po lewej)



Jerzy Tepla



WIELKI SHOW

Przyznam, że Oscar Show to dla mnie od wielu lat wielka przyjemność telewidza i kinomana w jednej osobie. Obowiązkowe narzekania malkontentów, że jak zwykle było nudno, monotonna i za długo, są czymś, co traktuję z należytą wyrozumiałością, lecz bez przekonania.

Widowisku Oscarowym ogromną rolę odgrywa inwencja reżysera i realizatorów, którzy każdego roku muszą stawić czoła nie lada wyzwaniu. Powód jest jeden: „wszystko” już było. Kłopot i ból coroczny głowy bierze się ze stałych fragmentów gry, do których należą: parada na czerwonym dywanie, wywiady z gwiazdami, pozowanie fotoreporterom, naszpikowane sławami kina i przemysłu filmowego kilkudziesięczne audytorium, obecność prezenterów (klasą dla siebie był wśród nich przez lata Billy Crystal), długa lista ponad dwudziestu oscarowych kategorii, odczytywanie kolejnych werdyktów, wybuchy radości nagrodzonych, gratulacje na widowni, wyjścia na scenę, okolicznościowe mowy podziękowania laureatów w ściśle odmierzonej chwili.

Rzeczywiście, nie ma tu zbyt wiele okazji do zaskakiwania czykolwiek widzów. Ale w przypadku Oscarów nie o to przecież chodzi. Z mojej perspektywy wygląda to inaczej: lubię i cenię niewyczerpaną pomysłowość, z jaką aranżuje się ten spektakl, podsycając przez kilka godzin zainteresowanie i dawując napięcie towarzyszące każdemu z werdyktów.

W tym roku mieliśmy rekordową – jak na średniej wielkości kinematografię – liczbę aż czterech szans oscarowych. Spełniła się na scenie Dolby Theatre w Hollywood jedna z nich: dla *Idy* jako najlepszego filmu nieanglojęzycznego i trudno tego wydarzenia nie uznać za sukces, skoro po raz pierwszy w dziejach Oscarów nasz film wygrał w tej – dawniej raczej marginalnej, a obecnie bardzo prestiżowej – kategorii. Twórca *Idy* reżyser Paweł Pawlikowski ze statuetką w dłoni wygłosił – życzliwie przyjęty i skomentowany przez media – „acceptance speech”, umiejętnie wylamując się z przydzielonych mu ram czasowych.

Niegdyś przebieg wręczania statuetek Akademii Filmowej transmitowało radio. Na telewizję przyszedł czas kilka lat po wojnie. Historia telewizyjnego Oscar Show datuje się od marca 1953. Wtedy po raz pierwszy Amerykanie dzięki stacji NBC oglądali ceremonię nadawaną z Los Angeles i Nowego Jorku. W połowie lat siedemdziesiątych inicjatywę przejęła ABC, by nie oddać jej praktycznie do dzisiaj. Od tamtego momentu oscarowe widowisko plasuje się niezmiennie w czołówce najbardziej licznie oglądanych programów telewizyjnych. Stało się ono wielkim biznesem – o możliwość bezpośredniej relacji z uroczystością zawzięcie rywalizowały niegdyś wszystkie największe amerykańskie stacje telewizyjne. Nic dziwnego, bogaci reklamodawcy i potężne koncerny dobrze wiedzą, że kosztująca miliony dolarów minuta na ekranie zwróci im się z nawiązką.

Wszystko, co ma się wydarzyć, każdą chwilę transmisji, planuje się miesiącami. Nie tylko data ceremonii jest od dawna znana. Wydaje się, że tego wieczoru nic nie może ulec zmianie, choć raz jeden w roku 1981 uroczystość została przesunięta o jeden dzień na wiadomość o zamachu na prezydenta Reagana. Wspomniana ABC ma zapewniony kontrakt do roku 2020. Dzięki umowie z hollywoodzką Akademią Filmową jako jedyna dysponuje też przywilejem emisji na żywo między godziną 19.30 a 20.30.

Dzisiaj telewizyjne transmisje z Oscarów idą na niemal cały świat. Ogląda je gigantyczna widownia. Od roku 1990 możliwe stało się włączanie do ceremonii relacji na żywo z innych krajów. Do historii Oscar Shows przeszło wtedy odśpiewanie przez kilkudziesięcną publiczność w Los Angeles *Happy Birthday!* dla przebywającego w Tokio Akiry Kurosawy. Dla takich niezapomnianych momentów warto zarywać zimową noc przed ekranem.

MARK HENDRYKOWSKI

WIDZIAŁEM ORŁA CIEŃ

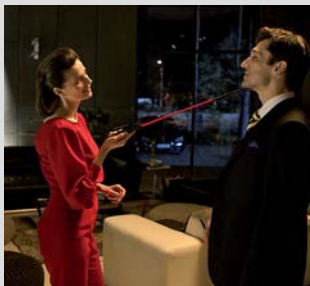
Tegoroczną ceremonię rozdania Polskich Nagród Filmowych zdominowali *Bogowie* Łukasza Palkowskiego, zdobywając aż siedem statuetek Orłów.

Sześć w wyniku wyboru członków Akademii – za najlepszy film, reżyserię, scenariusz (Krzysztof Rak), główną rolę męską (Tomasz Kot), drugoplanową rolę męską (Piotr Głowacki), zdjęcia (Piotr Sobociński jr) oraz siódmą za sprawą widzów, czyli wygrywając plebiscyt publiczności. W kategoriach „kobiecych” triumfowały inne filmy, co oczywiste, wszak *Bogowie* to nie *Boginie*.

W tegorocznym werdykcie Polskiej Akademii Filmowej żadnego zaskoczenia nie było. Kilka miesięcy wcześniej – podczas edycji ostatniego gdyńskiego festiwalu – film Palkowskiego też wziął prawie wszystko: zdominował werdykt jury, został najwyższej oceniony przez media (nagroda dziennikarzy), dyrektorów zagranicznych festiwalu (nagroda specjalna) oraz festiwalową publiczność (Złoty Klakier). Podobnie w innych „orlich” kategoriach – przewidywania sprawdziły się, niespodzianek nie było, faworyci zwyciężyli, bukmacherzy nie zarobili. Poza jedną!

Orłem dla najlepszego filmowego kompozytora uhonorowano Czesława Niemena za muzykę do dokumentu – notabene znakomitego – *Sen o Warszawie*, zrealizowanego w dziesiątą rocznicę śmierci artysty przez Krzysztofa Magowskiego. Tylko że tak naprawdę Niemen do tego filmu specjalnej muzyki nie napisał, a wypełniając go piosenki jego autorstwa, z tytułowym songiem na czele.

W ogóle kategoria „najlepsza muzyka” w tegorocznej edycji Orłów wypełniona była dość „egzotycznymi” nominacjami – poza zwycięzcą nominacje otrzymali: Witold Lutosławski za muzykę do świetnego dokumentu Nataszy Ziółkowskiej-Kurczuk *Granatowy zeszły*, poświęconej wybitnemu kompozytorowi (a więc



podobny przypadek, z przyczyn oczywistych wykorzystano w filmie istniejącą muzykę, a nie specjalnie do niego napisaną), Wojciech Kilar za muzykę do *Obcego ciała* Krzysztofa Zanussiego, w którym reżyser wykorzystał za zgodą kompozytora, udzieloną tuż przed jego śmiercią, jego utwory pochodzące z ich wcześniejszych filmów (m.in. *Gdziekolwiek jesteś, jeśliś jest...*, *Kontrakt*, *Spirala*), oraz Jan Duszyński, autor muzyki wypełniającej *Jacka Stronga* Władysława Pasikowskiego. Jak widać, w zgodzie ze zdrowym rozsądkiem tylko ta ostatnia nominacja miała sens. Pozostałe jedynie nie naruszały regulaminu.

