

TECHNIKA & KONTENT TV

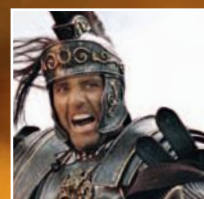
TELEPRO

10 marca 2014

Rok VI Nr 3/2014(45)

ISSN 2080-4407

CENA 9,90 zł (w tym 8% VAT)



BILANS

**KANAŁY
FILMOWE**

ZA I PRZECIW

**TELEWIZYJNA
WIOSNA**

DLA DUSZY, DLA CIAŁA

PIĘKNA BESTIA





Telewizja na wszystkich urządzeniach mobilnych



**RÓWNOCZESNY
DOSTĘP DO TV**

przez telewizor,
tablet lub smartfon

**MINIMUM
NAKŁADÓW**

bez rozbudowy
stacji czołowej

**KOMPLETNE
ROZWIĄZANIE**

streaming kontentu, aplikacje
mobilne, szyfrowanie i CRM

**ZWIĘKSZENIE
ZASIĘGU**

dzięki coraz większej
popularności tabletów

Nie czekaj – wykorzystaj ten moment!

Skontaktuj się z nami: 61 854 26 63 / biuro@evio.pl / www.evio.pl

evio



6 BILANS REGUŁA INŻYNIERA MAMONIA



O TYM SIĘ MÓWI

- 9 A TERAZ smartDOM
- 13 TYLKO DLA DZIECI TVP ABC

TECHNIKA

- 16 DO FIRMY, DO DOMU
- 18 TARGI: MIPCOM CANNES
TELEWIZJA W FORMACIE 4K
- 21 UWAGA NOWOŚĆ
SONY DLA 4K



KONTENT

- 4 Z FRONTU WALKI O LEPSZE JUTRO
- 10 ZA I PRZECIW: TELEWIZYJNA WIOSNA
EFEKT DOMINA ALBO
TAŃCZĄCE GWIAZDY
NA SYGNALE
- 14 WARTO WIEDZIEĆ
RAZEM CZY OSOBNO
- 22 BYŁA KIEDYŚ TELEWIZJA...
CZY MIODEK
JEST DOBRY NA WSZYSTKO?
- 24 FESTIWALE: 17. MFF ZOOM – ZBLIŻENIA
WŁASNYM GŁOSEM,
NOWĄ KRESKĄ
- 26 MOJA HISTORIA TELEWIZJI
POWINNOŚĆ
- 27 NA CELOWNIKU
DLA DZIATEK I DZIADKÓW
- 28 PRZED PREMIERĄ
HANNIBAL POWRACA DO AXN
- 29 MOIM ZDANIEM
ŻYCIE WEDŁUG SAMA
- 30 TELE INFO
- 38 ZA KULISAMI
KOSMOS



*Dla duszy
dla ciała*



- 44 PIĘKNA (I NIEBIESKA) BESTIA
- 45 BOSE SOUNDLINK BLUETOOTH III

Sezam

- 40 TO TO OGLĄDA?
MOŻNA I TAK!
- 41 PREMIERA MIESIĄCA
- 42 ZŁOTA DWUDZIESTKA
- 46 KUŚ CZERWIENIĄ UST
„GURALU CZY CI NIE RZAŁ”,
CZYLI RECHOTY Z OCHOTY!



- ▶ Przemysław Talkowski, prowadzący *Państwo w państwie* w Polsce, został uhonorowany medalem Veritus est perfectio ratio im. Księcia Franciszka Ksawerego Druckiego-Lubeckiego. W uzasadnieniu czytamy, że medalem honorowane są szczególne zasługi dla interesu publicznego Rzeczypospolitej Polskiej w dziedzinie wiedzy lub praktyki podatkowej i skarbowej, w tym za wybitne osiągnięcia w dziedzinie: nauki, publicystyki podatkowej, służby państwowej lub samorządowej, działalności społecznej oraz w zakresie praktyki sto-



sowania prawa podatkowego. W tej ostatniej dziedzinie piękną kartę zapisał szczególnie przewodniczący kapituły medalu prof. Witold M., który pozostanie w dożgonnej i wdzięcznej pamięci milionów polskich przedsiębiorców. Nigdy nie zapomną oni i ich rodziny jak precyzyjnie napisał ustawę o podatku VAT. Tak, że oni z trudem dotrwali do wiosny, a WM od kilkunastu lat żyje dostаточно z jej interpretacji.

- ▶ Na koniec roku przy dużych inwestycjach w ofertę programową i marketing będziemy walczyć o siedem procent – zapowiada Dariusz Dąbski, prezes Telewizji Puls. Jesienne inwestycje programowe nie będą oznaczały tylko zakupów. Planujemy dwie znaczące produkcje jesienią – stwierdza Dariusz Dąbski. Jak to ma w zwyczaju nie zdradza jednak szczegółów, bo zapowiedzi to jego główna specjalność.
- ▶ Krasnoludki są na świecie? Oczywiście, mają nawet stałą bazę na Woronicza. Ostatnio do spotu reklamującego muzyczny show wstawiały do każdego ujęcia sprzęt nagłaśniający pewnego światowego koncertu. Niby przypadkiem, ale jakoś tak zawsze z widocznym i charakterystycznym logiem tegoż. I pewnie także krasnoludki zapomnieli dodać na koniec spotu napis o lokowaniu produktu.

Zło nie śpi i nieustannie czyha na pieców prawdziwej prawdy i pogromców różnej maści cwaniaków w czerwonych spodniach i żółtych koszulach, co sobie podobno kupują apartamenty z pieniędzy ze zbiorów. W poniedziałek, 10 lutego Telewizja Republika miała rozpocząć nadawanie z nowego studia. Wystąpiły jednak problemy z emisją i widzowie zamiast aktualnych programów oglądali rano powtórki. Jaka przykreść!

Prowadząca Teleexpress DD ma niemały kłopot z wieloma słowami z gatunku tych trudniejszych, polyka końcówki, bywa, że nawet sepleni, ale to nie przeszkadza jej szefom. Pewnie sami też nie mają karty mikrofonowo-ekranowej, więc... śpiewać (pardon) czytać każdy może.

Niektórym ludziom nie starcza ani samokrytyki, ani profesjonalnej oceny własnego postępowania. Przykład? TVN Style zaprezentował swoją wiosenną ramówkę. Pośród wielu interesujących zapowiadających się starych i nowych nowości znalazł się niestety program, którego zawartość merytoryczna i edukacyjna jest niepodważalna, natomiast przy ocenie realizacji „opadają ręce”. Mowa o *Wiesz co jesz*, którego autorzy i prowadząca z uporem maniaki usiłują nas od lat przekonać do swych aktorsko-reżyserskich talentów. Choć odbiór (vide internetowe oceny widzów) nie pozostawia wątpliwości, że to żenada i amatorszczyzna w czystej postaci, Katarzyna B. przylatuje teraz z Kanady, gdzie ambasadoruje jej mąż, by „zagrać” po raz setny w swych ulubionych scenkach rodzajowych.

Epokowego odkrycia dokonano podczas niedawnego spotkania przedstawicieli Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z parlamentarystami z Sejmowej i Senackiej Komisji Kultury i Środków. Zaczne to grono ustaliło, że obecny system poboru abonamentu radiowo-telewizyjnego egzekwuje należności TYLKO od osób, które zarejestrowały odbiorniki, i dokonała tego jedynie połowa gospodarstw domowych, które są objęte tym obowiązkiem. Pozostałe znajdują się poza jakąkolwiek ewidencją zatem nie można dokonywać egzekwowania należności. Stara jak świat zasada: zbij termometr,

a nie będziesz miał gorączki, znowu święci triumfy. Taki kraj...

Uwaga! Uwaga! Nareszcie dobre wiadomości dla dojarek i porannych majsterkowiczów. Już od 7 marca TV Puls emitować będzie o 6.45 w poniedziałki i piątki program kulinarny *Każdemu w smak!*. Poprowadzi go muzyk i kucharz Misza Hairulin, który przedstawi pomysły na zdrowe i szybkie w przygotowaniu potrawy z wykorzystaniem wędlin drobiowych. Emisja programu to element kampanii promocyjnej przetworów drobiowych realizowanej przez Krajową Radę Drobiarstwa i finansowanej ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego. To wiele tłumaczy.

A wydawało się, że po haniebnym komentarzu po śmierci Marcina Pawłowskiego bezgranicznie i bezkrytycznie zakochana w sobie AR-M schowa się do mysiej dziury i nigdy już z niej nie wychynie. A jednak! TVP Rozrywka zapowiada jej nowy autorski show. Raczej autokreacyjny, bo innego ta dziennikarka nie uznaje! Może ludziom z działu programowego na Woronicza potrzebne są „pastylki na pamięć”?

Fokus TV otwiera świat – pod tym, trzeba powiedzieć błyskotliwym, hasłem rozpocznie swój antenowy żywot nowa stacja spółki Spectrum. Zza Wisły widać gorzej co tłumaczy przesłanie hasła, bo świat już dawno został otwarty, a nawet odemknięty przez setki innych kanałów telewizyjnych, których animatorzy nie publikowali ogłoszeń o poszukiwaniu pomysłów na program jeszcze kilka miesięcy przed startem. Może mają rację ci, którzy twierdzą, że za rzeką zaczyna się Azja?

Telewizja publiczna zarobiła na emisji przyolimpijskich reklam kilkanaście milionów złotych. Brawo! A na co przeznaczają tak zarobione pieniądze? Na przykład na zewnętrzną agencję public relations, która intensywnie pracuje nad właściwym wizerunkiem i odbiorem programu Agaty Młynarskiej *Świat się kręci*. Wysyła do redakcji cytaty z programu, najciekawsze wypowiedzi, sylwetki gości itp. Media czekają na kosze delikatesowe, darmowe wizyty w klubach fitness i nastrojowe kolacje z prezesem.



MAGDALENA BERUS
za rolę w filmie
„BEJBI BLUES”



PIOTR GŁOWACKI
za rolę w filmie
„DZIEWCZYNA Z SZAFY”



JULIA KUŁOWSKA
za rolę w filmie
„MIŁOŚĆ”

NOMINACJE 2013



WIĘCEJ NA:
www.NagrodaCybulskiego.pl



MARTA NIERADKIEWICZ
za rolę w filmie
„PŁYNĄCE WIEŻOWCE”

**NAGRODA
im. Zbyszka
Cybulskiego**

znajdź nas na:



DAWID OGRODNIK
za rolę w filmie
„CHCE SIĘ ŻYĆ”

Organizator



Partnerzy



Patronat i współfinansowanie



POLSKI INSTYTUT SZTUKI FILMOWEJ

Współpraca



www.kinokent.pl

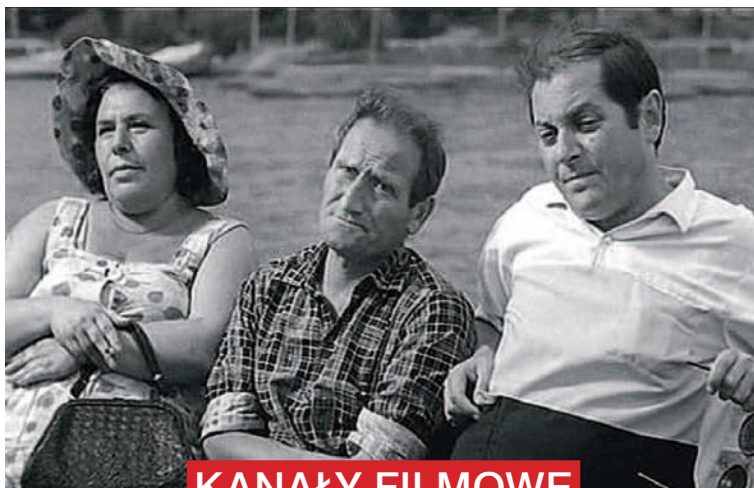


Patroni medialni



Sponsorzy Gali





KANALY FILMOWE

REGUŁA inżyniera Mamonia

No i stało się, TVP Seriale w ciągu roku 2013 znacząco powiększyły grono swych odbiorców i z trzeciego miejsca awansowały na pozycję lidera wśród najchętniej oglądanych kanałów filmowych. W zasadzie można się było tego spodziewać.

Od grudnia 2010 roku, kiedy Seriale wystartowały, było jasne, że w rankingu kanałów filmowych nastąpi gwałtowne przetasowanie. Ubiegłoroczny wzrost wyniósł aż 78,13% i osiągnął poziom 1,14% telewizyjnej widowni. Oznacza to, że średnia oglądalność minutowa (AMR) osiąga poziom niemal 70 tysięcy widzów.

GIGANCI

Na tym rynku to dużo, bardzo dużo, skoro drugi w kolejności kanał, AXN, lider roku 2012, gromadzi przed telewizorami jedynie 47 tys. widzów i może się pochwalić 0,77% udziałem w rynku. W roku ubiegłym udziały AXN były o 0,04% wyższe, lecz odnotowany spadek publiczności to niespełna 5%, co oznacza raptem 1,5 tys. widzów. Na trzecim miejscu podium znalazło się Kino Polska, którego udział w rynku wynosi 0,72%, co oznacza wzrost o 0,05% jednak przy stracie ok. 3,5 tys. widzów. W pierwszej piątce znalazły się jeszcze Polsat Film i TVP Kultura, która – mimo znaczącego udziału

filmów w programie – kanałem stricte filmowym nie jest.

