

TECHNIKA & KONTENT TV

TELEPRO

12 czerwca 2014

Rok VI Nr 6/2014(48)

ISSN 2080-4407

CENA 9,90 zł (w tym 8% VAT)

BILANS

OPOWIEDZ
MI SWOJĄ
HISTORIĘ

KONFERENCJE: PIKE

SREBRNE
WESELE

BYŁA SOBIE TELEWIZJA...



ŚPIEWAĆ KAŻDY MOŻE

ISSN 2080 4407



06

9 772080 440106

Włącz ASTRĘ i oglądaj

- ▶ setki niekodowanych programów TV
- ▶ kilkadziesiąt programów w jakości HD
- ▶ na terenie całej Polski
- ▶ bez dodatkowych opłat
- ▶ z satelitów ASTRA na pozycji 19.2°E

Więcej informacji na:
www.onastra.pl

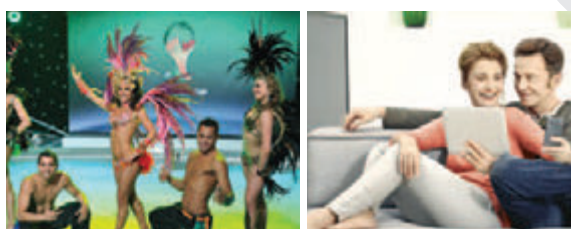
Sygnał telewizyjny nadawany za pośrednictwem satelitów ASTRA 19.2°E dociera do ponad 2,6 miliona domów w Polsce*

* Wyniki corocznego badania rynkowego przeprowadzonego w ramach Monitora Satelitarnego na koniec 2013 roku.





- 6 TYLKO U NAS**
JESTEŚMY ABSOLUTNYM LIDEREM
Rozmowa z Krzysztofem Świergielem,
Dyrektorem Zarządzającym Eurosport Polska



- O TYM SIĘ MÓWI**
12 MUNDIAL BRAZYLIA W TVP
13 PASZPORT KORZYŚCI W smartDOM

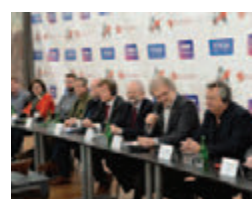
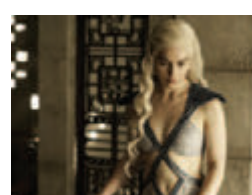
TECHNIKA

- 16 ZA I PRZECIW**
ZAKŁĘTE REWIRY HBBTV (2)
18 DO FIRMY, DO DOMU
20 INFO TECH
KAMERY DLA 4K



KONTENT

- 4 Z FRONTU WALKI O LEPSZE JUTRO**
8 BILANS
OPOWIEDZ MI SWOJĄ HISTORIĘ
14 TARGI – CANNES – MIPTV
KUPIĆ, NIE KUPIĆ?
17 UWAGA NOWOŚĆ
UPC WPROWADZA HORIZON TV
22 KONFERENCJE – PIKE
A W JACHRANCE SREBRNE WESELE
26 BYŁA KIEDYŚ TELEWIZJA...
ŚPIEWAĆ KAŻDY MOŻE
28 FESTIWALE
– 28 TARNOWSKA NAGRODA FILMOWA
PLUSY DODATNIE
CZY PLUSY UJEMNE?
30 FESTIWALE
– 54 KRAKOWSKI FESTIWAL FILMOWY
FILMOWE BIURO OGŁOSZEŃ
32 MOJA HISTORIA TELEWIZJI
FRANCUZI PRZED EKRANEM
33 NA CELOWNIKU
ZŁY PIENIĄDZ WYPIERA DOBRY
34 PRZED PREMIERĄ
GRA O TRON (SEZON 4)
35 NA PLANIE
DZWONY WOJNY
36 TELE INFO



Sezam

- 42 KTO TO OGLĄDA?**
FOX DOMINUJE
43 PREMIERA MIESIĄCA
44 ZŁOTA DWUDZIESTKA
46 KUŚ CZERWIENIĄ UST
ŻOSZURO, CZYLI ŻONA
SZUKA ROLNIKA!





► Nareszcie dobra wiadomość dla tych, którzy nie płacą abonamentu radiowo-telewizyjnego. Od stycznia 2015 roku będą mogli nie płacić jeszcze więcej. Miesięczna opłata za używanie odbiornika radiowego wyniesie 6,50 zł, a za używanie odbiornika telewizyjnego lub radiowego i telewizyjnego – 21,50 zł. To więcej niż w br., co Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji tłumaczy „koniecznością zapewnienia stabilnego poziomu finansowania mediów publicznych”. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego niczego nie tłumaczy „w tym temacie”, bo zajęte jest przygotowywaniem powitalnego festynu dla swego nowego szefa. Poprzedni poszedł europosławać w Brukseli, a nowy pewnie też nie będzie miał głowy do boju o szybkie wprowadzenie opłaty audiowizualnej. Może jednak, jak to swego czasu zrobił poprzednik, pchnąć najlepsze kadry resortu na Woronicza. I wtedy to już będzie tam prawdziwy dream team!

► Na prezesa TVP można zawsze liczyć, a tydzień bez jego brawurowego cytatu to tydzień stracony. Oto co Juliusz B. powiedział podczas niedawnej konferencji prasowej: *Pierwsza koprodukcja TVP z BBC, jaką byli „Szpiegzy w Warszawie” została bardzo dobrze przyjęta nie tylko na rynku międzynarodowym, ale przede wszystkim przez polską publiczność.*

Oczywiście pamiętamy jak żywotowo zareagowała polska publiczność na dubbing zrealizowanego z Anglikami serialu i co pisała na temat tego majstersztyku. Pamiętamy też co zrobiła po zakończeniu pisania... Masowo przełączyła się na inne kanały!

► Prawdziwą ozdobą ciekawych konferencji prasowych TVN jest siadający w pierwszym rzędzie z zawsze nienaganną fryzurą (a la mokry Włoch) i miną zwycięzcy Christian A. Tak, tak! To ten sam manager, który tak błyskotliwie przeprowadził połączenie dwóch platform satelitarnych, w wyniku którego powstało nc+. W każdej firmie za utratę kilku-set tysięcy abonentów wyładowałby na parking, co najwyżej w roli szefa zamiany. Tu po wykonaniu tego tyleż trudnego co wyjątkowego zadania powrócił na łono firmy-matki do tak wdzięcznej roli pupilka szefa.

► Mistrz ekranowej elegancji, który uwielbia zaprosić do swego programu gościa specjalnego, a potem obraża go na wizji i patrzy z radością, jak ten opuszcza studio, czyli Bronisław W., zapowiada, że TV Republika, obchodząca właśnie pierwsze urodziny, już za rok będzie w stanie finansować swoją działalność. Wiceszef stacji nie zdradza jakim sposobem mu się to uda, bo na razie jego zuchy z ulicy Dzielnej więcej wydają niż zarabiają (jakieś 3 razy) ale „wszystko w rękach konia”. Kanał najbardziej prawdziwych Polaków niebawem wejdzie do panelu Nielsen Audience Measurement, uruchomi drugie studio i wprowadzi nowe programy. Strach się bać!

► Zygmunt Solorz-Żak będzie „robił w gazie” co zapowiedział na niedawnej konferencji Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej. Właściciel m.in. Cyfrowego Polsatu marzy o tym, by w każdym polskim domu chwalono go za dostawę wszystkiego co potrzebne do codziennego życia. Po telewizji, telefonii, internecie i prądzie, będzie to gaz, a potem może... pizza o każdej porze dnia i nocy, co sugerują autorzy niniejszej rubryki.

► Dla miłośników chudych kobiet z wadą wymowy nie mamy dobrych wiadomości. Nudziarze z *Projektu Runway* powrócą na ekran dopiero



za rok. Ale może w tzw. międzyczasie przysparzą tę niedożywioną gromadkę Marta G. i podkarmiła w którejś z odwiedzanych knajp. Pomysł oddajemy gratis w ramach programu walki z głodem w Ameryce Północnej!

► *Westerplatte Młodych* pod tym – przyznajmy rewelacyjnym, żeby nie powiedzieć błyskotliwym – tytułem

grasuje od kilku w ramówce Telewizji Trwam program adresowany do młodzieży. Dla pozostałych grup wiekowych – jak donoszą nam życzliwi – toruńska stacja zamierza wyemitować już niedługo m.in.: *Narodziny narodu* dla niemowląt, *Stąd do wieczności* dla seniorów oraz *Los człowieka* dla widzów 40+. Magazyn rozrywkowy *Twój Stalingrad* przeznaczony będzie z kolei dla zwolenników gender, in vitro i lewostronności ruchu drogowego.

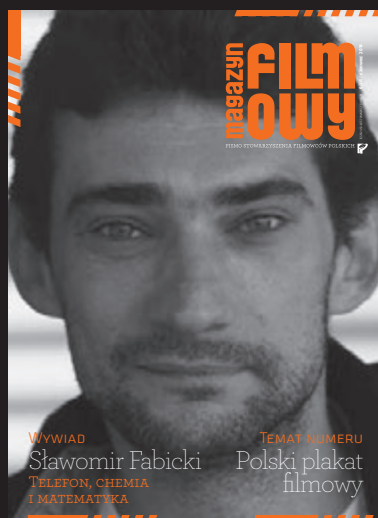
► Jak radośnie ogłoszono na internetowych stronach TVP już ponad 1000 kandydatek z całej Polski zgłosiło się w zaledwie kilka dni do udziału w nowym programie TVP1 *Rolnik szuka żony!* Zgłoszenia trafią niebawem do bohaterów programu. Wybiorą oni kilkadziesiąt Pań, które zostaną zaproszone do udziału w programie. W jego kolejnych odcinkach – od września br. – widzowie będą obserwować dalsze losy rolnika i jego potencjalnych wybranek: od spotkań w cztery oczy, przez kilkudniowe wizyty w gospodarstwie, wybór tej jedynej, spotkanie z jej rodzicami, długie randki we dwoje, romantyczny wyjazd... aż do szczęśliwego (bądź nie – w końcu serce nie służy) końca. Pięknie to napisano, prawda? Szczególnie ostatnie zdanie.

Na podobne kąciki samotnych serc czekają teraz: rybacy blisko i dalekomorscy (od kandydatek wymagana umiejętność szybkiego pływania), wypaszcze owiec (bez wymagań) oraz kosmonauci (wykluczony lęk wysokości).

► VIVA od miesiąca dołuje co nie dziwi nikogo, bo stacja muzyczna bez muzyki to jak basen bez wody. Ale kolejna, chyba już 23 zmiana personalna w stacji widzi szanse nie w powrocie do źródeł tylko w klonowaniu głupawek dla bezrefleksyjnych widzów. A dokładniej ich garstki po dotychczasowych eksperymentach. Ale, ale. Oto cytat z ostatniego wywiadu: *Nowe programy, które nadajemy, mają duży potencjał. Wierzę, że gdy dotrzemy z pełnym przekazem do widzów, to nastąpi wzrost wyników oglądalności. Nie podam jednak dokładnych celów firmy w tym zakresie – uciną wiceprezes VIMN.* No to my też nie podamy skutków takich działań!

WSZYSTKO, CO NAJWAŻNIEJSZE W POLSKIM KINIE

 Stowarzyszenie
Filmowców
Polskich



wywiady

raporty

relacje

komentarze

Sławomir Fabicki, fot. Łukasz Ostalski/Reporter

magazyn **FILMOWY**

ISSN 2353-6357

PISMO
STOWARZYSZENIA
FILMOWCÓW
POLSKICH

www.sfp.org.pl

Jesteśmy absolutnym liderem

Rozmowa z **KRZYSZTOFEM
ŚWIERGIELEM**, Dyrektorem
Zarządzającym Eurosport
Polska

– Rocznicowy wywiad nie może obejść się bez bilansu, a 25 lat to na tyle długi okres, że warto i jest co bilansować. A zatem co się zdarzyło pozytywnego przez ten czas?

– Przede wszystkim Eurosport zbudował sobie w ciągu ostatnich 25 lat pozycję niekwestionowanego lidera transmisji sportowych na żywo w Europie. Obecność w ponad 70 krajach świata, dostęp do milionowej, międzynarodowej widowni świadczą o tym, iż nasze podejście do biznesu telewizyjnego sprawdziło się. W Polsce 3/4 widzów z grupy docelowej rozpoznaje spontanicznie markę Eurosport. Jesteśmy absolutnym liderem jeśli chodzi o siłę marki.

– Czego nie udało się przeprowadzić czy osiągnąć i z jakich powodów?

– Rzeczą, która jest jeszcze przed nami i którą będziemy starali się zrealizować to uruchomienie lokalnego okna programowego dla naszych kanałów w Polsce. Dzięki takiemu rozwiązaniu moglibyśmy wzbogacić i jeszcze lepiej dopasować naszą ofertę relacji na żywo do upodobań Polskich widzów.

Na razie cieszymy się z możliwości zaoferowania platformy Eurosportu reklamodawcom z polskiego rynku.

W tym roku uruchomiliśmy lokalne okno reklamowe, które może stanowić krok w kierunku nowych sposobów wykorzystania potencjału Eurosportu w przyszłości.

– Byliście prekursorem na rynku

telewizyjnym. Teraz kanałów i stacji o profilu sportowym jest wiele. Czym wciąż wyróżnia się Eurosport?

– To co nas wyróżnia na rynku to przede wszystkim największa liczba godzin relacji sportowych na żywo, największa różnorodność transmitowanych dyscyplin, doskonała jakość komentarza sportowego oraz kunszt realizacyjny. W dalszym ciągu dysponujemy imponującą paletą praw na wyłączność, które przyciągają fanów sportu na całym świecie np. trzy z czterech wielkich szlemów tenisowych (Australian Open, Roland Garros, US Open), największe wyścigi kolarskie (Giro d'Italia, Tour de France, Vuelta). Dodatkowo widzowie w Polsce oraz innych krajach Europy Centralnej i Wschodniej oraz Skandynawii mogą oglądać mecze jednej z najlepszych lig europejskich: Bundesligi, w której grają najlepsi polscy piłkarze.

– Miejsce polskiego rynku i odbiorcy na mapie firmy.

– Polska od zawsze była ważnym rynkiem dla Eurosportu. Niemal od samego początku telewizji satelitarnej w Polsce byliśmy tu obecni wyznaczając trendy odnośnie jakości produkcji i komentarza sportowego. Mamy tu również bardzo dobre relacje z klientami oraz widzami, z którymi prowadzimy liczne interakcje zarówno podczas wydarzeń branżowych, jak i poprzez media społecznościowe.

– Jakie miejsce w planach Eurosportu zajmuje interaktywność i nowe nośniki?

– Ze względu na swoją unikalność Eurosport zawsze jest brany pod uwagę przez dystrybutorów treści mobilnych. Jesteśmy obecnie w większości serwisów internetowych, agregatorów treści TV. Nasza unikalna usługa Eurosport Player jest dostępna zarówno na komputery osobiste, jak i większość tabletów oraz smartfonów. Mocno rozwijamy naszą obecność w mediach społecznościowych. Fanpage polskiego Eurosportu liczy w tej chwili ponad 260 tys. fanów i ciągle rośnie.

– Osobista rekomendacja – czyli, którą z imprez relacjonowanych przez Eurosport poleciłby pan widzom szczególnej uwadze?

– Ja w tym roku z wielkim zaciekawieniem będę obserwował Tour de France kibicując Michałowi Kwiatkowskiemu. Nie mogę również doczekać się nowego sezonu Bundesligi oraz meczów Bayernu Monachium z udziałem Roberta Lewandowskiego.

– Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiał: Radosław Jaworski

Reach for the stars

The golden age of TV shines bright at MIPCOM. The most anticipated entertainment market of the year.

Register before July 10 and save 30%.



México
COUNTRY OF HONOUR
2014

13-16 October, 2014, Cannes - France

mipcom.com

REKLAMA





OPOWIEDZ MI swoją historię

Prośba tak stara jak telewizyjny świat i ponawiana co pokolenie z różną intensywnością w zależności od temperatury politycznych czy pokoleniowych sporów, aż po spektakularne akcje czy historyczne „mody”. Nie sposób jednak zaprzeczyć, że w dobie wszechobecności wizualnego przekazu zapotrzebowanie na filmowe wycieczki w daleką i tą całkiem niedawną przeszłość, motywują zarówno twórców, jaki i nadawców oraz dystrybutorów do aktywnej pracy.

Dorastają kolejne pokolenia telewidzów, otwierane są kolejne archiwa, poszukiwacze filmowych cymesów dokonują kolejnych rewelacyjnych odkryć.

Wszystko już było? Może w fabule tak, ale na pewno nie w telewizyjnym dokumencie, który ma swój złoty okres. By się o tym przekonać wystarczy zasiąść wygodnie przed płaskim ekranem i spędzić – jak piszący te słowa – kilkanaście dni maja w świecie faktów, wspomnień i postaci historycznych.

CZY W KATYNIU BYŁY KAMERY FILMOWE?

Dokument historyczny, bo tak nazwijmy film, którego podstawowym, a bywa że jedynym, składnikiem są archiwalne materiały, ma kilkudziesięcioletnią tradycję. Zarówno w naszej polskiej, jak i europejskiej czy światowej kinematografii. Od dwóch

dekad przeżywa absolutny renesans, a to za sprawą otwarcia niedostępnych do tej pory zasobów, przede wszystkim rosyjskich, ale też amerykańskich i brytyjskich. Mocarstwa skrzętnie schowały w sejfowych schowkach tysiące pudełek z taśmami, kryjącymi zarejestrowane przez filmowców czy propagandzistów obrazy wydarzeń, których przebieg i skutki miały znaczenie dla bieżącej polityki, układów międzynarodowych, czy po prostu świadczyły o mniej chwalebnych występach rządów, dowódców wojskowych czy pojedynczych ludzi w czasach pokoju i podczas obu wojen. Sześciocinekowa *Apokalipsa: II wojna światowa* to klasyczny pomysł na ekranową „sprzedaż” odtajnionych i zrekonstruowanych oryginalnych materiałów filmowych z okresu ostatniej wojny. Opatrzone przystępnym, napisanym dobrym językiem komentarzem dają – jak zapewniają autorzy



– jedyny w swoim rodzaju dokumentalny zapis wojennych epizodów widzianych oczami świadka, czasem uczestnika.

W wielu innych produkcjach telewizyjnych na całym świecie po raz pierwszy zobaczyli m.in. porażające obrazy wielkiego głodu na Ukrainie, czy egzekucje przeprowadzane przez bataliony zaporowe NKWD. Ujawniono wstrząsające materiały zrealizowane w 1943 roku na angielskich lotniskach podczas powrotu bombowców z wypraw na Niemcy, czy dla przeciwwagi chyba zbyt wesołe życie amerykańskich żołnierzy w okupowanej Bawarii. Oczywiście w narodowych archiwach pozostało jeszcze co nie co, mówi się – żeby pozostać w kręgu naszych polskich spraw – o tym, że na uniwersytecie w Stanford są filmy nakręcone przez Sowietów w Katyniu. Anglicy o kilkadziesiąt lat przesunęli termin ujawnienia wszystkich materiałów – w tym także filmowych – dotyczących okoliczności śmierci gen. Sikorskiego. Inne, jak choćby zamieszczona we francuskiej kronice filmowej rządu Vichy dwuminutowa migawka pokazująca Kościuszkowców, którzy przeszli na niemiecką stronę podczas bitwy pod Lenino, nie są z kolei zbyt chętnie wykorzystywane, bo i u nas panuje poprawność polityczno-historyczna.

KLASYCZNIE NIE ZNACZY NUDNIE

Generalnie jednak filmy dokumentalne, posługujące się archiwaliami, stanowią najmocniejszą część ramówek kanałów telewizyjnych specjalizujących się w tym gatunku.

Niektóre, jak klasyczna *Polonia Redidiva* (emisja w TVP Historia) Andrzeja Chiczewskiego, choć zrealizowane wiele lat temu, wciąż budzą uznanie znakomitą konstrukcją i świetnym komentarzem. Inne jak seria *Kolaboranci III Rzeszy* (Discovery Historia) spełniają

wręcz idealnie jedno z podstawowych oczekiwań jakie mamy wobec tego rodzaju pozycji, czyli walor edukacyjny. Każdy odcinek rzetelnie przedstawia tło polityczne i społeczne zjawiska kolaboracji z najeźdźcą, oddaje głos świadkom i uczestnikom, a w warstwie werbalnej nie stara się głosić kategoriycznych osądów i wyroków. Autorzy umiejętnie też poruszają się w dostępnym materiale filmowym, unikają sięgania po kadry opatrzone i standardowe.

Jeszcze inne jak *Romanowowie: świetność i upadek carów* (Polsat Viasat History) bardzo sprawnie łączą stare kroniki (w tym sporo rzadkich ujęć) z dzisiejszymi komentatorami wydarzeń sprzed lat. Tu obok specjalistów sięgnięto po takie nazwiska jak pisarz Wiktor Jerofiejew i reżyser filmowy Aleksandr Sokurov, prezentujących nieco inne niż klasycznie historyczne spojrzenie na trwające ponad trzysta lat losy dynastii Romanowów.