Przypomina się sytuacja sprzed dwóch dekad, gdy podczas jednego z festiwali filmów reklamowych nominacje za najlepszą muzykę w polskich klipach reklamowych uzyskali: Jan Sebastian Bach, Fryderyk Chopin (trzy nominacje) oraz dość popularny – i modny w tamtych czasach – kompozytor muzyki rozrywkowej. Na szczęście wygrał artysta żyjący, choć pod względem wartości artystycznych (nie reklamowych) jego kompozycja była zdecydowanie najslabsza.

Pośród artystów polskiego kina nominowanych w tegorocznej edycji Orłów w kategorii „najlepsze zdjęcia” obok Marcina Prokopa (*Miasto 44*) i Piotra Sobocińskiego jr (*Bogowie*) znalazło się... kilkunastu powstańczych operatorów, których zdjęcia wykorzystano w niekonwencjonalnym fabularyzowanym dokumencie wymyślonym przez Jana Komasa – *Powstanie Warszawskie*. Wydaje się, że uho-

norowanie powstańczych operatorów specjalną nagrodą czy – po prostu – dobrym słowem byłoby w tym wypadku bardziej na miejscu.

JERZY ARMATA



Gra o tron (SEZON V)

Piąty już sezon nagrodzonego Emmy i Złotymi Globami serialu HBO *Gra o tron* pojawi się 13 kwietnia – po raz pierwszy w historii jednocześnie w Stanach Zjednoczonych i w Polsce.

Polscy widzowie będą mogli obejrzeć pierwszy odcinek piątego sezonu *Gry o tron* w nocy z 12 na 13 kwietnia o godz. 3.00 nad ranem w HBO i HBO GO. Pierwszy odcinek będzie również wyemitowany w poniedziałek, 13 kwietnia o godz. 22.00 w HBO. Dodatkowo ten odcinek będzie odkodowany w serwisie HBO GO.

Serial *Gra o tron* jest adaptacją sagi fantasy George'a R.R. Martina *Pieśń Lodu i Ognia*, w której polityka i seks przeplatają się w prowadzonej przez siedem rodów walce o kontrolę nad królestwami Westeros. W piątym sezonie Jon Snow stara się pogodzić obowiązki w Straży Nocnej ze służbą na rzecz niedawno przybyłego na dwór Stannisa Baratheona, który tytułuje się prawowitym królem Westeros. W tym samym czasie Cersei za wszelką cenę chce utrzymać władzę w Królewskiej Przystani, gdzie zagrożeniem dla niej są Tyrellowie i religijna sekta, której przewodzi tajemniczy Wielki Wróbel. Jaime wyrusza na sekretną misję. Natomiast na drugim krańcu Wąskiego Morza Arya

szuka starego przyjaciela, a zbiegły Tyrion znajduje w swoim życiu nowy cel. W Meereen robi się coraz bardziej niebezpiecznie. Daenerys przekonuje się, że obrona miasta będzie wymagać od niej wielkiego poświęcenia.

Piąty sezon *Gry o tron* składa się z dziesięciu odcinków. W rolach głównych występują: Peter Dinklage (Tyrion Lannister), Nikolaj Coster-Waldau (Jaime Lannister), Lena Headey (Cersei Lannister), Emilia Clarke (Daenerys Targaryen), Aidan Gillen (Petyr "Littlefinger" Baelish), Kit Harington (Jon Snow), Diana Rigg (Lady Olenna Tyrell), Natalie Dormer (Margaery Tyrell), Maisie Williams (Arya Stark) oraz Sophie Turner (Sansa Stark). W piątym sezonie do ekipy serialu dołączyli: Jonathan Pryce (Wielki Wróbel), Alexander Siddig (Doran Martell), DeObia Operei (Areo Hotah), Keisha Castle-Hughes (Obara Sand), Rosabell Laurenti Sellers (Tyene Sand), Jessica Henwick (Nym Sand), Nell Tiger Free (Myrcella Baratheon) oraz Toby Sebastian (Trystane Martell). (jot)



POLSKIE PRZYSMAKI

Ewy Wachowicz

W poniedziałek, 20 kwietnia jedna z ulubionych kucharek Polaków – Ewa Wachowicz – zaprasza widzów do poznania kulinarnych tradycji jej rodzinnego kraju.

Ewa ujawnia sekrety tradycyjnych polskich przepisów w nowoczesnym, autorskim wydaniu. Wśród prezentowanych specjalów znajdują się m.in. pierogi z serem z mąką gryczaną i miętą, hamburgery i pikantny piernik. Zdaniem autorów programu naprawdę warto dołączyć do Ewy w kuchni Food Network, by poznać najbardziej wykwintne polskie potrawy.

A na dobry początek przepis bohaterki cyklu na LENIWE z masłem szałwiowym.

Składniki:

- 50 dag twarogu tłustego lub półtłustego
- 15 dag mąki pszennej plus do podsypywania
- 3 jajka
- duża szczypta soli
- 2-3 łyżki masła
- 2 łyżki bułki tartej
- cukier brązowy

masło szałwiowe:

- 2 łyżki masła
- 2-3 listki szałwii

Na zbrązowione masło wrzucam listki szałwii. Zestawiam z ognia i zostawiam na boku, by masło nabrało ziołowego aromatu. Twaróg rozgniatam widelcem w misce (można przecisnąć przez praskę do ziemniaków lub zmielić, ja lubię jednak, gdy w serze zostają małe grudki). Żółtka oddzielam od białek, dodaję do sera, mieszam dokładnie (cały czas widelcem). Białka ubijam z dużą szczyptą soli na niezbyt sztywną pianę i mieszam z masą serową. Następnie dodaję mąkę i krótko wyrabiam – do powstania jednolitego ciasta (tym razem drewnianą łyżką). Uwaga – ciasto będzie się kleić, lecz postarajcie się nie dodawać więcej mąki. Na stolnicę, albo dużą deskę do krojenia, sypię dość dużo mąki i łyżką nakładam trochę masy serowej (tak mniej więcej 2 łyżki), po czym umoczonymi rękoma formuję wałek o średnicy 2-3 cm (cały czas podsypuję mąką, by mi się wałek nie przykleił do deski). Tępa końcówką noża robię kratkę na górze wałka, dzięki czemu wałek się spłaszcza. Kroję na 2-centymetrowe romby i wrzucam na osolony wrzątek (wody powinno być dużo i lepiej gotować partiami, by leniwe się nie posklejały). Gdy wypłyną, gotuję jeszcze



przez minutę, następnie wyciągam łyżką cedzakową do zimnej wody i natychmiast odcedzam. Na masło złocę bułkę tartą i dodaję do leniwych. Na końcu polewam masłem szałwiowym i posypuję brązowym cukrem. (mako)

KALENDARIUM

7-19.04	TORONTO, TIFF KIDS – Int. Film Festival For Children
11-12.04	CANNES, MIPDOC, MIPFORMAT
13-16.04	CANNES, MIPTV
15-26.04	NOWY JORK, TRIBECA Film Festival
17-25.04	NYON, 46 Vision du Reel – Int. Documentary Film Festival
18-25.04	TARNÓW, 29 Tarnowska Nagroda Filmowa

OFF KAMERA PRO INDUSTRY



Polsko szwedzka koprodukcja *Po śmierci* i hit frekwencyjny *Bogowie* – case study tych dwóch projektów to kolejny punkt w programie OFF CAMERA Pro Industry. Od 4 do 6 maja 2015 Festiwal już po raz trzeci zaprasza na spotkania i warsztaty przygotowane przez profesjonalistów z myślą o branży.

Koprodukcja – wzloty i upadki to pierwszy z poruszanych tematów. Już 5 maja eksperci omówią go, analizując przykład pełnometrażowego debiutu Magnusa von Horna *Po śmierci* (zdjęcia: Łukasz Żal, montaż: Agnieszka Glińska). To polsko-szwedzki projekt realizowany w koprodukcji z Francją. Kraków odwiedzi reżyser filmu i Mariusz Włodarski z łódzkiej firmy Lava Films.