Wyjaśnienie fenomenu TVP Seriale nie jest specjalnie trudne: wydaje się, że zadziałała zasada inżyniera Mamonia, jednego z bohaterów nieśmiertelnego *Rejsu* Marka Piwowskiego. Pozwolę sobie przypomnieć: Mamon w genialnej kreacji Zdzisława Maklakiewicza, dyskutując z Sidorowskim (Jan Himilsbach) o piosen-

kach, rzuca zdanie, które stało się definicją polskich gustów: „mnie się podobają te melodie, które już raz słyszałem”. Otóż widzowie TVP Seriale włączają telewizory, by jeszcze raz (czy tylko raz?) zobaczyć to, co znają i kochają – *Ranczo*, *Ojca Mateusza*, *Czterech pancernych i psa* czy *U Pana Boga w ogródku*, by wspomnieć filmy oglądane najczęściej i najczęściej do repertuaru Seriali powracające.



RANCZO KLASYKIEM!?

Przypominają się słowa Andrzeja Wajdy, który w okresie transformacji ustrojowej, kiedy ważyły się losy polskiej kinematografii (rozważano, czy wobec znikomej

frekwencji na polskich filmach należy je finansować z budżetu?) upominał polityków i decydentów: *Jeśli przestaniecie łożyć na kinematografię, nikt wam filmów po polsku kręcić nie będzie*. W tamtych czasach (a były to lata 90.) obowiązywał nadawców telewizyjnych obowiązek łożenia na kinematografię, co miało równoważyć zalew produkcji zagranicznych (głównie amerykańskich) na ekranach telewizyjnych. Z tej swoistej daniny wywiązywały się TVP S.A. i Canal+, w mniejszym stopniu Polsat i TVN, widzów w kinach wprowadzić nie przybywało (z małymi wyjątkami), ale na ekranach telewizorów dostrzec można było oznaki dążenia do równowagi. Oznaki, bowiem filmy polskie w prime time'ie były w zasadzie nieobecne (poza tzw. trylogią zabużańską Chęcińskiego, filmami Barei, *Krzyżakami*, *Znachorem* Hoffmana i dziełami Wajdy).

Sytuacja nie zmieniła się do dziś, filmy polskie pojawiają się w repertuarze TVP i innych stacji w okolicach północy i później, ale w prime time'ie dominują już rodzime seriale i telenowe. W tym także kryje się sukces TVP Seriale, które żonglują ciągle tymi samymi tytułami – tymi właśnie, które wszyscy znamy i kochamy. Inna sprawa, że *Ranczo* okazało się autentycznym fenomenem, który w historii polskiej telewizji zajmie miejsce obok *Czterech pancernych i psa* i *Stawki większej niż życie*. Inna sprawa, że z seriali żyją niemal wszystkie anteny telewizji publicznej: nie ma dnia bez *Rancza*, *Rodzinki.pl*, *Blondynki* czy *Barw szczęścia*.

Źródłem sukcesu TVP Seriale jest więc dorobek telewizji publicznej, która produkuje własne seriale od 1964 roku, a więc od półwiecza (pierwsza emisja serii *Barbara i Jan* wystartowała 5 stycznia 1965 roku). Każda inna stacja ma dorobek znacząco mniejszy, trudno więc mówić, że własne seriale mogą być trzonem ramówki Polsatu czy TVN, choć dzień bez *Świata według Kiepskich* wydaje się niemożliwy.

KONSEKWENCJA POPŁACA

Sukces TVP Seriale wydaje się więc oczywisty, trochę nawet mechaniczny. Co innego wysokie miejsce TVP Kultura, od początku powstania, czyli od kwietnia

2005 roku, skazana była na niszowość, przejmując funkcje nałożone wcześniej na redakcję publicystyki kulturalnej (w kolejnych jej mutacjach) telewizji publicznej, zwłaszcza Programu 2 TVP – zanim na przełomie stuleci, pod kierownictwem Niny Terentiew, stał się tubą łatwej (czytaj: kabaretowej) rozrywki. Założona z góry niszowość zwolniła kierownictwo kanału z uczestniczenia w wyścigu o oglądalność, zwłaszcza że żadna inna stacja w szranki na polu kultury stanąć nie chciała.

Początki były trudne, zaś oferta programowa tak ambitna i wysublimowana, że AMR na poziomie 1,5 tys. widzów można było uznać za sukces. Z czasem jednak udało się uzyskać pewien kompromis między misyjnością (czasem pojmowaną dość szczególnie) i oglądalnością. Dzisiejsza średnia oglądalność na poziomie 25 tys. widzów na pewno nie jest szczytem możliwości stacji. Karolina Malinowska, kierowniczka redakcji Filmu Fabularnego i Dokumentalnego TVP Kultura tak komentuje politykę programową stacji:

TVP Kultura od 9 lat konsekwentnie buduje markę kanału, w którym można znaleźć zarówno wysmakowane kino artystyczne, jak i filmy trafiające do szerszych widowni. Widzowie, przyzwyczajeni do trudniejszych form, bardzo chętnie oglądają nawet tak wymagające filmy jak „Z daleka widok jest piękny” Anny i Wilhelma Sasnalów, który w piątkowy, styczniowy wieczór obejrzało 287 tys. widzów, przy prawie 3% udziałów w rynku (w kinach film obejrzało zaledwie kilka tysięcy osób).

Redaktorzy TVP Kultura od lat przeglądają również telewizyjne archiwa, bo część naszej ramówki przeznaczona jest na filmy telewizyjne – bardzo lubiane przez widzów pasm porannych i popołudniowych. Produkcja telewizyjna z lat 60. i 70. stała na wysokim poziomie, TVP Kultura jest znakomitym miejscem na wykorzystanie w pełni telewizyjnych skarbców. Przykładem takiego pasma jest „Archiwum grozy” - przegląd krótko i średniometrażowych horrorów produkcji Telewizji Polskiej. (...) Doskonałą oglądalność mają także nasze przeglądy polskich dokumentalistów - emitowaliśmy filmy m.in. Marcina Koszałki, Pawła Łozińskiego,





Lidii Dudy, Jacka Bławuta, Piotra Stasika czy Ewy Borzęckiej.

Myślę, że przepisem na nasz sukces jest różnorodność, nie uleganie presji „stupków” i ciągłe wyszukiwanie filmów ważnych i interesujących dla współczesnego widza – zarówno klasyki, jak i najnowszych także małych produkcji z Polski i ze świata. A przede wszystkim – wiara w „naszego widza”, osobę, która z TVP Kultura chce dowiedzieć się czegoś o otaczającej ją rzeczywistości oraz w wartościowy sposób spędzić czas przed telewizorem.

KTO NASTĘPNY?

Ale ranking kanałów filmowych (podlega pomiarowi oglądalności 32) to nie tylko spektakularne sukcesy, to także zaskakujące spadki.

Bolesne zwłaszcza, kiedy dotyczą kanałów z wieloletnią tradycją na polskim rynku, jak choćby stacji z pakietu CBS (zastąpiły półtora roku temu kanały z rodziny Chello), które debiutowały w marcu 1999 roku wraz z Wizją TV – stacją wchłoniętą później przez Canal+. Zdaniem Aliny Florei, dyrektor programową CBS Europa, jest to sytuacja przejściowa: *Najbliższe miesiące na CBS Europa zapowiadają się ciekawie. W tym roku, w celu odświeżenia ramówki, pokażemy szereg bardzo dobrych, znanych na całym świecie tytułów. Aby mieć pewność, że emitowany przez nas контент reprezentuje najwyższą jakość i w każdym przypadku jest godnym odzwierciedleniem wielkiego kina, współpracujemy ze starannie dobranymi dystrybutorami. Mimo iż na CBS Europa przybywa filmów skierowanych do szerszej publiczności, pamiętamy o naszych wymagających widzach i z myślą o nich nadal prezentujemy kolejne niszowe i niezależne produkcje. Rok 2014 rozpoczęliśmy pozytywnie wzrostem wyników*

oglądalności i pracujemy nad tym, aby utrzymać ten trend. Rozumiemy, że oferta programowa jest kluczowa dlatego też przez cały rok będziemy inwestować w ramówkę stacji.

Mimo tłoku w eterze na filmowym niebie debiutują kolejne kanały. 1 lutego br. do oferty Cyfrowego Polsatu dołączył FilmBox Arthouse – należący do Grupy Kino Polska TV S.A. Oferta programowa nowego kanału obejmuje klasykę światowego kina, a także twórczość mniej znanych reżyserów, których dzieła można obejrzeć głównie na festiwalach filmowych.

Kino artystyczne i niezależne rzadko gości na antenach komercyjnych stacji telewizyjnych. Często postrzegane jest jako zbyt niszowe lub za trudne dla przeciętnego widza. Tworząc kanał FilmBox Arthouse, chcieliśmy

dołączyć do naszego portfolio stację dedykowaną prawdziwym miłośnikom kina, pragnącym poznać filmy mniej znanych twórców z całego świata, powstające poza głównym nurtem kina. Naszą ofertę kierujemy do widza gotowego na konfrontację z autorskimi wizjami awangardowych reżyserów oraz klasykami gatunku – wyjaśnia Łukasz Bułka, Dyrektor ds. Marketingu i PR w Kino Polska TV S.A.

Już w lutym na antenie FilmBox Arthouse obejrzeć można było legendarnego *Psa andaluzyjskiego* Luisa Bunuela, pierwsze thrillery Alfreda Hitchcocka, m.in. *39 kroków* z 1935 roku, *Nie żałuję swojej młodości* w reżyserii Akira Kurosawy czy nagrodzone Złotą Palmą w Cannes *Słodkie życie* Federico Felliniego

z niezapomnianą rolą Marcello Mastroianniego.

FilmBox Arthouse to oczywiście nie jedyny debiut filmowy tego roku, który zapowiada się w ogóle bardzo ciekawie. Telewidzów i obserwatorów rynku czeka więc wiele emocji. I mnóstwo filmów do oglądania!

KONRAD J. ZARĘBSKI



A TERAZ



Wspólny program Cyfrowego Polsatu i sieci telefonii komórkowej PLUS ruszył 18 lutego z hasłem *Oszczędzanie przez dodawanie na ustach.*

W pierwszym etapie można łączyć produkty takie jak telewizja, Internet LTE oraz telefon i oszczędzać na każdej dodanej usłudze z portfolio obu operatorów, w kolejnych miesiącach do programu dodane zostaną inne produkty: usługi bankowe i energia elektryczna.

Dzięki smartDOM można zapłacić mniej za swoje rachunki i generować duże oszczędności. Przedłużając umowę na jedną z dwóch posiadanych usług, dokupując drugą usługę lub wybierając jednocześnie dwie usługi Cyfrowego Polsatu lub Plusa, klient otrzymuje na każdy kolejny produkt 10 zł rabatu miesięcznie, czyli 240 zł łącznej zniżki w trakcie umowy (zakładając umowę na 24 miesiące).

– *Wspólny program sieci Plus i Cyfrowego Polsatu to unikalna propozycja odpowiadająca na potrzeby naszych klientów oraz zapewniająca im liczne korzyści. Wierzymy, że razem z nami klient będzie mógł stworzyć oszczędny, wygodny, bezpieczny, inteligentny dom, po prostu smartDOM. (...) Oferta to pierwszy etap programu, który będzie rozwijany w kolejnych krokach o nowe produkty dla domu i rodziny – na przykład usługi bankowe czy energia elektryczna – oraz dodatkowe korzyści – promocje, loterie, konkursy*

– powiedziała Beata Białkowska, Dyrektor Zarządzający ds. Marketingu spółek Polkomtel i Cyfrowy Polsat.

Do programu smartDOM można przystąpić na trzy sposoby: łącząc już posiadane usługi lub przedłużając jedną z nich, dokupując nową usługę do już posiadanej lub kupując co najmniej dwie usługi od Plusa lub Cyfrowego Polsatu.

– *Program smartDOM to sposób na oszczędzanie przez dodawanie. Z myślą o klientach Plusa i Cyfrowego Polsatu stworzyliśmy bardzo proste i intuicyjne zasady, które pozwolą naszym klientom jeszcze efektywniej*

zarządzać wydatkami na usługi telewizyjne i telekomunikacyjne. Program smartDOM to wymierne korzyści bez żadnych dodatkowych zobowiązań, sposób na kilkadziesiąt złotych oszczędności w ciągu miesiąca i nawet kilkaset w trakcie całego okresu trwania umowy z operatorem – mówi Justyna Kulka, Dyrektor Departamentu Zarządzania Ofertą spółek Polkomtel i Cyfrowy Polsat.

Ambasadorami programu smartDOM została para popularnych aktorów, Joanna Brodzik i Paweł Wilczak (wspólnie na ekranie razem po raz pierwszy od 10 lat) – autentyczna, wiarygodna, zgrana, zarówno w życiu, jak i na ekranie, para. Joanna Brodzik i Paweł Wilczak zostali zaproszeni do współpracy w ramach programu smartDOM ze względu na cechujące ich: naturalność, rodzinność, nowoczesność, humor i pogodę ducha.

Oprócz standardowych działań komunikacyjnych, para aktorów będzie tworzyć bloga połączonego z fanpage'ami Cyfrowego Polsatu i Plusa. Joanna Brodzik i Paweł Wilczak, w charakterystycznym dla siebie stylu, będą opisywać wrażenia związane z korzystaniem z programu smartDOM oraz relacjonować przebieg poszczególnych etapów powstawania kampanii. Ponadto aktorzy wcielą się w rolę

komentatorów i doradców w dziedzinie najnowszych trendów w unowocześnianiu domu.

18 lutego w telewizji i w internecie, a w kolejnych dniach także w radiu i prasie wystartowała wspólna kampania Cyfrowego Polsatu i sieci Plus, promująca program smartDOM. W internecie program smartDOM będzie szeroko komunikowany m.in. w serwisach: Gazeta.pl, Onet.pl, Interia.pl, Youtube.pl., ipla.tv, na stronach Netshare, w wyszukiwarkach oraz mediach społecznościowych i blogosferze. Przewidziano także kampanię na nośnikach zewnętrznych. (oz)



TELEWIZYJNA WIOSNA

EFEKT DOMINA ALBO TAŃCZĄCE GWIAZDY NA SYGNALE

Z oceną ostatnich ramówek największych polskich nadawców telewizyjnych jest jak z powszechną opinią na temat postępów w dziele budowy socjalizmu w PRL.