Jeszcze inne i tu dobrym przykładem jest film *Abajury z ludzkiej skóry – tajemnica Holocaustu* (National Geographic Channel), stosujący w praktyce metodę od szczegółu do ogółu, usiłuje „odkryć” na nowo drugowojenne tematy, zagospodarowane już w przeszłości przez historyków i filmowców, ale z pewnością zupełnie nieznane dzisiejszej, szczególnie anglosaskiej widowni.

Albo znakomita seria *II wojna światowa w kolorze* (Polsat Play), która – mimo że powtarzana po raz wtóry – wciąż zaskakuje dosłownie i w przenośni barwą. Bo też rzeczywiście – jak zapewniali producenci – pozwala inaczej spojrzeć na przebieg konfliktu i pokazywane wydarzenia.

Zgołą inną metodą opowiadania o przeszłości zastosowali autorzy brytyjskiej serii *Obieżyświat* (Travel Channel). W jednym z odcinków Zay Harding podróżuje po Belgii i północnej Francji, odwiedzając najważniejsze miejsca związane z pierwszą wojną światową i frontem zachodnim. A swe wrażenia uzupełnia starannie dobranymi archiwaliami.

Izabella Viley (A+E Networks Poland, nadawca kanałów History i CI Polsat) tak rekomenduje kolejną produkcję: *naszym najnowszym projektem jest fabularyzowany serial dokumentalny „Wielcy ludzie, wielkich wojen” z racji kilku ważnych rocznic przypadających w tym roku związanych z I i II wojną światową. Do tej produkcji wstęp i komentarz nagrał sam prezydent Stanów Zjednoczonych, Barack Obama. Wielu specjalistów uważa, że nie były to oddzielne konflikty, ale krwawe kontinuum, które najpierw rozprzestrzeniło się w Europie, by ostatecznie dotrzeć do każdego zakątka Ziemi. Również najważniejsi rozgrywający w czasie II wojny światowej, kojarzeni z wielkim bohaterstwem, krwawym komunizmem i morderczym nazizmem, tacy jak Adolf Hitler, Józef Stalin, Winston Churchill, Benito Mussolini, Charles de Gaulle byli bardzo aktywni w czasie I wojny światowej.*

Zrealizowane „po bożemu” filmy wcale nie muszą być i w zdecydowanej większości nie są, nudnymi



filmowymi wykładami. Klasyczne dzieła sprzed lat wciąż są dobrym wzorem do naśladowania, bo wprawdzie nierzadko anonimowego narratora zastąpił żywy człowiek, dziennikarz, historyk, aktor – to jednak najważniejsze zadanie do spełnienia miał i ma reżyser świadomie poruszający się po milionach archiwalnych klatek.

TRZY KONIE I DWA MUNDURY, CZYLI REKONSTRUKCJA

Tam gdzie autorom nie starcza inwencji, producentom pieniędzy na wkopiowania autentyków, a nadawcom wyobraźni, że widz jest cierpliwy, ale do czasu, pojawiają się rekonstrukcje. Wydarzeń, epizodów, sytuacji i postaci historycznych. I tu obowiązują różne szkoły i metody, ale generalnie wszystkie one mają jedną, podstawową wadę. Robione małym nakładem sił i środków prezentują się na ekranie sztucznie, amatorsko i niewiarygodnie.

Oto pierwszy z długiej listy przykładów: *Cichociemni. Wywalcz wolność lub zgiń* (Planete+), podpisani przez Dariusza Walusiaka. Do archiwaliów i wspomnień świadków wydarzeń dodano tu obrazki z ćwiczeń żołnierzy dzisiejszego Gromu, spadochroniarzy legendarnej formacji oraz niestety liczne sceny zrealizowane współcześnie z udziałem grup rekonstrukcyjnych. Widać, że i autorom i wykonawcom imponują strzelaniny, konne przemarsze i potyczki, ale nie trzeba być wytrawnym znawcą militariów czy warsztatu filmowego, by dostrzec mizერიę tych scen.

Realizatorzy cyklu *Wielkie budowle III Rzeszy* (National Geographic Channel) także mieli do dyspozycji stosunkowo skromne środki inscenizacyjne, ale mogli je maskować użyciem technik komputerowych, dzięki czemu ich „udawana wojna” nie wypadła na ekranie tak nieprzekonywująco.

Najgorzej, kiedy autor filmu stara się nas przekonać, że dokument to tylko przystanek w jego karierze, bo prawdziwym powołaniem jest reżyserowanie wielkich fabularnych fresków historycznych. Pokazany w programie TVP Historia blisko godzinny *Zapomniany generał. Tadeusz Jordan-Rozwadowski* Piotra Borsuszkowskiego to klasyczny przykład przerostu ambicji nad możliwościami produkcyjnymi

i własnymi ograniczeniami. Mając do dyspozycji potrafiących interesująco mówić do kamery historyków oraz materiały archiwalne, autor uparł się na współcześnie zrobione przebitki, fatalnie zainscenizowane i zagrane.

O niebo lepiej, bo przez zawodowców (Bogusław Wołoszański – scenariusz i Adek Drabiński – reżyseria), zrobione *Sensacje XX wieku* (NGC) miały i pewien rozmach oraz dramaturgię, choć nie wiedzieć czemu, mimo że akcja emitowanego odcinka toczyła się w kwietniu 1945 roku, towarzyszyła jej wyłącznie mocno zimowa sceneria?!

Remedium na opisane wyżej skutki radosnych działań wydaje się inwestowanie w nowe techniki i programy komputerowe, dzięki którym zarówno sekwencje czysto animowane, jak i wizualizacja całych scen, wyglądają na ekranie o niebo bardziej wiarygodnie niż nieudolne robione parafilm. Oto kanadyjski serial *Największe bitwy pancerne: Bitwy pancerne w Normandii* (Discovery Channel), w którym metoda ta znalazła świetną egzemplifikację.

Można też nie „bawić” się w żadne rekonstrukcje czy paradokumenty, tylko jak to zrobili Anglicy z BBC nakręcić „normalny” telewizyjny film aktorski, tu *Hiszpańska grypa – zapomniane ofiary* (Polsat Viasat History), którego scenariusz oparty został na autentycznych dokumentach i losach prawdziwych postaci.

JAK NADAWAĆ, JAK OGLĄDAĆ, JAK SPRZEDAWAĆ?

Nadawcy już dawno dostrzegli wyjątkowe zainteresowanie Polaków tematyką historyczną, ale obok emisji pozycji ściśle związanych z przeszłością, serii zrealizowanych czy to wyłącznie z archiwaliów, czy też techniką kombinowaną, starają się owe zainteresowanie dokumentem rozszerzać na pozycje pokazujące współczesny świat, tu i teraz. Mówi o tym Sylwester Molenda (Research, Insights & Innovation Director Central Europe, Discovery Networks CEEMEA): *Polski widz pragnie przede wszystkim zaspokoić swoją ciekawość. Poszukuje treści, które pomogą mu zrozumieć rzeczywistość – szczególnie tę, której nie doświadcza na co dzień. Telewizja ma go zaskoczyć i zainspirować. Widzowie doceniają treści edukacyjne, przedstawione*



w innowacyjny, atrakcyjny sposób, dlatego dzisiaj nauka powinna zawierać elementy rozrywki.

Wyniki oglądalności naszych programów pokazują wyraźne preferencje lokalnej widowni. Jeszcze niedawno widzowie gustowali przede wszystkim w tematyce survivalu. (...) nasi widzowie doceniają kontent lokalny. Za przykład posłuży tutaj polski epizod programu „Dorwać komandosa”, który okazał się najpopularniejszym odcinkiem serii, przyciągając przed telewizory ponad 176 000 widzów.

Na pytanie: jak polscy widzowie oceniają seriale historyczne, odpowiada Dyrektor Generalna A+E Networks Poland, Izabella Viley:

Pierwszym historycznym serialem nakręconym przez HISTORY w Polsce byli „Polscy bohaterowie wojenni” pokazani w 40 krajach na świecie! (...) Przy tym projekcie wsparły nas między innymi Muzeum Powstania Warszawskiego, Narodowe Archiwum Cyfrowe, Żydowski Instytut Historyczny, a także takie osobistości, jak profesor Władysław Bartoszewski. Jesteśmy dumni z tego projektu.

Na historię na kanale HISTORY patrzymy bardzo szeroko i wykraczamy poza „szkolną” definicję tego słowa. Nie jesteśmy biało-czarni, nie chcemy zanudzać – naszym celem jest przekazywanie wiedzy w rozrywkowy i nowoczesny sposób. Interesują nas charyzmatyczni bohaterowie i ich działania, które ustawicznie zmieniają bieg historii.

A co sądzą widzowie, bo przecież ich głos jest decydujący, z czego zdają sobie oni sami sprawę coraz wyraźniej. Stąd długa lista oczekiwań na temat tego, co i dlaczego powinno ich zdaniem trafić na warsztat filmowców-dokumentalistów, ale też bardzo szczegółowe uwagi dotyczące tego, co już zostało wyemitowane.

Jako przykład niech posłużą opinie widzów po emisji serialu *Na wirażu historii*, który kilka miesięcy temu emitowała stacja Planete+. Przypomnijmy tylko, że seria dotyczyła najważniejszych zdarzeń z najnowszych dziejów. Korzystając z grafiki 3D, wywiadów oraz materiałów archiwalnych twórcy cyklu dokładnie rekonstruują przebieg owych wydarzeń, przybliżają sylwetki głównych ich uczestników oraz podsumowują konsekwencje. Aby lepiej zrozumieć przeszłość i być

zdolnym do przewidywania przyszłości, niezbędna jest wiedza o tym, co dzieje się na wirażu historii. A widzowie pisali tak:

(...) Przykro mi to powiedzieć, ale program bardzo spłyca całą rzeczywistość 1989 r. Świadomość bycia uczestnikiem tamtych wydarzeń, które objęły Nasz kraj uprzednio, świadczy, w mojej ocenie, o braku profesjonalizmu przy jego realizacji, co rzuca cień na pozostałe odcinki. Przykro, naprawdę przykro.

(...) Aby zgłębić jakiś temat trzeba byłoby paru godzin, więc nic dziwnego, że jest podawane w skróconej wersji. Uważam ten cykl programów za bardzo interesujący.

(...) W tym dokumencie Niemcy są przedstawieni jakby cały komunizm obalili oni i jakoby wszystkie zmiany zaczęły się od zburzenia muru. A tak naprawdę to Polska dała przykład Europie Wschodniej parę miesięcy wcześniej. Reszta zaczęła „walkę” o wolność dopiero jak zobaczyła, że można dokonać zmian bez konsekwencji militarnych ze strony Rosji.

Bardzo płytki film, nie przedstawiający prawdy, a co do paru godzin, to jedno zdanie o Polsce nie zmieniłoby metrażu filmu.

(...) Odcinek o Izraelu był stronniczy, nie przedstawiał sytuacji z różnych perspektyw. Oglądałam jeszcze pekińską wiosnę – polecam i odcinek o zimnej wojnie, ale nie pamiętam tytułu, też był w porządku. To najciekawsza seria programów historycznych, jaką oglądałam i osoby interesujące się współczesną historią, mogą uporządkować swoją wiedzę. Bez jakiegokolwiek wiedzy ogólnej i zainteresowania, program jest może się wydać nudny. Generalnie, polecam.

To musi dawać do myślenia, podobnie jak cytaty wyjęty ze stron internetowych pewnego dużego i poważnego nadawcy, który jednak pozwolił na to, by w opisie jednego z seriali dokumentalnych znalazło się i takie zdanie: Jednym z głównych zadań aliantów w czasie wojny z Hitlerem było szukanie zrabowanych dzieł sztuki!??

Opowiedz mi swoją historię. Oczywiście, tylko zrób to dbając o wysoki poziom merytoryczny i warsztatowy przekazu oraz z pamięcią o wymaganiach i oczekiwaniach widza.

JACEK BIELSKI

MUNDIAL BRAZYLIA w TVP

64 mecze, wszystkie w TVP1 i TVP2 i w jakości HD
– tak będzie relacjonowany Mundial w Brazylii,
po igrzyskach w Soczi najważniejsza sportowa
impieza 2014 roku.

Mistrzostwa świata w piłce nożnej zajmą na antenach otwartych ok. 250 godzin; w TVP SPORT – ok. 500 godzin, w TVP Regionalna – ok. 130 godzin (nocne pasmo powtórkowe), a w TVP INFO – ok. 25 godzin. Podczas fazy grupowej, gdy jednego dnia będą rozgrywane przynajmniej trzy spotkania – relacje i programy dodatkowe w TVP1 i TVP2 będą trwać nieprzerwanie od 16:30 aż do północy.

Mundial będzie także szeroko omawiany w programach informacyjnych TVP – i to nie tylko w tych o charakterze sportowym. TVP INFO ma możliwość emitowania najciekawszych spotkań, a także korzystania z nieograniczonej liczby materiałów dodatkowych, ta-

Towarzyszyć im będą czterej eksperci najwyższej klasy: Grzegorz Mielcarski, Marcin Żewłakow, Rafał Ulatowski oraz Kamil Kosowski. W ekipie znajdzie się także reporter Robert El Gendy.

Mundial będzie także obecny w nowych mediach: powstanie dedykowany serwis na stronie TVP.PL, na którym także będzie można obejrzeć wszystkie transmisje (w jakości HD). Co ważne, spotkania rozpoczną się wraz ze startem sygnału międzynarodowego, czyli około godzinę przed meczem – będzie więc można zobaczyć przyjazdy ekip na stadion, ich rozgrzewkę i wiele innych materiałów. Oprócz tego w serwisie znajdą się wszystkie niezbędne informa-



kich jak choćby oficjalne treningi uczestników MŚ, konferencje prasowe przed meczem i po nim oraz z wielu innych. TVP Regionalna – wzorem igrzysk olimpijskich w Soczi 2014 – w nocnym paśmie (23.00-5.00) będzie powtarzać wszystkie mecze z danego dnia.

TVP Sport zamieni się w kanał poświęcony tylko mistrzostwom świata w piłce nożnej. Poranne pasmo to czas na powtórki spotkań z poprzedniego dnia oraz programy dodatkowe poświęcone mistrzostwom, w których znajdują się materiały nie tylko poświęcone drużynom biorącym udział w mistrzostwach. W paśmie popołudniowym, wieczornym i nocnym TVP Sport będzie transmitował mecze wzbogacone dyskusjami w studiu.

Telewizja Polska wyśle do Brazylii swoją ekipę. Znajdą się w niej przede wszystkim czterej najbardziej doświadczeni komentatorzy: Dariusz Szpakowski, Jacek Laskowski, Maciej Iwański i Tomasz Jasina.

cje: newsy, galerie zdjęć, układ meczów, plan transmisji oraz mnóstwo materiałów wideo: mecze, wywiady, konferencje oraz wideo blogi komentatorów i ekspertów Telewizji Polskiej. Będzie także możliwość interakcji poprzez media społecznościowe (facebook, twitter). Mundial będzie można także oglądać za pomocą urządzeń mobilnych (tablety, smartfony) poprzez TVP Stream.

– W tym roku to już druga wielka impreza na antenach Telewizji Polskiej, po Zimowych Igrzyskach Olimpijskich w Soczi – podkreślił podczas śródownej konferencji prasowej 7 maja w siedzibie TVP Bogusław Piwowar, członek Zarządu Spółki. Mam nadzieję, że Mundial w Brazylii zgromadzi duże audytoria przed odbiorcami. Mecze poprzednich mistrzostw świata w RPA oglądało średnio prawie 3,5 mln osób, mimo że nie grali Polacy. Mundial to piękne widowisko, wywołujące duże emocje. (ap)

PASZPORT KORZYŚCI w smartDOM

Plus i Cyfrowy Polsat wprowadziły w ramach programu smartDOM wyjątkową ofertę dla obecnych klientów – *Drugi produkt za połówkę, trzeci za złotówkę* oraz nowy program lojalnościowy – *Paszport Korzyści*, dzięki któremu zyskać można nie tylko atrakcyjne promocje i oszczędności u organizatorów oraz korzystne rabaty u Partnerów, ale również bilety na Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn i koncerty, zaproszenia do ulubionych programów telewizyjnych z anteny Telewizji Polsat, a nawet... rolę w serialu!

– 7 maja Polkomtel dołączył do Grupy Polsat, dzięki czemu staliśmy się liderem medialno-telekomunikacyjnym na rynku polskim. Jednak z realizacją naszych założeń i planów nie czekaliśmy na zamknięcie transakcji. Nasze firmy współpracują ze sobą już od wielu miesięcy. Pierwszym dużym, wspólnym projektem jest uruchomiony 13 lutego program smartDOM, który oferuje naszym klientom bardzo szerokie portfolio usług – telefon, internet, telewizję, bankowość i energię elektryczną – w bardzo korzystnych cenach. Zasada jest prosta: im klient więcej u nas kupuje, tym mniej płaci – mówi Dominik Libicki, Prezes Grupy Polsat. – Dziś idziemy krok dalej i przedstawiamy bardzo konkurencyjną ofertę usług łączonych dla obecnych klientów oraz program lojalnościowy, jakiego nikt na naszym rynku nie oferuje. Klienci są naszą największą wartością, a tymi działaniami chcemy udowodnić, że warto jest wiązać się z nami na długie lata.

– Nasz program smartDOM ewoluuje zgodnie z założeniami. Początkowo łączył podstawowe usługi oferowane przez Plusa i Cyfrowy Polsat. W drugim etapie dołączyły do niego usługi bankowe Plus Banku i energia elektryczna – nowy produkt sieci Plus – dodaje Beata Białkowska, dyrektor zarządzająca ds. marketingu w Plusie i Cyfrowym Polsacie.

Od 13 maja do skrzynek pocztowych klientów Plusa, Cyfrowego Polsatu i Plus Banku trafiają *Paszporty Korzyści*. Posiadacze *Paszportów Korzyści* otrzymają: specjalne promocje na produkty Plusa, Cyfrowego Polsatu i PlusBanku; program smartDOM Plusa, Cyfrowego Polsatu i Plus Banku, który pozwala na oszczędzanie przez dodawanie kolejnych usług; wyjątkową ofertę *Drugi produkt za połówkę, trzeci za złotówkę* tylko dla klientów Plusa i Cyfrowego Polsatu w ramach programu smartDOM; atrakcyjne zniżki na produkty z oferty Partnerów z następujących branż: handel

detaliczny, ubezpieczenia, zdrowie, paliwa, gastronomia; 10 tys. biletów na Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn; bilety na ważne wydarzenia sportowe, wejściówki na koncerty i festiwale oraz programy rozrywkowe Telewizji Polsat; możliwość zagrania w serialu Telewizji Polsat; możliwość przekazania zgroma-



dzonych funduszy na szczytny cel – do wskazanej przez klienta organizacji dobroczynnej współpracującej z programem oraz udział w konkursach i loteriach oraz wiele innych atrakcji.

Obecnie partnerami *Paszportu Korzyści* są: AXA Assistance, sieci sklepów należące do Grupy Eurocash (abc, Delikatesy Centrum, Euro Sklep, Gama, Groszek, Lewiatan), Orlen, superpolisa.pl oraz Telepizza, a już wkrótce dołączą do niego nowi Partnerzy z różnych branż. Fundacje i organizacje dobroczynne współpracujące obecnie z programem to: Fundacja Polsat, GOPR, Towarzystwo Opieki nad Zwierzętami, Fundacja Rodzin Adopcyjnych, Fundacja Radia Zet. (bb)

CANNES – MIPTV

KUPIĆ, nie kupić?

Wzorem lat ubiegłych w korespondencjach z targów telewizyjnych w Cannes publikujemy listę pozycji, które mogą lub powinny znaleźć się w notesach naszych rodzimych handlowców. Po liście nowych formatów oraz „wypatrzonych na MIPTV 2014” prezentujemy nowe serie, wyselekcjonowane spośród propozycji, które pokazywane były na wiosennych targach w Cannes.



BLACK WIDOWS (producent/dystrybutor: DRG, kraj pochodzenia: Finlandia)

Trzy przyjaciółki mają dość swoich mężów, dlatego pewnego dnia postanawiają się ich pozbyć. Czy skutecznie? Sprawdźcie!

BOSCH (Red Arrow, USA)

Sprawnie nakręcony serial kryminalny. Nie jest to dzieło wybitne na tle licznej amerykańskiej konkurencji w kategorii kryminałów, ale na pewno warto zobaczyć.

CANDICE RENOIR (Newen Distribution, Francja)

Serial próbuje odpowiedzieć na pytanie: czy łatwo pogodzić obowiązki policjantki i matki? Wbrew pozorom nie jest to produkcja obyczajowa. Dramat jednak przeważa.

DATE BLIND (DoriMedia, Argentyna)

Dramat egzystencjalny... Żartowaliśmy. Komedia o dziewczynie, która ma niewiele czasu, by znaleźć sobie partnera na ślub siostry. Sporo perypetii. Podobno inspiracją dla scenariusza był znany blog. Ale czy to znowu aż tak wielki atut?

THE DIVIDE (Tricon Films & TV, Kanada)

Korupcja w Filadelfii na różnych szczeblach i różne sposoby walki z nią. Coś dla naszych polityków przed kolejnymi

wyborami. Choć oni więcej o labirintach władzy dowiedzą się zapewne z serialu *House of Cards*.