Scenariusz, scenarzysta i producent to ścieżka, która podczas 3. OFF CAMERA Pro Industry zostanie omówiona na przykładzie filmu *Bogowie*. Gośćmi cyklu będą Krzysztof Rak – scenarzysta filmu i Piotr Woźniak – Starak, producent.

Część programu Off Camera Pro Industry to również 1:1 – specyficzny „market” polskich projektów, które poddawane są ocenie zagranicznych ekspertów. Udział w warsztatach to szansa na znalezienie wsparcia w postaci finansowania, promocji i dystrybucji na zachodnich rynkach. ▣

HALLE BERRY W SERIALU EXTANT



Extant to kolejny projekt telewizyjny sygnowany nazwiskiem Stevena Spielberga. W roli głównej wystąpiła Halle Berry, grając astronautkę Molly Woods, powracającą z samotnej misji w kosmosie. Szybko wychodzą na jaw fakty, które komplikują jej relacje z rodziną – mężem Johnem oraz synem Ethanem. Pikanterii dodaje fakt, że Ethan jest stworzonym przez Johna prototypem androida. Trudna do wyjaśnienia tajemnica sprawia, że Molly staje w centrum wydarzeń, które zmieniają historię świata.

Męża Molly gra Goran Visnjic, kojarzony z serialu *Ostry dyżur*. Androida Ethana, którego wychowują Woodsowie gra Pierce Gagnon. Urodzony w 2005 roku aktor ma już na koncie nominowaną do Young Artists Award rolę w filmie *Looper: Pętla czasu*. Ważną rolę w serialu gra Hiroyuki Sanada, który jako tajemniczy przedsiębiorca Hideki Yasumoto finansuje badania Johna, ale jednocześnie jest podejrzany o zainteresowanie potomkiem Molly. Artysta jest znany m.in. z 47 *Roninów*, *Wolverine* czy *Ostatni samuraj*. ▣

AWANSE/ TRANSFERY/ ODEJŚCIA

► Urszula Marzec objęła stanowisko dyrektora do spraw marketingu & PR w firmie SES Astra w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Posiada 10-letnie doświadczenie w dziedzinie zarządzania marką, marketingu i PR, które ma zostać wykorzystane w celu dalszego wzmacniania pozycji SES w regionie. Ponadto będzie ona także wspierać zwiększanie zasięgu technicznego satelitów ASTRA. Poprzednio Ula Marzec pracowała w MTG World oraz dla CANAL+ Cyfrowy.



► Do zespołu marketingu Astra CEE dołączyła także Małgorzata Ślusarczyk. Będzie ona odpowiedzialna za marketing B2B, PR i działania z klientami na rynku czeskim i słowackim. Od 2000 roku Ślusarczyk pracowała w branży mediowej obejmując kolejne stanowiska w: Chello Media, Discovery Communications i Orange.

► Katarzyna Szeja dołączyła do zespołu FOX International Channels i objęła nowo utworzone stanowisko Ad Sales Managera Central Europe. Wzmocnienie zespołu związane jest z dynamicznym rozwojem firmy oraz dążeniem do oferowania jeszcze wyższej jakości świadczonych usług również w zakresie sprzedaży czasu reklamowego oraz projektów specjalnych w regionie Europy Środkowej.



► Wojciech Kowalczyk objął stanowisko Head of Advertising Sales and Marketing Poland w Modern Times Group (MTG) – międzynarodowej grupie mediowej. W Polsce dostępnych jest 5 kanałów należących do MTG: Polsat Viasat History, Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature oraz Viasat History HD i Viasat Nature HD. ▣



CABLE CONGRES 2016 W POLSCE

W dniach 11-13 marca br. w Brukseli odbył się Cable Congress 2015. Podczas Walnego Zgromadzenia Członków Cable Europe podjęto decyzję, iż przyszłoroczny Cable Congress odbędzie się w Polsce. Pod uwagę brane są dwa miasta – Warszawa i Kraków. Przedstawiciele Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej, biorący udział w Walnym Zgromadzeniu Członków Cable Europe – Prezes Jerzy Straszewski oraz Wiceprezes Patrycja Gołos, zaprosili do Polski przedstawicieli Zarządu Cable Europe oraz stałego organizatora Kongresu, firmę INFORMA.

Wizyta ma na celu zapoznanie gości z warunkami organizacyjnymi w wybranych wstępnie obiektach Warszawy i Krakowa. Po tej wizycie ostatecznie podjęta zostanie decyzja o miejscu spotkania europejskich operatorów kablowych w roku 2016. ▣

WSZYSTKO CO NAJWAŻNIEJSZE W POLSKIM KINIE



wywiady
raporty
relacje
komentarze



Stowarzyszenie
Filmowców
Polskich

magazyn **FILMOWY**

ISSN 2353-6357

PISMO
STOWARZYSZENIA
FILMOWCÓW
POLSKICH

www.sfp.org.pl



Maciej Ślesicki, fot. Tomasz Adamowicz/Forum



JAKUBIAK NA PIĄTKĘ W KUCHNI+

Tomek Jakubiak, najbardziej popularny kucharz Kuchni+, autorskiego kanału nc+, powraca w piątym sezonie flagowego programu stacji – *Jakubiak lokalnie*. Od 2 kwietnia, widzowie będą podróżować po Polsce, by wraz z prowadzącym odkrywać lokalne smaki i aromaty. *Jakubiak lokalnie* to najchętniej oglądany program Kuchni+. Na liście 20 programów z największą widownią w historii stacji dwie pierwsze pozycje zajmuje właśnie seria prowadzona przez popularnego szefa kuchni (odpowiednio: ponad 103 tysiące i ponad 95 tysięcy widzów). W nowej serii programu widzowie wraz z prowadzącym udadzą się w podróż w poszukiwaniu smaków – tych mocno zakorzenionych w polskiej kulturze kulinarnej, lecz nieco zapomnianych oraz niedocenionych. Tomek Jakubiak na nowo odkryje i zainspiruje się smakotykami z różnych miejsc w Polsce, a zebrane inspiracje będą dla niego doskonałym preludium kulinarnych kreacji. W piątym sezonie widzowie dowiedzą się m.in.: co to jest pierzekaczewnik, w jaki sposób można przygotować kaczkę, jak wykorzystać nowaliki, do czego dodać biały ser i jak ciekawym mięsem jest kozłina. ▢



NOWE FUNKCJE

Cyfrowy Polsat zaktualizował oprogramowanie dla dekoderek własnej produkcji do odbioru satelitarnej telewizji cyfrowej w jakości HD: PVR HD 7000, HD 6000, HD 5000, HD 3000, HD 2000. Nowe wersje oprogramowania, dostępne już dla wszystkich odbiorników w wyżej wskazanych modelach, wprowadzają szereg zmian, które zapewnią jeszcze większy komfort korzystania z oferty telewizyjnej Cyfrowego Polsatu.

Najważniejszą nowością w obsłudze dekodera PVR HD 7000, zapewniającą jeszcze większą elastyczność w planowaniu nagrań, jest możliwość nagrywania programów z dwóch kanałów jednocześnie oraz przełączania się pomiędzy dwoma trwającymi już nagraniami. W przypadku wystąpienia konfliktu między wybranymi do utrwalenia audycjami, pojawi się komunikat pozwalający wskazać ważniejsze dla użytkownika nagranie.

Cyfrowy Polsat jako jedyny dostawca usług płatnej telewizji w Polsce i jeden z niewielu na świecie posiada własną fabrykę dekoderek, która w ciągu ponad 7 lat działalności wyprodukowała na potrzeby platformy 13 modeli odbiorników w łącznej ilości ponad 6 milionów sztuk. ▢



Radosław Gilewicz

POLSKI DUET W EUROPOSRCIE

4 kwietnia spotkanie Borussii Dortmund z Bayernem Monachium, po raz pierwszy w historii międzynarodowe studio kanału Eurosport 2 poprowadził polski zespół redakcyjny. Ekspertem stacji był wielokrotny reprezentant Polski i były gracz VfB Stuttgart, Radosław Gilewicz, a gospodarzem studia komentator piłki nożnej w Eurosporcie i Eurosporcie 2, Tomasz Lach. Przed rozpoczęciem hitowego meczu widzowie zobaczyli również ekskluzywny wywiad z Robertem Lewandowskim.