Życ się da, ale przyszłości to to nie ma.

Lektura wiosennych zapowiedzi czołowej telewizyjnej czwórki przyprawia o nieustanne deja vu. Już to widzieliśmy, już to znamy, to już było... A może wszystko już było? Nie, po stokroć nie. Wystarczy wybrać się w maju na INPUT (w tym roku w Helsinkach), czyli coroczny przegląd tego, co proponują telewizje publiczne z całego świata, by zobaczyć z bliska jaką może być i jaką robi się telewizję. Nasza TVP też tam gości, pokazuje interesujące seriale (*Głęboka woda*), czy dobre dokumenty, ale nad Wisłą chowa je w ramówkach albo nadaje po nocy.

Komercyjni jeżdżą za to ochotczo na targi do Cannes, ale jedynym efektem tych wояży są szybkie zakupy kolejnych formatów. Oczywiście najlepiej takich, które sprawdziły się już u innych, bo czwarty rynek telewizyjny w Europie nie tylko nie jest w stanie wygenerować własnego kontentu, ale też nie może, nie potrafi lub nie chce, wyjść z zakłętą kręgą naśladownictwa i codziennego działania ograniczającego udział własny do absolutnego minimum. Ale taki jest rynek, jacy ludzie go kreują...

CELEBRYCI NON STOP

Jeszcze w czwartek podczas, jak zawsze spektakularnej prezentacji wiosennych propozycji żółto-niebieskiej stacji, potwierdzano, że przebojowy inaczej format *WaWa Non Stop* będzie miał swą kontynuację. A już w trzy dni później pojawiła się informacja, że jednak grona rozbrykanych wesołków z miast i wsi, którzy zdobywają stolicę, nie zobaczymy więcej na ekranie.

Symptomatyczny był komentarz producenta tego kurozalnego programu, który stwierdził, że polscy widzowie nie byli jeszcze gotowi na odbiór takiego formatu. Czyli mówiąc krótko, chcieliśmy pokazać Polakom jak się bawi cywilizowana Europa, ale oni wciąż popasają na telewizyjnych stepach Azji centralnej! Krótko, smacznie i bez ogródek. Jeśli ktoś miał jeszcze wątpliwości, że w okolicach Wiertniczej myśli się o wi-



dzu z szacunkiem, to się mocno rozczarował. Jeśli tam w ogóle się myśli, to tylko i niemal wyłącznie o kasie!

Wiosna w TVN upłynie w rytmie tych samych od lat melodii, bo jak powszechnie wiadomo, widz najbardziej lubi te melodie, które już zna. Ale z czasem i najbardziej niewymagającemu widzowi zaczyna się nudzić i wtedy ochotczo korzysta, a przynajmniej może korzystać z tego, że „nowa Polska” także na telewizyjnym podwórku pozwala mu wybierać do woli.

Może jeszcze nie zacznie przeskakiwać „do tematycznych”, kiedy zobaczy Anję Rubik w polskiej wersji amerykańskiego formatu *Project Runaway*, czyli modowego – jak się teraz mówi – reality show. Oczywiście jeśli lubi w roli supergwiazd lubi młode, wychudzone kobiety mówiące nie najlepiej po polsku.

A może zadrży mu palec na pilocie na widok Piotra Adamczyka w kolejnej roli niezbyt rozgarniętego życiowo, ale sympatycznego nauczyciela akademickiego, któremu odnalazł się niespodziewanie syn. I to 9 lat i 9 miesięcy po poczęciu i urodzeniu. Nie wiadomo czy będzie to ekranowa *Sama słodycz*, ale autorka scenariusza, Agnieszka Pilaszewska *Przepisem na życie* zasłużyła sobie przynajmniej na dobre rokowania.

Największą niewiadomą jest przyjęcie Dominiki Kulczyk (z tych Kulczyków!), która podczas podróży po świecie dokumentować będzie działania wolontariuszy i fundacji humanitarnych, pomagającym biednym i najbiedniejszym. Czy wywoła *Efekt domina* przekonamy się niebawem.

A poza tym na ekranie żółto-niebieskiej stacji celebrytki i celebryci w dużej ilości. Od Wojewódzkiego po Szulim, od Rozenek do Gessler.

Jak zapewniał kilkakrotnie dyrektor programowy, Edward Miszczak *TVN jest stale krok przed konkurencją*. Brzmi nieźle pod warunkiem, że to nie przysłowio- wy krok nad przepaścią.

AHOJ EUROWIZJO!

Wydawało się, że wyścigi w coraz bardziej dyskotekowo-knapnianym Konkursie Eurowizji, mamy już za sobą, a nauczka dla naszych gwiazd, które z kretesem przegrywały, będzie na tyle bolesna, że nie zechcą już nigdy pójść w walce z konkurentami np. z Azerbejdżanu. Ale nie, na Woronicza wciąż straszą duchy przeszłości (złośliwi mówią, że najwięcej ich wśród strajkującej części kilkutyśnej załogi) i pewnie one to postanowiły reaktywować eurowizyjny wyścig z czarno-czerwonym udziałem, bo przecież, jak kiedyś śpiewał Młynarski: *Ludzie to lubią, ludzie to kupią, byle na chama, byle głośno, byle głupio*.

Nieustanne, może nieuświadomiane, ale może świadome i celowe, odwoływanie się do przeszłości, dominuje w TVP w dzisiejszym myśleniu o programie, ramówce i widzach. Jakby aktualna ekipa marzyła wyłącznie o tym, by mieć nareszcie wystarczające środki, by robić taki program, jak jej poprzedniczka dwadzieścia kilka lat temu. Brak wpływów z abonamentu staje się idealnym alibi dla minimalnego wysiłku. Co w praktyce oznacza mniej lub bardziej udolne kopiowanie komercyjnych sióstr i braci. Przykłady? Bez liku!

Na długiej liście musi się znaleźć: preferowanie zewnętrznych formatów i produkcji, eksponowanie kina zagranicznego choć polskie od kilku lat świetnie sobie radzi w kinach, sprowadzenie rozrywki dla masowego widza do niekończącego się maratonu re- choty albo transmisji z tandetnych gal czy wreszcie



miptv®

the world's market & creative forum
for content on every screen

7-10 April 2014

Palais des Festivals, Cannes, France

FOUR DAYS. 4,000 BUYERS.

ONE INTERNATIONAL MARKET FOR ALL GENRES. ALL SCREENS.

MIPTV welcomes more international buyers
across all programme genres than any other
entertainment market in the world.

The most buyers (4,000 to be exact) from 100
countries gather in Cannes to acquire the latest
Dramas and freshest Formats, Factual, Documentary
and Kids programming for every screen.

And new for 2014, MIPTV is building the world's
first international **digital content marketplace**.
We are proud to announce that YouTube will
present the inaugural **MIP DIGITAL FRONTS**,
the NEW international screenings showcase
for original online video and multiplatform content.

So take a fresh look at MIPTV for all of your
international content development and
distribution deals.

Register now and get a head start on 2014.



miptv.com

FEED YOUR PASSION FOR FRESH CONTENT

To participate, exhibit, advertise or sponsor please contact
Monika Bednarek, monika.bednarek@reedmidem.com.

REKLAMA

Don't forget to register for **mipdoc** and **mipformats**,
the weekend before **miptv**.
Together, they form the world's largest gathering for
the non-fiction community.
Enter **mipcube** and enjoy the whole **miptv** experience.

zastąpienie rzetelnych i systematycznych badań opinii telewizyjną codzienną, gorączkową lekturą słupków oglądalności. I jeszcze nietrafione zakupy lub ich brak (*House of Cards*), fatalny poziom oferty sportowej (komentarze, przerywane transmisje, realizacyjne wpadki) i nierzadko mało profesjonalny marketing (np. targi w Cannes!!!).



Z Woronicza pewnie padną głosy oburzenia, że jak to. A Teatr Telewizji, a dokumenty Fidyka, a nowe kanały tematyczne, a narodowe testy... Coś mało tych „a”. A poza tym TT to na wiosnę ledwie dwa spektakle (w tym jeden to przeniesienie z Teatru Narodowego), wybrane przez Andrzeja Fidyka filmy emitowane są często późnymi wieczorami, kanały tematyczne powinny funkcjonować już od dawna, a w narodowych testach show na tyle dominuje nad edukacją, że przynoszą one w rezultacie nierzadko więcej szkód niż pożytku (vide opinie naukowców odpowiednich dziedzin).

Poza wszystkim to są marginalia, bo eksponuje się kolejne sezony zgranych do cna seriali, nowy sitcom do śmiechu, jeszcze jeden serial z Karolakiem też do śmiechu i napisany drewnianą ręką (co można już posłuchać) hybrydowy ducudramat życia ratowników medycznych oraz formatowane teleturnieje i 4 sezon sformatowanego rykowiska. Uf!

Żyć się da, ale to to nie...

TELEWIDZ MA ZAWSZE RACJĘ

O tym, starym jak telewizyjny świat, a u innych dawno zapomnianym, hasle zawsze pamięta dział programowy słonecznej stacji. Tu nigdy nie zapomina się o widzu, tu się widza szanuje, słucha uważnie jego opinii, uwzględnia uwagi i pretensje. Tu w końcu nie lubi się widza zaskakiwać dziwnymi pomysłami, niespodziewanymi roszadami (choć w przeszłości zdarzały się nagle końce popularnych seriali np. *Samo życie*). Na Ostrobramskiej szybko też rezygnuje się z pomysłów nietrafionych, nie kanibalizuje ramówki własnej i swych kanałów tematycznych. I jeśli tylko można mieć pretensje, to o dwie rzeczy.

O barbarzyński sposób przerywania programu na przerwy reklamowe. Robi to na zimno bezduszny komputer, ale przecież zaprogramowany przez człowieka. Pewnie też bezdusznego. Potrafi ten mistrz szybkiego działania przerwać dialog w pół słowa i scenę w pół strzału. Praktyka mocno irytująca.

Pretensja druga dotyczy komunikacji, czyli mówiąc po polsku PR-u. Konkurenci Polsatu, publiczni i prywatni zasypują nie tylko telewizyjny naród, ale też media lawiną materiałów na swój temat, swych programów, pomysłów i najdrobniejszych choćby sukcesów. Z Ostrobramskiej nigdy nie wiadomo kiedy i co wyleci w eter, czego się spodziewać, kto to firmuje i jaki mu



przyświeca cel. A potrafią ci „fachowcy” przespać nawet start nowego kanału we własnej firmie! I trwa to niestety od lat.

Układanie ramówek na szczęście oddano w profesjonalne ręce i zwykle wszystko jest w nich na swoim, sprawdzonym miejscu. Podobnie rzecz się ma na wiosnę 2014 roku.

Na antenie Polsatu wylądował, niesłusznie uznany w TVN-ie za zgrany do imentu, *Taniec gwiazdami*. Wyginać śmiało ciało będą tu m.in.: Joanna Moro, Jacek Rozenek i Karolina Szostak, a oceniać m.in. Beata Tyszkiewicz i Andrzej Grabowski.

Twoja twarz brzmi znajomo to z kolei odmiana karaoke wzbogacona o elementy mimiczne. Polskie gwiazdy będą nie tylko śpiewać zagraniczne hity, ale też naśladować ich wykonawców. Nikt nie będzie natomiast naśladować Wojciecha Modesta Amaro, bo to ekstraklasa europejskich kucharzy, ale podda się jego ocenie, jeśli będzie uczestnikiem programu *Hell's Kitchen – Piekielna kuchnia*. Na zwycięzcę czeka 100 tysięcy.

I jeszcze dwa seriale paradokumentalne, bez których nie może się obyć żadna telewizja nad Wisłą. W słonecznej stacji pojawią się *Pielęgniarki* (w każdym odcinku inna historia szpitalna, dziejąca się z udziałem sześciu przedstawicielek tytułowego zawodu) oraz *Dzień, który zmienił moje życie* (historie ludzie, które oparte zostały na prawdziwych wydarzeniach).

ZA TO JESIEŃ...

Telewizyjna wiosna nie zapowiada się zatem ani nadzwyczajnie oryginalnie ani szczególnie wyjątkowo. Ale jesień...

Nowe formaty, nowe seriale, nowe wyścigi talentów, paradokumenty z udziałem tancerzy, śpiewaków, kucharzy, piekarzy, rybaków słodkowodnych i dalekomorskich, porzuconych nastolatków, skruszonych kobiecizny i leworęcznych włamywaczy. I tylko w zakładach pogrzebowych wciąż ta sama cisza...

JANUSZ KOŁODZIEJ

TYLKO DLA DZIECI



15 lutego zadebiutował na antenie TVP ABC – jak rekomendował go wcześniej nadawca – pierwszy powszechnie dostępny, polski i bezpłatny kanał tematyczny dla dzieci. – *Oferta pierwszych sześciu tygodni będzie opierała się przede wszystkim na archiwalnych programach Telewizji Polskiej* – zapowiada Małgorzata Mierzejewska-Wawryków, szefowa TVP ABC.

TVP ABC emituje więc już bajki z polskich wytwórni filmów animowanych, programy i magazyny edukacyjne, seriale, filmy i Teatr Telewizji dla dzieci, w tym wszystko to, co najlepsze w zbiorach telewizji publicznej lub specjalnie na jej potrzeby kupione, jak: *Miś Uszatek*, *Bolek i Lolek*, *Miś Fantazy*, *Przygody Koziołka Matołka*, *Smerfy* i *Pszczółka Maja*. Szczególną uwagę poświęcono najmłodszym, dla których przygotowano codzienne i aż godzinne pasmo *Wieczorynki* (emisja każdego dnia od 19:00 do 20:00).