THE HONOURABLE WOMAN (BBC

Worldwide, Sundance Channel, Wielka Brytania i USA)
Konflikt na Bliskim Wschodzie i uwikłana w niego główna bohaterka. Niestety relacje skonfliktowanych stron pokazane zostały stereotypowo. Plus dużo dziwnych rozwiązań scenariuszowych. Międzynarodowym hitem ta produkcja raczej nie zostanie, mimo pragnień producentów.

IRON FIST (Global Screen, Niemcy)

Opowieść o znanym niemieckim rycerzu. Cóż... my czekamy na serial o Zawiszy Czarnym.

KURT SEYIT & SURA (Eccho Rights, Turcja)

Serial historyczny z czasów I wojny światowej. Mitość w Istambule u schyłku Imperium Otomańskiego. Czego chcieć więcej na weekendy przed telewizorem?

EL MARIACHI (SPTI, Meksyk)

Dramat o mariachi szukających pracy. Telewizyjna adaptacja znanego filmu Roberta Rodriguez. Pouczające.

POWER (Starz, USA)

Kreowana na hit amerykańska pro-

dukcja gangsterska. Sukces zapewnić miał m.in. producent Curtis 50Cent Jackson. Tak, tak to ten znany raper! I to w zasadzie jedyny atut serialu. Historia rozwleczone, temat ograny już wcześniej i lepiej. Propozycja dla tych, którzy lubią, jak gangsterzy mówią, mówią i mówią. I czasem tylko strzelą bez sensu.

REMEDY (Red Arrow, USA)

Podobno serie o tematyce medycznej są zawsze na czasie. Nie jesteśmy



pewni, czy zawsze, ale na pewno *Remedy* to jedna z ciekawszych propozycji z tego gatunku w ostatnich sezonach. Producenci polskich *Lekarzy* (TVN), powinni obejrzeć i przeanalizować tę propozycję Red Arrow.

THE SEASIDE HOTEL

(Nordic World, Dania)
Tragikomiczna historia z Morzem



Północnym w tle. Dania, lata dwudzieste i trzydzieste XX wieku, nadmorski hotel, nietuzinkowy personel. Ciekawie opowiedziana historia. Głównie dla tych, którym podobały się film *Hotel Budapest* i serial *Downton Abbey*.

SENSITIVE SKIN (Tricon Films & TV, Kanada)

Kobieta na życiowym zakręcie. To może być międzynarodowy hit.

TURN (Entertainment One Television, USA)
Siatki szpiegowskie działały już dawno, dawno temu – nawet w czasach Jerzego Waszyngtona – przekonują twórcy serialu. My z własnej historii wiemy, że wcześniej też działały. Produkcja nie porywa, ale i tak zazdrościmy Amerykanom pomysłów (i budżetów) na seriale historyczne.

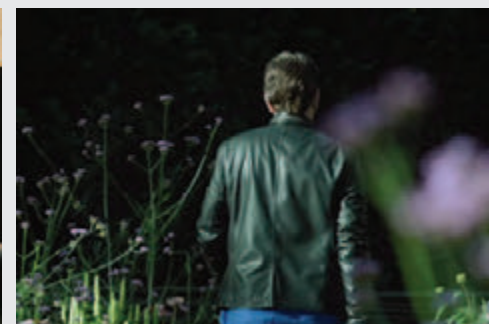
THE MYSTERIES OF LAURA (New Media Vision, Hiszpania)
Mama 5-letnich bliźniaków próbuje się realizować zawodowo jako gliniarz. I śmieszno, i straszno. Powstały już cztery adaptacje tego hiszpańskiego hitu – w tym wersja ukraińska. Jeśli jakiś producent już myśli o polskiej wersji to podpowiadamy: co do głównych postaci to niekoniecznie Kożuchowska i Karolak.

SALAMANDER (Beta Film, Belgia)
Duża kradzież w banku, morderstwo, uwikłanie władzy – słowem: hity na czasie. Sprawnie zrobiony serial sensacyjny. Wart zobaczenia.

THE RED BAND SOCIETY (Filmax International, Hiszpania)
Codziennosc w szpitalu dziecięcym. Do refleksji.

THE END (Eccho Rights, Turcja)
W wypadku lotniczym ginie mąż głównej bohaterki. W międzyczasie wydaje się, że wypadku nie było, a mąż prawdopodobnie został porwany. Kochająca żona rozpoczyna poszukiwania. Sprawnie nakręcona sensacja. Żadna z dużych polskich stacji nie proponuje nam seriali tureckich, a szkoda, bo *The End* dowodzi, że warto poznać tamtejszy rynek produkcji TV.

Polecał: PIOTR MACHUL



Między innymi dlatego, że w roli głównej (i w roli producenta) występuje Kim Cattrall, czyli Samantha z *Seksu w wielkim mieście*. Choć temat serialu nie jest specjalnie oryginalny – to w zasadzie remake produkcji BBC z 2005 r. – to warto docenić producencką dbałość. Twórcy deklarują, że jest to komedia obyczajowa. My dodamy, że można dopatrzeć się wątków nie tylko komediowych.

GRAND HOTEL (Beta Film, Hiszpania)
Coś dla fanów takich seriali jak *Downton Abbey* czy *Internat*. Początek XX w. W ekskluzywnym hotelu znika jedna z pracownic. Trwają poszukiwania. Pojawia się miłość. Włosi i Francuzi już kupili ten serial. Polacy jeszcze śpią.

ZAKŁĘTE REWIRY

HbbTV (2)

Do grona stacji wykorzystujących możliwości jakie daje HbbTV właśnie dołączył kanał STOPKLATKA.TV. Nadawca zresztą, już przy zgłoszeniu kandydatury na pozycję w multipleksie naziemnej telewizji, przedstawił kilka zastosowań HbbTV.

Na początku marca na kanałach TV Puls i PULS 2 rozpoczęto testowanie HbbTV w ramach naziemnej telewizji cyfrowej DVB-T. Tymczasem w kwietniu wystartował FOCUS.TV (należący do Grupy ZPR, jak ESKA.TV), który zgodnie z deklaracją będzie miał interaktywne funkcje realizowane przez HbbTV, takie jak quizy, konkursy, sondaże itd.

Dlaczego tak niewielu nadawców inwestuje w telewizję hybrydową? Szansa na zdobycie serca widzów dzięki HbbTV jest przecież oczywista. Po pierwsze jest to innowacyjne i ekscytujące. Po drugie zaspakaja potrzeby coraz bardziej wymagających odbiorców, których lojalizuje oferując im wartość dodaną. Trzeci argument nasuwa się sam. Więcej wiernych widzów, oznacza większe dotarcie do atrakcyjnej grupy docelowej (16-49), a to przekłada się bezpośrednio na pozyskanie reklamodawców i konkretny zysk.

Tym bardziej, że możliwości kampanii reklamowych nie ograniczają się w tym przypadku tylko do 30-sekundowych spotów lub lokowania produktu. Interakcja, będąca główną zaletą standardu, pozwala na rozwinięcie skrzydeł i zaserwowanie konsumentom nowych, pozytywnych emocji, które sprawią, iż kupi promowany produkt. Kampanie mogą być oparte na ankiecie, quizie lub zwykłej grze. Na przykład: kadr z filmu, na którym dzieci jedzą płatki na śniadanie, nagle na ekranie pojawia się informacja, że właśnie wchodzi na rynek nowy rodzaj płatków i jeśli masz ochotę spróbować, wypełnij ankietę, a dostaniesz próbkę gratis. Inny przykład: przy okazji serialu, którego akcja toczy się w mieście X, dostajemy zaproszenie do hotelu Y z tego właśnie miasta. Inny razem może to być specjalny cyfrowy kupon rabatowy lub QR, uprawniający nas do zakupu produktu po niższej cenie. Pamiętajmy, że reklama „na żądanie” jest przyjaźniej

odbierana przez konsumenta, który sam dokonuje wyboru i daje się wciągnąć w zabawę. Oczywiście formy promocji nie muszą koniecznie opierać się na interakcji – może to być klasyczny display lub branding podczas emisji programu, może być to sponsoring danej aplikacji lub niestandardowa akcja reklamowa. Dodam tylko, że rynek reklamy HbbTV raczkuje i nie jest jeszcze uregulowany sztywnymi zasadami. Oznacza to możliwość stworzenia atrakcyjnych warunków finansowych. Mierzenie efektywności będzie opierało się na tych samych rozwiązaniach, które są wykorzystywane w internecie.

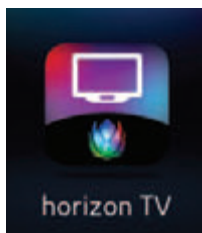
Nadzieją na rozwój HbbTV w Polsce jest pojawienie się nowych kanałów wykorzystujących platformy hybrydowe oraz promocja technologii wśród jej odbiorców. Nowi

gracze wpłyną z pewnością na wzmocnienie konkurencji i pobudzą do konkretnych działań, do tworzenia i rozwijania aplikacji, do synergii z social media-mi itd. Obudzą się producenci odbiorników RTV, którzy w końcu zaczną zachwalać telewizory wspierające HbbTV. Obudzą się marketerzy i dostrzegając perspektywy nowego kierunku, będą kreatywnie przekonywać reklamodawców do innego podziału środków budżetowych. Obudzą się widzowie, dla których HbbTV na nowo określi rolę telewizji.

Tymczasem możemy jedynie opierać się na doświadczeniach TVP i ESKA.TV, pokazywać ich przykłady, podawać ich liczby. Bardzo jestem ciekawa jak sobie poradzą nowi nadawcy, czy będą promowali telewizję hybrydową w ramach swoich stacji, by zwiększyć zasięg, czy w końcu HbbTV przestanie być „ciekawostką”, a zacznie być poważnie traktowaną technologią otwierająca nowe horyzonty dla społeczeństwa, ale również dla biznesu.

MAGDA JABŁOŃSKA,
Public & Media Relations, EVIO Polska





UPC WPROWADZA HORIZON TV

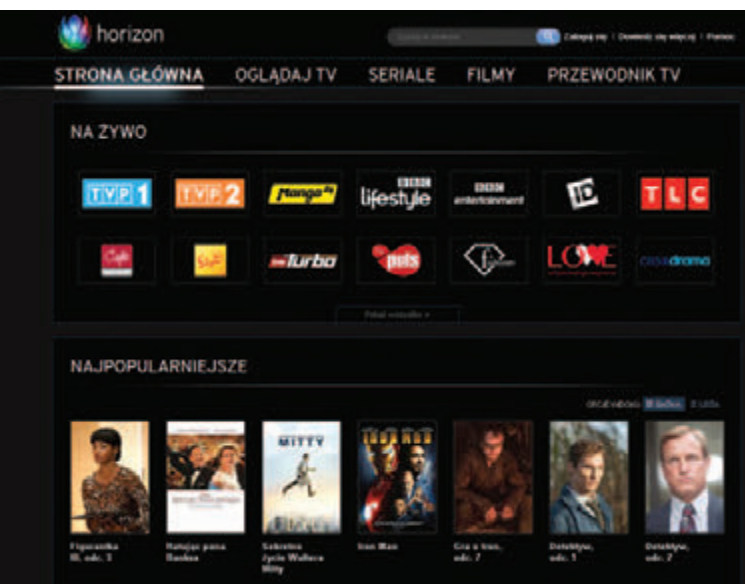
UPC Polska wprowadza długo oczekiwaną i zapowiadaną aplikację Horizon TV – możliwość oglądania bogatej oferty Telewizji Cyfrowej UPC na urządzeniach mobilnych i wielu ekranach.

Horizon TV to kolejny krok w stronę mobilności usług operatora, dzięki któremu domownicy sami zdecydować, czy obejrzą swój ulubiony program na tablecie, smartfonie, telewizorze czy ekranie komputera. Nowa usługa umożliwia dostęp na dowolnym ekranie aż do 98 kanałów telewizyjnych, to ponadto kilkaset filmów i programów na żądanie, funkcja zdalnego nagrywania i przypomnienia, przewodnik TV oraz wyszukiwarka filmów i seriali.

Usługa dostępna jest dla klientów pakietów Select Extra HD i Max Extra HD, posiadających usługi internetowe UPC. Dla klientów pakietu Max Extra HD usługa jest dostępna bezpłatnie. Natomiast abonenci pakietu Select Extra HD mogą korzystać z usługi bezpłatnie do 31 lipca 2014 r. Po tym terminie będzie ona dostępna dla nich za 5 zł brutto miesięcznie.

można zainstalować na dowolnej liczbie urządzeń, a korzystanie w tym samym czasie z usługi jest możliwe aż na trzech urządzeniach. Horizon TV dostępny jest za pośrednictwem sieci WiFi oraz sieci komórkowej 3G.

Start Horizon TV to kolejny krok w poszerzaniu mobilności portfolio produktowego UPC. Korzystanie z usługi poza domem umożliwi wprowadzana usługa Wi-Free, czyli bezpłatna sieć hotspotów, którą tworzą modemy Wi-Fi użytkowników internetu UPC. UPC Wi-Free jest już dostępne w Sopocie oraz Krakowie i mogą z niej korzystać wszyscy klienci internetu UPC o prędkości pobierania danych co najmniej 30 Mb/s, wyposażeni w urządzenie umożliwiające połączenie z siecią Wi-Fi (np. smartfon, tablet, laptop). Dostęp do usługi Wi-Free jest sukcesywnie poszerzany o kolejne miasta.



Użytkownik musi zalogować się na www.horizon.tv lub w aplikacji Horizon TV Online. Aplikację mobilną można pobrać ze sklepów internetowych Google Play oraz App Store. Aplikację Horizon TV

FUNKCJE HORIZON TV:

- ▶ **Zdalne nagrywanie** – pozwala na planowanie nagrań programów w domu i poza domem. Funkcja ta dostępna jest tylko dla klientów posiadających dekodery z nagrywarką, z wyjątkiem dekodów KAON;
- ▶ **Obejrzyj w TV** – to możliwość przełączenia kanału oraz wyboru filmu z UPC NA ŻĄDANIE za pomocą aplikacji mobilnej bez użycia tradycyjnego pilota;
- ▶ **Przewodnik TV** – to dostęp do programu telewizyjnego na 7 dni do przodu. Kliknięcie nazwy programu pozwala wyświetlić godzinę emisji i opis programu. Funkcja ta umożliwia też wyszukiwanie i nagrywanie wybranych programów;
- ▶ **Polecane** – to inteligentny system rekomendacji, który podpowiada użytkownikowi programy i filmy, które mogą go zainteresować;
- ▶ **Podziel się** – umożliwia dzielenie się z innymi informacjami np. o interesującym filmie, programie, poprzez Facebook, Twitter oraz e-mail;
- ▶ **Kontrola rodzicielska** – umożliwia blokowanie dostępu do treści za pomocą 4-cyfrowego PIN-u;
- ▶ **Ulubione** – umożliwia ułożenie ulubionych programów w dowolnej kolejności. (mf)

LAPTOP 4K



Wśród nowości firmy Toshiba, które na rynku pojawią się w najbliższych miesiącach, uwagę zwraca srebrny laptop P50t o masie 2,35 kg z procesorem Intel Core i7, dyskiem 500 GB – 1 TB/Hybrid 8G (256 GB SSD), kartą graficzną AMD Radeon, głośnikami firmy Harman Kardon i dotykowym wyświetlaczem 15,6" UHD.

Podłączenie innych urządzeń ułatwiają porty: 4 x USB 3.0, HDMI 4k2k, RGB i czytnik kart SD/MMC.

SMART TV Z WEBOS

Firma LG Electronics wprowadza na polski rynek nową linię telewizorów LG Smart TV z rewolucyjnie prostym i funkcjonalnym systemem operacyjnym webOS. Tworzą ją wyższa seria 4K ULTRA HD – UB850V, premium Full HD z modelami 55LB870V (z wbudowanym soundbarem w systemie głośnikowym 2.2 w podstawie telewizora) i 55LB730V oraz średnia Full HD: LB670V, LB671V i LB650V.

Na świecie jest ok. 160 mln użytkowników telewizorów z technologią Smart TV, ale większość z nich używa ich jak zwykłych telewizorów, nie wykorzystując większości przydatnych funkcji, gdyż aż 75% uważa, iż jest zbyt skomplikowana.

Łatwy w obsłudze i intuicyjny system webOS jest zaimplementowany w modelach telewizorów od serii LB630V i wyższych. Prostota obsługi sprawia, że wyszukiwanie oraz wyświetlanie treści, podłączanie do innych urządzeń, a nawet pierwsze konfigurowanie przebiegają całkowicie bezproblemowo. Graficzny interfejs nowej platformy funkcji LG Smart TV pozwala na łatwe przełączanie, wyszukiwanie treści oraz instalowanie urządzeń, a tym samym zapewnia użytkownikom zupełnie nowy poziom wygody. webOS upraszcza czynności wykonywane przy przełączaniu dostępnych treści, dzięki czemu pozwala to na ich łatwiejsze wyszukiwanie i wybieranie. W szczególności, korzystając z menu Launcher, użytkownicy mogą łatwo przeglądać usługi lub materiały, nie przerywając oglądania dotychczasowych treści. Ponadto sklep z aplikacjami LG Store zawiera treści dostępne w ramach platformy webOS, które są wygodnie podzielone na zakładki odpowiadające poszczególnym kategoriom.

Telewizory z nowej linii zapewniają szybki dostęp m.in. do takich aplikacji, jak IPLA, IPLA Film, IPLA Sport, TVP VOD, HBO GO, Filmbox, YouTube, Skype i Euronews.



17,5 KG Z WINDOWS 8.1 PRO 64

Nowa obudowa stacji roboczej klasy podstawowej ThinkStation P300 firmy Lenovo, dostępna z procesorami z najnowszej rodziny Intel Xeon E3-1200v3 lub Intel Core 4, zamiast nieporęcznego uchwytu ma intuicyjne czerwone punkty dotykowe oraz specjalne paski umieszczone z przodu i z tyłu, które ułatwiają noszenie i ustawianie sprzętu. Dodawanie elementów tylko potrzebnych użytkownikom, dzięki czemu mogą optymalnie konfigurować komputer w zależności od wykonywanej pracy, umożliwia nowy moduł FLEX, współdziałający z napędem optycznym o formacie ultra-slim (Rambo8 DVD Burner/CD-RW SATA Windows 8.1), czytnikiem kart pamięci 29-w-1, złączami IEEE 1394 Firewire i eSATA.

Wydajność i niezawodność ThinkStation P300 (175 x 478 x 483 mm, 17,5 kg) dodatkowo zwiększa obsługa pamięci ECC (do 256 GB). Stacja ma porty: 2 x USB 3.0, 10 x USB 2.0, 8 DIMM oraz gniazdo do podłączenia słuchawek i mikrofonu.



TELEFON STACJONARNO-INTERNETOWY



FRITZ!Fon M2 niemieckiej firmy AVM to bezprzewodowy telefon zaprojektowany specjalnie do pracy ze wszystkimi modelami routerów FRITZ!Box wyposażonymi w stację bazową DECT, jak również z dowolnymi

bazami DECT. Urządzenie obsługuje telefonię stacjonarną i internetową (dźwięk w technologii HD). Oferuje obsługę poczty e-mail, słuchanie radia internetowego i podcastów oraz funkcje telefoniczne (m.in. tryb głośnomówiący, szybkiego wybierania, elektroniczna niania, automatyczna sekretarka i książka telefoniczna – do 300 kontaktów, przekierowywanie połączeń i rozmów oczekujących). Wykorzystuje tylko szyfrowane połączenia. Nowe aktualizacje oprogramowania są całkowicie bezpłatne i mogą być szybko instalowane za pomocą jednego przycisku.

Zastosowany tryb DECT Eco automatycznie wyłącza bezprzewodowe połączenie DECT między routerem a bazą DECT podczas ich pracy w trybie czuwania, znacznie oszczędzając zużycie energii, ale każdy przychodzący telefon natychmiast przywraca bezprzewodowe połączenie między słuchawką DECT a bazą. Dzięki temu czas pracy w trybie czuwania wynosi do 240 godz. (ponad 15 godz. ciągłych rozmów telefonicznych).

Wysokiej jakości monochromatyczny wyświetlacz oraz podświetlana klawiatura dopełniają nowoczesny i ergonomiczny wygląd FRITZ!Fon M2. A Polskie menu jest przejrzyste i intuicyjne w obsłudze.

ZAWSZE NAŁADOWANY

Coraz chętniej używamy Power Banków, czyli awaryjnych ładowarek baterii. Firma Maxell poszła o krok dalej i oferuje bezprzewodowy czytnik kart SD z funkcją Power Bank (akumulator litowo-jonowy 2500 mAh, wyjście 1A).

Urządzenie, kompatybilne z Android 2.3 i wyżej oraz iOS 5.0 i wyżej, po pobraniu darmowej aplikacji SmartBox, umożliwia również za pomocą smartfona czy tabletu bezprzewodowy dostęp do wideo, zdjęć, muzyki i dokumentów. Urządzenia mobilne można wykorzystać zarówno do przesyłania, jak i pobierania plików. Z czytnika, który przed nieautoryzowanym dostępem można zabezpieczyć hasłem, jednocześnie może korzystać nawet 6 użytkowników (czas pracy z jednym użytkownikiem – 8 godz.).