Do tej pory, przed ważniejszymi meczami Bundesligi, studio Eurosportu 2 prowadzone było wyłącznie przez znakomitych niemieckich ekspertów, wśród których byli między innymi Thomas Berthold, Karl-Heinz Riedle, Steffen Freund i Christian Ziege. 4 kwietnia do tego grona dołączył także Radosław Gilewicz, który do tej pory współkomentował mecze Bundesligi dla Eurosportu 2 w Polsce.

– *To dla mnie ogromne wyróżnienie móc dołączyć do grona międzynarodowych ekspertów Eurosportu 2. Cieszę się, że moja znajomość Bundesligi, którą pasjonuję się od wielu lat, została doceniona i postaram się w ciekawy sposób przekazać tę wiedzę wszystkim widzom* – powiedział przed występem Radosław Gilewicz. ▢



MYSZKA W PASKI I ZASADY BEZPIECZEŃSTWA

Na 13 kwietnia zapowiadana jest premiera najnowszej produkcji własnej stacji MiniMini+ *Myszka w Paski i zasady bezpieczeństwa*. Dzięki tej animacji dzieci dowiedzą się m.in., jak zachować się na przejściu dla pieszych, co zrobić, gdy podczas spaceru zaskoczy nas burza oraz jak postąpić, gdy stłucze się szklanka.

A tak o programie mówi psycholog dziecięcy, Agnieszka Carrasco Żylicz:

– W nowej serii przygód, *Myszka* ma do wykonania ważną misję. Jej zadaniem jest nauczenie dzieci zasad bezpiecznego zachowania na ulicy, w sali przedszkolnej, w kuchni czy w czasie zakupów w supermarkecie. *Maluchy* znajdą tu pełne poczucia humoru, bliskie dziecięcej wyobraźni sytuacje i zdarzenia. *Myszka* nie koncentruje się na tym, czego dzieciom nie wolno, co jest zabronione, ale na tym, aby pokazać małym widzom, jak mają postępować, żeby być bezpiecznym. *Myszka* nie tylko daje instrukcje, ale także chwali dzieci, docenia ich wysiłki i starania. Podobnie jak pani nauczycielka z przedszkola. Wykorzystuje codzienne sytuacje, by zmotywować swoich podopiecznych do stosowania zasad bezpieczeństwa. Odcinki *>Myszki w Paski<* to moim zdaniem cenny i bogaty materiał dydaktyczny, który może być wykorzystywany nie tylko przez rodziców, ale i nauczycieli w edukacji przedszkolnej.

Z kolei pedagog, redaktor naczelna magazynu dla wychowawców i rodziców *Przedszkolne ABC* Małgorzata Narożnik zwraca uwagę:

– (...) Daje dzieciom jasną i ważną informację, że w trudnych momentach powinny wiedzieć kogo i w jaki sposób poprosić o pomoc. Serial nie daje odpowiedzi na wszystkie pytania – nie ma bowiem możliwości prowadzenia rozmowy z telewizorem, pytania go o rzeczy niezrozumiałe czy budzące niepokój. Jeśli telewizja ma być sojusznikiem w wychowaniu i edukacji, to trzeba uczyć dziecko korzystania z niej jako wzoru, argumentu, ale przede wszystkim tematu do rozmowy. Animacja *>Myszka w paski<* pełni taką funkcję. ■

NOWA STRONA GRUPY CP

Właśnie zadebiutowała nowa, korporacyjna strona internetowa Grupy Cyfrowy Polsat. Serwis jest dostępny pod adresem www.grupapolsat.pl. Uruchomienie witryny to kolejny element działań prowadzonych w ramach realizacji strategii integracji spółek z Grupy. Projekt stanowi kompendium wiedzy o całej Grupie i ma na celu zapewnienie jeszcze lepszej komunikacji ze wszystkimi jej odbiorcami.

Kluczowe zalety serwisu, to przejrzysta i nowoczesna szata graficzna, przyjazna nawigacja i dostępność zarówno na komputerach, jak i tabletach oraz smartfonach, wynikająca z wykorzystania techniki Responsive Web Design.

– Nowy serwis przygotowaliśmy w odpowiedzi na potrzeby najbliższego otoczenia: inwestorów, analityków, dziennikarzy, potencjalnych pracowników, obecnych i przyszłych klientów, kontrahentów czy innych osób zainteresowanych kompleksową wiedzą o Grupie Cyfrowy Polsat. Zasililiśmy go licznymi, użytecznymi materiałami, informacjami i treściami, które pozwolą odbiorcom całościowo poznać i lepiej zrozumieć nasz biznes. Strona www.grupapolsat.pl została zbudowana zgodnie z aktualnie obowiązującymi standardami tworzenia stron internetowych. Zadbaliśmy o czytelną architekturę i intuicyjną nawigację, żeby ułatwić użytkownikom odszukanie interesujących ich informacji. Mając zaś na uwadze wielość urządzeń, także tych mobilnych, wykorzystywanych przez naszych odbiorców, nową wersję strony zaprojektowaliśmy w sposób, który pozwala na automatyczne dostosowanie jej wyglądu do urządzenia i wielkości jego ekranu – mówi Bartłomiej Drywa, Dyrektor Komunikacji Korporacyjnej w Cyfrowym Polsacie oraz Relacji Inwestorskich w Cyfrowym Polsacie i Polkomtelu. ■

REKLAMA



PROJEKTOWANIE WNĘTRZ

WWW.KOLODZIEJSZMYT.COM
BIURO@KOLODZIEJSZMYT.COM
+48 603 674 590



MY STREET FILMS W POLSCE

Rusza polska edycja *My Street Films* – międzynarodowego projektu filmowego zapoczątkowanego w Londynie i Pradze, jej organizatorem w Polsce jest Krakowska Fundacja Filmowa, producent Krakowskiego Festiwalu Filmowego. Zadaniem uczestników *My Street Films* będzie stworzenie krótkich filmów dokumentalnych na temat wybranej okolicy, które złożą się na filmową mapę Polski. 20 nagrodzonych filmów zostanie zaprezentowanych w czerwcu w trakcie 55. Krakowskiego Festiwalu Filmowego, na zwycięzców czekają także profesjonalne warsztaty. W konkursie może wziąć udział każdy bez względu na doświadczenie filmowe. *My Street Films* to projekt organizowany przez portal filmów dokumentalnych DAFilms.com, jego poprzednie edycje odbyły się w Londynie (przy współpracy z brytyjskim festiwalem filmów dokumentalnych Open City Docs) i w Pradze. Tegoroczna edycja poszerzy się o kraje z Grupy Wyszehradzkiej, stając się miejscem spotkań i wymiany doświadczeń mieszkańców środkowej Europy. Dodatkową i atrakcyjną nagrodą dla uczestników będzie udział w warsztatach prowadzonych przez profesjonalistów. Tematyka zgłaszanych na konkurs filmów jest dowolna, powinna jednak w jakikolwiek sposób nawiązywać do tytułu projektu. ▣



DISCOVERY POLSKA WŚRÓD NAJLEPSZYCH

Instytut Great Place to Work® po raz siódmy ogłosił Listę Najlepszych Miejsc Pracy w Polsce. W prestiżowym zestawieniu zaszczytne 6. miejsce w kategorii „Poniżej 500 pracowników” przypadło Discovery Polska. Polski oddział nadawcy telewizyjnego znalazł się tym samym wśród firm, które potrafią z sukcesem budować i rozwijać u siebie wyjątkowe relacje z pracownikami. Wyróżnienie odebrał zespół Discovery z dumą reprezentujący firmę na uroczystej gali na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, która wraz m.in. z Konfederacją Lewiatan oraz

Ministerstwem Pracy i Polityki Społecznej są partnerami Listy Najlepszych Miejsc Pracy w Polsce.