W ramówce nowego kanału tematycznego Telewizji Polskiej dominować będą pozycje nie tylko zrealizowane na najwyższym poziomie, ale też gwarantujące bezpieczeństwo prezentowanych treści. Bez przemocy, złych emocji i słabej animacji. Nie zabraknie tu więc *Domisiów*, *Lippy & Messy'ego* – uczących angielskiego poprzez działania teatralne, plastyczne, muzyczne i ruchowe, popularno-naukowego *Dlaczego? Po co? Jak?* z doświadczeniami przeprowadzonymi specjalnie dla programu przez animatorów Centrum Nauki Kopernik, propagujących czytanie *Molików książkowych* czy *Budzika* dla najmłodszych oraz *Jedynkowego przedszkola* czy *Sześciolatek* – *pierwsza klasa*. A także legendarnego *Tik-Taka* z Ewą Chotomską jako ciotką Kłotką, Andrzejem



Grabowskim jako Panem Tik Takiem i Profesorem Ciekawskim oraz Krzysztofem Marcem – Krzysiem i Zającem Poziomką.

Profil i zawartość programowa TVP ABC zostały precyzyjnie dopasowane do wieku i możliwości odbiorców (dzieci od 3 do 12 roku życia, ale w szczególności w wieku 3-7 lat) i będzie dzięki temu swego rodzaju fabryką wyobraźni, która pobudzi dzieci do aktywności intelektualnej, zdobywania i rozwijania umiejętności oraz poszerzania horyzontów. Pomocze najmłodszym widzom w poznawaniu świata i zdobywaniu wiedzy oraz w mądrej zabawie. Będzie też promował polską kulturę, tradycję i język oraz włączy się aktywnie w znakomitą akcję *Cała Polska czyta dzieciom*.

A już na wiosnę zapowiadany jest dalszy rozwój TVP ABC: wieczorne pasmo dla rodziców z magazynem poradnikowym

Na kłopoty... ABC!, mówiącym o wychowaniu, zdrowiu, sporcie, odżywianiu, lekturach itp. Młodszy i najmłodszy dostaną wtedy jeszcze m.in. *Masz wiadomość!* – inspirowany cotygodniowy magazyn informacyjny oraz słynny, wielokrotnie nagradzany na całym świecie serial Andrzeja Maleszki z muzyką Krzesimira Dębskiego *Magiczne drzewo*.

TVP ABC dostępny jest w naziemnej telewizji cyfrowej, w wybranych sieciach operatorów kablowych i platformach satelitarnych. (jj)

Razem czy osobno

Integracja cyfrowa oraz udostępnianie telewizji.
Te hasła są dość modne ostatnio.

W dużym skrócie chodzi o to, że technika cyfrowa otwiera nowe możliwości większego udostępniania treści przenoszonych cyfrową drogą telewizyjną ludziom, którzy zazwyczaj z przyczyn od nich niezależnych, upośledzenia słuchu bądź wzroku nie mogli korzystać z telewizyjnego obrazu i dźwięku w takim stopniu, w jakim korzystają ludzie zdrowi.

DAWNO, DAWNO TEMU...

W „epoce” analogowej widzwowie z problemami słyszenia nie mieli zbyt wiele do wyboru: kompletnie niesłyszący mogli liczyć na to, że programowi czasem towarzyszyło „miganie” – osoba przekładająca treść foniczną na język migowy, można też było zamieszczać na ekranie tekst dialogów i coś o nazwie „audiodeskrypcja” – opis ważnych dla akcji dźwięków (*strzały, trzaśnięcie drzwiami* itp.). Osobom z niedosłuchem można było zaproponować słuchawki z dodatkowym wzmacniaczem po to, aby bardzo głośnym dźwiękiem nie zakłócali odbioru widzom zdrowym. Pierwsze dwa sposoby zawierały elementy w taki czy inny sposób przeszkadzające „zwykłym” widzom. Osoby z upośledzonym widzeniem mogły się tylko skupiać na dźwięku.

Problem nie jest błahy, bo niemal cała nasza planeta jest objęta sygnałami telewizyjnymi, w 2011 roku było to ponad 1,4 mld gospodarstw domowych. Istnieje coś takiego jak Konwencja Narodów Zjednoczonych dotycząca Praw Osób Niepełnosprawnych (CRPD, Convention on the Rights of Persons with Disabilities), w której wyraźnie wymieniono dostępność telewizji. Co więcej, mechanizmy poprawiające dostępność telewizji mogą być również pomocne w eliminacji analfabetyzmu nie tylko osób niepełnosprawnych, ale i niewykształconych czy zmarginalizowanych, w społecznej asymilacji imigrantów, czy w poprawie odbioru telewizji u osób w wieku podeszłym.

PYTANIA I ODPOWIEDZI

Jak więc można pomóc? Niesłyszącym proponuje się napisy „zamknięte” (czyli możliwe do wyłączenia przez widzów dobrze słyszących) oraz język migowy, niewidomym audiodeskrypcję oraz „napisy mówione” (zsyntezowany odczyt głosowy pokazywanych na ekranie napisów), a dla osób ze zmniejszoną sprawnością specjalne piloty (urządzenia zdalnego sterowania). Audiodeskrypcja, podobnie jak napisy, może być

włączana lub wyłączana. Można też, zależnie od szerokości dysponowanego pasma, emitować dwie wersje tego samego programu – jedną zwyczajną i drugą uzupełnioną o dodatkowy przekaz. O niepełnosprawnych coraz częściej zaczynają też myśleć operatorzy sieci komórkowych, którzy wprowadzają aparaty z uproszczoną, ale za to dużą klawiaturą, specjalne numery z dyżurującymi asystentami, a nawet rabaty z tytułu trwających dłużej niż normalnie (wskutek trudności z obsługą aparatu) połączeń. Coraz częściej jest również możliwe bezpośrednie bezprzewodowe połączenie aparatów słuchowych z telewizorem.

Niepełnosprawni nie są jedyną grupą osób, którym można, dzięki rozwiniętej technice, pomóc. W dobie globalizacji takich grup jest znacznie więcej – dzieci imigrantów, które nie umieją czytać lub nastolatki, którym do pomocy poza słowem mówionym potrzebne są też napisy, nastolatki z ubytkami słuchu (dyskoteki, mp3) czy widzowie starsi, nie rozumiejący współczesnego slangu nawet we własnym języku.

Globalizacja to również wielość języków, oprócz krajów z wieloma językami oficjalnymi to też doskonała okazja do uczenia się języków dzięki rozwiązaniu, które pojawiło się po raz pierwszy w technice cyfrowej – możliwości wyłączania lektora a włączania napisów, lub wyboru języka pokazywanych napisów.

Zatem poza tylko przekazem obrazu i dźwięku o możliwie najlepszej jakości technicznej, współczesna telewizja (jak również i inne media) zaczyna dbać o to, aby być jak najbardziej dostępną jak największej liczbie odbiorców. Zwłaszcza, że na przykład osoby ociemniałe oglądają telewizję znacznie częściej niż by się to wydawało (wg badań brytyjskiego Ofcomu – wyraźnie powyżej średniej).

NOWE CZY LEPSZE?

„Nowe” nie dla wszystkich oznacza od razu „lepsze”. Wiele starszych osób ma kłopoty z obsługą urządzeń opartą na różnych menu, a nawet nie za bardzo wy czuwa regulacje typu „więcej-mniej” pamiętając dawne pokrętki, które zawsze sygnalizowały aktualną wartość parametru (np. głośność). Pokrętek tych zresztą nie było zbyt wiele, ogrom różnego rodzaju klawiszy na współczesnych pilotach jest dla wielu (niekoniecznie starszych) osób ogromnym problemem.

O ile telewizja analogowa mogła oferować tylko „otwartą” prezentację napisów, czy też osób

migających, widocznych dla każdego i niemożliwych do usunięcia (co często było wrogo przyjmowane przez nieupośledzonych odbiorców), to postać cyfrowa umożliwia prezentacje „zamknięte” – włączane i widoczne tylko dla tych, którzy chcą czy muszą z tego korzystać.

„Dostępność” więc często dotyczy postaci programów zwykłych, w których też wiele można poprawić. Dotyczy to zwłaszcza napisów w programach informacyjnych, które często zastaniają się nawzajem lub mają zdecydowanie nieodpowiednie (mało kontrastowe) kolory.

Dostępność to też odpowiedni dobór środków już wykorzystywanych – dubbingu, lektora, napisów, o ile to możliwe w preferowanej wersji zamkniętej (włączanej przez użytkownika). Są tu opracowania, np. raport zatytułowany Making Television Accesible, opublikowany przez ITU – International Telecommunication Union (Międzynarodowy Związek Telekomunikacyjny) i G3ict – Global Initiative for Inclusive Information and Communication Technologies (Globalna Inicjatywa dla Technik Komunikacji i Informatyki umożliwiających cyfrową integrację), w wersji polskiej noszący tytuł Uczyń Telewizję Dostępną, przetłumaczony przez autora tego artykułu a opublikowany przez KRRiT, które dokładnie definiują sposoby postępowania, w przypadku zagadnień językowych podające strategie odpowiednie dla obszarów monojęzycznych, dwujęzycznych i wielojęzycznych oraz dla odbiorców z dysfunkcją słuchu, odbiorców z ubytkami słyszenia związanymi z wiekiem oraz imigrantów i uchodźców.

Osobom z upośledzeniem widzenia oferuje się w przypadku programu w ich ojczystym języku głównie audiodeskrypcję. Programom w językach obcych zaś towarzyszyć mogą „napisy audio” (napisy mówione) realizowane dzięki technice elektronicznych urządzeń do syntezy mowy w studiach emisyjnych w postaci dodatkowej monofonicznej ścieżki dźwiękowej. Trwają prace nad takimi układami pracującymi w odbiornikach telewizyjnych, pojawiają się też rozwiązania, oparte na analizie i syntezie mowy, służące do sterowania odbiornikami zamiast pilota.

Synteza mowy jest, jak na razie, łatwiejsza do realizacji niż tej mowy analiza. Dlatego pewnie do tworzenia napisów „na żywo” (a nie offline, w specjalnym studio) stosuje się wciąż metodę „Re-speaking” w której żywy człowiek obserwując obraz i słuchając towarzyszącej mu mowy dyktuje napisy, wprowadzając przy tym

niezbędną kompresję (ilość znaków w polu napisów nie jest nieskończona...). Oczywiście są również systemy realizujące to w pełni elektronicznie.

SIEĆ DOBRA NA WSZYSTKO?!

Proponowane dawniej rozwiązania problemu otwartości wspomnianych powyżej dodatkowych usług – zastępowanie ich usługami zamkniętymi, nieprzeszkadzającymi

mi „normalnym” widzom w postaci dodatkowych kanałów transmitowanych przez nieużywane obecnie radiowe fale średnie, radio cyfrowe, strumieniowanie do telefonu komórkowego lub telefonu stacjonarnego są, w obliczu gwałtownego i skutecznego rozwoju techniki cyfrowej, raczej do pominięcia. Za to duże możliwości znajdują się w wprowadzaniu rozwiązań sieciowych – coraz więcej nowoczesnych odbiorników telewizyjnych w taki czy inny sposób współpracuje z siecią, a sieć jak wiadomo zapewnia niemal wszystko... Sieć jest pomocna już teraz – internauci sami tworzą przecież napisy do filmów (zgodnie lub niezgodnie z prawem).

Ostatnie lata rozwoju telewizji oparte są na koncepcji „Anything, Anytime, Anywhere” uzupełnionej „On Any Device” – wszystko, zawsze, wszędzie i na dowolnym urządzeniu, co oznacza, że oprócz odbiorników stacjonarnych, chcemy mieć program telewizyjny w odbiornikach przenośnych i w innych urządzeniach (czy tego naprawdę

chcemy, czy też jest to nam wmawiane to inna kwestia...). Te właśnie „inne urządzenia”, chociażby z uwagi na ich wymiary i miejsca w których z nich korzystamy, wymagają też innych, starannie przemyślanych rozwiązań czyniących je rzeczywiście dostępnymi.

Technika cyfrowa jest w stanie sprostać wielu takim wyzwaniom, należy je tylko dobrze zdefiniować. Dzięki tworzeniu kanałów wirtualnych, dołączanych do kanału podstawowego, można na przykład, wprowadzając odpowiednie kody na pilocie wybierać dźwięk normalny, dźwięk z audiodeskrypcją oraz napisy. W przypadku odbiorników i programów z dźwiękiem wielokanałowym, głos narratora audiodeskrypcji można umieścić w dowolnie wybranym miejscu przestrzeni (panorama Lewy/Prawy, Przód/Tył). Można więc sprawić, że narrator będzie szeptać widzowi do jego lewego lub prawego ucha.

Dbając więc coraz bardziej o dostępność telewizji zadbajmy również może i o treść tych udostępnianych programów... Ale to już jest zupełnie inne zagadnienie.

GRZEGORZ MORKOWSKI





ZAKRZYWIONY I ELASTYCZNY

Pracujący pod system operacyjny Android Jelly Bean 4.2.2 smartfon LG G Flex to pierwszy na świecie telefon zakrzywiony względem osi horyzontalnej ($R = 119R$), w którym zastosowano unikalną, elastyczną technologię wyświetlacza, obudowy i baterii. 6" wyświetlacz P-OLED (Real RGB) ma rozdzielczość HD (720 x 1280). Tylna obudowa jest wykonana z pierwszej na świecie samoregenerującej się dwuskładnikowej powłoki, która w temperaturze ludzkiego ciała, np. pod wpływem ciepła dłoni, ma zdolność „wypychania” na zewnątrz drobniejszych rysów.