Urządzenie ma interfejsy USB 2.0, SDHC i SDXC, a zasięg Wi-Fi – 10 m.



PRZENOŚNY TELEWIZOREK

Manta LED903 to 9" telewizorek LED (262 x 158 x 24 mm, 625 g) ze zintegrowanym dekoderm DVB-T/C MPEG4. Matryca o rozdzielczości 800x480 ma jasność 500 cd/m² i kontrast 1 000 000:1. Złącze USB i funkcja PVR umożliwiają nagrywanie nadawanej audycji na dyski zewnętrzne, np. pendrive. Urządzenie ma także możliwość przeglądania na ekranie zdjęć zapisanych w formacie cyfrowym czy odtwarzania ulubionej muzyki i filmów (wbudowany głośnik).



SOUNDBAR O MOCY 310 W

Duża moc pasuje do dużych telewizorów – z ekranami o przekątnej 60" i większymi. Soundbar HTS-B60, czyli zestaw audio 2.1 firmy Sharp, tworzą 2-drożne głośniki pełnozakresowe i tekstylne głośniki wysokotonowe o łącznej mocy 160 W RMS oraz bezprzewodowy niskotonowy głośnik o mocy wyjściowej 150 W RMS.

Zestaw wyposażony jest w dekodery Dolby Digital i DTS Digital Sound, gwarantujące znakomitą jakość dźwięku, co pozwoli cieszyć się pełnią wrażeń przy oglądaniu produkcji filmowych wykorzystujących te standardy. Głośnik można podłączyć do telewizora za pomocą kabla HDMI. Dodatkowo, oprócz dwóch wejściowych portów HDMI, soundbar ma gniazdo HDMI ARC (kanał zwrotny audio), które umożliwia transfer zwrotny sygnału audio z odbiornika TV wyposażonego w tuner np. DVB-T oraz optyczne i analogowe gniazda audio. Pozwala to na ograniczenie zbędnej ilości kabli i umożliwia kontrolę głośności za pomocą pilota do telewizora.

Głośnik można umieścić bezpośrednio pod telewizorem, także innej marki, wykorzystać dołączony wspornik lub zawiesić na ścianie.



30 KOMPATYBILNYCH PUNKTÓW

Firma iiyama, japoński producent hi-endowych monitorów, wprowadza na polski rynek monitor T3234MSC-B3X z 31,5" ekranem dotykowym AMVA3 LED-backlit o natywnej rozdzielczości Full HD 1080p.



30 kompatybilnych punktów dotykowych (funkcje dotykowe są kompatybilne z systemami Windows 7 i 8) pozwala na swobodną interakcję z ekranem kilku osobom jednocześnie. Monitorem można używać w trybie krajobrazowym i portretowym, a także w pozycji „face up”. Niezwykła trwałość i odporność na zarysowania szklanej powłoki pokrywającej ekran (współczynnik twardości 7H) pozwala na użytkowanie monitora w przestrzeni publicznej. Dodatkowo ewentualne zarysowania powłoki nie mają wpływu na działanie funkcji dotykowej. Dzięki brakowi ramki zasłaniającej ekran z przodu obsługa monitora przypomina korzystanie z tabletu czy dużego smartfona.

Panel wyposażono w cyfrowe wejścia sygnału DVI-D i analogowe VGA (D-Sub) oraz USB (do podłączenia funkcji dotykowej) i wyjście RS 232C..

CERTYFIKOWANY PRZEZ GOOGLE

Firma ARCHOS, pionier rynku urządzeń z systemem Android, wprowadza 10,1" netbook ArcBook z ekranem dotykowym i systemem Android w wersji 4.2 Jelly Bean. Preinstalowany na urządzeniu,



które łączy wygodę użytkowania tabletu oraz efektywność pracy z netbookiem, pakiet OfficeSuite Pro 6 pozwala na tworzenie i edycję plików programów Word, Excel, Power Point i plików w formacie PDF. Każdy użytkownik ma dostęp do usług Google, takich jak: sklep Google Play, przeglądarka Google Chrome, YouTube, Gmail czy Translate. Przechowywanie własnych dokumentów oraz plików zapewnia dostęp do 15 GB bezpłatnej pamięci na dysku Google Drive.

Netbook wyposażony jest w pełną klawiaturę, zawierającą dodatkowo specjalne klawisze skrótu dla popularnych poleceń systemu Android oraz usług Google. Do netbooka można podłączyć inne urządzenia zewnętrzne za pomocą portów USB i microUSB oraz slotu na karty microSD. Wbudowana bateria pozwala na ok. 10 godz. ciągłej pracy.

JERZY BOJANOWICZ



Sony PMW-F5 i PMW-F55 Cinealta 4K

KAMERY DLA 4K

Kamery PMW-F5 i PMW-F55 Cinealta 4K firmy Sony (wprowadzone rok temu) cieszą się zasłużenie doskonałą opinią również dzięki swej otwartej architekturze, umożliwiającej niemal nieograniczoną rozbudowę i aktualizację.

Sony zamierza wkrótce zastosować w tych kamerach zaawansowane technicznie kodeki AVID® DNxHD®. Tworzone w ten sposób pliki audio/video będą umieszczane w „kontenerze” MXF OP-1a i zapisywane we włożonej do kamery karcie pamięci SxS PRO+ (również produkcji Sony). Karty w tej wersji są bardziej solidne, a zatem odporne na ewentualne zniszczenia, prędkość ciągłego zapisu w tych kartach dochodzi do 187 MB/s (ok. 1,5 Gb/s). Kodeki DNxHD (zgodne ze standardem SMPTE VC-3) umożliwią integrację kamer F5/55 ze środowiskiem Avid Media Central, co z kolei pozwoli uniknąć przekształcania formatu materiału źródłowego podczas edycji, a zatem zachować wysoką jakość materiałów pozyskiwanych dzięki przetwornikowi 4K Super 35 mm.

Na początek materiały 4K można kręcić nie tylko za pomocą takich super profesjonalnych kamer (w cenie kilkudziesięciu tysięcy dolarów), ale również

sprzętem znacznie tańszym, nieco tylko ustępującym jakościowo tym kamerom z najwyższej półki.

Może to być na przykład pięciokrotnie tańszy kamkorder tej samej firmy Sony o nazwie **PXW-Z100 Pro 4K**, standardu „true 4K” (4096 x 2160) oraz UltraHD (3840 x 2160). Kamkorder korzysta z 10-bitowego kodeka XAVC 4:2:2 i pracuje na plikach formatu MXF. Ma ponadto obiektyw 20x Sony G Lens i przetwornik obrazowy 4K Exmor R CMOS.

Blackmagic Production Camera 4K też ma przetwornik Super 35 zapewniający jakość 3840 x 2160 i choć wygląda nieco mniej efektownie – jest zupełnie dobrym i ciekawym urządzeniem do niskobudżetowych produkcji 4K (no dobrze – UltraHD).

Kolejny Sony w tym zestawieniu to model **FDR-AX1000 4K** – lekka, „ręczna” kamera o masie niecałego kilograma, kosztująca mniej niż 1/10 ceny sprzętu „Super”. Ciepło przyjęta przez fotografów, którym coraz częściej przychodziło, oprócz wykonywania zdjęć ich

PXW-Z100 Pro 4K



Blackmagic Production Camera 4K



Sony FDR-AX1000 4K





JVC GY-HMQ10U 4K

Canon Cinema EOS C500 4K

wierną cyfrową lustrzanką, kręcić filmy jakimś innym cyfrowym aparatem fotograficznym.

Podobnym sprzętem jest kompaktowy kamkorder firmy JVC, **model GY-HMQ10U 4K**. Kamkorder zasłynął głównie z bardzo szybkiego procesora umożliwiającego realizację zaawansowanych funkcji. Ma klasę UltraHD (3840 x 2160), przetwornik obrazowy CMOS 4K, doskonale sprawdzający się przy różnym świetle. Można nim też kręcić filmy 4K w trybie progresywnym (MPEG 4/H264) przy 144 Mb/s. Uproszczona optyka obiektywu zapewnia dokładny obraz bez zniekształceń.

A taki model Canon – **Cinema EOS C500 4K**? W obu trybach, 2K i 4K, kręci z prędkością do 120 ramek/s, co przydaje się w próbach realizacji ambitnych produkcji korzystających ze „slow-motion” czy „high speed”. Dzięki tablicy Canon Log Gamma obraz jest bardzo dobrej jakości przy krańcowych nawet warunkach oświetleniowych. EOS C500 4K ma już wielu zagorzałych zwolenników umieszczających go na najwyższej półce jeśli chodzi o sprzęt o najkorzystniejszym stosunku ceny do możliwości.

Podobnych kamer i kamkorderów jest wiele. Może jeszcze warto wspomnieć o modelu **NEX-FS700RH 4K Ready Super 35mm firmy Sony**. Kamera dysponuje bardzo szybkim i niskoszumnym przetwornikiem obrazowym 4K Exmor Super 35 CMOS, optymalizowanym do zdjęć filmowych. Kamera robi zdjęcia 4K z prędkością do 100 ramek/s, w przypadku rozdzielczości 2K nawet do 240 ramek/s. Kosztuje ok. 1/3 tego, co wypadałoby zapłacić za F55...

GRZEGORZ MORKOWSKI

NEX-FS700RH 4K Ready Super 35 mm



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.



A W JACHRANCE srebrne wesele

Wiosenne spotkania przedstawicieli mediów elektronicznych, skupionych przede wszystkim w PIKE, ale też w pokrewnych organizacjach, mają swoją długą tradycję, a ponieważ toczą się głównie w krajowym gronie, pozwalają uważniej wsłuchać się w sprawy i tematy, którymi żyje branża.

A kończy się właśnie dobry sezon dla branży, w którym ostatecznie zakończył się etap analogowego nadawania telewizji naziemnej, a katalog ogólnodostępnych kanałów rozpowszechnianych w technologii cyfrowej liczy już 24 pozycje. Fakt ten spowodował, że nieco spadła liczba abonentów platform satelitarnych i raczej nie pozyskują one już nowych klientów, a jeśli to niewielu. Trójpodział rynku telewizyjnego chyba ostatecznie się dokonał, a przetasowania między poszczególnymi sektorami (kabel, satelita, DVB-T) będą miały niewielki wymiar.

JAK TO SIĘ ZACZĘŁO?

Zaczął się 25 lat temu, kiedy aktywną działalność rozpoczęły sieci operatorów kablowych, a na rynku prasowym pojawił się miesięcznik *TV Sat Magazyn*. Łódzki periodyk w swe 25 urodziny przypomniał nie tylko swoją genezę, ale także zaprosił do wspominkowego panelu przedstawicieli branży, by i oni odpowiedzieli na pytania o swe zawodowe i życiowe pozycje przed ćwierćwieczem. Poznaliśmy dzięki temu okoliczności, w których poznali się, Andrzej Ostrowski (założyciel i pierwszy szef stowarzyszenia operatorów kablowych) z Jerzym Straszewskim (późniejszym i dzisiejszym prezesem Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej), a w opowieści tej pojawiły się i targi sprzętu elektronicznego w Paryżu (gdzie JS oferował gniazda) i granica między RFN a NRD, na której utknął AS z transportem czasz satelitarnych. Ale dalej było już o prognozach dla branży, i tu zarówno Jacek Kobierzyski (TOYA), Artur Przybyś (nc+), Maciej Stec (Cyfrowy Polsat), jak i Jakub Brzęczkowski (Eutelsat) mogli, spoglądając przez chwilę za siebie zabawić się w proroków.

Do jubileuszu 25-lecia telewizji kablowej nawiązywało także następne spotkanie dyskusyjne, które miało miejsce po uroczystej inauguracji jachrańskiej konferencji. Prezes Jerzy Straszewski przypomniał w nim,

że rynek kablowy w Polsce daje jej 5 miejsce w Europie, że nasycenie internetem plasuje nas na miejscu 4, a sieć telefonii stacjonarnej na miejscu 9. Sentymentalną podróż w przeszłość odbyli goście zaproszeni przez eksperta rynku mediów, Beatę Mońkę. I tak Marek Sowa, pracujący obecnie głównie za oceanem stwierdził, że z oddali lepiej widać jaki dystans pokonała Polska i cała branża przez te lata. Dodał też jak bardzo zatarty się granice między mediami a telekomunikacją. Zygmunt Solorz-Żak skupił się na dniu dzi-

siejszym i najbliższej przyszłości, podkreślając, że swe działania podporządkowuje idei zapewnienia polskim domom możliwie bogatej gamy usług i mediów, stąd jego ostatnie zainteresowanie możliwościami dostawy gazu. Z kolei prezes TVP przypomniał, że 25 lat temu jego obecna firma była Radiokomite-tem, czyli państwową jednostką organizacyjną, a emisja programu odbywała się jeszcze w systemie SECAM. Andrzej Muras (Mediasat)



związany wtedy z jednym z pierwszych prywatnych nadawców telewizyjnych opowiedział o swych rozmowach z arcybiskupem Gocłowskim z Gdańska, który prosił o ograniczenie emisji niektórych programów stacji RTL, przeznaczonych dla dorosłych widzów. Z kolei Jan Dworak, przewodniczący KRRiT zastanawiał się głośno co dalej będzie się działo na naszym rynku audiowizualnym, zachęcając do podsumowania pierwszego etapu cyfryzacji, który zakończył się ledwie miesiąc temu. Ewa Michalska (PIKE) dowodziła, że tylko w kablu jest miejsce dla małych, lokalnych stacji telewizyjnych na co Juliusz Braun (TVP) zadeklarował, że jego oddziały terenowe będą lepiej współpracować z nimi. Niemal gremialnie apelowano o dalszą konsolidację rynku operatorów kablowych, gdzie wciąż działa ponad 400 podmiotów,

przypomniano też, że nadawcy powinni wspierać operatorów.

JAKA BĘDZIE 4 USŁUGA?

Mobilna przyszłość telewizji. Nowe potrzeby klientów, modele biznesowe, łańcuch wartości, nowy układ sił – to temat interesującej dyskusji, którą zorganizowano przy współpracy z UPC Polska i prowadzonej przez jej rzecznika prasowego, Michała Furę.

Nie co się wydarzy, ale w jakim tempie – oto najważniejsze, zadaniem Dominika Libickiego z Cyfrowego Polsatu, pytanie dotyczące przyszłości. Grzegorz Esz (UPC) zastanawiał się, jaka będzie ta 4 usługa, która stanie się równoprawną siostrą już powszechnie dostępnych czyli telefonu, internetu i telewizji. Aleksander Kutela (HBO) zwrócił uwagę na to, że najważniejsze jest właściwe rozpoznanie potrzeb widza, on decyduje tak naprawdę o przyszłości, bo mniej liczy się dla niego technologia, czyli na czym może oglądać, a zajmuje odpowiedź na pytanie – co oglądać? Zmiany na rynku, przekonywał ekspert mediów, Andrzej Zarębski, przypominać będą konstruowanie samochodu idealnego, w poruszaniu się którym najważniejsze są: bezpieczeństwo, płynność ruchu i rozrywka. Reprezentujący branżę internetową Włodzimierz Schmidt (IAB Polska), pierwszy z panelistów, który zaczął nie od pieniędzy czy technologii, ale od odbiorcy, przedstawił dane dotyczące oglądania telewizji przez użytkowników sieci. Badania pokazały, że preferuje on samodzielne układanie swojej ramówki, a aż 62% ogląda krótkie treści video.

SCHAB A SPRAWA POLSKA

Sporo emocji dostarczył panel poświęcony prawu autorskiemu, który miał przynieść odpowiedź na pytanie – kto zarabia a kto traci na jego stosowaniu lub niestosowaniu? Punktem wyjścia był artykuł z jednego z tabloidów, gdzie pokazano jak rosła cena kilograma schabu między rolnikiem a sklepem. Liczne

grono dyskutantów, wśród których byli reprezentanci realnych i potencjalnych konsumentów, twórcy, przedstawiciele organizacji zbiorowego zarządzania prawami, nadawcy oraz urzędnicy odpowiednich resortów, przekonywali się nawzajem do swoich racji, ale... Ale dla postronnego i uważnego słuchacza tych dywagacji nie ma wątpliwości, że prawa autorskie były, są i będą więc nie bardzo ma sens dyskusja nad celowością i metodami ich naliczania, płacenia i przekazywania twórcom. A jedynym naprawdę istotnym elementem dyskusji powinny być tabele opłat. W reszcie cywilizowanej Europy o nich przede wszystkim się rozmawia i negocjuje, nie zaś w ogóle o celowości ich istnienia. Zaś największą trudność sprawia: dostosowanie uregulowań prawnych do zmieniającej się rzeczywistości technologiczno-społecznej, nowych nośników czy sposobów przekazywania treści.

Telewizja hybrydowa ma w naszym kraju grono gorących zwolenników, na czele których sytuuje się Paweł Tutka. To głównie dzięki jego uporowi HbbTV zaistniała nad Wisłą i powoli się rozwija obejmując dzisiaj 12 kanałów, dostępnych dzięki usługom Smart TV. Na razie jednak liczba stałych użytkowników nie jest duża i nie rośnie zbyt dynamicznie. Z pewnością najbliższe kilkanaście miesięcy pokaże, czy HbbTV zyska rację stałego bytu, czy też przejdzie do historii mediów elektronicznych jako kilkusezonowa ciekawostka technologiczna?

PIRATOM ŚMIERĆ!

W Jachrance zaprezentowano najważniejsze wnioski płynące z raportu o skali piractwa na polskim rynku, przygotowanego i ogłoszonego niedawno przez firmę PWC Polska i Stowarzyszenie Dystrybutorów Programów Telewizyjnych Sygnał. Przewodnicząca tego ostatniego, Teresa Wierzbowska na wstępie przedstawiła najbliższe działania Sygnału. Zmierzają one do odcięcia portali udostępniających pirackie treści od podstawowego źródła dochodu, czyli od reklam. Służyć temu





będzie planowane niebawem podpisanie porozumienia reklamodawców internetowych w tej sprawie. Mariusz Łukomski (Monolith) dystrybutor filmowy opisał swoją aktualną sytuację, w której obowiązują go narzucone przez producentów terminy premier filmowych na kolejnych nośnikach i mediach, co ułatwia piratom działanie, bo ich nie obowiązują żadne umowy i terminy. Maciej Maciejowski (TVN) przypominał, że np. You Tube ma narzędzia do likwidacji pirackich treści, ale państwo nie kwapi się do regulacji prawnych, które takie działania by sankcjonowało albo umożliwiał. Reprezentant Ministerstwa Sprawiedliwości zadeklarował, że jego resort problem nie tylko zna, ale też próbuje go rozwiązywać.

Ostatni z konferencyjnych paneli dotyczył rynku medialnego i telekomunikacyjnego, a dokładniej kwestii zasadniczej – czy i jak go regulować albo deregulować? Zaproszeni do udziału w dyskusji goście byli zgodni co do tego, że pewne obszary działania obu tych coraz bardziej przenikających się dziedzin życia gospodarczego wymagają nakazowo-rozdziałowej legislacji, a nawet wyjątkowej czujności urzędniczej, inne regulują się same „niewidzialną ręką rynku”.

UMOWY I NAGRODY

Podczas wiosennej konferencji PIKE do swych stoisk zapraszali m.in.: Eutelsat, ASTRA, Stopklatka TV, TVR oraz Power TV, którego szef, Michał Winnicki zapewniał, że już jesienią zaproponuje sieciom kablowym i platformom satelitarnym swój nowy, tym razem dokumentalno-przygodowy kanał.

Podczas konferencji w finale III Forum Telewizji Lokalnych, podpisano umowę o współpracy między organizatorami targów telewizyjnych w Cannes, firmą Reed Midem, reprezentowaną przez dyr. sprzedaży Cyrila Szczerbakowa PIKE (Jerzy Straszewski) i Fundacją PIKSEL (Włodzimierz Zieliński). Być może już na wiosnę 2015 podczas kolejnej edycji targów MIPDOC pojawi się w Pałacu Festiwalowym

w Cannes polska aleja, a w niej m.in. stoisko oferujące produkcje polskich lokalnych telewizji.

Na uroczystej Gali ogłoszono także wynik konkursu *To nas dotyczy* oraz wręczono statuetki i nagrody zwycięskim stacjom w poszczególnych kategoriach:

- ▶ **KATEGORIA:**
MOJA MAŁA OJCZYZNA – *Tajemnice Poznania-Śluza* (Wielkopolska Telewizja Kablowa Poznań, autor: Błażej Wandtke)
- ▶ **KATEGORIA:**
MOJE MIASTO LEŻY W EUROPIE – *We love Poznań – Amerykanin i Polak z Kanady* (Wielkopolska Telewizja Kablowa Poznań, autor: Maciej Kautz)
- ▶ **KATEGORIA:**
EKOLOGIA... I COŚ WIĘCEJ – *Lasy Dolnego Śląska – Nadleśnictwo Szklarska Poręba* (Telewizja TV Dami Jelenia Góra, autor: Paweł Guszała)
- ▶ **KATEGORIA:**
REAGUJ NA PRZEMOC WOBEC DZIECI. MASZ PRAWO – *Policjant, który mi (nie)pomógł* (Twoja Telewizja Morska Wejherowo, autor: Arleta Bolda-Górna)
- ▶ **KATEGORIA:**
NAGRODA PUBLICZNOŚCI – *Zamęt* (Telewizja Horyzont Stubbice, autor: Andrzej Dzierżęcki).