– *Traktuję to wyróżnienie w sposób szczególny. Kiedy zakładałam warszawskie biuro 15 lat temu, nasz zespół liczył 3 osoby, obecnie to siedziba Discovery na 109 rynków, zatrudniająca ponad 80 pracowników. Od 2000 roku zmieniło się wszystko oprócz jednego – tę firmę tworzą ludzie z pasją, kochający swoją pracę i dbający o innych* – komentuje Katarzyna Kieli, President & Managing Director, Discovery Networks Central & Eastern Europe, Middle East & Africa (CEEMEA). ▣



POLKA W SERIALU VIOLETTA!

Polska aktorka teatralna i filmowa, Justyna Bojczuk, wystąpi w serialu *Violetta* już 24 marca w Disney Channel. Młoda aktorka wcieli się w rolę Matyldy, dziewczyny, która pracuje dla firmy Moto Race Team i przyjeżdża z Polski do Studia OnBeat, aby namówić Leona, żeby wrócił do wyścigów motocrossowych.

Matylda wystąpi w kilkunastu odcinkach i sporo namiesza w życiu uczniów. Czy Matyldę i Maxi'ego połączy tylko przyjaźń? Czy Leon pocałuje Matyldę? I co stanie się ze związkiem Natty i Maxi'ego? Ponadto na fanów *Violetty* czeka także kilka piosenek w wykonaniu Matyldy, m.in.: *En mi Mundo* i *Supercreativa*. ▣

Tarnowskie Centrum Kultury

29 TARNOWSKA NAGRODA FILMOWA

18-26 kwietnia 2015 FESTIWAL WYBRANYCH POLSKICH FILMÓW FABULARNYCH



Photo / Design Ryszard Horowitz © 2015

pod patronatem

Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego / Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej
Stowarzyszenia Filmowców Polskich / Prezydenta Miasta Tarnowa / Główny Partner TNF Grupa Azoty



Strażacy

Serial *Strażacy*, którego akcję oglądają już od kilku tygodni widzowie Jedyнки, to pod wieloma względami pierwsza taka polska produkcja.

Scenariusz obfituje w wiele emocjonujących wydarzeń, efekty pirotechniczne i sceny kaskaderskie z pewnością przyciągną do telewizorów wielbicieli takich wrażeń. Są to ujęcia na najwyższym poziomie, które były możliwe dzięki wielu technicznym nowościom wykorzystanym na planie. Ekipa miała do dyspozycji oprócz 7 kamer, oktokopter do zdjęć lotniczych, technokrany, wózki, mocowania na samochody, statywy, crash box, urządzenia mobilne np. gimbal i zdalne sterowanie kamerą.

Reżyserem serialu *Strażacy* jest Maciej Dejczer, a za zdjęcia odpowiada Jarosław Szoda. Na firmie ATM System spoczywało sprostanie wyzwaniom produkcyjnym i zapewnienie sprzętu.

Realizacja serialu „*Strażacy*” od strony produkcyjnej okazała się szalenie wymagająca – informuje Andrzej Hajdaniak, wiceprezes ATM System Sp. z o.o. – Inwestycja w dwie kamery Sony PMW-F55 z wysokiej jakości przetwornikiem 4K oznacza, że przyszłościowo jesteśmy przygotowani nie tylko do seriali, ale także

do dużych produkcji filmowych. Możemy realizować materiały 4K. Rynek w naszej branży stale się rozwija, a trend idzie w kierunku nagrywania równoległego z kilku kamer w wysokiej jakości. Bacznie przyglądamy się rozwojowi technologii i inwestujemy w nowoczesne rozwiązania. Odpowiednie wyposażenie i kreatywność to niezawodny sposób zwiększania przewagi konkurencyjnej. ATM System jest gotowy na przyszłe wyzwania produkcyjne i może oferować produkty na światowym poziomie.

Ekipa *Strażaków* korzystała głównie z dwóch kamer Sony PMW-F55. Dodatkowo z Sony PMW-F5, oraz dwóch kamer Blackmagic pocket i dwóch wodoodpornych kamer Sony HDR-AS100V. Konieczne było użycie wielu urządzeń mobilnych takich jak na przykład gimbal. Jest to narzędzie do stabilizacji oparte o silniki żyroskopowe, które pozwala realizować płynne zdjęcia nawet podczas biegania. Profesjonalna kamera Sony PMW-F55 jest urządzeniem niewielkich rozmiarów i dzięki temu można było umieścić ją wszędzie



tam gdzie było to wskazane, a dotychczas niemożliwe, np. w samochodzie, na wozie strażackim, na dronie czy w szczelinach. Bardzo wiele niebezpiecznych scen, zostało zrealizowanych dzięki umieszczeniu kamery w tzw. 'Crash boxie', czyli specjalnym opakowaniu ochronnym, które zapobiega uszkodzeniu w sytuacji np. walącego się budynku.

Bardzo użytecznym rozwiązaniem okazała się też możliwość uruchamiania zapisu i sterowania kamerą z urządzenia mobilnego. Za pomocą tabletów uruchamiane były też wodoodporne kamery Sony ActionCam as100V – niezwykle wytrzymałe i bardzo użyteczne w akcjach gaszenia pożarów, kiedy użycie innego urządzenia byłoby trudne. (map)

PRENUMERATA:

WARUNKIEM PRENUMERATY JEST DOKONANIE PRZELEWU MIĘDZYBANKOWEGO ZA 9 NUMERÓW TELE PRO (PRENUMERATA ROCZNA). DZIESIĄTY NUMER OTRZYMASZ GRATIS.

KOSZT ROCZNEJ PRENUMERATY TO 89,10 PLN + KOSZTY PRZYSYŁEK POCZTOWYCH.

INFORMACJI NA TEMAT PRENUMERATY UDZIELAMY POD NUMEREM TELEFONU

22 403 69 33 (W GODZ. 10:00 – 16:00) ORAZ E-MAIL: PRENUMERATA@TELEPRO.COM.PL.

REALIZUJEMY WYŁĄCZNIE PRENUMERATY OPŁACONE. POTWIERDZENIE WPŁATY PRZESŁANE FAKSEM NA NUMER 022 632 66 52 LUB E-MAILEM NA ADRES PRENUMERATA@TELEPRO.COM.PL PRZYSPIESZY REALIZACJĘ PRENUMERATY.

PROSIMY WPŁACAĆ NA KONTO:

VITULUS AUREUS S.C., 02-972 WARSZAWA, UL. KS. PRYMASA A. HLONDA 10/81

BRE BANK S.A., RETAIL BANKING, ŁÓDŹ, AL. MICKIEWICZA 10, 90-050 ŁÓDŹ

81 1140 2017 0000 4302 0518 3696

DOPISEK: PRENUMERATA TELE PRO



KTO TO OGLĄDA?

CYFROWY KLIENT ma inne potrzeby

Obsługa klientów odbywa się coraz częściej z wykorzystaniem nowoczesnych form kontaktu, głównie serwisów społecznościowych i aplikacji mobilnych.

Konsumenci polubili też krótkie filmiki produktowo-poradnikowe dostępne m.in. na YouTube. Chętnie piszą także komentarze w internecie na temat produktów, co pomaga firmom dostosować ofertę do potrzeb ich klientów. – *Rozwój technologii telekomunikacyjnych zmienił rynek i nawyki konsumentów. Wcześniej klienci kupowali takie produkty, jakie oferowała im firma. Dzisiaj chcą czynnie uczestniczyć w ich kształtowaniu* – tłumaczy Jolanta Dudek, dyrektor wykonawczy ds. obsługi klientów z Orange Polska.

– *Rozumiemy te zmiany, a jako jeden z największych operatorów w kraju, mamy w nich istotny udział, dlatego że uwzględniamy je w kontaktach z 20 mln naszych klientów.*

Klienci po wdrożeniu produktu komentują go i w ten sposób informują producenta o swoich odczuciach. Potem albo go rekomendują, albo krytykują. Jak podkreśla Jolanta Dudek, każda firma powinna brać pod uwagę opinię klientów, która natychmiast po wdrożeniu produktu pojawia się na rynku.