W Polsce dostępna będzie wersja europejska z 4-rdzeniowym procesorem Qualcomm Snapdragon 800 2,26 GHz, procesorem graficznym Adreno 330, 450 MHz; 2 GB pamięci RAM i 32 GB pamięci eMMC, aparatem 13,0 MP (przedni - 2,1 MP) i wbudowanym akumulatorem 3,500 mAh. Dźwięk hi-fi odtwarzany jest z próbkowaniem 24-bit/192 kHz.

Specjalnie z myślą o zakrzywionym ekranie opracowano wiele nowych, praktycznych funkcji: QTheater, Dual Window czy Swing Lockscreen.

Wytrzymujący nacisk 40 kg LG G Flex, o wymiarach 160,5 x 81,6 x 7,9 - 8,7 mm i masie 177 g, działa w sieciach LTE, HSPA+ i GSM. Łączność to także Bluetooth 4.0, Wi-Fi i NFC.

INTERAKTYWNY PROJEKTOR DOTYKOWY

Obrazem wyświetlanym przez projektor EB-595Wi firmy Epson można sterować za pomocą dotyku ręką (6 punktów dotyku) lub dwóch interaktywnych piór, a także na nim pisać i rysować – nawet w rogach ekranu oraz dodawać ilustracje nad filmami. Panel dotykowy ułatwia zmianę slajdów, wybór urządzeń wejściowych i zapisanie obrazu, bo prezentacje i inne dokumenty można zapisać na nośniku USB, wysyłać pocztą elektroniczną lub wydrukować.

Ultrakrótki rzut tego projektora 3LCD eliminuje efekt cienia i tworzy idealne obrazy. Obraz o przekątnej do 100" w rozdzielczości WXGA i jasności 3300 lumenów wyświetlany jest z niewielkiej odległości. Podwójne wejścia VGA i HDMI umożliwiają podłączanie innych urządzeń. Aplikacja iProjection umożliwia bezprzewodowe wyświetlanie obrazów z urządzeń mobilnych (iOS i Android). Funkcja moderatora umożliwia udostępnianie materiałów np. uczestnikom konferencji, a zachowujący pełną kontrolę prowadzący „obce” treści może wyświetlać w wybranym momencie.

GŁOŚNIK BLUETOOTH Z RADIEM FM, MIKROFONEM I NFC

Soundbook X3 firmy Bayan Audio wykorzystuje zaawansowane kodeki aptX do bezprzewodowego przesyłania wysokiej jakości dźwięku. Moduł NFC pozwala na błyskawiczne łączenie się z kompatybilnymi urządzeniami. Źródła dźwięku można też podłączyć za pomocą gniazda mini jack.

Znajdujący się na przednim panelu urządzenia wyświetlacz LED informuje o wybranym źródle dźwięku, stanie baterii (maksymalnie 10 godz. odtwarzania muzyki przy połączeniu Bluetooth) i częstotliwości radia FM. W oprawie głośnika wbudowana jest antena radiowa, a z tyłu znajduje się dodatkowy port USB, pozwalający naładować telefon czy odtwarzacz MP3.

W urządzeniu o wymiarach 242 x 47 x 130 mm i masie 530 g umieszczono 4 głośniki neodymowe 1,5" typu long-throw i jeden 3" z membraną bierną, które przenoszą pasmo 50 – 20 000 Hz z mocą 20 W.



PHABLET Z EKRANEM FULL HD

Fonepad Note 6 (ME560CG) firmy ASUS ma 6" pojemnościowy ekran multitdotykowy (10-punktów) Super IPS+ o rozdzielczości Full HD, zapewniający jasne, żywe kolory i szerokie kąty widzenia, a także wysoką widoczność w świetle dziennym.

W obudowie o grubości 10,3 mm umieszczono nowy procesor Intel Atom Z2580 (2 rdzenie, 2,00 GHz, 1 MB cache) z technologią Hyper-Threading, który pozwala na 23 godz. rozmów telefonicznych w sieci 3G i 6,5 godz. odtwarzania filmów. Transfer DC-HSPA+ umożliwia ultraszybkie przeglądanie stron internetowych: ściąganie danych z prędkością do 42 Mbit/s, ładowanie - 5,76 Mbit/s. Mikrofon z funkcją redukcji szumów zapewnia krystaliczną jakość dźwięku w czasie rozmów, a układ audio ASUS SonicMaster – wysoką jakość dźwięku emitowanego przez dwa głośniki umieszczone z przodu urządzenia. Pracując z opracowanymi przez Asusa aplikacjami możemy rysikiem zapisywać uwagi. Za układ graficzny odpowiada PowerVR SGX 544MP.

Pracujący pod systemem Android 4.2 Jelly Bean Fonepad Note 6 ma pamięć RAM o pojemności 2 GB i 16 GB dysk, nawigację A-GPS i GLONAS, kamery 8 MP (tył) i 1,2 MP (przód) oraz czytnik kart pamięci, gniazdo kart SIM, złącze Micro USB i wyjście słuchawkowe/głośnikowe. Masa 210 g.



REJESTRATOR AKTYWNOŚCI



W utrzymaniu formy fizycznej pomogą opaska Lifeband Touch i słuchawki Heart Rate Earphones firmy LG, które dane mogą sobie przesyłać bezprzewodowo, a po podłączeniu do smartfona (z systemem Android lub iOS) - do aplikacji LG Fitness lub innych firm (MyFitnessPal, Runkeeper czy MapMyFitness).

Asymetryczna i elastyczna opaska ma 3-osiowy akcelerometr oraz czujnik wysokości, dzięki którym precyzyjnie mierzy podstawowe parametry związane z treningiem (odległość, prędkość, liczbę kroków, ilość spalonych kalorii). Są one wyświetlane na dotykowym panelu OLED, który służy też do wyświetlania czasu, połączeń przychodzących, odczytywania wysyłanych przez smartfon powiadomień o połączeniach i wiadomościach SMS oraz sterowania odtwarzaniem muzyki. Słuchawki mają czujnik PerformTek, który w trakcie noszenia na uszach, na podstawie przepływu krwi, precyzyjnie mierzy takie parametry fizjologiczne jak tętno i maksymalne zużycie tlenu (VO2 max).

KOMPAKT Z 30-KROTNYM ZOOM-

W PowerShot SX700 HS firmy Canon zastosowano najnowszy procesor DIGIC 6 i bardzo czułą 16,1 MP matrycę CMOS. Aparat ma 30-krotny zoom optyczny, którego zakres technologia ZoomPlus cyfrowo rozszerza do 60x przy zachowaniu pełnej rozdzielczości obrazu. Z kolei funkcja Zoom Framing Assist ułatwia kadrowanie przy maksymalnym zbliżeniu.



Za ostrość zdjęć i filmów odpowiada optyczna stabilizacja obrazu Canon, połączona z technologią inteligentnej stabilizacji i 5-osiowym trybem dynamicznej stabilizacji. System Intelligent IS analizuje ujęcie i dostosowuje optymalne ustawienia dla ośmiu różnych scen. Moduł Wi-Fi zapewnia łączność z tabletem lub smartfonem. Aparat można także połączyć z urządzeniem przenośnym korzystając z NFC. Funkcjonalność Wi-Fi obejmuje także możliwość zdalnego fotografowania za pośrednictwem smartfona oraz tworzenie kopii zapasowej zrobionych zdjęć - dzięki funkcji Image Sync fotografie są bezprzewodowo przesyłane do serwisów w chmurze (Canon iImage Gateway, Flickr, Google Driver) lub komputera. GPS powala na dokładne oznaczenie miejsca wykonania zdjęcia czy filmu.

Przycisk nagrywania ułatwia przełączanie między funkcjami fotografowania i filmowania (60 kl./sek.) z wysokiej jakości dźwiękiem stereo. Tryb Hybrid Auto automatycznie nagrywa 4 sekundowy film przed zrobieniem zdjęcia, a następnie łączy je w jeden krótki film, a tryb twórczego ujęcia (Creative Shot) oferuje 46 różnych efektów kreatywnych pogrupowanych w cztery kategorie: zdjęcia monochromatyczne, retro, specjalne i naturalne. Efekty oglądamy na 3" ekranie LCD PureColor II G (922 tys. RGB).

NAJSZYBSZA NA ŚWIECIE



Oparta na najnowszej specyfikacji nośników SD o dużej wydajności karta pamięci SDHC/SDXC UHS II SanDisk Extreme PRO firmy SanDisk wykonywane zdjęcia seryjne zapisuje z prędkością do 250 MB/s (odczyt - 280 MB/s). Karta jest zgodna z nową specyfikacją UHS Speed Class 3 (U3), pozwala więc na ciągły zapis obrazu filmowego w tempie 30 MB/s (U3), w tym nagrywania materiału 4K, 3D i Full-HD o kinowej jakości.

Karta została zoptymalizowana pod kątem współpracy z profesjonalnymi lustrzankami cyfrowymi i kamerami wideo nowej generacji, które obsługują standard UHS-II. Wydajność i prędkość zapisu pozwalają na szybką rejestrację serii obrazów RAW i JPEG o wysokiej rozdzielczości.

Z kartami współpracuje dedykowany czytnik, który dzięki złączu USB 3.0 dane przesyła z prędkością nawet 500 MB/s - 10 razy więcej niż przez łącze USB 2.0.



SYSTEM DO WIDEOKONFERENCJI

Aver EVC130 PTZ Cam umożliwia prowadzenie rozmów „twarzą w twarz” w rozdzielczości FullHD z częstotliwością odświeżania 30 kl./sek.

Sterowana elektronicznie kamera z 16-krotnym zoomem optycznym może być obracana i pochylana, a dołączony do zestawu mikrofon kierunkowy zapewnia bardzo dobrą jakość dźwięku z redukcją szumów i głosów z otoczenia. Rozmowy można nagrywać na pamięć USB. Dzięki funkcji tzw. współdzielenia materiałów rozmówcy mogą udostępniać sobie np. prezentacje.

Urządzenie akceptuje standardy NTSC, PAL, XGA (4:3 RGB), HD 720p (16:9 RGB) oraz kilka formatów i rozdzielczości wideo, m.in. z kamery od SIF po Full HD, a współdzielonych materiałów od VGA po HD. Współpracuje z pojedynczym i podwójnym ekranem.

JERZY BOJANOWICZ



MIPCOM CANNES



TELEWIZJA w formacie 4K

Na zeszłorocznym pięciodniowym spotkaniu MIPCOM (rocznie pojawia się tam 12 do 13 tysięcy zarejestrowanych gości) dyskutowano między innymi na temat najbardziej aktualny – telewizja UHD (inaczej 4K) oraz rozwiązania o nazwie „second-screen” – nowy format ściśle współpracujący i rozszerzający operatywność tradycyjnej oferty programowej.

Pokazano wiele materiałów zrealizowanych w technice 4K (m.in. na stanowiskach Audi A, K i Sony 4K) – film Space w technice 3D/4K i w wersji dla IMAX, film z Samantą Jade, francuski materiał z tenisowych mistrzostw French Open Rolanda Garrosa.

110 MILIONÓW TELEWIZORÓW

Nowy standard telewizji 4K rzeczywiście wzbudza duże zainteresowanie producentów – znany *House of Cards* (nagrodzony we wrześniu ub. roku nagrodą Emmy) nie przypadkiem nakręcono w tej technice. Wielu wiodących producentów realizuje swe zadania w 4K, np. brytyjski Natural History Unit czy Sony Pictures Television (oczywiście kamerami F65 4K Sony). Powstają nowe produkcje, ale też rozpoczęła się akcja remasteringu ogromnych zasobów materiałów archiwalnych. Pod koniec 2012 roku można było znaleźć w katalogach ponad 150 filmów i widowisk wykonanych w UHD. Wiele było też materiałów nakręconych w 4K i wymagających

w celu dalszej dystrybucji ponownego renderingu. Hollywood ma ponad sto tysięcy filmów zapisanych na taśmie 35 mm, doskonale nadających się do konwersji 4K. Konwersji takiej można poddać większość starszych filmów analogowych (choć podobno taki transfer słynnego filmu *Lawrence from Arabia* zajął ponad 3 lata).

Zimowe Igrzyska Olimpijskie Soczi 2014 były, przez rosyjską NTV+ retransmitowane do kin i miejsc publicznych. Południowa Korea testuje sprzęt transmisyjny, który będzie pracował podczas Pucharu Świata FIFA w Brazylii. BSkyB rozpoczął w sierpniu ub. roku transmisje satelitarne w UHD korzystając z wozów transmisyjnych w tym standardzie. Włosi i Niemcy planują transmisje meczy piłkarskich czy wyścigów Formuły 1 w 4K.

Przewiduje się, że do roku 2025, liczba sprzedanych telewizorów 4K w samej tylko Europie dojdzie do 110 milionów. Rozwijane są nowe schematy kompresji pozwalające „ścisnąć” ogromne strumienie danych

źródłowych do przepływności 20 Mb/s, bez czego nie jest możliwa opłacalna transmisja satelitarna.

UHD (czy też 4K) u widzów najczęściej budzi zachwyt – realizmem obrazu, jego głębią oraz kolorami. Jest to technika, która swoją jakością powinna zadowolić wszystkich – telewizję, kina oraz Blu-ray. Co więcej, według producentów, koszt realizacji UHD jest tylko o ok. 10% wyższy niż HD.

Wszyscy są zgodni, że 4K jest w zasadzie gotowe do startu, choć trzeba w to włożyć jeszcze dużo pracy. W wielkim uproszczeniu – 4K wymaga kontentu!

Japońska NHK (pracując od dawna nad formatem 8K – 4 razy obszerniejszym niż to, co zachwycia nas dziś, czyli HD!) dysponująca doskonałym sprzętem już kręci wiele materiałów w 4K – historia, nauka, głębie oceanu, przestrzeń kosmiczna, czy (we współpracy z japońską Japan Aerospace Exploration Agency) zdjęcia gigantycznej komety ISON wykonane przy pomocy super-czułej kamery 4K.