Po raz pierwszy przyznano także nagrodę dla najbardziej rokującej produkcji, która zostanie pokazana na przyszłorocznych targach filmowych i telewizyjnych MIPDOC w Cannes. Fundatorem nagrody jest Reed Midem – organizator międzynarodowych targów filmowych i telewizyjnych MIPDOC, MIPTV i MIPCOM w Cannes. Nagrodą jest akredytacja uprawniająca do udziału w międzynarodowych targach filmu dokumentalnego MIPDOC i towarzyszącej konferencji, które odbędą się w kwietniu 2015 r. w Cannes oraz włączenie filmu do biblioteki cyfrowej MIPDOC i 2-dniowe zakwaterowanie podczas targów. Tę nagrodę otrzymała Wielkopolska Telewizja Kablowa z Poznania za cykl programów *We love Poznań*.

JANUSZ KOŁODZIEJ

2014 FILMINTERACTIVE

24 - 25 września
Łódzka Szkoła Filmowa

CROSSMEDIA

W ŚWIECIE SZTUKI, BIZNESU I REKLAMY!

POZNAJ FILOZOFIĘ MARKETINGU WIELKICH MAREK

POSŁUCHAJ ŚWIATOWEJ KLASY EKSPERTÓW
W DZIEDZINIE CONTENT MARKETING

NAWIĄŻ KONTAKT Z PROFESJONALISTAMI Z BRANŻY

BILETY „EARLY BIRD” W PROMOCYJNEJ
CENIE SĄ JUŻ DOSTĘPNE! TYLKO TERAZ:

599 PLN
NETTO

Oferta obowiązuje
do 13 czerwca 2014

Więcej informacji:

WWW.FILMINTERACTIVE.EU

SWOJĄ OBECNOŚĆ ZAPOWIEDZIELI:

- **Joe Pulizzi**
założyciel Content Marketing
Institute (USA);
- **Bettina Baumgärtner**,
LEGO Club Integrated Marketing
Manager (Niemcy);
- **Sophie Rayers**
dyrektor marketingu, EMEA &
LATAM, Brightcove (UK);
- **Dorota Kośmicka-Gacke**
niezależny producent filmowy
i telewizyjny (Polska);
- **Bélen Santa-Olalla**
Creative Consultant,
Transmedia Storyteller (UK);
- **Florian Heister**
założyciel, Branded Entertainment
Online (Niemcy).

Granting institutions:



Sponsors:



Organizers:



Partner events:



Partners:



Institutional patronage:



Media patronage:





Kombi



Maria Szablowska



Rudi Schubert

Śpiewać KAŻDY MOŻE

Była kiedyś telewizja i były festiwale piosenki... Ten w Opolu nazywano świętem polskiej piosenki i naprawdę był świętem. W opolskim amfiteatrze prezentowali się najlepsi twórcy i wykonawcy. Ten drugi, w Sopocie, opiewano – co prawda na wyrost – jako międzynarodowe święto piosenki. Właściwą miarę osiągnął wówczas, gdy przekształcono go w Festiwal Piosenki Interwizji, organizacji skupiającej kompanie telewizyjne tzw. krajów demokracji ludowej.

Mieliśmy także dwa festiwale „ideologiczne”: piosenki radzieckiej w Zielonej Górze oraz żołnierskiej w Połczynie i Kołobrzegu. Do udziału w nich niechętnie przyznają się dziś nasi wykonawcy, szczególnie ci znani i cenieni. Nie-słusznie. Obydwa trzymały poziom. Żołnierskie piosenki dla potrzeb festiwalu komponowali znakomici muzycy, a teksty podpisane były niekiepskimi nazwiskami. Takie były czasy.

PAPA MUSIOŁ I INNI

Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej zorganizowano po raz pierwszy w 1963 roku z inicjatywy dziennikarzy Mateusza Świąćckiego i Jerzego Grygolunasa przy wsparciu bardzo zaangażowanego w sprawę Karola Musioła, wówczas burmistrza Opola (w ówczesnej nomenklaturze przewodniczącego Miejskiej Rady Narodowej). Był tak pomocny, że do dziś przyznawana jest nagroda jego imienia w kategorii Super Premier i do dziś mówi się o nim poufale Papa Musioł. Ma w Opolu pomnik.

Od początku festiwal w Opolu stał się wydarzeniem, choć jego powstaniu towarzyszyła improwizacja

i niepewność. Rozważano mianowicie, czy jest u nas miejsce dla jeszcze jednej masowej imprezy muzycznej obok istniejącego już festiwalu w Sopocie, młodszego o trzy lata. Organizatorami były Polskie Radio i Telewizja oraz Towarzystwo Przyjaciół Opola. Charakterystyczny sygnał, grany do dziś, skomponował Bogusław Klimczuk i tak to poszło. Dość powiedzieć, że w jury zasiadali m.in. Stefan Kisielewski i Jerzy Waldorff, a na estradzie każdego roku pojawiały się nowe wielkie indywidualności. Tu hipnotyzowała głosem Ewa Demarczyk, tu śpiewali m.in. Wojciech Młynarski, Maryla Rodowicz, Irena Santor, Jerzy



Irena Dziedzic

Polomski, Alicja Majewska, tu nagrodę zdobył Czesław Niemen za song *Dziwny jest ten świat*, a Stan Borys za *Jaskółkę uwięzioną*. I tu co roku bawił do dziś nocny Kabareton.

Festiwal miał wiele smaków i barw. Występowały także zespoły romskie, teraz wyeliminowane z konkursu, nad czym ubolewa Don Wasyl, znany muzyk i organizator życia muzycznego polskich Cyganów.

W Opolu rodziły się wielkie legendy polskiej piosenki. Legendy żywe do dziś, z których większość nie jest



Maryla Rodowicz



Jerzy Potomski



Edyta Wojtczak



Hanna Banaszak i Bohdan Smoleń

wyłącznie postaciami z przeszłości, o czym przekonał ubiegłoroczny koncert z okazji 50-lecia festiwalu. Koncert wspomnień i wzruszeń.

ŚWIATOWE KLIMATY

Jeśli Opole kultywowało swojskie klimaty (łącznie z biesiadami w restauracjach „Pająk” i „Dworcowa”), to Sopot stawiał na pewien snobizm (Grand Hotel, zagraniczni artyści), na rozmach i przepych (pieniędzy dosypywał hojną ręką prezes TVP Maciej Szczepański, ufundował nawet dla zwycięzcy jacht dalekomorski) oraz tzw. światowy sznyt, choć w polskim opakowaniu (jedną z konkurencji o nagrodę Bursztynowego Słowika było wykonanie polskiego przeboju przez zagranicznego piosenkarza, co okazało się całkiem chwytliwym pomysłem). Telewizja próbowała uczynić z tej imprezy konkurencję dla festiwalu Eurowizji.

Sopot pamięta się też z różnych wydarzeń obocznych. A to okazały kubaturowo Dennis Roussos porwał do tańca na estradzie Irenę Dziedzic (gazety dodawały – niesytą sławy), a to zespół Boney M, wówczas u szczytu popularności, wykonał zakazaną w Polsce piosenkę *Rasputin*, co skrzętnie usunięto z przekazu telewizyjnego. Pewnego roku Andrzej Rosiewicz latał jako pszczoła nad całą Operą Leśną. Opisywano też grymasy Whitney Houston, która pojawiła się na estradzie w futrze, prawdopodobnie przekonana, że trafiła do krainy białych niedźwiedzi. A gdy w 1984 roku w Operze Leśnej wystąpił Charles Aznavour, to w połowie recitalu publiczność masowo opuściła amfiteatr, spiesząc na ostatnią kolejkę do Gdańska, Gdyni, Wejherowa. Sławny artysta po prostu zbaraniał.

Festiwal w Sopocie często zmieniał sponsorów i organizatorów, co wiązało się z pewnymi zawirowaniami. Najpierw organizowała go TVP, potem TVN, a ostatnio Polsat.

ZNAKI CZASU

Festiwalowe konkursy promują przede wszystkim młodych wykonawców. A tych wykonawców, laureatów licznych programów muzycznych we wszystkich

kanalach, dziś istne zatrzęsienie. Wiadomo, śpiewać każdy może... Występ w telewizyjnym show jest trampoliną do kariery scenicznej. Niekiedy udaje się wydestylować z tego młodzieżowego tsunami jakiś wartościowy utwór i obiecującego piosenkarza, ale jest to zadanie trudne. Tym trudniejsze, że często wpływ na werdykt mają widzowie głosujący za pomocą SMS-ów, nie zaś profesjonalne jury. Jerzy Gruza, wieloletni reżyser festiwalu w Sopocie, mówi wręcz o „meksykanizacji gustów widzów” i o tym,

że według kopernikańskiej zasady gorsza moneta wypiera lepszą. To surowa ocena. Czy słuszna? TVP Historia i TVP Rozrywka prawie codziennie przypominają fragmenty dawnych festiwali, głównie Opola. Widać czarno na białym, że nie jest to opinia całkiem bezpodstawna.

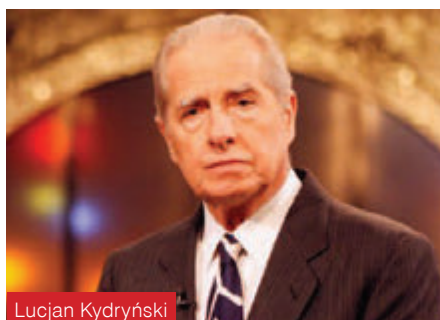
Sopocki festiwal, reaktywowany jako Sopot Festival, wypączko-

wał też w 2003 roku Festiwalem Top Trendy. Miarą popularności wykonawców jest ilość sprzedanych krążków i to jest właśnie ta konkurencja Top. Trendy to sprawdzian dla początkujących artystów, debutantów. Sopocka Noc Kabaretowa? No cóż, jakie są dzisiejsze kabarety – każdy widzi. Więc i Kabareton jest uszyty na ich miarę.

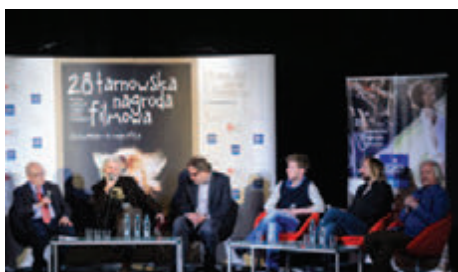
Sopot Hit Festiwal organizowany przez Telewizję Polską (obecnie zawieszony) pomyślany został z kolei jako kontynuacja dawnych Super Jedynek (15 wykonawców polskich i 15 zagranicznych). Odbył się chyba trzy razy, w tym raz w Bydgoszczy. Typowano na nim polski i zagraniczny hit lata. Żadnego przeboju nie udało się zapamiętać.

Dziś, gdy festiwale piosenki nie mają już tej co dawniej rangi i znaczenia, z przyjemnością wspomina się lata ich świetności, np. lata 70., jeden z najlepszych okresów zwłaszcza w historii Opola. Teraz obydwą próbują wrócić na dawne pozycje i odzyskać renomę oraz to ogromne zainteresowanie i sympatię widzów, jakie im kiedyś towarzyszyły. Czy jest to w ogóle możliwe? Nie sądzę. Za dużo komercji, za mało artyzmu. Za dużo różnych programów w telewizji nastawionych na konkurencje taneczne i piosenkarskie. To znak czasu niezbyt korzystny dla festiwali.

BARBARA KAŻMIERCZAK



Lucjan Kydryński



28 TARNOWSKA NAGRODA FILMOWA

PLUSY DODATNIE czy plusy ujemne?

Pytanie uzasadnione, bo po takim sezonie, jaki właśnie dobiega końca, oczekiwania kinowej publiczności i apetyty krytyki zostały wyniesione na poziomy już dawno nie oglądane. Spośród kilkudziesięciu poddanych publicznemu oglądowi obrazów co najmniej pięć zasługuje na miano bardzo dobrych (*Papusza*, *Chce się żyć*, *W imię...*, *Imagine*, *Pod mocnym aniołem*), a jeden – *Ida* – osiągnął rangę arcydzieła.

Potwierdzoną lawiną nagród i znakomitą przyjąciem przez widownię kinową choćby we Francji, gdzie film Pawła Pawlikowskiego obejrzało ponad 600 tysięcy widzów. A to nie koniec ani listy nagród dla tego filmu ani jego światowej dystrybucji, bo po Europie i USA wchodzi właśnie na ekrany kin australijskich i nowozelandzkich. Jeśli do wymienionych wyżej propozycji polskiego kina dodać kilka następnych (*Jack Strong*, *Wałęsa – człowiek z nadziei*, *Dziewczyna z szafy*, *Kamienie na szaniec*), które zebrały sporą widownię i pochwały za sprawną realizację, oraz jeszcze kilka innych, które spełniały bez większych zastrzeżeń walor oglądalności, to otrzymamy skrócony bilans najlepszego sezonu polskiej kinematografii od wielu, wielu lat.

NAJSŁABSZE OGNIWO?

Ów pozytywny rachunek odsłonił też nowe stojące odłogiem pola naszego przemysłu filmowego. To na pewno słabość działających na nim producentów (tylko garstka z nich dysponuje środkami własnymi, większość te środki „ma mieć”), a przede wszystkim dystrybutorów, którzy nie potrafili w pełni wykorzystać krajowego potencjału np. *Idy* czy *Imagine*, nie wierząc w ogóle w ich ekranowy sukces, czy – jak w przypadku kilku innych filmów – stosując standardowe techniki promocji i dystrybucji. Nie mamy również dobrych kontaktów z dyrekcjami najważniejszych festiwali międzynarodowych, do Oscara zgłaszamy film poprawny politycznie i poprawnie zrealizowany, zamiast takiego, który mógłby pozytywnie zaskoczyć członków Amerykańskiej Akademii Sztuki i Wiedzy Filmowej. Wciąż

nie sposób nie zauważać mizerni finansowej naszych filmów, co widać, a przede wszystkim wciąż słysząc (tzn. nie słysząc z ekranu).

Pojawił się też nowy, tylko z pozoru błahy element, w postaci rozleniwionej dekadą „komedii romantycznych” i różnych innych *Wyjazdów integracyjnych* i *Last Minute* publiczności, która otumaniona telewizyjną sieczką nie chce, nie potrafi, nie może traktować wizyty w kinie inaczej, nie jak tylko rozrywkowego zabijacza czasu.

Mówiono o tym podczas tradycyjnej debaty krytyków i dziennikarzy związanych z branżą filmową i telewizyjną, która odbyła się na zakończenie 28 Tarnowskiej Nagrody Filmowej. Na jeden z tematów dyskusji





warto zwrócić szczególną uwagę. Mowa o finansowaniu (lub nie) polskiego kina z innych niż PISF-owskie źródła, w tym przede wszystkim telewizji.

Swój udział w tym procesie zawiesiła do końca procesu fuzji platforma nc+, wcześniej pod szyldem Canal+ ważny współfinansista polskiego kina, TVN jeśli już to realizuje wyłącznie własne projekty według sprawdzonego wzorca (oszczędności osobowe i zmasowana kampania promocyjna na własnych antenach), Polsat nie wyraża zainteresowania tematem, a HBO inwestuje głównie w seriale i dokumenty, rzadko występując jako koproducent pozycji fabularnych. Pozostaje telewizja publiczna, która po latach mizerni finansowej wraca pomalutku do gry. Na początek 10 milionami, które według obecnego w Tarnowie dyrektora Dwójki, Jerzego Kapuścińskiego, przeznaczy także na dofinansowanie debiutów (a tych powstawało ostatnio niewiele) m.in. projektów Kuby Czekaja, Grzegorza Zaricznego i Dariusza Glazera.

AMNEZJA NA KULTURĘ

To oczywiście wiadomość budująca nadzieję na przyszłość, choć oparta jest na pragnieniu, by wzrosły wpływy z abonamentu telewizyjnego. Czy one jednak odczuwalnie wzrosną jeśli ta część widowni telewizyjnej, która gotowa jest do regularnego płacenia w dzień poprzedzający tarnowska debatę mogła przeczytać w największej polskiej gazecie wywiad z prezesem TVP, którego – wywiadu – przesłanie, mówiąc najdelikatniej, słabo przekonuje do współpracy z firmą z Woronicza.

– Jest kryzys – powiedział w Tarnowie dyr. Kapuściński – *ale staramy się pomóc np. wspierając Studio Munka. Pieniądzy jest mało, bo abonamentu jest mało. Ściąganość jest na poziomie 18%. Gdyby coś się poprawiło, byłoby pieniądze i na fabułę, i na kino artystyczne. Stąd mój pesymizm. Nie ma regulacji takich jak w Unii. Chwalimy się 10-leciem wejścia do Unii, ale kultura jest na ostatnim miejscu. TVP jest w tragicznej sytuacji. Jak idą wybory, pojawia się kultura, a potem wszyscy o niej zapominają.*

Nie zapomina na szczęście nigdy Tarnów, a dokładnie mówiąc lokalne władze, firmy i instytucje, dzięki czemu od kilkunastu lat w kwietniu lub w maju spotka się w tarnowskim kinie Marzenie doborowa reprezentacja polskich filmowców, krytyków i animatorów kultury filmowej. Wszyscy oni przyjeżdżają do Małopolski z nieco innym programem i nastawieniem, niż to ma miejsce w Gdyni. Tu bowiem nie załatwia się interesów, nie montuje grup nacisku, nie korzysta z obecności (bo rzadko bywają, a jak już to w roli życzliwych obserwatorów) urzędników od kultury, by coś załatwić lub po prostu

poznać tak lubiane i częste w tym środowisku intrygi, plotki, zawiązać at hoc akcje i kontrakcje.

Tu obowiązuje program na TAK dla kina, dla publiczności, dla kultury we wszystkich jej przejawach. I pewnie dlatego do Tarnowa, nawet tylko na kilka godzin, zjeżdżają z kraju i ze świata, rodzimi twórcy, by pokazać swe nowe filmy i poznać opinie o nich.

W sezonie tak udanym, jak kończący się, były to wizyty i spotkania podwójnie dobre i pożyteczne, bo dzisiejsze polskie kino pokazało – jak to określił jeden z uczestników imprezy – może nie nową, ale z pewnością inną twarz, zapraszającą współczesnych kinomanów do niebanalnej i wielowątkowej rozmowy toczącej w zatłoczonej sali po zakończeniu projekcji filmów nie tylko Pawlikowskiego, Krauzów, Szumowskiej czy Pieprzycy, ale też Lecha Majewskiego, który przedpremierowo pokazał podczas 28 Tarnowskiej Nagrody Filmowej swój nowy obraz *Psie pole*. Zbierający już pełne zachwyty recenzje z dystrybucji we włoskich kinach, niesie w sobie spory ładunek nieoczywistości i pół interpretacji, co wróży ciekawą dyskusję po polskiej premierze. Oczywiście, jeśli do niej dojdzie, co nie jest wcale takie oczywiste, biorąc pod uwagę bardzo zachowawcze gusta większości naszych dystrybutorów, ich przywiązanie do schematycznego myślenia i sprawdzonych działań. A dystrybucja filmu Majewskiego na pewno wymaga zarówno odwagi, jak i pomysłu.

POWSTAŃCZA JESIEŃ?

Nielatwo na tak chimerycznym wciąż rynku prognozować przyszłość, bo jak uczy historia i teoria logiki: po górach muszą nadejść doliny. Jedno wydaje się pewne, czeka nas gorąca jesień, bo zapowiadana na wrzesień premiera filmu *Miasto 44* Jana Komasy z pewnością otworzy kolejny rozdział narodowej dyskusji o kinie historycznym, a pewno także o genezie, sensie i rezultatach tragicznych warszawskich 63 dni sprzed 70 lat. Frekwencyjny sukces i pozytywne, na ogół, krytyki, paradoksalnego *Powstania Warszawskiego*, zrealizowanego z archiwalnych kronik, każą z nadzieją oczekiwać na obraz Komasy, pierwsze głosy po zamkniętych pokazach, stawiają jednak sporo znaków zapytania, a więc...

A więc czeka nas gorąca jesień, tym bardziej, że swe uwikłane w historię filmy pokażą m.in. Jerzy Stuhr (po dłuższej przerwie) i autor znakomitej *Obławy* Marcin Krzyształowicz, a także nieco później Jan Jakub Kolski, zaś na początku 2015 roku Magdalena Piekorz i Borys Lankosz.

JANUSZ KOŁODZIEJ



54 KRAKOWSKI FESTIWAL FILMOWY

Filmowe Biuro Ogłoszeń

Zakończyła się właśnie 54. edycja Krakowskiego Festiwalu Filmowego. Jednej z najstarszych imprez w Europie poświęconych dokumentom, animacji i krótkim fabułom.