– Cyfrowy konsument ma inne potrzeby. Dzisiaj zanim uda się do sklepu czy punktu sprzedaży, najpierw konsultuje ofertę w internecie – wyjaśnia Dudek. – Sprawdza na portalu, jakie mamy oferty i porównuje ceny z naszymi konkurentami. Dopiero później decyduje się na zakup.

Współcześni klienci po kupieniu produktu lub oferty oczekują dostosowania do siebie kanałów kontaktu ze sprzedawcą. Dlatego Orange otworzył cyfrowe biuro obsługi klienta na Facebooku, gdzie dziennie kontaktuje się z firmą już 1,2 tys. osób. Klienci Orange mogą porozumieć się z konsultantami także na portalu oraz przez aplikację mobilną.

– Najmłodsza grupa naszych klientów korzysta nie tylko z Facebooka i obsługi, którą tam oferujemy, lecz także chętnie wykorzystuje filmiki instruktażowo-obsługowe na YouTube. Dzięki temu młodzież dowiaduje się m.in. o tym, jak bezpiecznie korzystać z internetu i jak poradzić sobie ze smartfonami – zaznacza dyrektor wykonawczy ds. obsługi klientów z Orange Polska.

Przekonuje, że już 7-9 letnie dzieci korzystają z sieci, a istotne jest, aby robiły to bezpiecznie. Dlatego wolontariusze Orange Polska tłumaczą i uczą młodzież w szkołach właściwego korzystania z internetu. Do tej pory przeszkolili ponad 30 tys. młodych internautów. Wspólnie z Fundacją Dzieci Niczyje firma stworzyła materiały edukacyjne dla dzieci, rodziców i nauczycieli – ze szkoleń na specjalnej platformie e-learningowej skorzystało już 280 tys. osób. Podobnie firma wspiera starszych klientów.

– Paradoksalnie nowe technologie, które dla młodych ludzi są codziennością, dla seniorów mogą być przeszkodą. Starsi ludzie rzadziej korzystają z internetu, dlatego Orange przygotował program ich cyfrowej aktywizacji – mówi Jolanta Dudek. – W bibliotekach gminnych zapewniamy darmowy internet oraz prowadzimy kursy, które przygotowują seniorów do korzystania z sieci. Dzięki temu mogą nawiązywać nowe znajomości czy załatwiać wiele potrzebnych codziennych spraw.

NEWSERIA BIZNES



ZA BRAMĄ OGRODU

30 marca na antenie Cartoon Network pojawił się pierwszy odcinek nowego 10-cio odcinkowego mini-seriału *Za bramą ogrodu*. To magiczna opowieść o losach braci Wirta i Grega, którzy gubią się w tajemniczym, dryfującym w czasie lesie. Z pomocą przychodzi im osobliwy leśniczy – Drzewiarz i irytujący niebieski ptaszek – Beatrice. Bracia chcą wrócić do domu, ale nie wiedzą która droga do niego prowadzi? Wirt będzie gubił się we własnych myślach, Greg w zdumieniu i zachwycie nad cudami otaczającego go świata. Dołącz do nich i rozpocznij niesamowitą, trwającą pięć dni przygodę.

Niezwykle obrazowy serial został przedstawiony w klimacie nostalgicznej opowieści inspirowanej sztuką ludową, klasycznymi ilustracjami oraz urozmaicony oryginalną ścieżką dźwiękową. Głosu Wirtowi - jednemu z głównych bohaterów, użyczył Maciej Musiał. W produkcji wzięła udział również Agnieszka Więdłocha (Sara), Emilia Komarnicka (Lorna) oraz Andrzej Blumenfeld (Drzewiarz).

Serial „Za bramą ogrodu”, należy do tych, które mają niesamowity klimat. Czasami nieco abstrakcyjny, z drugiej strony gwarantujący świetną zabawę. Praca przy dubbingu była dla mnie czystą przyjemnością. Bohaterem, któremu udzielałem głosu był Wirt. Jest to starszy z braci, raczej zamknięty w sobie, potrafiący wzruszać. Wirt jest fajnym, wrażliwym chłopcem, który w trakcie serialu dojrzewa. Dubbingując jego postać miałem szansę dobrze poznać fabułę, dzięki temu poczułem magię tej opowieści. „Za bramą ogrodu” nie jest historią pokazującą super bohaterów, ale zwykłych chłopców, którzy mają problemy, muszą szukać wyjścia z trudnych sytuacji i wspólnie sobie z nimi radzić. Z bohaterami możemy się utożsamić, wyobrazić sobie co czują. To serial, przy którym świetnie będą mogli się bawić zarówno dorośli, jak i dzieci – osobiście zdecydowanie polecam – powiedział Maciej Musiał.

WYSPA TAJEMNIC

Tajemnicze zniknięcie jednej z pacjentek sprowadza federalnych szeryfów Tedda Daniela i Chucka Aulego do szpitala dla obłąkanych przestępców na wyspie w Zatoce Bostońskiej.



EMISJA: 3 kwietnia, godz. 22.00

DIETA DLA CIEBIE

Zapis przełomowego eksperymentu: wykorzystując wiedzę najlepszych ekspertów w wybranych dziedzinach autorzy programu weryfikują najnowszą teorię na temat odchudzania.



EMISJA: od 19 kwietnia, godz. 18.00

DINOPOCIĄG

Podróż w czasie do ery mezozoicznej, która trwała 170 milionów lat! Sympatyczne i ciekawe świata dinozaury odwiedzą góry, rzeki, kaniony, a nawet lasy deszczowe!



EMISJA: od 20 kwietnia, godz. 9.35 i 14.55

COSPLAY – BOHATEROWIE W KOSTIUMACH

Ten reality show, realizowany bez scenariusza, śledzi poczynania grupy fanatyków, którzy prezentują swe stroje na organizowanych w USA zjazdach miłośników komiksów i fantastyki.



EMISJA: od 27 kwietnia, godz. 22.00

CINEMA VERITE

Nominowana do Emmy i Złotego Globu produkcja opowiadająca o kulisach powstania pierwszego amerykańskiego reality show; plus Diane Lane, Tim Robbins, James Gandolfini.



EMISJA: 11 kwietnia, godz. 20.00

STAR WARS – REBELIanci

Gdy Imperium silniej zaciska pięść nad uciśnioną planetą Lothal, Ezra kontynuuje szkolenie Jedi pod okiem Kanana i próbuje rozwiązać zagadkę zniknięcia swoich rodziców.



EMISJA: 4 kwietnia, godz. 9.30

ZBRODNIĘ, KTÓRE WSTRZĄSNĘŁY AUSTRALIĄ (Sezon 1)

Historie największych przestępstw Australii. Poprzez trzymające w napięciu wywiady, rekonstrukcje i materiały archiwalne, dokument prezentuje nie tylko same zbrodnie, ale także zdarzenia, które do nich prowadzą.



EMISJA: od 4 kwietnia, godz. 21.00

BROTHERS GREEN: EATS!

Bracia, Mike i Josh Greenfield, dwie gwiazdy internetowego kucharzenia, gotują w stylu „przez ludzi, dla ludzi”. W programie pojawiają się także różni, niespodziewani goście.



EMISJA: od 3 marca, godz. 22.00

FOREVER

Fascynująca historia dr Henry Morgana, obdarzonego niezwykle inteligencją i zdolnością dedukcji koronera sądowego, który próbuje odkryć tajemnicę swojej nieśmiertelności.



EMISJA: od 3 kwietnia, godz. 21.00

CAŁA PRAWDA O KOŁOSIE

Rzymskie Koloseum – jeden z najsłynniejszych zabytków świata doczekał się historycznego liftingu swego wizerunku dzięki niezwykle publiczno-prywatnej inicjatywie.



EMISJA: 28 kwietnia, godz. 21.10

KRÓLOWIE ASFALTU

Ciekawe europejskie trasy, prawdziwi kierowcy wielkich ciężarówek i zupełnie nowe przygody – to wszystko okraszone niepowtarzalnym niemieckim poczuciem humoru.