Choć zdarzają się i sceptycy – Orange Labs (inicjatywa 4Ever) przedstawiło kilka problemów technicznych – 4K to nie tylko ogromna ilość pikseli, ale i odpowiednie wartości częstotliwości ramek i odpowiednie kolory. Testy odróżniania ekranów 4K i HD wykonane na monitorze o przekątnej 56" wykazały, że przeciętny widz jest w stanie rozpoznać prawidłowy format siedząc w odległości nie większej niż 1 metr! Potwierdza to „modę”, a raczej w tej sytuacji zapotrzebowanie na większe ekrany.

SPOŁECZNA TELEWIZJA?

„Second screen” (drugi ekran) to najkrócej technika umożliwiająca interakcję widza z prezentowanym programem telewizyjnym poprzez w pewien sposób dołączone (najczęściej bezprzewodowo) urządzenie przenośne – tablet, smartfon, laptop czy desktop. Drugi ekran to możliwość wprowadzania nowych formatów, których podstawową zaletą będzie współuczestniczenie widza w emitowanym programie. Przykłady – firma All 3 Media produkująca *The Million Second Quiz* (maraton trwający 12 dob bez przerwy), izraelski *Rising Star* (wschodząca gwiazda), holenderski *What Do I Know* (co rzeczywiście wiem). W wymienionych programach widzowie głosują, występują w roli dodatkowego, ale pełnoprawnego sędziego, bez którego nie można wybrać zwycięzcy.

Drugi Ekran to coś w rodzaju telewizji społeczno-sciowej. Promowany przez różne platformy, takie jak



CAMBO



CAMBO

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

Oferujemy szeroki zakres specjalistycznego sprzętu do kamer video.

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.



REKLAMA

www.cambo.pl



Zeebox – społecznościowa aktywność dostępna w ponad 150 kanałach w USA, 150 w Wielkiej Brytanii i 40 w Australii. Po ściągnięciu odpowiednich aplikacji widzowie mogą, podczas oglądania programów, równolegle spotykać się na czatach, wymieniać swoimi materiałami, tweetować ze znajomymi, odbierać i wysyłać emaila. Są też aplikacje pozwalające sobie pograć, jeśli oglądany program nie absorbuje w 100% uwagi widza. Innym przykładem jest aplikacja GetGlue (w uproszczonym tłumaczeniu „przyklej się”) używany przez 75 sieci i 25 producentów promujących 35 000 różnego rodzaju „show”, 50 000 filmów oraz sport. Bezprzewodowość i dołączenie innych urządzeń spełnia modne od kilku lat założenia „telewizji wszędzie”.

Korzystanie z drugiego ekranu ułatwiają specjalne aplikacje rozpoznające muzykę lub ogólnie sygnał dźwiękowy, pomagają we współdzieleniu się takimi materiałami, wchodzenie na Facebook. W kanale dla „second-screen” można przesyłać uzupełniający контент – wywiady z celebrytami, cyfrowy czat fanów danego programu itp.

Takie aplikacje oczywiście kosztują, nie tylko widza, ale i producenta. Jak na razie konkuruje z nimi skutecznie sieć – jest tania i wszechobecna.

Takie aplikacje to też zupełnie nowe zagadnienia prawne! I powiązania z reklamą. Informacje o sposobie korzystania z second-screenu w połączeniu z programami rozpoznawania treści mogą zawsze posłużyć do stworzenia dla każdego widza jego dość prywatnego „portretu” czy też „odcisku palca”, stanowiącego dla wielu graczy na rynku cenne dane. Oczywiście dane te mogą również posłużyć do pomiarów oglądalności (gdzie są jeszcze cenniejsze) bezpośrednio przekładającej się na zyski z reklam i koszty reklam. W pozytywnym sensie, jako znacznie dokładniejsze niż tradycyjne metody badania oglądalności, mogą pomóc w obniżeniu często nieuzasadnionych gigantycznych cen 30 sekundowych reklamowych spotów. W negatywnym mogą stać się przedmiotem handlu naszymi danymi bez naszej zgody.

W Europie istnieją przepisy dotyczące gospodarowaniem bazami danych, w Stanach takich przepisów nie ma. I nie bardzo jak na razie wiadomo, kto będzie właścicielem takich danych... Można się spodziewać chwilowego „raju dla prawników” przy okazji procesów o naruszanie praw autorskich czy prawa do prywatności.

ZIMA WASZA, WIOSNA...?

A czego można się spodziewać w dniach 7-10 kwietnia w Palais Des Festivals w Cannes, na 51 edycji targów MIPTV?

Przyjazd zapowiedziało ponad 12 000 uczestników – profesjonalistów od kontentu, ma być ponad 1600 wystawców, 4500 zainteresowanych kupnem kontentu – wszyscy z ponad 100 krajów świata. Na imprezę przyjedzie też ok. 300 dziennikarzy.

Będzie sprzedawanie i kupowanie programów, promocje, kontakty z producentami, będą podpisywane ważne umowy, dyskutowane problemy finansowania i oczywiście przegląd (pokazy i konferencje) nowych materiałów. Będą też spotkania z decydentami, twórcami, autorami nowych pomysłów i nowych modeli biznesowych, specjalistami określającymi najnowsze trendy.

Będą przedstawiciele BBC Worldwide, 20th Century Fox, Warner Bros, CBS Studios International, NBC Universal TV Distribution, Discovery, Disney Media Distribution, HBO i wielu, wielu innych firm o podobnym spektrum działania.

Specjalne imprezy to na przykład MIP Digital Fronts (2 dni w Grand Auditorium) pokazujące produkcje online'owe światowych platform typu You Tube, Chipotle, Vuguru, Fox Digital Entertainment, Smokebomb Entertainment. Będą wywiady z producentami, kierownikami projektów, będzie pokazywany ogólnie tzw. kontent cyfrowy, ale także gry, animacje, czy kontent dla dzieci i młodzieży. Na MIPCUBE można będzie się dowiedzieć, jak przyciągać i łączyć się z widzami – doradzą eksperci, producenci i strategicy.

Będzie się działo...

GRZEGORZ MORKOWSKI
& JACEK BIELSKI

SONY DLA 4K



Podczas targów ISE firma Sony przedstawiła swoje rozwiązanie do prezentacji obrazów w technologii 4K – Vision Presenter PWA-VP100, które pozwala wyświetlać treści z wielu źródeł danych i tworzyć atrakcyjne, efektywne prezentacje inspirujące do dyskusji.

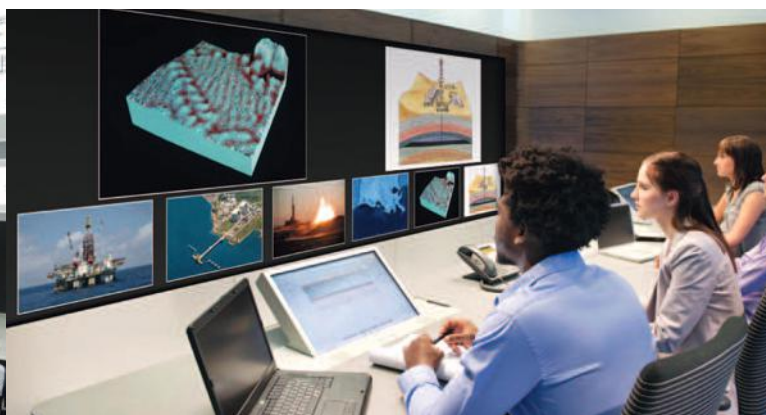
Dochodzą do nas teraz olbrzymie ilości danych, a do podejmowania decyzji i prowadzenia komunikacji używane są liczne, zróżnicowane typy informacji. Dotyczy to na przykład sektora biznesowego, w którym wszelkie typy źródeł treści, w tym wideo, grafika, slajdy prezentacji, strony internetowe i wideokonferencje, muszą być łatwo dostępne, aby zapewnić szybkie podejmowanie decyzji biznesowych. Do teraz nie można było jednak prezentować wszystkich tych źródeł informacji równocześnie na jednym ekranie.

Oferowane przez Sony rozwiązanie Vision Presenter udostępnia system prezentacji 4K, który może wyświetlać czterokrotnie więcej informacji niż standard HD.

lub tabletu. Interaktywna obsługa jest możliwa niezależnie od lokalizacji systemu. Błyskawicznie można więc na przykład przesuwając treści przez ich przeciąganie z ekranów źródłowych i upuszczanie na ekranie głównym lub zmaksymalizować ekran główny, aby skupić się na jednym źródle.

Dzięki profesjonalnym projektorom Sony WUXGA, które wyposażono w funkcję łączenia obrazów (ang. edge blending), Vision Presenter umożliwia płynne połączenie obrazów z dwóch projektorów i stworzenie jednego, dużego obrazu o rozdzielczości sięgającej 3552 x 1200.

Sony Vision Presenter pozwala kontrolować kamery Sony PTZ z serii SRG (SRG-120DH, SRG-300H) i BRC



Pozwala to jednocześnie wyświetlać informacje z wielu źródeł w wysokiej jakości nawet na dużym ekranie. Rozwiązanie jest też bardzo łatwe w obsłudze – wystarczy tradycyjna mysz bezprzewodowa lub tablet. Sony Vision Presenter przyspiesza i ułatwia pracę z różnymi typami informacji, pozwala tworzyć atrakcyjne prezentacje i wspomaga dyskusje w sytuacjach, w których trzeba korzystać z wielu źródeł informacji równocześnie.

Rozwiązaniem Vision Presenter można sterować za pomocą tradycyjnej myszy bezprzewodowej

(BRC-H900, BRC-Z700, BRC-Z330) za pośrednictwem dostępnej na ekranie funkcji zdalnego sterowania. Dzięki temu użytkownik może kontrolować funkcje PTZ (ang. Pan/Tilt/Zoom – panoramowanie, przechylenie, powiększanie) kamery i prezentować na ekranie obraz na żywo. Bez przerywania trwającej prezentacji można sprawnie wstawić do niej przekaz wideo i wstępnie ustawić pozycję kamery tak, aby móc wywołać ją w dowolnej chwili. Funkcję tę można też wykorzystać zdalnie za pomocą tabletu. (mab)



Janusz Weiss



Jan Miodek



Tadeusz Szuk

CZY MIODEK jest dobry na wszystko?

Zacznijmy dziś – podążając tropem tytułu – od profesora Jana Miodeka. To sprawa nader charakterystyczna. Wybitny językoznawca, związany z Uniwersytetem Wrocławskim, w latach 1987-2007 prowadził na antenie Telewizji Polskiej cykl pogadań pt. *Ojczyzna polszczyzna*. Mówił barwnie, ze swadą i humorem, nie nudził i nie pouczał. Nic przeto dziwnego, że zyskał ogromną popularność i sympatię widzów. Wielokrotnie nagradzany, stał się dla telewizji kimś w rodzaju wartości dodanej.

Nie ma już na ekranie *Ojczyzny polszczyzny*, a profesor Miodek od 2009 roku dryfuje – można tak chyba powiedzieć – na telewizyjnym bocznym torze. W TVP Polonia odpowiada na pytania widzów w cotygodniowym cyklu *Słownik polsko-polski*. A przecież jako wybitny popularyzator kultury języka i niekwestionowana osobowość telewizyjna powinien mieć swój stały cykliczny program w Jedynce lub Dwójce. Na przykład dziesięciominutową pogadankę w prime time. Na przykład przed Wiadomościami. I to nawet codziennie.

Osobowość telewizyjna... Wydawałoby się – wartość dla nadawcy bezcenna. Dzięki takim ludziom wzrasta oglądalność, a więc i popularność stacji, nie wspominając już o sprawach tak ważnych, jak przystępne przekazywanie wiedzy z różnych dziedzin. Czyli – misja.

Czym jest osobowość, czym się charakteryzuje? Czy to tylko poprawność, profesjonalizm i przyjemny sposób bycia na wizji? Dlaczego osobowością jest wspomniany wyżej Jan Miodek, a nie – na przykład – Tomasz Kammel czy Marcin Prokop? Także nagradzani, także profesjonalni i zawsze dobrze przygotowani do występu.

WIELKA TAJEMNICA

W tej sprawie nie ma zgody. Osobowość to nadal wielka tajemnica. Niejasność i wieloznaczność. Coś, czego nie można zdefiniować, choć wielu się stara, mówiąc o indywidualnych i niepowtarzalnych cechach zachowania człowieka, o pewnej strukturze, która reguluje i integruje relacje człowieka ze światem. W telewizji osobowość, indywidualność jest nadal dobrem deficytowym, a obecnie, przy wielości oferty programowej, nawet bardziej deficytowym niż kiedyś.

Przed laty skromna i nieszczególnie zasobna Telewizja Polska zabiegała o życzliwość ludzi powszechnie znanych i cenionych: naukowców, pisarzy, artystów różnych dziedzin, stwarzając im dogodne, choć może nie nazbyt hojnie honorowane, ale w miarę stabilne zasady współpracy. W ten sposób telewizja na różnych etapach swej historii dorobiła się całego legionu osobowości.

Niektórych współpracowników warto przypomnieć, bo dobrze zasłużyli się telewizji i widzom. Sędziwy profesor Konstanty Grzybowski z Krakowa pasjonująco wykladał kiedyś historię doktryn politycznych i prawnych, a temat to naprawdę mało rozrywkowy. Inny krakowski profesor, Wiktor Zin, zyskał powszechną



Jan Ciszewski

stawę cyklem *Piórkim i węglem*. Opowiadał o architekturze, o rodzimym pejzażu i na oczach widzów ilustrował swoje gawędy bynajmniej nie fotosami, ale piórkim i węglem... Jego rysunki i szkice z tego cyklu można czasem napotkać w antykwariatach.