Jak przekonują organizatorzy, w stolicy Małopolski zobaczyć można było blisko 250 filmów reprezentujących wspomniane formy, a festiwal odwiedziło blisko 600 gości z całego świata. Wśród nich osoby odpowiedzialne za sam proces twórczy, czyli reżyserzy, aktorzy czy producenci, ale też dystrybutorzy, agenci sprzedaży, eksperci czy selekcjonerzy festiwali z całego świata, dla których krakowska impreza ma nieco inny wymiar. Bo nie można zapomnieć, że rozwijająca się z roku na rok coraz prężniej strona branżowa to istotny element krajobrazu Krakowskiego Festiwalu Filmowego, który czyni z niego wydarzenie niemal kompletne. W Krakowie podczas organizowanych warsztatów czy pitchingów jest okazja, by rozpocząć swój filmowy projekt, a zwieńczeniem może być nawet konkursowa projekcja podczas jednej z kolejnych edycji.

JAK KUPOWAĆ TO TYLKO W...

Najważniejszym elementem tej odsłony są Krakowskie Targi Filmowe. A w praktyce? Niewielka sala w Małopolskim Ogrodzie Sztuki, podzielona na boksy, a każdy z nich zaopatrzony w podpięty do specjalnego serwera komputer. I choć na pierwszy rzut oka wcale nie

musi tak to wyglądać, właśnie tutaj dzieje się najwięcej. Cyfrowa wideoteka i specjalne oprogramowanie (pionierskie przedsięwzięcie w Europie i jeden z pierwszych systemów tego typu na świecie, a wprowadzone przez organizatorów 8 lat temu) sprawiają, że w zasadzie tuż po oglądnięciu filmu wirtualnie można podjąć konkretne działania i nawiązać kontakt z osobą posiadającą prawa do danego tytułu. Dla niej z kolei ważne jest, że ma wgląd w to, kto zainteresowany jest jej projektem, a jednocześnie w specjalnych codziennych raportach zapoznać się może z oceną czy ewentualnymi uwagami, sugestiami. Po zakończeniu targów otrzymuje z kolei całościowe podsumowanie obecności swojego filmu na tym wydarzeniu.

Na oficjalnej stronie internetowej organizatorzy publikują konkretne liczby, które robią wrażenie. W tym roku na targi zgłoszonych zostało blisko 1000 filmów dokumentalnych, krótkometrażowych oraz animowanych z całego świata. W ostatecznej selekcji znalazło się blisko 300 tytułów, wśród nich rzecz jasna te pokazywane w ramach 54. edycji Krakowskiego Festiwalu Filmowego. Specjalne sekcje przygotowali partnerzy krakowskiej imprezy: East Silver, Swiss Films, DOK



Lepizg, Visions du Reel oraz Thessaloniki IDFF. To istotne, bo jak przekonuje Zofia Ścisłowska z Krakowskiej Fundacji Filmowej, to właśnie ze strony programistów międzynarodowych festiwali widać największe zainteresowanie. Wspomina ona o jeszcze jednej kwestii, która pokazuje, że priorytetem jest tutaj polskie kino. Mianowicie fakcie, że rodzime produkcje w ramach cyfrowej wideoteki dostępne są dla profesjonalistów z całego świata przez cały rok (aż do następnej edycji).

KIERUNEK: ANIMACJA

Spore zainteresowanie przedstawicieli zagranicznych festiwali, ale i agentów sprzedaży związane było z wydarzeniem, które po raz drugi zagościło w programie Industry Zone przy KFF. Mowa o prezentacji Animated in Poland, poświęconej w całości, często pomijanej, produkcji animowanej. W jej ramach przedstawionych zostało osiem projektów, które zostaną ukończone w ciągu najbliższych kilku miesięcy. O powodzeniu całego przedsięwzięcia dowodzi ubiegły rok, bowiem dwa spośród biorących w nim udział filmów – *Łażnia* Tomka Duckiego oraz *Zmysły prysły* Marcina Wasilewskiego, znalazły się w konkursie polskim tegorocznej edycji festiwalu. Między tym a kolejnym ważnym punktem programu Industry lokowała się prezentacja nietuzinkowego projektu *Twój Vincent*, pierwszej pełnometrażowej animacji malowanej, której koproducentami są: ze strony polskiej firma BreakThru Films oraz brytyjska Trademark Films. Eksperci z Wielkiej Brytanii byli zresztą ważnymi gośćmi tegorocznej edycji festiwalu, bowiem właśnie tej, mającej przecież znakomite tradycje, kinematografii dokumentalnej postanowiono przyrzeć się bliżej w tym roku (bohaterami poprzednich edycji były m.in. Włochy i Szwajcaria). Czemu służyła specjalna otwarta konferencja z udziałem przedstawicieli British Council, Scottish Documentary Institute czy National Film and Television School.

OD PROJEKTU AŻ PO FILM

Nieodłączną częścią Industry Zone są pitchingi, a więc idealna szansa na nawiązanie branżowych kontaktów,

uzyskanie eksperckich ocen czy znalezienie potencjalnego inwestora czy koproducenta. Wspólną inicjatywą Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej i Krakowskiej Fundacji Filmowej jest program Docs to go!. Jego celem jest promocja i prezentacja najciekawszych polskich filmów dokumentalnych w fazie postprodukcji, których premiera przewidywana jest na najbliższe miesiące. Do publicznych prezentacji zakwalifikowanych zostało 12 projektów (sześć z nich wzięło udział w warsztatach DOK.Restart), a ich reżyserzy oraz producenci na podstawie pierwszych montażowych wersji próbowali przekonać do nich zgromadzonych na sali ekspertów-dystrybutorów, przedstawicieli stacji telewizyjnych czy programistów. Związane to było z drugą częścią programu, która przewidywała spotkania indywidualne i już bardziej konkretne rozmowy o poszczególnych projektach. Zresztą, mające formę konsultacji, codzienne spotkania one-to-one z międzynarodowymi ekspertami w ramach Film Pro Industry Meetings to ważny element Industry Zone.

Nie można zapominać o wydarzeniu, które każdego roku organizowane jest niejako przy Krakowskim Festiwalu Filmowym. Mowa o zainicjowanym przed dziewięcioma laty przez Dorotę Roszkowską Dragon Forum. Nadrzędnym celem jest pitching i marketing filmu dokumentalnego na międzynarodowym rynku. W roku 2014 głównym organizatorem było Międzynarodowe Stowarzyszenie Przyszłość Mediów, a współorganizatorami Stowarzyszenie Filmowców Polskich i Krakowska Fundacja Filmowa. Projekt był także współfinansowany przez Polski Instytut Sztuki Filmowej i HBO Europe. Zakwalifikowani uczestnicy w ramach warsztatów przygotowywali projekty, by na pitchingu zaprezentować je przed gronem ekspertów. Wśród nich można było spotkać przedstawicieli lokalnych funduszy filmowych, którzy zachęcali do podjęcia realizacji w konkretnych regionach Polski, przedstawiając wszelkie możliwe udogodnienia wynikające z takiej współpracy.

KUBA ARMATA

FRANCUZI przed ekranem

Telewizja francuska uważana jest za jedną z najlepszych na świecie. Ma długą i piękną tradycję, w której eksponowane miejsce przypada realizowanym z polotem programom poświęconym kulturze i historii. Na tym polu Francuzi są ciągle klasą dla siebie i można się od nich wiele nauczyć.



Pucharowe mecze Paris Saint-Germain z londyńską Chelsea wiosną 2014 zgromadziły przed telewizorami rekordową widownię. Apetyty na wielkie wydarzenie rozbudziło 3:1 dla gospodarzy w Paryżu. Na murawie w Londynie poszło im znacznie gorzej, Ibra i jego drużyna przegrali rewanż nadspodziewanie gładko. Ale nie samym sportem Francja i jej telewizja żyje.

Absolutny boom przeżywają od dłuższego czasu francuskie archiwa filmowe. Chodzi o rok 1914 i Wielką Wojnę. Stulecie, jakie niebawem upłynie od jej wybuchu, stało się dla Francji kapitalną okazją do przypomnienia o wojennej chwale oręża i ogromie poniesionych w latach 1914-1918 strat. Rocznicowe ślady pamięci o tamtych czasach można znaleźć na każdym kroku: wielkie billboardy w metrze, artykuły w prasie, albumy z fotografiami, specjalne wydania magazynów ilustrowanych, obfita literatura historyczna.

Swój wielki udział w promocji tego, jak się okazało bardzo atrakcyjnego, tematu ma również telewizja. Zwrot historyczny, jaki dokonał się w zbiorowej świadomości Francuzów, został starannie przygotowany i precyzyjnie wyreżyserowany. Pierwszorzędną rolę

odegrały w tym zaliczane do ekstraklasy światowej paryskie archiwa filmowe, w których spoczywają tysiące bezcennych taśm. Producenci telewizyjni zrobili z nich znakomity użytek. Z uznaniem odnotowano fakt, iż pierwszy odcinek dokumentalnego cyklu o Francji w I wojnie światowej obejrzały miliony widzów. Gamelin, Nivelle, Pétain, Weygand, Archinard, Foch, a przede wszystkim marszałek Joffre stali się nagle mieszkańcami masowej wyobraźni współczesnych mieszkańców Francji, przypominając o jej ówczesnej potędze i pozycji lidera Ententy. Powróciła pamięć o polach chwały: Marna, Somma, Verdun, Ardeny, Wogezy, Szampania, Ypres, Aisne, fort Douaumont...

Ta wojna była również naszą. Paderewski, Piłsudski, Pierwsza Kompania Kadrowa, Legiony Polskie, Haller, Błękitna Armia, Lis-Kula, Sosnkowski, Szeptycki, Krzywopłoty, Rafajłowa, Rokitna, Kostiuchnowka, Kaniów, Prypeć, Stochód, Nida, Prut, Styr... Czy na fali rosnącego zainteresowania I wojną światową będziemy potrafili opowiedzieć naszą własną wojenną odyseję i drogę do wywalczonej z takim trudem niepodległości?

MAREK HENDRYKOWSKI

Zły pieniądz wypiera dobry

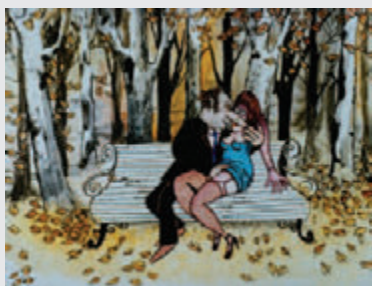
Pracowni Filmu Animowanego krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych stuknęło 55 lat, Katedra Animacji łódzkiej Szkoły Filmowej właśnie obchodzi swe ćwierćwiecze, a poznański Uniwersytet Artystyczny naucza trudnej sztuki animacji już ponad 35 lat.

Spiritus movens wprowadzenia animacji do programu polskich uczelni artystycznych jest prof. Kazimierz Urbański. To on tworzył Pracownię Rysunku Filmowego w krakowskiej i poznańskiej ASP, on uczył podstaw animacji w łódzkiej Szkole Filmowej. Wraz ze swymi najlepszymi studentami (Julian Józef Antonisz, Ryszard Czekala, Jan January Janczak, Krzysztof Raynoch) założył w Krakowie Studio Filmów Animowanych, a w Poznaniu – Telewizyjne Studio Filmów Animowanych.

Od początku lat osiemdziesiątych Pracownię Filmu Animowanego w krakowskiej ASP prowadzi

Zalewski, Zbigniewa Knapczyka czy Wojciecha Sobczyka.

Efektowny box wydany z okazji 55-lecia krakowskiej ASP składa się z sześciu płyt, na których znalazło się 87 filmów (ćwiczeń i etiud). Ich obejrzenie zajmuje blisko dziewięć godzin. A są wśród nich prawdziwe rarytasy, nagradzane na znaczących festiwalach, m.in. w Belgradzie, Lublanie, Moskwie, Pradze, Wiedniu, Zagrzebiu i Krakowie. Bo spod artystycznej ręki Jerzego Kuci wyszli – poza wymienionymi powyżej – twórcy tej klasy co Marta Pajek, Wiola Sowa, Zbigniew Czapla, Robert Sowa, To-



prof. Jerzy Kucia, którą przejął ją po Janie Januarym Janczaku (pedagogicznym „spadkobiercy” Urbańskiego na krakowskiej uczelni). Właściwie Kucia jest nie tylko opiekunem artystycznym powstających pod jego okiem etiud, ale ich prawdziwym producentem w najszerszym znaczeniu tego terminu. Dbą o wszystko, walczy o pieniądze, doradza, sugeruje, nie narzuca swojej woli, dyskutuje, przede wszystkim – dużo rozmawia. I wcale nie trzeba w pracowni Profesora robić filmów „mu podobnych”. Jeśli ma się wyrazistą, choć „obcą” mu wizję artystyczną, potrafi to docenić, czego dowodem tak różne stylistycznie – i odmienne od poetyki kina Kuci – filmy Alexandra Sroczyńskiego, Wiesława Skibińskiego, Andrzeja Zaręby, Rafała Bartkowicza, Olgi Woszczyzny czy Ewy Borysewicz. Oczywiście, pośród prac studentów Kuci jest wiele „bliższych” charakterem filmowego pisma kinu Profesora, choćby dokonania Sławomira

masz Siwiński, Edyta Turczanik. To oni coraz poważniej zaczynają kształtować aktualny obraz naszej animacji.

Podobnie, jak absolwenci poznańskiej czy łódzkiej uczelni. Niebawem trafią zapewne na rynek jubileuszowe wydawnictwa z ich dokonaniem. Polecam je Państwu gorąco, bo warte są obejrzenia, a nie zobaczycie raczej tych filmów na ekranach telewizorów, jeśli już, to w programach „niszowych” festiwali (choć pokaźnych rozmiarów to nisze), typu wrocławskich Nowych Horyzontów, poznańskiego Animatora czy krakowskiej Etiudy & Animy.

Telewizje bardziej zainteresowane są tańczącymi gwiazdami, śpiewającymi tyżwiarzami czy przekrzykującymi się w studio dyżurnymi osołomami. Zły pieniądz wypiera dobry, tego uczył już Kopernik. Nie tylko w telewizji, niestety.

JERZY ARMATA



Gra o tron (sezon 4)

Gra o tron to zrealizowana z rozmachem kultowa już produkcja HBO oparta na bestsellerowej sadze fantasy pt.: *Pieśń Lodu i Ognia* autorstwa George'a R.R. Martina. To fascynująca opowieść o fałszu i zdradzie, szlachetności i honorze, zwycięstwie i porażkach.

Gra o tron to historia osadzona w krainie Westeros, gdzie lato trwa dziesięciolecie, a zima panuje dłużej niż ludzkie życie. Po Krwawych Godach, w których śmierć poniosło wielu członków rodziny Starków, Lannisterowie nadal zasiadają na Żelaznym Tronie i nie zamierzają oddać władzy. Nieugięty Stannis Baratheon odbudowuje swoje wojsko w Smocznej Skale, podczas gdy bezpośrednie zagrożenie pojawia się na południu. Zaprzysięgły wróg Lannisterów, Oberyn Martell zwany Czerwoną Żmiją z Dorne przyjeżdża do Królewskiej Przystani, by wziąć udział w ślubie Joffreya z Margaery Tyrell. Dziesięciokrotnie zastępy Straży Nocnej nie mają szans obronić na północy Muru przed Dzikimi dowodzonymi przez Mance'a Raydera. Za zastępami Dzikich podąża największy wróg – Inni. Daenerys Targaryen, jej trzy smoki i armia Nieskalanych wyruszają oswobodzić Meereen, największe miasto w Zatoce Niewolników. Jeśli Daenerys osiągnie swój cel, może zdobyć wystarczająco dużą flotę, by wypłynąć nią do Westeros i odzyskać Żelazny Tron.

W głównych rolach występują m.in. zdobywca nagrody Emmy – Peter Dinklage, Lena Headey, Nikolaj Coster-Waldau, Emilia Clarke, Kit Harington, Sophie

Turner, Maisie Williams, Aidan Gillen, Iain Glen, Charles Dance, Diana Rigg, Isaac Hempstead Wright oraz Jack Gleeson. W pozostałych rolach występują: John Bradley, Daniel Portman, Alfie Allen, Jerome Flynn, Conleth Hill, Gwendoline Christie, Liam Cunningham, Stephen Dillane, Natalie Dormer, Iain Glen, Kristofer Hivju, Sibel Kekilli, Rose Leslie, Rory McCann, Michael McElhatton, Iwan Rheon i Carice van Houten. Do obsady czwartego sezonu dołączyli: Pedro Pascal (Oberyn Martell), Indira Varma (Ellaria Sand), Roger Ashton-Griffiths (Lord Mace Tyrell), Michiel Huisman (Daario Naharis), Yuri Kolokolnikov (Styr) oraz Hafþór Júlíus Björnsson (Ser Gregor Clegane).

Producentami wykonawczymi serialu są: David Benioff, D.B. Weiss, Carolyn Strauss, Frank Doelger i Bernadette Caulfield; współproducentami są Guymon Casady, Vince Gerardis oraz George R.R. Martin.

Premierowe odcinki czwartego sezonu serialu *Gra o tron* są emitowane w każdy poniedziałek o godzinie 22.00 na antenie HBO. W najbliższy poniedziałek nastąpi tygodniowa przerwa w emisji czwartego sezonu serialu HBO *Gra o tron*. Serial można także oglądać w serwisach HBO GO i HBO OD. Pełne pierwsze trzy sezony serialu są dostępne w HBO GO. (tus)



Dzwony wojny

12 maja rozpoczęły się zdjęcia do serialu *Dzwony wojny* – epickiej opowieści realizowanej w 100. rocznicę I wojny światowej. Na planie i za kamerą staną polscy artyści. To już kolejna koprodukcja z udziałem BBC Worldwide i TVP, realizowana po sukcesie poprzedniej koprodukcji obu stacji, serialu *Szpiedzy w Warszawie*.

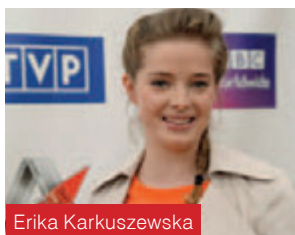
Porozumienie dotyczące realizacji serii dla obu stacji telewizyjnych zostało przygotowane przez BBC Worldwide i firmę Apple Film Production, prowadzoną przez Dariusza Jabłońskiego, która jest polskim producentem serialu. BBC Worldwide jest światowym dystrybutorem serialu.

Dzwony wojny opowiadają historię widzianą oczami dwóch zwyczajnych i bardzo młodych ludzi, wyruszających na ochotnika na wojnę, która – jak sądzą – potrwa nie dłużej niż kilka miesięcy. Wśród okropności wojny bohaterowie dojrzewają, tracą przyjaciół i znajdują miłość. W rolach głównych wystąpią dwaj młodzi aktorzy, Paddy Gibson i Jack Lowden, a ich wojenne miłości zagrają Sa-

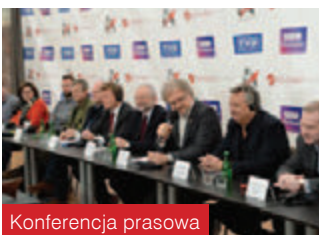
promocyjny, kulturalny i ekonomiczny.

Ben Donald, główny producent International Drama w BBC Worldwide, która będzie międzynarodowym dystrybutorem serialu, komentuje: – *Jesteśmy bardzo zadowoleni z możliwości kontynuacji współpracy z TVP i realizacji kolejnej koprodukcji. Cieszy nas ona szczególnie z uwagi na niezwykle ważną rolę tego jubileuszowego projektu. Jesteśmy przekonani, że jego emocjonalny przekaz przemówi tak do widzów w Polsce, jak i na całym świecie.*

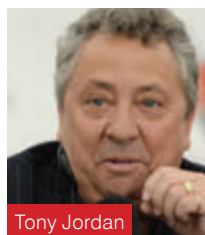
Podobnie sądzi Dariusz Jabłoński z Apple Film Production: – (...) *Spotykamy się przy drugim już projekcie realizowanym w koprodukcji BBC-TVP, autorstwa znakomitego brytyjskiego scenarzysty, Tony'ego Jordana i je-*



Erika Karkuszevska



Konferencja prasowa



Tony Jordan



Na pamiatkę

brina Bartlett i debiutująca na ekranie Polka – Erika Karkuszevska, studentka warszawskiej Szkoły Teatralnej.

Autorem scenariusza *Dzwonów wojny* jest wielokrotnie nagradzany za swoje produkcje Tony Jordan (*EastEnders*, *Życie na Marsie*, *Przekręt*), a głównym producentem serialu jest Red Planet Pictures.

– *Jest to ogromnie ważny projekt dla zaangażowanej w niego brytyjskiej telewizji* – mówi Tony Jordan, scenarzysta i właściciel Red Planet Pictures. – *Stulecie wybuchu I wojny światowej to rocznica konfliktu, który ukształtował dzisiejszą Europę. Od początku kluczową kwestią było znalezienie znaczącego europejskiego nadawcy jako partnera. W Red Planet bardzo cieszymy się na współpracy z TVP.*

Juliusz Braun, Prezes Zarządu Telewizji Polskiej S.A.: – *Pierwsza koprodukcja TVP z BBC, jaką byli „Szpiegzy w Warszawie”, została bardzo dobrze przyjęta. (...) Dlatego podjęliśmy się współpracy po raz drugi – tym razem przy produkcji „Dzwonów wojny”. Dbaliśmy o interes polskiej publiczności połączona z zapewnieniem udziału polskich twórców, w tym również aktorów, oraz efekt ekonomiczny w postaci sprowadzania do Polski zagranicznych środków – to dla nas niewątpliwą sukces*

go firmę Red Planet Pictures. Co więcej, dzięki tej współpracy wszystkie zdjęcia do serialu będą realizowane w Polsce przez międzynarodową ekipę wybitnych twórców, wśród których są Polacy, z czego jesteśmy dumni. Oprócz tego każda złotówka wydana na serial przez TVP przynosi kolejne 4 złote z zagranicy wydane w Polsce.