EMISJA: od 14 kwietnia, godz. 21.00

GOTUJ LEPIEJ Z LORRAINE PASCALE

Pozornie proste przepisy i kapitalne porady: Lorraine Pascale uczy kuchennych laików, jak przygotować wyjątkowy posiłek, który zrobi wrażenie na znajomych i rodzinie.



EMISJA: od 16 kwietnia, godz. 17.00

THE RED ROAD (SEZON 2)

Morderstwo lidera lokalnej społeczności ma dalekosiężne skutki i zmusza mieszkańców miasta do zweryfikowania wyznawanych przez nich wartości, przyjaźni i sojuszków.



EMISJA: od 3 kwietnia, godz. 22.00

POJEDYNEK NA ŻYCIE

Perypetie życiowe młodej i ambitnej dziennikarki, April, która dowiaduje się, że jest chora na raka. Ta wiadomość zmienia życie April i jej bliskich o 180 stopni.



EMISJA: od 8 kwietnia, godz. 22.00

W CIENIU

Zrealizowany przez rumuński oddział HBO Europe serial sensacyjny opowiada o doświadczonym życiowo taksówkarzu, który zarabia na życie, pracując dla lokalnej mafii.



EMISJA: od 4 kwietnia, godz. 22.00

BACZYŃSKI

Zrealizowany techniką kombinowaną debiut młodego twórcy, będący autorską wizją wybranych fragmentów życia i twórczości Krzysztofa Kamila Baczyńskiego.



EMISJA: 12 kwietnia, godz. 13.45

STRAŻNICY REKINÓW

Filmowy zapis innowacyjnych badań nad rekinami, prowadzonych przez Chrisa Fishera i jego ludzi. Zmierzają one do oznaczenia wszystkich żyjących osobników tego gatunku.



EMISJA: od 1 kwietnia, godz. 23.00

TEORIA WIELKIEGO PODRYWU (SEZON 8)

Co tym razem wydarzy się w życiu przyjaciół z Pasadeny? Sheldon wróci z samotnej wyprawy pociągami po Stanach i oczywiście nie uda mu się nie wpaść w tarapaty.



EMISJA: od 5 kwietnia, godz. 20.00

PAUL O'GRADY: Z MIŁOŚCI DO PSÓW

Paul O'Grady powrócił po raz kolejny do schroniska dla psów i kotów w londyńskim Battersea. Jest gotów na kolejne spotkania z kolejnymi pensjonariuszami tego ośrodka.



EMISJA: 6 kwietnia, godz. 21.00

COMMUNITY (SEZON 6)

Serial śledzi losy studentów uczelni Greendale Community College, słynącej z tego, że do grona jej uczniów zaliczają się najsłabsi absolwenci liceów, gospodynie domowe i emeryci.



EMISJA: od 14 kwietnia, godz. 20.00



PŁYNNIE, *dostojnie, bezpiecznie*

Volvo S80 D4 to jedna z tych limuzyn, która idealnie sprawdza się nie tylko w roli nadwornego pojazdu burmistrza miasta średniej wielkości, dyrektora banku czy właściciela kancelarii prawnej. Ale też wydawcy, architekta, wziętego kreatora przestrzeni publicznej, a na co dzień każdego, kto ceni sobie komfort, bezpieczeństwo, stylowa elegancję i pewność w każdym wymiarze. Choć dostępna na polskim rynku i sprawdzona przez setki nabywców flagowa limuzyna szwedzkiej marki wciąż może zaskakiwać pewnymi rozwiązaniami. Ale nie tylko nowymi, bo jej siła leży w przywiązaniu do tradycji i utrwalonej latami pracy filozofii tworzenia przedmiotów eleganckich, klasycznych i wyłącznie niezawodnych.

S80 nie zawodzi pod żadnym względem. Kolejne liftingi, ostatni sprzed niespełna dwóch lat, utwierdzają członków klubu VOLVO w przekonaniu, że tu się nie robi niczego pod publikę, nie goni za modą czy na gwałt szuka nowych, co nie znaczy wcale, lepszych rozwiązań. Jeśli się zmieniły to detale, jeśli

doszły małe zmiany to kosmetyczne, a wszystko po to tylko, by w każdym modelu firmy czuć się podobnie znajomo w tym samym otoczeniu. I tak się właśnie dzieje po otwarciu drzwi czarnej „osiemdziesiątki” i przygotowaniu sobie najbardziej optymalnego położenia fotela do własnych parametrów. I zapamiętując je na przyszłość, a w razie potrzeby podgrzewając. A dalej znajomy ruch – kluczyk i przycisk startowy. Cała operacja trwa trzy sekundy i wciąż nie przestaje „zaskakiwać” nowych kierowców i pasażerów. Nie zaskakuje za to wygląd deski rozdzielczej, choć w tym modelu zastosowano czytelny podział niezbędnych informacji na trzy rozdziały: sportowy, ekologiczny i klasyczny. Każdemu odpowiada inny kolor podświetlający zegary i wskaźniki. Niezależnie od wybranego trybu, wszystko jest czytelne i przyjazne dla oka.

Między fotelami znajomy jęzor panelu czołowego, mieszczącego, jak w każdym modelu szwedzkiej firmy, komplet charakterystycznych pokręteł i przycisków regulujących

multimedia, systemy bezpieczeństwa i klimatyzację. Nad całością kilkucalowy ekran, który – i to jedna z bardzo niewielu niedogodności – nie działa dotykowo, ale za pomocą jednego z górnych pokręteł, co może być dla kierującego pewnym utrudnieniem. Nim prowadzący szwedzką limuzynę ruszy w drogę z przyjemnością zauważy, że otacza go jasne, przytulne wnętrze, wyłożone skórą (także deska rozdzielcza), jego fotel ma bardzo przyjazny zagłówek a nad głową pozostaje mu wciąż sporo miejsca. Ale na jego brak nie będą także narzekać współtowar-





rzysze podróży, zarówno siedzący obok jak i z tyłu. Miejsca na nogi i głowę jest naprawdę sporo. A pod stopami grube dywaniki, zaś napoje pomieszczone w pojemniku pod obszernym podłokietnikiem. „W temacie” schowków jeszcze dwie niespodzianki – zaskakuje nietypowy, bo bardzo długi schowek przed fotelem pasażera i ten sprytnie schowany za panelem centralnym.

Bagażę chowamy z tyłu i jeśli tylko nie wieziemy ze sobą trójdzielnej szafy gdańskiej, sześciu składanych rowerów czy 80 calowego telewizora, to bez trudu pomieścimy niezbędny ekwipunek. Z uczuciem aprobaty i pewności, że wszystko wokół jest takie, jak być powinno ruszamy pamiętając, że system poprawy jakości powietrza w kabinie na pewno przyda się alergikom. Ruszamy i tu kolejne „zaskoczenie”. Cudzystów potrzebny, bo to zaskoczenie z rodziny pewniaków. Duża, dość ciężka limuzyna porusza się całkiem żwawo i ani przez moment nie mamy wrażenia, że 181 konny silnik ma kłopot z „uciągnięciem” tej masy metalu, plastiku i skóry na kołach. Automatyczna skrzynia biegów działa bez zarzutu, choć zmiany na kolejne prędkości i nie przebiegają błyskawicznie. Ale też nie jesteśmy w aucie wyścigowym tylko w dostojnej limuzynie wiozącej spokojnych, ustabilizowanych życiowo i emocjonalnie pasażerów. Nawet przy szybkości zbliżającej się do maksymalnej, czyli prawie 200 km na godzinę, kierującego nie opuszcza wrażenie, że nie panuje nad samochodem. Volvo S80 świetnie trzyma się jezdni, a nad naszym i pasażerów bezpieczeństwem czuwa szereg systemów dających znać o swojej aktywności dźwiękowo-wizualnymi sygnałami. Komputer czyta drogę i sytuację na niej i natychmiast reaguje, dzięki czemu nasza limuzyna po prostu płynie po autostradowym betonie lub asfalcie. Uczucie pełnej kontroli, bezpieczeństwa towarzyszy nam podczas całej jazdy, a satysfakcji nie psuje konieczność wizyty na stacji benzynowej. Tu opisywany model „przechodzi sam siebie”, bo przy autostradowej szybkości, czyli 140 km/godz. nie spala więcej niż 8,5 litra ropy, a więc przy mieszczącym 70 litrów baku można przejechać wcale długą trasę. Płynnie, szybko i bezpiecznie. Czy trzeba czegoś więcej?