Wybitny dyrygent Jerzy Maksymiuk z pasją i energią popularyzował problematykę muzyki poważnej, a Bogusław Kaczyński z nie mniejszym znanstwem – zagadnienia opery i operetki. Obaj na wizji byli w swym zachowaniu i przekazie bardzo niekonwencjonalni. Podobnie Szymon Kobyliński, znawca barwy i broni Wojska Polskiego, konsultant z tej dziedziny wielu filmowców, który prowadził swoje gawędy od początku istnienia telewizji. Z kolei Adam Słodowy uczył młodych i trochę starszych modelarstwa i majsterkowania (*Zrób to sam*). Nie mieliśmy chyba w historii lepszych komentatorów sportowych, niż Jan Ciszewski i Bohdan Tomaszewski i bardziej zaangażowanego prezentera pogody, niż Czesław Nowicki-Wicherek, który z każdego swego występu potrafił zrobić małe show, prezentując cuda natury: największą na świecie purchawkę, monstrualną rybę itd.

Dobrze zapisali się w pamięci Hanna i Antoni Gucewińscy (*Z kamerą wśród zwierząt*), Janusz Weiss (*Miliard w rozumie*), a także profesor Jan Białostocki, Jerzy Waldorff, Lucjan Kydryński, wspomniany już Jan Miodek i wielu, wielu innych. Przez pewien czas, zanim nie zniknęli z ekranu, byli po prostu dobrymi znajomymi widzów. A gdy nasi znajomi znikają, robi się smutno i szaro.

Większość wymienionych była laureatami „Złotego Ekranu” w kategorii „indywidualność telewizyjna”, dorocznej nagrody tygodnika filmowo-telewizyjnego *Ekran* przyznawanej za wybitne osiągnięcia w twórczości telewizyjnej. *Ekran* nie przetrwał na rynku prasy, ale tradycja nagród jakoś przetrwała.

JA WYBIERAM, TY WYBIERASZ...

Dziś nagrody indywidualnościom telewizji przyznaje kapituła „Wiktorów” złożona z byłych laureatów oraz czytelnicy *Tele Tygodnia* (Tele Kamery). To niełatwy wybór, bowiem niewiele jest w dzisiejszej telewizji prawdziwych osobowości. Przykład profesora Miodka pokazuje, że nie dba się nawet o te, które są, a nowych raczej się nie szuka. Zmarły niedawno Tadeusz Mosz, ceniony dziennikarz ekonomiczny i sprawny

popularyzator tej dziedziny wiedzy, miał nieopisane trudności z przepchnięciem na ekran TVP swego autorskiego programu *Plus-Minus*.

Organizatorzy plebiscytów w specyficzny sposób zachęcają widzów i czytelników do oddawania głosów na „ulubione gwiazdy”. Ta zachęta brzmi mniej więcej tak (cytuję): ROBERT GÓRSKI – wnikliwy obserwator naszej codzienności. MAGDA GESSLER – wulkan energii, postrach restauratorów. MACIEJ ROCK – mistrz kontrolowanego luzu. KRZYSZTOF IBISZ – najbardziej rozpoznawalny gospodarz polskich programów rozrywkowych i teleturniejów. AGNIESZKA SZULIM – znana ze swego szczerego usposobienia. Mimo niewątpliwej urody pojawia się na ekranie nie tylko dla ozdoby. TOMASZ RACZEK – jego opinii o filmie można zaufać. TADEUSZ SZNUK – skromność i takt.



Kuba Wojewódzki



Hanna i Antoni Gucewińscy



Czesław Nowicki



Marcin Prokop

Nie mam nic przeciwko Tadeuszowi Sznurowi. To jeden z tych, których się lubi i ceni właśnie za skromność i takt. Doceniam profesjonalizm Krzysztofa Ibisza czy Tomasza Raczkę. Wygrywają w cuglach z innymi kandydatami, których nazwiska stale przewijają się w plebiscytach, takimi jak Michał Pióróg, Małgorzata Rozenek, Czesław Moził czy Agnieszka Chylińska, o „mistrzu kontrolowanego luzu” nie wspominając.

Powiedzmy szczerze: to nie są indywidualności czy osobowości telewizyjne. To są współcześnie wykreowane zjawiska medialne. Znak naszych czasów... I to by było na tyle – jak mawiał Jan Tadeusz Stanisławski, także przecież profesor. Mniemanologii stosowanej...

BARBARA KAŻMIERCZAK


17. MFF ZOOM – ZBLIŻENIA

WŁASNYM GŁOSEM, NOWĄ KRESKĄ

Młodzi, niezależni filmowcy i twórcy video już od dawna starają się mówić własnym głosem, dawać filmowy wyraz sytuacjom znanym z otoczenia, doświadczenia, własnej życiowej wiedzy.

Nieustannie poszukują też własnego, pokoleniowego języka i wyrazu artystycznego, nie zapominając przy tym, iż zgrzebność formy wcale nie musi być walorem przekazu a często wadą utrudniająca dotarcie do odbiorcy. Wiedzą również doskonale, że choć dzisiejsza technika znakomicie ułatwia im realizację pomysłów, nauki warsztatu nie można pominać ani zlekceważyć.

Jeśli mają kłopot, to z opowiadaniem historii, narracją czy weryfikacją pomysłów, że tak właśnie jest przekonywały pozycje zakwalifikowane do zakończonego w ostatniej dekadzie lutego 17. MFF Zoom – Zbliżenia w Jeleniej Górze. 82 filmy z całego świata obejrzało jury pod dowództwem reż. Artura „Barona” Więcka (m.in. *Anioł w Krakowie*, *Zakochany anioł*, *Wszystkie kobiety Mateusza*) i młoda publiczność, która przyjechała w Karkonosze przede wszystkim na tradycyjne warsztaty filmowe i dziennikarskie, ale też, by skonfrontować swe wyobrażenia o twórczości niezależnej z ekranowymi realiami. I chyba nie czuła się rozczarowana mimo tego, że tegoroczny zestaw był nieco słabszy od tych w przeszłości.

FAWORYCI NIE ZAWODZĄ

Przede wszystkim ci spod znaku animacji, która zdaje się wkraczać w kolejny „złoty wiek”, o czym świadczą choćby sukcesy frekwencyjne w kinach całego świata pełnometrażowych obrazów animowanych, czy rosnący

popyt na tego rodzaju produkcje na targach telewizyjnych. Po latach branżowej zapaści, odejściu starych mistrzów i małym zainteresowaniu twórczością animowaną, od dekady obserwujemy prawdziwy wysyp talentów, pomysłów, szkół i grup twórczych. Na największym światowym przeglądzie animacji we francuskim Annecy, dominują teraz młodzi filmowcy, plastycy i performerzy, a na listę krajów, od zawsze mocnych w animacji, jak Francja, Czechy czy Polska i USA, wpisano następne, z których choćby Izrael urasta na prawdziwe animowane mocarstwo.

Jelenia Góra ani myśli konkurować z francuskim kurentem, ale i tu konkurs animowany miał bardzo wysoki, wyrównany poziom. Węgierski *Królik i łódź* Petera Vacza i tu okazał się najlepszy, a po triumfie na kilkunastu innych przeglądach i festiwalach zachwycił jeleniogórską publiczność prostym, ale czytelnym przesłaniem (nie szukaj rzeczy niemożliwych daleko, kiedy te najważniejsze masz pod ręką) i świetnym wykorzystaniem technik kombinowanych. Zasłużone brawa otrzymał także niemiecki *Wiatr* Roberta Lobla – błyskotliwie zrealizowana alegoria o umiejętności przystosowania się do ekstremalnych warunków – tu wietrznej pogody – przez mieszkańców pewnej umownej krainy. I jeszcze *Ex Animo* Wojciecha Wojtkowskiego, brawurowa zabawa z możliwościami jakie stwarza drugi wymiar i różne rodzaje animacji. Świetny rysunek, dobre tempo, nieposkromiona

Franek



Smutne potwory



wyobrażnia ujęta w ramy konsekwentnie realizowanego zamysłu. Oraz hiszpański *Projekt K-9* grupy studentów z Malagi, którzy posługując się klasyczną animacją opowiedzieli o zgubnych dla świata skutkach pewnego rodzaju broni masowego rażenia, uwolnionej przez przypadek z tajnego laboratorium.

W kilku innych obrazach widać jak można wykorzystać klasyczne tworzywa jak np. masa marcepanowa, plastelina czy piasek.

DOKUMENT ZE ZNAKIEM ZAPYTANIA

A ów znak bierze się z podejrzeń, że nie wszystko co oglądamy i słyszymy rzeczywiście przypisane jest do zarejestrowanej sytuacji. Takie wrażenie można było odnieść podczas projekcji niektórych filmów dokumentalnych, których autorzy wyraźnie „pomagali” rzeczywistości, a przynajmniej manipulowali bohaterami i sytuacjami dla osiągnięcia pożądanego efektu. Tytuły? Pomірmy milczeniem, by nie robić im dodatkowej reklamy, ale wspomnijmy, że w grupie tej jest pewien polski film, którego egzaltowana nieco autorka zastosowała wobec odbiorcy festiwalowego – z powodzeniem o czym świadczą nagrody – poza pewną manipulacją także ewidentny szantaż emocjonalny.

W żadne filmowe sztuczki nie bawiła się za to Rosjanka, Svetlana Belorussova, autorka dokumentalnej podróży *Z Paryża do Paryża* grupy Nagaibaków, rdzennych mieszkańców małego rejonu w okolicach Czelabińska. Gdyby jeszcze młoda reżyserka odważnie sportretowała swych bohaterów i spotykanych przez nich Europejczyków. Zabrakło może doświadczenia zawodowego i umiejętności selekcji.

Alexowi Casianovowi zabrakło z kolei cierpliwości, bo jego film *O której wrócisz?* miał potencjał na interesujący portret zawodowego i życiowego niespełnienia, ale młody reżyser szybko zmierzał do finału. A spotkał przed kamerą dwie kobiety, babcię i wnuczkę (absolwentka szkoły aktorskiej bezskutecznie próbująca wystartować w zawodzie) oraz ich coraz bardziej toksyczne relacje.

Michał Staszewski i jego *Drugi brzeg* to z kolei przykład wzorowej roboty filmowej. Świetnie wybrany bohater, bo recydywista Mirek jest człowiekiem niezwykle inteligentnym co pozwala mu krytycznie oceniać własne postęпки, ale i system penitencjarny, którego jest także ofiarą. Symboliczna jest scena końcowa, kiedy Mirek po miesiącach wolontariatu w hospicjum, wychodzi na warunkowe zwolnienie. Cieszy się na spotkanie z rodziną w Niemczech (gdzie mieszka), ma plan na dalsze normalne życie, ale klawisz nie chce podać mu ręki

na pożegnanie. Bo zabrania tego regulamin!!! Stalinowsko-peerełowska mentalność wciąż obowiązuje za murami polskich więzień.

DEMONY MAŁE I DUŻE

Z demonami przeszłości nie do końca zdefiniowanymi, ale ani trochę przez to mniej groźnymi zmagają się bohaterowie serbskich *Wojen* Ivana Bakraca (nagroda za najlepszy film studencki). Z własnymi samoograniczeniami nie jest w stanie walczyć Musa, jedyny syn azerbejdżańskiego stolarza, choć ten stara się zmusić niepełnosprawnego mentalnie i ruchowo syna do aktywnego życia. *Huśtawka trumniarza* Elmara Imanova doczekała się zasłużonego wyróżnienia za czystość formy i jasność przekazu.

Z prawdziwymi, bo alkoholowymi, demonami walczy piekielnie utalentowany rzeźbiarz (w tej roli świetny Piotr Głowacki), który tworzy dla swej ukochanej córeczki bajkowy świat pełen szlachetności i miłości. Ale proza życia bezlitośnie weryfikuje dziecięce marzenia, w których ona jest księżniczką, a jej tata niezwykłym rycerzem. Justyna Tafel, autorka *Smutnych potworów* odebrała w Jeleniej Górze Grand Prix i miejsce w pamięci recenzenta, zarezerwowane dla wyjątkowo obiecujących filmowców młodego pokolenia.

Julia Kolberger jest już od dawna w katalogu młodzi-zdolni, a kolejne laury (najlepszy film fabularny)



Królik i Łoś

dla jej przewrotnego „portretu rodziny we wnętrzu”, czyli *Mazurka* tylko potwierdziły, że ma nie tylko talent, ale też na co dzień dobrze czuje się na planie.

Niewątpliwy talent ujawnia też Bartek Tryzna, autor zabawnego *Franka*, który na niedawnym festiwalu Ale Kino! w Poznaniu ogromnie podobał się młodej widowni, a tu na Zoom – Zbliżeniach zebrał zasłużone brawa i wyróżnienie dla najlepszego filmu amatorskiego. Warto również zapamiętać Pawła Maślone, bo jego *Magma* dobrze rokuje na przyszłość.

JANUSZ KOŁODZIEJ

Powinność

„Poza tym niespecjalnie znajduję coś, co by mnie wciągnęło.”
Jerzy Gruza w wywiadzie Jolanty Gajdy-Zadwornej dla TelePro



Telewizja dziewcząt i chłopców



Latający Holender

Unikam jak mogę określenia „misyjność”. Nie od dzisiaj wyraz „misja” w odniesieniu do telewizji wywołuje, nie tylko we mnie, mieszane uczucia i niekoniecznie pozytywne skojarzenia. Misja fałszywie definiuje relację między emitentem a publicznością. Sformatowany misyjnie telewizz staje się kimś w rodzaju nieokrzesanego dzikusa – istoty prymitywnej i niekulturalnej, którą należy oświecić i nawrócić. Emitent zaś wchodzi na mocy uzurpacji w rolę nauczającego, próbując traktować adresatów programu jak stado owieczek.