Reżyserem *Dzwonów wojny* jest Brendan Maher, wielokrotnie nagradzany australijski reżyser z ponad 20-letnim doświadczeniem. Zdjęcia do serialu zrealizują: Jacek Petrycki, wybitny polski operator, wieloletni współpracownik BBC i Channel 4, autor zdjęć do filmów Krzysztofa Kieślowskiego i Agnieszki Holland oraz Tomasz Naumiuk – młody, ale już doświadczony autor zdjęć do wielu produkcji. Za scenografię odpowiadać będzie Ashleigh Jeffres, autor scenografii m.in. do przebojowego serialu *Gra o tron* oraz utytułowana polska scenografka, Ewa Skoczowska.

Dzwony wojny będą najważniejszym telewizyjnym wydarzeniem jesieni w Wielkiej Brytanii i kluczowym elementem bloku BBC One poświęconemu 100. rocznicy I wojny. W TVP1 serial pojawi się równoległe z BBC One, w listopadzie 2014 r., stanowiąc istotny element obchodów rocznicy odrodzenia polskiej państwowości w 1918 r. (ara)

KALENDARIUM

3-9.06	HAMBURG, 30 Int. Short Film Festival
7-11.06	MONTE CARLO, 54 Festival de television
8-11.06	CANMORE, Banff International TV Festival
9-14.06	ANNECY, International Animation Film Festival
14-16.06	SOPOT XIV Festiwal DWA TEATRY
18-29.06	EDYNBURG, International Film Festival
19-28.06	MOSKWA, 36 International Film Festival
23-28.06	KOSZALIN, 33 Festiwal Debiutów Filmowych MŁODZI I FILM

DW Z TVP



Niemiecka stacja radio-wo-telewizyjna Deutsche Welle i Telewizja Polska zacieśniają współpracę. *Wspólnie z najważniejszą polską telewizją jesteśmy w stanie zdziałać więcej* – powiedział dyrektor generalny znaczącego niemieckiego

nadawcy Peter Limbourg w Warszawie podczas podpisania 23 maja dwustronnej umowy. *Nasza współpraca trwa już od dawna, ale takie ramowe porozumienie ją zaktywizować i poszerzyć o nowe tematy i pola działania* – oświadczył prezes TVP Juliusz Braun.

Umowa przewiduje m.in. koprodukcje filmowe, wymianę informacji o własnych produkcjach i sposobach organizacji pracy, uczestnictwie w organizowanych przez drugą stronę festiwalach, targach i konkursach, a także być może wspólne szkolenie pracowników. Pada też w niej deklaracja o wymianie własnych programów oraz usług techniczno-produkcyjnych i wspieranie wzajemnych wizyt dziennikarzy i ekip realizacyjnych. ▣

POWER TV Z ATMEDIAMI

1 czerwca 2014 r. Atmedia rozpoczęła sprzedaż reklam i akcji specjalnych dla kanału Power TV. Działa on od początku 2014 i jest dostępny m.in. na platformie NC+, w Orange TV, Toya, INEA oraz ponad 100 innych sieciach kablowych. Stacja jest też dostępna w wersji niekodowanej na satelicie Eutelsat Hot Bird.

Michał Winnicki prezes i właściciel stacji powiedział: *Zbudowanie zasięgu technicznego i osiągnięcie stabilnej oglądalności przez Power TV w ciągu zaledwie kilku miesięcy od startu to dla nas duży sukces. Teraz otwieramy nasz kanał na reklamy. Brokerem została firma Atmedia, która od 2 lat stale wspierała mnie przy tworzeniu biznes planu oraz analizach rynkowych. Liczę na owocną, wieloletnią współpracę przy sprzedaży reklam w Power TV.*

Atmedia oferuje reklamę w Power TV zarówno w sprzedaży spotowej, jak i w pakietach gwarantowanej widowni. Stacja jest dostępna w pakietach atmax, atselect, atyour choice i at-single. Dostępne w sprzedaży są też oferty sponsoringowe oraz akcje niestandardowe. ▣

AWANSE/ TRANSFERY/ ODEJŚCIA

► Discovery Networks Central & Eastern Europe, Middle East & Africa (CEEMEA) zatrudnił Jacka Szymczyka na stanowisku Ad Sales Directora na Europę Środkową. Jacek Szymczyk będzie odtąd zarządzał całościowo sprzedażą czasu reklamowego i realizacją projektów specjalnych na rynkach Europy Środkowej, takich jak Polska, Węgry, Czechy i Słowacja, nadzorując pracę 7-osobowego zespołu. ▣



ADVENTURE TV



Na III kwartał br. premierę kanałów Adventure TV i Adventure HD z programami w 4K zapowiada Firma Michał Winnicki Entertainment, nadawca muzyczno-rozrywkowego kanału Power TV.

W ramówce Adventure TV znajdują się głównie programy o charakterze przygodowym, w tym między innymi relacje z rajdów off-road oraz magazyn o wspinaczkach górskich. Ważnym elementem kanału będą magazyny podróżnicze, w tym także kontynuacja programu *Letni Wakacyjometr* (emitowanego w 2011 r. na antenie TV4) oraz program *Światowe Przygody*, który jest stworzony przez zwariowanych podróżników z Wielkiej Brytanii.

Kanał Adventure TV będzie kierowany głównie do mężczyzn, dlatego w jego ofercie znajdują się również programy o łowiectwie (*Darz Bór*) i wędkarstwie (*Wędkarskie Wyprawy*). Adventure TV będzie też blisko przyrody w programach *Dzika Natura* oraz magazynie żeglarskim *Wodny Świat*.

Adventure TV stawia też na popularne formaty z gatunku docu-reality. Już w tym roku na antenie Adventure TV będzie można obejrzeć autorski program *Patrol Drogówki*, w którym kamery telewizyjne pokażą prawdziwą pracę i życie polskich policjantów. Fani walki z żywiołem będą też mogli oglądać cotygodniowy program o strażakach.

Kanał będzie nadawany w dwóch wersjach: Adventure TV (jako SD 16:9) oraz Adventure HD (Full HD). Nowe programy są już nagrywane kamerami 4K i jak tylko pojawi się możliwość techniczna dystrybucji kanału w 4K, to uruchomiony zostanie przekaz także w takiej jakości. ▣

RUSZA FAMILY SPORT

Program Sp. z o.o. podpisał umowę na dystrybucję kanału Family Sport w sieciach kablowych, IPTV oraz na platformach cyfrowych.

Family Sport to stacja skierowana do widzów, dla których sport to nie tylko transmisje, ligi czy tabele. Nadawca kieruje swoją ofertę do osób traktujących sport i rekreację przede wszystkim jako rozrywkę oraz sposób na spędzenie wolnego czasu w gronie rodziny, przyjaciół czy znajomych. Family Sport prezentuje programy propagujące uprawianie sportu i zdrowego trybu życia, a także filmy podróżnicze i formaty skierowane do dzieci.

Family Sport to nasz autorski pomysł. Naszym celem było stworzenie ciekawej propozycji dla aktywnych rodzin, które chcą prowadzić zdrowy tryb życia. Family Sport to uzupełnienie oferty kanałów sportowych, koncentrujących się wyłącznie na transmisjach. Pragniemy pokazać jak uprawiać sport i fitness traktując je jako formę rekreacji. Większość programów jakie prezentujemy, to nasze własne produkcje. Zależało nam na tym, aby Family Sport osadzony był w polskich realiach i poruszał prezentowane tematy z naszej perspektywy. – powiedział Przemysław Petryszyn, prezes R.D.F Broadcasting, nadawcy Family Sport.

Kanał Family Sport jest dostępny w wersji SD i HD. Aktualnie można go oglądać m.in. w takich sieciach kablowych jak: INEA, TK Chopin, Telpol i Petrus. ▣



7 KAMERALNE LATO W RADOMIU

KAMERALNE LATO (6-12 lipca) to największa cykliczna impreza upowszechniająca sztukę filmową na najwyższym poziomie w Radomiu, w mieście, w którym mimo wielkiej liczby studentów, kilku szkół wyższych i filii czołowych polskich uczelni, nie ma kina studyjnego, a dostęp do ambitnego repertuaru kinowego jest mocno ograniczony. Festiwal prezentuje polskie filmy, przede wszystkim krótkometrażowe, autorstwa młodych reżyserów, także niezależne, na wysokim poziomie artystycznym. W Konkursie Głównym (przewodnictwo jury objął Janusz Zaorski), prezentującym krótkometrażowe filmy fabularne, nagrodą jest Złoty Łucznik. Walczyć będą o niego zawodowi twórcy filmowi oraz studenci i absolwenci szkół artystycznych. Nowa sekcja festiwalowa – Konkurs Filmów Niezależnych – przeznaczona jest dla wszystkich filmowców tworzących poza głównym obiegiem produkcji i dystrybucji audiowizualnej. Z kolei celem Konkursu Filmów Odrzutowych HYDE PARK jest promocja początkujących filmowców amatorów oraz prezentacja filmów krótkometrażowych, które nie mieszczą się w standardowej klasyfikacji gatunkowej.

Od pierwszych edycji festiwalu niezwykle ważną częścią imprezy są warsztaty filmowe, realizowane pod okiem profesjonalistów, na których młodzi ludzie przechodzą pełną drogę od scenariusza do gotowego filmu, zaprezentowanego publiczności na uroczystej gali. Oprócz wymiaru edukacyjnego, nie zabraknie części rozrywkowej w postaci koncertów, pokazów filmów z muzyką na żywo oraz dyskusji i spotkań twórców z publicznością.

Miesięcznik TELE PRO jest po raz pierwszy patronem medialnym radomskiej imprezy. ▣

REKLAMA

III Kołobrzescki Festiwal Filmowy



SENSACYJNE LATO FILMÓW

KOŁOBRZEG 7-10 SIERPNIA 2014

SENSACYJNE LATO FILMÓW PO RAZ III



III Kołobrzeski Festiwal Filmowy Sensacyjne Lato Filmów odbędzie się w dniach 7-10 sierpnia 2014 r. Jak w latach poprzednich, także podczas trzeciej edycji Festiwalu

(z patronackim udziałem TELE PRO) zaprezentowane zostaną nowe polskie i europejskie filmy sensacyjne, stanowiące przykład kina gatunkowego, które trafia do szerokiej publiczności, a przy tym niesie ważne wartości artystyczne.

Nowością w programie będzie Kino Konesera - projekt realizowany w całej Polsce w multiplexach Helios, który podczas Festiwalu zagości w Kołobrzegu z projekcją specjalną.

Dla fanów znakomitych telewizyjnych serii zaprezentowany zostanie w całości serial *AXN Crossing Lines* reż. Daniel Percival, Eric Valette.

Nowym i emocjonującym punktem programu będzie organizowany pod patronatem AXN konkurs *First Shot* dla młodych filmowców.

Wyjątkowym wydarzeniem III Kołobrzeskiego Festiwalu Filmowego będzie prezentacja nagrodzonych Oscarami krótkich filmów fabularnych wyprodukowanych przez firmę M&M Production z Danii. Gośćmi festiwalu będą laureaci czterech Oscarów, Tivi i Kim Magnusonowie.

Polskie nowości reprezentują: m.in. *Jack Strong* reż. W. Pasikowski, *Kamienie na szaniec* reż. R. Gliński i *Ostatnie piętro* reż. T. Król. Wśród produkcji europejskich zobaczyć będzie można m.in. *Duże złe wilki* reż. A. Keshales, N. Papushado oraz *Obywatel roku* reż. H.P. Moland i *Borgman* reż. A. van Warmerdam.

Na plaży jak co roku odbędzie się Nocny Maraton Filmowy, a w Regionalnym Centrum Kultury i goszczącym po raz kolejny gości festiwalu Hotelu Marina, publiczność spotkać się będzie z twórcami filmowymi i aktorami. ■

TABLET DLA DZIECI



Od 26 maja sprzedawany jest edukacyjno-multimedialny tablet SmartKid 7 z Rybką MiniMini. Urządzenie jest dostosowane do potrzeb i możliwościom maluchów – dzięki zainstalowanym programom i aplikacjom dzieci mogą uczyć się poprzez zabawę. Tablet, wyprodukowany przez firmę Lark, posiada system kontroli rodzicielskiej.

Lark SmartKid 7 to produkt w szczególności dedykowany dzieciom w wieku od 3 do 6 lat. Tablet posiada intuicyjne oprogramowanie dostosowane do wieku użytkowników, dotykowy ekran i system kontroli rodzicielskiej. Znajdują się na nim dwie wyjątkowe aplikacje – dla dzieci specjalna mobilna aplikacja z ich ulubioną bohaterką, Rybką MiniMini, a dla rodziców Edustore, który poleca najlepsze edukacyjne aplikacje dla najmłodszych. Dzięki wbudowanemu aparatowi fotograficznemu 2 Mpix można robić zdjęcia i nagrywać filmy. Program zapewniający kontrolę rodzicielską pozwala panować nie tylko nad treściami dostępnymi dla dziecka, ale również limituje czas spędzony z urządzeniem. Poprzez pulpit chroniony hasłem rodzic udostępnia dziecku aplikacje i strony internetowe, a po przekroczeniu określonego wcześniej limitu czasowego zabawy dostęp do urządzenia zostaje zablokowany.

Lark SmartKid 7 wyposażony jest we wzmocnioną magnezową obudowę zapewniającą ochronę przed wstrząsami i nieoczekiwanymi upadkami. Tablet dostępny jest w trzech wersjach kolorystycznych: różowej, niebieskiej oraz żółtej i posiada 7-calowy ekran dotykowy o rozdzielczości 1024x768 pikseli. Urządzenie standardowo posiada wbudowane programy w systemie Android, m.in.: przeglądarkę internetową, program pocztowy, galerię zdjęć czy odtwarzacz multimedialny. Osobne profile dla rodzica i dziecka czynią z tego urządzenia tablet dla całej rodziny. SmartKid 7 dzięki baterii litowo-polimerowej 3700mAh może pracować do 6 godzin. ■

KANAŁY POLSAT VIASAT W IPLA

Od 15 maja 2014 roku programy Polsat Viasat Explore, Nature i History dostępne są na platformie IPLA. Obecność w telewizji internetowej to konsekwencja wdrożenia strategii rebrandingowej kanałów Polsat Viasat zakładającej podążanie za widzami i jego preferencjami. W każdym miesiącu ramówka wzbogacana jest o premierowe produkcje i programy kupowane na wyłączność. Wszystkie kanały dostępne są w pakietach: IPLA MINI, IPLA MAX, IPLA WIEDZA.

Telewizja internetowa to nie przyszłość a teraźniejszość, dlatego obecność naszych kanałów w sieci jest dla nas priorytetem. Coraz częściej widzowie uzupełniają treści oglądane na telewizorach, programami dostępnymi na tabletach i smartfonach, więc niezbędnym jest emitowanie produkcji przez popularne platformy. Bez wątpienia możemy mówić nie tylko o podążaniu za widzami pod względem dostępności, ale również pod względem kontentu, proponujemy bowiem rozrywkę

na wysokim poziomie i staramy się wyprzedzać potrzeby oraz oczekiwania odbiorców. Rebranding, który przeszliśmy 29 kwietnia br., to także ogromny krok w kierunku nowej jakości – zapowiadaliśmy zwiększenie dostępności naszych kanałów, ale także programy na wyłączność, wyselekcjonowany kontent i odświeżoną oprawę graficzną. Współpraca z IPLA to naturalny efekt realizacji naszych założeń – powiedział Dariusz Wasilewski, Country Manager Polsat Viasat. ■

EVIO Z AKCJĄ OGLĄDAJ LEGALNIE



**OGLĄDAJ
LEGALNIE**
AMBASADOR AKCJI

13 maja firma EVIO Polska uzyskała status Ambasadora Akcji Oglądaj Legalnie (AOL), będącej społeczno-edukacyjną inicjatywą, której celem jest promocja legalnej dystrybucji treści wideo w internecie. Zaangażowanie EVIO w misję AOL podyktowane jest troską o respektowanie praw autorskich dla twórców kontentu filmowego i programów telewizyjnych.

Organizatorem Akcji Oglądaj Legalnie jest Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska oraz największe podmioty działające w sieci i oferujące treści wideo. Projekt dotyczy wsparcia tych serwisów, które działają z poszanowaniem prawa. Znak graficzny przyznawany pozytywnie zweryfikowanym dystrybutorom filmów i programów telewizyjnych, pomoże internautom w identyfikacji legalnych treści.

Mariusz Filipiak, prezes EVIO Polska: *Działalność naszej firmy skupia się przede wszystkim na dostarczaniu operatorom kablowym i ISP rozwiązań potrzebnych do uruchomienia usług TV. W tym kontekście bardzo istotne jest dla nas wsparcie każdej inicjatywy pomagającej chronić prawa autorskie tych, którzy tworzą i dystrybuują content wideo. Dotychczasowe działania, których celem było uświadamianie polskiego społeczeństwa, nie skutkują tak jak powinny i niestety odsetek internautów, którzy korzystają z nielegalnych serwisów jest zaskakująco wysoki. Tylko wspólna akcja całej branży ma szansę na realną skuteczność. Jako Ambasador AOL będziemy aktywnie promować projekt i inspirować do działań mających zapobiec kradzieży własności intelektualnej, jednocześnie wprowadzając na rynek nowe technologie ułatwiające użytkownikom dostęp do legalnych treści.* ■

IPLA – NOWA ODSŁONA

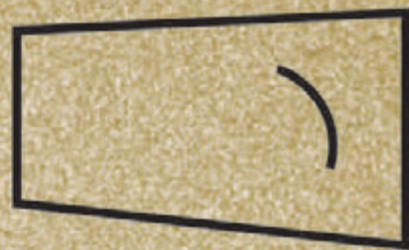
Największa polska telewizja internetowa IPLA jest już dostępna w nowej odsłonie – z 36 kanałami, nowymi pakietami i zmodyfikowanym, przejrzystym układem treści, który ułatwi wyszukiwanie i oglądanie materiałów wideo. Nowością dla widzów jest także możliwość testowania pakietów tematycznych przez 14 dni bez żadnych opłat. Dzięki temu mogą zapoznać się z szeroką ofertą biblioteki serwisu, zanim podejmą decyzję o stałej subskrypcji treści. ■

SPROSTOWANIE

W numerze 3/2014 w tekście Przeczytane, opisane... mylnie podaliśmy, że autorem omawianej książki Leszek Wronko. Dźwięk Filmu Polskiego jest Michał Gondzik.

A tymczasem autorem jest Michał DONDZIK, którego za pomyłkę serdecznie przepraszamy! ■

REKLAMA



KAMERALNE LATO

7. OGÓLNOPOLSKIE SPOTKANIA FILMOWE

WSTĘP WOLNY !

6 - 12 LIPCA 2014, RADOM

w programie m.in.:

- konkurs o statuetkę złotego łucznika
- konkurs filmów niezależnych
- warsztaty filmowe
- imprezy plenerowe
- pokazy specjalne
- konkurs filmów odrzutowych hyde park
- sekcja dziecięca

www.kameralnelato.pl



SPEEDWAY EXPERT



Speedway Ekspert to nowa aplikacja Eurosportu, wzorowana na popularnych grach z kategorii Fantasy Manager. Uczestnik, wcielając się w rolę menedżera zespołu żużlowego, musi odpowiednio skompletować jego skład, by zdobywać punkty. Aplikacja poświęcona jest szwedzkiej lidze żużlowej Elitserien, a dostęp do niej mają za-

równio fani profilu Eurosportu na Facebooku, jak również użytkownicy sekcji żużlowej witryny przeglądarkowej przegladSPORTOWY.PL. Gracze mogli kompletować drużynę poczynawszy od 20 maja, a pierwsza punktowana w zabawie kolejka odbyła się w dniu 27 maja (5. kolejka Elitserien).

Zasady w aplikacji są podobne do innych gier tego typu. Gracz zakłada własną drużynę, dobierając zawodników występujących obecnie w Elitserien, których łączny KSM nie może przekroczyć z góry założonego poziomu. Gra opiera się na statystykach, a dokładniej punktach, które poszczególni żużlowcy będą zdobywać na podstawie faktycznych występów na arenach ligi szwedzkiej. Przed każdą kolejką użytkownik może dokonać transferów, by optymalizować skład swojej drużyny. Zwycięzcą nagrody głównej zostanie ten, kto po ostatniej kolejce sezonu 2014 uzbiera największą liczbę punktów.