Linia lotnicza easyJet, jeden z europejskich liderów połączeń w ruchu lotniczym, a w Polsce z i do Krakowa, zaprezentowała w ostatnich dniach w Brukseli inicjatywę *Wizja branży lotniczej w Europie*. Biorąc pod uwagę fakt, że w Komisji Europejskiej trwają obecnie prace nad nowym pakietem lotniskowym, spółka easyJet uważa, że należy wreszcie zająć się nierozwiązanymi od lat kwestiami, takimi jak reforma systemu opłat lotniskowych oraz Jednolita Europejska Przestrzeń Powietrzna.

Wizja... spółki easyJet opisuje cały proces podróżowania – od rezerwacji, przez lotnisko, po lot i lądowanie na lotnisku docelowym. Na każdym z tych etapów przedstawiana jest wizja zmian w ramach prawnych, które ułatwią podróżowanie i uczynią je tańszym dla pasażerów. Poza opłatami lotniskowymi w dokumencie poddano analizie pozostałe cztery ważne problemy, których eliminacja przyniosłaby korzyści portom lotniczym i pasażerom. Spółka easyJet proponuje kierować się trzema zasadami podczas wprowadzania zmian: pragmatyczne podejście do zaizolowanych obaw ze strony

kluczowych interesariuszy, np. poprzez podpisanie porozumienia o niestosowaniu redukcji etatów wśród kontrolerów lotów. Gwarantuje się niezależność przestrzeni powietrznej, a państwa członkowskie utrzymają nad nią pełną kontrolę. Dzięki wspólnemu zarządzaniu użytkownicy przestrzeni powietrznej zachowają równe prawa. Przystąpienie do Jednolitej Europejskiej Przestrzeni Powietrznej powinno być dobrowolne, ale dostęp do dofinansowania z Unii Europejskiej powinien być zapewniany wyłącznie jej członkom.

Spółce easyJet przyświeca idea społecznej odpowiedzialności biznesu, m.in. poprzez szczególny nacisk na zwiększanie zysku w sposób odpowiedzialny. Oznacza to np. zatrudnianie pracowników na umowy zawierane na warunkach lokalnych i zgodnie z miejscowym prawem, tam, gdzie faktycznie pracują. EasyJet współpracuje również ze związkami zawodowymi w całej Europie. Obecne ramy prawne umożliwiają spółce easyJet postępowanie we właściwy sposób, ale powinno być to możliwe we wszystkich państwach na tych samych zasadach.

AMAZONKA

Dawno, dawno temu, kiedy prezesem publicznej telewizji nad Wisłą był wprawdzie pewien tysy politruk, a po nim „krwawy Maciej” ze Śląska, w uciemiężony przez komunę kraj szedł z Woronicza jasny i czytelny sygnał. Nie tylko kino, ale i teatr to najważniejsza ze sztuk. A Teatr Telewizji najważniejszą z ważnych. I pewnie dlatego na rozkaz i za przyzwoleniem Białego Domu, dla największej sceny w kraju pracowali najwybitniejsi reżyserzy – od Axera i Swinarskiego, po Wajdę, Hanuszkiewicza i Gruzę, a pamiętne kreacje stworzyli tu Łomnicki, Świdorski, Hanin i Woszczerowicz. Grali wspaniale: Fijewski, Łapicki, Mrozowska i Holoubek. Potem bywało różnie, bo bojkoty, bo „nowa Polska”, bo zmasowany atak gadżetów elektronicznych, bo o telewizji zaczęto myśleć w kategoriach maszynki do zarabiania reklamowych pieniędzy. Im więcej realizowano tandetnych seriali, tym mniej powstawało spektakli, im bardziej upolityczniało się otoczenie, tym bardziej zaczęła dominować na Woronicza opcja patriotyczno-bogoojczyźniana. Ale i na nią przyszedł kres, bo ostatnia ekipa walczy głównie o finansowo-organizacyjne przetrwanie, a TT



wchodzi jej tylko w przegródkę pod hasłem MI-SJA, gdzie pieniędzy jest najmniej.

Ale, skoro pieniędzy jest mało, to trzeba wydawać je najmądrzej, co oczywiście jest wszędzie poza pewnym gargamelowatym budynkiem na południu warszawskiego Mokotowa. Tam postanowiono czas jakiś temu pozbyć się starych fachowców od teatru i oddać władzę w ręce pryszczatych teatrolożek i krytyków także od niedawna golących się. Kiedy nastali półtora roku temu na antenę wchodziły jeszcze premiery przygotowane przez poprzedników, jesień '14 należała już tylko do nich i... I przyniosła dramatyczną odmianę, bo trudno uznać za wydarzenie zarówno pomyślaną chyba o teatrzykach ogródkowych, a nie o narodowej scenie komedijkę Juliusza M. Brancz, a na pewno nie stała się nim karykaturalna wersja czechowowskiego *Rewizora*.

Pierwsza tegoroczna premiera TT potwierdziła, że dramat ma swój ciąg dalszy a *Amazonia* przygotowana przez młodego i bardzo zdolnego, ale jednak mało doświadczonego reżysera nie zapisze się dobrze w historii tej sceny. To raczej była Amazonka po dywanowym nalocie złej literatury, niefatratywnych pomysłów i ryzykownego aktorstwa.

WD- 40

TECHNIKA & KONTENT TV
TELEPRO
MIESIĘCZNIK BRANŻY TELEWIZYJNEJ

WYDAWCA:
VITULUS AUREUS s.c.

ADRES WYDAWCY I REDAKCJI:
02-972 Warszawa,
ul. ks. Prymasa A. Hłonda 10/81
tel.: 00 48 22 403 69 33
fax: 00 48 22 403 96 65
e-mail: redakcja@telepro.com.pl
www.telepro.com.pl

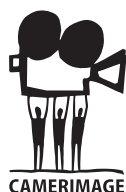
REDAKCJA:
Janusz Kołodziej
(red. naczelny)
i zespół
e-mail: jk@telepro.com.pl

STAŁE WSPÓŁPRACUJĄ:
Marek Hendrykowski, Wojciech Kowalczyk,
Grzegorz Morkowski, Jacek Bielski,
Andrzej Bukowiecki, Jerzy Bojanowicz,
Barbara Kaźmierczak, Jerzy Armata,
Piotr Machul, Konrad J. Zarębski
Opracowanie graficzne: Anna Stępiak

REKLAMA: reklama@telepro.com.pl
DRUK: ARTDRUK, Kobyłka

ZDJĘCIA: TVN Style (okładka), SWPS,
HTC Polska, Ollimpus Polska, Fujitsu Polska,
Samsung Electronic Polska, ASUS Polska,
ViewSonic Corp., BenQ Polska,
Huawei Polska, Febiofest 2015, KIGEIT,
Sony Professional Polska, VOLVO Auto
Polska, easyJet oraz zespoły prasowe i PR
dystrybutorów filmowych, stacji telewizyjnych,
kanałów tematycznych i platform satelitarnych.

Festiwale, targi i nagrody, którym patronujemy



KTO POWIEDZIAŁ, ŻE ŻYJE SIĘ TYLKO RAZ?

FOREVER

Piątki o 21:00



axn.pl

KONTAKT: MAREK KARAŚ, SALES MANAGER, MAREK_KARAS@SPE.SONY.COM, +48 722 022 008

KULTOWY SERIAL POWRACA



GRA 0 TRONSM

SEZON 5

OD 13 KWIETNIA **HBO** | **HBO GO**