Aplikację Speedway Ekspert od innych tego typu gier odróżnia zastosowanie elementów social TV, a więc połączenie telewizji i Facebooka. Podczas wtorkowych relacji z biegów Elitserien Eurosport będzie prezentował pytania konkursowe, a widzowie odpowiadając na nie prawidłowo, będą mogli podwyższyć KSM swojej drużyny. □

ATMEDIA INTERACTIVE I BAJKOWA.TV



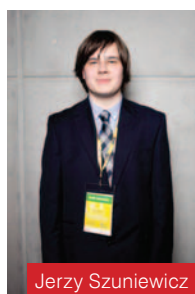
Atmedia Interactive odpowiada za sprzedaż reklam w nowym serwisie Bajkowa.tv. Oferta obejmuje

reklamę wideo przed bajkami dla dzieci oraz statyczne formy reklamowe. Serwis Bajkowa.tv jest siedemnastym serwisem z ofertą dla dzieci i rodziców w ofercie Atmedia Interactive.

Grupą odbiorców Bajkowa.tv są dzieci w wieku od 1 do 12 roku życia oraz ich rodzice. Dostęp do zawartości serwisu jest bezpłatny po obejrzeniu reklamy. Każdy z tytułów Bajkowej.tv przypisany został do jednej z kategorii: bajki i baśnie, bajki edukacyjne, bajki bez przemocy oraz bajkowe seriale. W ofercie znajduje się obecnie 30 tytułów. Wśród nich są świetnie znane hity bajek dziecięcych, takie jak: *Huto-sie*, *Truskawkowe Ciastko*, *Strażnicy Miasta*, *Bernard*, jak również klasyczne animacje: *Wilk i Zając*, *Sąsiedzi*, *Czeburszka*, *Nowe Przygody Misia Uszatka*. Każdego dnia dodawane są nowe odcinki i tytuły.

Właścicielem serwisu Bajkowa.tv jest firma S.D.T.-Film, producent oraz dystrybutor filmów i artykułów dla dzieci, działający na polskim rynku od 25 lat. Bajkowa.tv to przedłużenie działalności S.D.T.-Film, do większości bajek wydawca strony posiada wyłączne licencje do odtwarzania na terenie Polski. □

POLACY NAGRODZENI NA INTEL ISEF W LOS ANGELES



Jerzy Szuniewicz



Joanna Jurek

Dwoje spośród trójga licealistów z Polski, którzy uczestniczyli w prestiżowym międzynarodowym konkursie naukowym Intel ISEF zakończonym 16 maja, zdobyło nagrody. Nastolatkiwce zaprezentowali prace

z zakresu fizyki kwantowej, medycyny oraz biotechnologii, będące efektem wielomiesięcznych badań. Młodzi naukowcy konkurowali z ponad 1 700 uczniami z 70 krajów.

Na Intel ISEF Polskę reprezentowali Jerzy Szuniewicz (VIII LO im. Adama Mickiewicza w Poznaniu), Joanna Jurek (I LO im. Bolesława Chrobrego w Piotrkowie Trybunalskim) oraz Marcin Witkowski (VI LO im. Jana Kochanowskiego w Radomiu). Młodzi naukowcy zostali wyłonieni podczas finału Konkursu Młodych Naukowców E(x)plory 2014 w Gdyni w marcu tego roku. □

TYSIĄCE PROGRAMÓW NA PLATFORMIE HYBRYDOWEJ TVP

26 maja ruszyła biblioteka materiałów wideo na żądanie (VOD) na Platformie Hybrydowej TVP. Wszystkie materiały VOD będą udostępniane widzom nieodpłatnie.

Dzięki bogatej bibliotece VOD widzowie będą mogli oglądać audycje emitowane na wszystkich antenach Telewizji Polskiej: seriale, filmy fabularne, dokumenty, programy publicystyczne, kulturalne, serwisy informacyjne i sportowe. Biblioteka będzie na bieżąco wzbogacana o kolejne pozycje.

Widzowie mają dostęp do ponad 36 tysięcy materiałów wideo, w tym najbardziej popularnych i lubianych seriali TVP, takich jak: *M jak Miłość*, *Barwy szczęścia*, *Klan*, *Ranczo*, *Na dobre i na złe*, czy posiadającego stałe grono fanów serialu *Moda na sukces* oraz pozycje rozrywkowe np. *The Voice of Poland*, jak również publicystyczne, kulturalne, sportowe i programy informacyjne. □

Młodzi i Film

33.
Koszaliński
Festiwal
Debiutów
Filmowych

23–28.06.
2014

Zaprasza Piotr Jedliński
Prezydent Miasta Koszalina



KTO TO OGLĄDA?



FOX DOMINUJE

Prezes i dyrektor generalny FOX International Channels (FIC), Hernan Lopez, przedstawił wyniki najnowszego badania, które mierzyło siłę marek telewizyjnych w 20 krajach, (z wyłączeniem Stanów Zjednoczonych). W Europie pytania skierowano do abonentów telewizji płatnej z 11 krajów: Polski, Wielkiej Brytanii, Włoch, Hiszpanii, Portugalii, Holandii, Niemiec, Francji, Norwegii, Rosji i Bułgarii.

Badanie miało charakter globalny, zostało zamówione przez FIC i przeprowadzone przez Phoenix Marketing International. Zgodnie z jego wynikami FOX może pochwalić się świadomością marki na poziomie 94%, a pod względem siły jej oddziaływania pokonuje wszystkie inne konkurencyjne stacje. Kanały z rodziny FOX zgromadziły wyższe wyniki niż między innymi Discovery, Disney, Warner Brothers czy NBC Universal. Badaniem objęto również marki lokalne. W grupie respondentów znaleźli się abonenci telewizji płatnych z całej Europy, Azji i Ameryki Łacińskiej. W poszczególnych krajach badano do 24 kanałów rozrywkowych, dokumentalnych, lifestylowych i sportowych. Łączna liczba respondentów sięgnęła 24 000.

Zgodnie z kolejnym kluczowym wnioskiem płynącym z badania, 34% respondentów byłoby gotowych

zmienić dostawcę płatnej telewizji po to, by zyskać dostęp do kanału FOX. W przypadku wszystkich wiodących marek objętych badaniem ten wskaźnik sięgał średnio 24%. Należący do FIC National Geographic Channel również uzyskał wysoki wynik na poziomie 32%.

Znaczna grupa ankietowanych podzieliła przekonanie, że FOX oferuje najlepsze programy spośród wszystkich sieci telewizyjnych. W ramach globalnej misji kanał FOX prezentuje najnowsze światowe premiery. Serial *The Walking Dead* został udostępniony międzynarodowej widowni na kanale FOX zaledwie kilka godzin po jego amerykańskiej premierze. Warto również podkreślić, że przeważająca część ramówki FOX w pasmach prime time to seriale, które mają swoją lokalną premierę na tym kanale.



We wszystkich tych krajach marka FOX uzyskała bardzo dobre wyniki w kategorii świadomości marki – w pięciu z nich ponad 97%. Abonenci telewizji płatnej z Holandii, Włoch, Portugalii, Hiszpanii, Bułgarii i Wielkiej Brytanii oceniając siłę poszczególnych marek to właśnie FOX wymieniają jako wiodące amerykańskie studio produkcyjne.

Badanie wskazało na funkcjonowanie powszechnego przekonania, że to właśnie na FOX istnieje największe prawdopodobieństwo wprowadzenia najnowszych światowych premier w danym kraju i że kanał ten jest najlepszym wyborem, jeśli chodzi o ofertę znakomitych seriali amerykańskich. Oprócz tego, w Polsce, Rosji oraz Hiszpanii FOX był nr 1 wśród kanałów rozważanych przez widzów przy zmianie platformy płatnej telewizji. W pozostałych krajach również uzyskał bardzo dobre wyniki.

Badanie Phoenix Marketing International pokazało również, że najbardziej rozpoznawalnymi pozycjami programowymi kanału FOX są seriale *The Walking Dead* oraz *Simpsonowie*.

Wyraźnie widać, że abonenci płatnej telewizji tak bardzo cenią sobie obietnicę „Premiera zawsze na FOX”, że aż jedna trzecia z nich jest gotowa na zmianę platformy, z której korzystają – powiedział Hernan Lopez, prezes i dyrektor generalny FIC.

Lopez potwierdził również, że w oddzielnym raporcie dotyczącym globalnej oglądalności za marzec 2014 roku, poza Stanami Zjednoczonymi kanał FOX odnotował historycznie wysokie wyniki, tj. wzrost o 15% w stosunku rocznym i aż o 9% od lutego. Użytkowane przez FOX wyniki oglądalności były niemal dwukrotnie wyższe od plasującego się na drugim miejscu konkurenta. Omawiane wyniki miesięczne obejmują uśrednione dane PPM z 34 krajów. (is)

PREMIERA MIESIĄCA



Profil

W czerwcu widzowie AXN będą rozwiązywać kolejne kryminalne łamigłówki w towarzystwie młodej pani kryminolog w serialu *Profil*.

Nieszablonowa Cloé Saint-Laurent (w tej roli Odile Vuillemin), dołącza do zespołu śledczego paryskiej policji dzięki wyjątkowym umiejętnościom psychologicznym. Wykorzystując wrodzoną empatię i wrażliwość, młoda kryminolog potrafi wnikać w umysły morderców i ich ofiar, co pozwala jej niezwykle precyzyjnie łączyć kolejne fragmenty kryminalnych układanek. Początkowo niekonwencjonalne metody Cloé nie podobają się przełożonym, ale przypadek za przypadkiem, sprawa po sprawie, dziewczyna stopniowo wpasowuje się w strukturę zespołu i przekonuje do siebie kolegów z pracy.

W czwartym sezonie serialu *Profil*, tym razem w życiu prywatnym młodej kryminolożki, dochodzi do przełomu. Nie spodziewanie odnajduje się matka Cloé, uznana ponad 20 lat temu za zmarłą. Okazuje się, że w zaginięciu kobiety zamieszany jest wysoko postawiony urzędnik, prefekt Carmin (w tej roli gościnnie Stéphane Freiss).



Niedługo po premierze *Profil* stał się jedną z najchętniej oglądanych produkcji we Francji, gromadząc przed ekranami nawet do 7 milionów widzów. Twórcą serialu jest Stéphane Marsil, który ma na swoim koncie takie produkcje jak *Klucz Sary* – dramat wojenny z Kristin Scott Thomas czy *Złote jaja* – komediodramat z Javierem Bardemem.

Premiera czwartego sezonu serialu *Profil* 2 czerwca o godz. 22.00, kolejne odcinki w poniedziałki o godz. 22.00 w AXN.

RAY MEARS NA DZIKIM ZACHODZIE

Podczas swoich podróży, survivalowy ekspert Ray Mears pokazuje wyzwania jakie kiedyś przed ludźmi zaludniającymi nowoodkryte tereny stawała dzika fauna i flora.



EMISJA: od 30 czerwca, godz. 20.00

MIKROTOPIA

Jak funkcjonują dzisiejsze minidomy stojące na chodnikach, w ogródkach, na łonie natury, czy w przemysłowych przestrzeniach? Jak się żyje ich mieszkańcom?



EMISJA: od 20 czerwca, godz. 20.00

STARCIE NIEPOKORNYCH

Pojedynek najbardziej wyjątkowych wynalazków i ich genialni autorzy, którzy swoje pomysły starają się przekuć na biznes. Komentują komicy: Brian Unger i Zane Lamprey.



EMISJA: 11 czerwca, godz. 22.00

BOSONOGA CONTESSA

Ina Garten i jej wyjątkowy show, a w nim: porady, sztuczki oraz techniki tworzenia eleganckich i apetycznych potraw, które w łatwy sposób można odtworzyć w domu.



od 9 czerwiec, godz. 8.05, 13.00 i 19.30

CHŁOPAKI CHOJRAKI

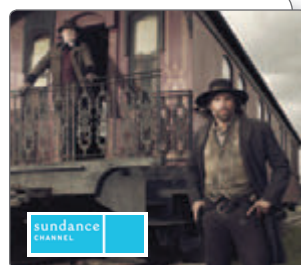
Trzech zawodowych kaskaderów ze swoimi ekipami wyrusza w trasę, by podczas występów bić nowe rekordy i popisywać się przed publicznością. To ostatni tacy śmiałkowicie.



EMISJA: od 5 maja, godz. 23.00

HELL ON WHEELS (SEZON 2)

Akcja tego starannie zrealizowanego westernu toczy się w zdradliwym, bo pełnym chciwości i korupcji, miasteczku na kółkach, które towarzyszy budowie kolei transkontynentalnej.



EMISJA: od 5 czerwca, godz. 22.00

DREWNOŁUDKI

Najmłodszymi przedstawicielami MuMu, czyli Mei, Tong, BoBo opiekują się stary i bardzo mądry wódz Mantis oraz uwielbiająca śpiewać, ciotka Cykada.



EMISJA: od 2 czerwca, godz. 7.50 i 15.40

SZCZĘŚLIWY LOS (SEZON 3)

Cztery przyjaciółki z czasów licealnych, po 10 latach połączyła wspólna wygrana. Losy Jenny, Sophie, Frances i Bec spletają się 4 miesiące po tragicznej śmierci męża tej ostatniej, Matta.



EMISJA: od 23 czerwca, godz. 21.00

ZA KULISAMI MUNDIALU

Wyprawa po trzech niezwykłych arenach piłkarskich, na których już za niecały miesiąc odbędzie się jedna z największych imprez sportowych tego stulecia.



EMISJA: 31 maja, godz. 13.00

POZOSTAWIENI

Na motywach bestsellerowej powieści Toma Perrotty *The Leftovers*. Nagle znika dwa procent ludności – ci, którzy pozostali, starają się odnaleźć w nowej rzeczywistości.



EMISJA: od 30 czerwca, godz. 22.00



WITAMY W ŚWIECIE ODCHUDZANIA

W kościołach i domach kultury całej Wielkiej Brytanii co tydzień tysiące ludzi – głównie kobiet – spotykają się w klubach odchudzania. Jaka dieta może im pomóc?



EMISJA: od 4 czerwca, godz. 22.30

FRIDA

Opowieść o powikłanych życiowych losach Fridy Kahlo, legendarnej meksykańskiej malarki, która prawdziwy rozgłos zyskała dopiero po swojej śmierci a fascynuje do dzisiaj.



EMISJA: 28 czerwca, godz. 21.00

DOPAŚĆ MORDERCĘ (SEZON 1)

Rekonstrukcja śledztw, które wyjaśniły okoliczności zdarzeń sprzed lat. Kulisy morderstwa Connie i Carolyn Hevener, które zostały brutalnie zabite w cichej i spokojnej lodziarni.



EMISJA: od 16 czerwca, godz. 22.00

POTWORY I JA

Fiend, Haggis i Norman wyglądają dziwnie, mają talent do wpadania w tarapaty i robienia zamieszania, a ich nawyki higieniczne wydają się podejrzane, jednak nie da się ich nie lubić.



EMISJA: od 9 czerwca, godz. 11.30

MOJA WNUCZKA JEST STARSZA ODE MNIE – DALSZE LOSY

Hayley Okines ma 16 lat i od urodzenia jest chora na progerię. Jej ciało starzeje się osiem razy szybciej niż u zdrowego człowieka. Hayley wygląda starzej niż jej babcia.



EMISJA: 3 czerwca, godz. 20.05

URODZENI DLA RZESZY

W sanatorium w Połczyń-Zdroju spotykają się osoby, które jako dzieci przebywały w tym budynku - podczas wojny mieścił się tu jeden z większych ośrodków organizacji Lebensborn.



EMISJA: 22 czerwca, godz. 22.50

U NIEJ W DOMU

Germain obejmuje nową klasę w jednym renomowanych liceów. Sprawdzając prace uczniów, zwraca uwagę na tekst Claude'a, który opisuje wizytę w domu kolegi z klasy, Alpha...



EMISJA: 11 czerwca, godz. 21.00

TUNELE I WOJNY ŚWIATOWEJ

Fascynująca historia, pokazująca jak górnicy I wojny światowej zamienili kopane przez siebie tunele (w błotach Flandrii, w kredzie Szampanii i granitach Alp) w bezcenną broń.



EMISJA: od 24 czerwca, godz. 21.00

HANNIBAL

Wizyty u doktora Lectera rozpoczyna nowa pacjentka, Margot Verger, która usiłowała zabić swojego brata, Masona. Oko w oko z psychiatrą kanibalem staje także Mason Verger.



EMISJA: od 5 czerwca, godz. 23.00

MU I BE – OPOWIEŚCI Z FARMY

Codziennosc czwórki rodzeństwa, która mieszka z rodzicami na farmie w Tirolerhof, w Alpach Bawarskich, gdzie pomagają opiekować się dużymi i małymi zwierzętami.



EMISJA: od 31 maja, godz. 10.00

Żoszuro, czyli żona szuka rolnika!

Bohaterki poznajemy w sobotni wieczór na placu przykościelnym. Różni je elegancja ubioru, stan uzębienia i jakość trwałej. Łączy determinacja, różne odmiany złości i chęci rewanżu.

Pierwsza wyrusza na trasę Zielińska Maria, córka Antoniego i Lucyny, przykościła brunetko-blondynka w wieku mocno popoborowym. Jej ślubny nie wrócił z pola już w piątek po południu. Ostatni sygnał dał z telefonu komórkowego sąsiada, Maciejki Stanisława o 27.19 ze stacji benzynowej w Ościeku. Był to krótki sms o treści: rzyje! Zielińska daje sobie na poszukiwania 3 godziny, zegar ruszył a za nim kamery wpięte we włosy Marii i w rączkę dziadkowej laski, którą zawodniczka wzięła ze sobą „tak na wszelki wypadek”.

Trzy minuty za nią pobięła Kowalewska Wanda, mocno wzburzona czterdziestolatka, której mąż i ojciec trójki dzieci, po raz kolejny zawieruszył się na trasie łączącej stodołę szwagra z rodzinnym domem. Ma, jak twierdzi łatwe zadanie, bo jej Józek pewnie znowu popędził do sąsiedniej wsi, gdzie od miesiący zawsze w sobotę, ku utrapieniu nie tylko mężatek, ale i innych porządných kobiet z okolicy, działa dyskoteka Tytanik. A w niej wygina się wokół błyszczącej rury pewna chuda blondynka. Wygina się bez niczego, czyli goła. Wanda rusza na trasę z pustymi rękami, ale w oczach ma Armagedon.

Na swój start nie może doczekać się też Aniela Kurzatwarz, bo jej chłop zapewne zasnął gdzieś na łonie natury, a jak tak śpi, to mu potem korzonki nawalają. A jak

nawalają mu korzonki, to nie może robić, a jak nie może robić to... Jeszcze trzy godziny temu konsumował markowe wino pod marketem sieci Kukulka, a potem gdzieś zniknął. Zawodniczka numer 3 liczy na łatwy sukces, bo ile to w końcu rowów i zagajniczków do przeszukania!

Ostry brzączek ocucił kolejną uczestniczkę Żoszury, Janinę Ostromecką, nazywaną we wsi Ruda nie tylko ze względu na marchewkowaty odcień jej gęstych jak zagajnik proboszcza włosów, ale też piekielny charakter. Ale Ruda ma obok porywczej natury także chwile niespodziewanej melancholii i taka właśnie dopadła ją tego sobotniego wieczora. Obudzona, kiwnęła zdecydowanie głową, że jest już gotowa i choć nie powiedziała ani słowa, to wyraz jej twarzy nie wróżył niczego dobrego jej młodemu mężowi, a przede wszystkim jego nowej przyjaciółce, która ponoć „zna różne sztuczki”, jak donieśli Jance życiowi.

I już ostatnia z zawodniczek, Kupała Zofia, lat 56, która zapisała się, bo chciała wystąpić w telewizji, bo sama lubi oglądać różne szoty, a śpiewa pięknie w chórze KGW i pięknie też maluje pisanki na Wielkanoc. Jest zatem utalentowana, swego zaś znajdzie od razu, bo uzgodnili wcześniej, że się schowa w komórcie na narzędzia za młynem. A wygranymi pieniędźmi zapłacą za prąd, bo od dawna zalegają.

Na format ŻOSZURO zaprasza w każdą sobotę kanał Między miastami TV. Polecamy!!!

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,
Jan F. Lewandowski, Jerzy Armata,
Piotr Machul, Konrad J. Zarębski
Opracowanie graficzne: Anna Stępnia

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

ZDJĘCIA: Viasat World Ltd. (okładka), Philips Polska, UPC Polska, Toshiba Polska, LG Electronic Polska, Lenovo Poland, AVM, Maxell, iiyama Corp., Sharp Polska, ARCHOS, Sony Polska, BlackMagic Corp., JVC Polska, Canon Polska, PIKE/PIKSEL, TCK/Paweł Topolski, KFF/ Krakowska Fundacja Filmowa, Studio Filmów Animowanych, Intel Polska oraz zespoły prasowe i PR dystrybutorów filmowych, stacji telewizyjnych, kanałów tematycznych i platform satelitarnych.

Festiwale, targi i nagrody, którym patronujemy





BUDOWLANE MARZENIA Z DREWNA

NOWOŚĆ! WYŁĄCZNIE NA POLSAT VIASAT EXPLORE
MISTRZOWIE DREWNA

PREMIERA W CZWARTEK 12 CZERWCA O 22.00

WWW.VIASATEXPLORE.PL  /VIASATEXPLOREPL

Dystrybucja Polsat Viasat Explore w Polsce:

Dariusz.Wasilewski@viasat.co.uk, +48 662 352 507

Marcin.Burdek@viasat.co.uk, +48 22 646 40 41, +48 661 911 699

Marketing & PR: Urszula.Marzec@viasat.co.uk, +48 601 280 102