Liderzy telewizji i pracownicy tej instytucji nie są misjonarzami. Wielu z nich odczuwa natomiast w związku ze swoją pracą rodzaj powinności. Może ona dotyczyć różnych aspektów uprawiania samego zawodu: sposobu komunikowania, kultury bycia na antenie, interakcji z widzami, stylu wystąpienia, dobrych manier. W każdym z tych aspektów jednak liczy się w gruncie rzeczy jedno: powinność samej stacji i osobista powinność wszystkich jej pracowników w stosunku do wielomilionowej widowni.

W czasach, które nie tylko ja doskonale pamiętam, nikt nie mówił o misji. Nie było w ogóle mowy o czymś takim, za to bywał wartościowy program, a w nim mnóstwo rzeczy wartych obejrzenia. Istniało wtedy coś na kształt niepisanej antenowej powinności.

przypoitości zawodowej, poniżej którego nie wypada zejść i się nie schodzi. Czy weźmiemy pod uwagę *Teatr Telewizji*, *Biel w cieniu*, *Eurekę*, *Sondę*, *Jak patrzeć na dzieło sztuki*, *Peryskop*, *Klub Sześciu Kontynentów*, czy iście kaskaderskie relacje na żywo podczas *Turnieju Miast* albo dziesiątkami produkowane filmy telewizyjne.

Radio z lufcikiem – jak miał nieoceniony Wiech – potrafiło zaciekać widza i wciągnąć w ekranową akcję jego emocje i myśli. W odróżnieniu od „misji” powinność to nic innego, jak polot. Polot jest powinnością.



Sonda

Źródła słabości dzisiejszej telewizji nie sprowadzają się do marnych finansów. Jej obecny kryzys bierze się po części stąd, że zamiast zwykłej powinności tworzenia i nadawania programów na poziomie, mamy fatamorganę misyjności, która prowadzi tę potrzebną społecznie instytucję donikąd.

MAREK HENDRYKOWSKI

Dla dzieci I DZIADKÓW

Przed kilkoma miesiącami Telewizja Polska zrezygnowała z emitowania w Programie *Wieczorynki*, dawniej zwanej *Dobranocką*. Po ponad półwieczu relegowano ją do kanału TVP Kultura. *Nieuchronnie skończyła się epoka, w której „Wieczorynka” wyznaczała rytm dnia w polskich domach. O godzinie 19 dzieci siadały przed telewizorem, a potem szły spać* – stwierdził prezes TVP Juliusz Braun podczas Forum SFP, zorganizowanego w ramach Krakowskiego Festiwalu Filmowego.

Swą konstatację oparł na badaniach, które pokazały, że siła przyciągania *Wieczorynki* wśród dzieci jest od kilku lat coraz mniejsza. Ogląda ją tylko 10% dzieci, a większość telewizyjnej widowni stanowią ludzie starsi, głównie emeryci.

15 lutego ruszył nowy kanał tematyczny TVP ABC, czyli pierwszy powszechnie dostępny, polski i bezpłatny kanał tematyczny dla dzieci. TVP ABC będzie emitować bajki z polskich wytwórni filmów animowanych, programy i magazyny edukacyjne, seriale, filmy i Teatr Telewizji dla dzieci, w tym wszystko to, co najlepsze w zbiorach telewizji publicznej lub specjalnie na jej potrzeby kupione, jak: „Miś Uszatek”, „Bolek i Lolek”, „Miś Fantazy”, „Przygody Koziołka Matołka”, „Smerfy” i „Pszczółka Maja”. Szczególną uwagę poświęcono najmłodszemu, dla których przygotowano codzienne i aż godzinne pasmo „Wieczorynki”, co-dziennie od 19.00 do 20.00 – czytam entuzjastyczne zapowiedzi na stronie TVP. Istotnie brzmi to wspaniale. To właściwie nie godzinna *Wieczorynka*, a kilkunastogodzinna (od 7.00 do 21.00). I to każdego dnia, od rana do wieczora.

Gdy rzucam okiem na codzienny program kanału TVP ABC, złożony głównie z filmów lub odcinków popularnych seriali, odnoszę wrażenie, jakbym przeglądał repertuar „Iluzjonu”, nie „normalnego” kina. Róży się tu od dobrych wieczorynkowo-dobranockowych znajomych: Smerfy, pszczółka Maja, Miś Uszatek, koziołek Matołek, kangurek Hip-Hop, Kasztaniaki, Maurycy i Hawranek... To niezwykle atrakcyjne oraz wartościowe archiwalia, ale jednak tylko archiwalia, brak tytułów nowych, premierowych, które stanowią sól każdego kanału telewizyjnego.

Mnie się podobają melodie, które już raz słyszałem – twierdzi inżynier Mamoń. Mnie też, i na pewno nie-rzaz zerknę do kanału TVP ABC, poważnie podwyższając średnią wiekową jego odbiorców. Podejrzewam, że uczyni tak wielu widzów, którzy dzieckiem będąc – oglądali w Dobranocce premierowe odcinki *Przygód Bolka i Lolki*, *Reksia*, *Baśni i waśni* czy *Porwania Baltazara Gąbki*. Boję się tylko, że wyniki przyszłych

badan oglądalności, w których dziadki osiągną znaczącą przewagę nad dziećmi, znów doprowadzą do radykalnych ruchów w strukturze programowej publicznej telewizji.

P.S. W 2009 roku we włoskim mieście Chivasso, podczas odbywającego się tam Międzynarodowego Festiwalu Literatury, miałem przyjemność promować wydany we Włoszech tom poświęcony polskiej kulturze, a w nim swą historię polskiej animacji dla dzieci. Dla uatrakcyjnienia prezentacji książki, której towarzyszyły projekcje filmowe, organizatorzy festiwalu zorganizowali plebiscyt na najlepszą polską animację dla dzieci. Wygrał – i to zdecydowanie – zgrzebny, dość topornie animowany, z anachronicznym dźwiękiem, czarno-biały debiut Zenona Wasilewskiego *Za króla Kraka* (1947) – film, od którego zaczęła się cała polska powojenna animacja. Dla włoskich dzieci, na co dzień oglądających najnowsze

produkcje Pixara czy Disneya, okazał się tak odmienny i egzotyczny, że aż godny zachwytu. Ale to wyjątek tylko potwierdzający regułę. Po projekcji dzieci natychmiast zajęły się nowymi gramami w swych telefonach komórkowych.

JERZY ARMATA



HANNIBAL

POWRACA DO AXN

Na mały ekran powraca jedna z najbardziej fascynujących postaci literackich, dr Hannibal Lecter. Premiera telewizyjna kolejnego sezonu serialu *Hannibal* już 2 kwietnia w AXN. Wielbiciele Hannibala Lectera będą też mogli zobaczyć serial zaledwie kilka dni po amerykańskiej premierze, tj. 8 marca, za pomocą serwisu AXN Now dostępnego w telewizji internetowej IPLA, Kinoplex, TVN Player i VOD.PL.

Seriałowy thriller według scenariusza Bryana Fullera (znanego z produkcji *Herosi* oraz *Gdzie pachną stokrotki*) i w znakomitej reżyserii Davida Slade'a (saga *Zmierzch: Zaćmienie*, *30 dni mroku*) to produkcja własna kanału AXN, należącego do koncernu Sony Pictures Television Networks.

Will Graham (w tej roli Hugh Dancy znany z filmów *Król Artur*, *Helikopter w ogniu*) dzięki zadziwiającej zdolności do głębokiej empatii, potrafi odtworzyć myśli i skomplikowane metody działania seryjnych morderców. Jego niezwykle umiejętności są jednocześnie jego przekleństwem: Will nie radzi sobie z emocjami, które towarzyszą mu w pracy konsultanta FBI, co sprytnie wykorzystuje dr Hannibal Lecter (znakomity Mads Mikkelsen) – pod koniec pierwszego sezonu dowiadujemy się, że Will Graham jest oskarżony o popełnienie wszystkich zbrodni doktora.

Drugi sezon rozpocznie się zaskakującym zwrotem akcji: Will Graham, oskarżony o popełnienie serii makabrycznych zbrodni, oczekuje na rozpoczęcie procesu. Jednocześnie dr Lecter współpracuje blisko z Jackiem Crawfordem zajmując miejsce Willa i stając się konsultantem FBI. Druga odsłona tej niesamowitej historii to zabawa w kotka i myszkę, której narratorem staje się niestabilny emocjonalnie Will Graham.

W nowym sezonie oprócz dotychczasowej obsady pojawi się m.in. Michael Pitt (*Zakazane imperium*), Cynthia Nixon (*Seks w wielkim mieście*), a wątek postaci Bedellii du Maurier (w tej roli Gillian Anderson) zostanie rozbudowany.

AXN w tym roku zdecydował się na niecodzienną formę emisji serialu: premiera w Polsce odbędzie się tydzień po amerykańskiej premierze, tj. 8 marca, za pośrednictwem serwisu AXN NOW w telewizji internetowej IPLA, Kinoplex, TVN Player i VOD.PL. Z kolei premiera telewizyjna odbędzie 2 kwietnia, miesiąc po amerykańskiej premierze. (mm)



—
ŻYCIE WEDŁUG
SAMA
USA 2013
EMISJA: HBO



Życie według Sama

To się widzi od pierwszego kadru: są filmy, zwłaszcza dokumentalne, których głównym celem jest zdobycie Oscara. Na przykład *Przeznaczone do burdelu* Zany Briski i Rossa Kauffmanna – historia utalentowanych artystycznie dzieci z dzielnicy czerwonych latarni w Kalkucie.

Wszystko jest tam wykalkulowane – od projektu, który miał ujawnić zdolności małych bohaterów, po gorzką refleksję, że ich sukces i tak niczego w ich losie nie zmieni. Kiedy kamery zostaną wyłączone, dzieciaki wrócą do swych slumsów i wyznaczonej im roli społecznej. Na szczęście, Sean Fine i Andrea Nix mają już na koncie Oscara (w zeszłym roku, za *Inocente*), wcześniej uzyskali nominację za głośny *Taniec wojenny* (w 2008). Nie muszą więc zabiegać o laury, mogą skupić uwagę na ludzkich losach.

Bohaterem filmu *Życie według Sama* jest Sam Berns, nastolatek cierpiący na progerię. Progeria to rzadka, ale straszna choroba genetyczna – cierpi na nią około 220 osób na całym świecie. Polega ona na przyspieszonym starzeniu się organizmu: dotknięte nią dzieci starzeją się 5-6 razy szybciej niż ludzie zdrowi. W wieku 13-14 lat osiągają wygląd osiemdziesięcioletnich starców i umierają, zazwyczaj na zawał. Ale Sam miał niebywale szczęście w nieszczęściu – jego rodzice są lekarzami. Gdy u dwuletniego synka zdiagnozowano progerię, znaleźli cel w życiu: poświęcili się badaniom nad tą rzadką chorobą. W ciągu czterech lat udało im się wyodrębnić gen odpowiedzialny za chorobę.

To był przełomowy moment w życiu chłopca i jego rodziców: znalazły się pieniądze na badania i poszukiwania leku, przeprowadzono próby działania wynalezionych specyfików na myszach, wreszcie ruszyły eksperymentalne badania na ludziach. I tu pojawia się jeszcze jeden dramat: aby wyniki badań klinicznych

były akceptowane przez środowisko lekarskie, potrzebna jest grupa chorych pacjentów, którym zamiast leku podaje się placebo. Ale jak powiedzieć rodzicom dzieci cierpiących na progerię, że ich akurat ich dzieci nie będzie się leczyć, bo potrzebna jest grupa kontrolna. Bernsowie zdecydowali więc, że grupy kontrolnej nie będzie. Ta szlachetność drogo ich kosztowała.

Okazało się bowiem, że dla kolegów redakcyjnych naukowych czasopism medycznych złamanie procedur jest elementem dyskwalifikującym program badawczy. A bez publikacji nie będzie kolejnych dotacji, co znaczy, że nie będzie za co dokończyć eksperymentalnej kuracji, nie mówiąc już o innych dzieciach, którym należałoby podać lek. Na szczęście, znalazł się periodyk, gdzie zrozumiano dylematy badaczy, i wszystko wróciło na właściwe tory.

Tyle, że film o niezwykłym chłopcu, który chciał prowadzić jak najbardziej zwyczajne życie, nieoczekiwanie zmienił się w opowieść o najprawdziwszym zwyczajnym życiu, które nie znosi jakiegokolwiek odmienności i tego wszystkiego, co przeszkadza mu toczyć się leniwie swoim własnym torem.

Badania Bernsów są kontynuowane. W pierwszym etapie lekarzom udało się przedłużyć życie swoich pacjentów – czasem nawet o 4-5 lat. Sam Berns, który na ekranie z niezwykłą dla swego wieku dojrzałością próbuje pogodzić się z tym, co nieuchronne, zmarł w styczniu 2014 roku, kilka miesięcy po premierze filmu, mając 17 lat. Miłość rodziców i eksperymentalna kuracja wydłużyła jego życie o jedną trzecią.

KONRAD J. ZARĘBSKI

KALENDARIUM

28.02-8.03	OPORTO, 31 Fantasporto, Int. Film Festival
5-9.03	TAMPERE, International Short Film Festival
7-16.03	MIAMI, Int. Film Festival
14-23.03	CRETEAIL, Women's International Film Festival
19-30.03	NOWY JORK, New York New Directors/ New Films
24-27.03	HONGKONG, FILMART Int. Film & TV Market
25-31.03	FRANKFURT, LICHTER- Int. Film Festival

NAGRODA CYBULSKIEGO – NOMINACJE

Kapituła Nagrody im. Zbyszka Cybulskiego przyznała nominacje aktorom, spośród których Jury (powoływane rokrocznie spośród osobistości świata kultury) wyłoni laureata kolejnej edycji Nagrody. **NOMINACJE DO NAGRODY JURY 2013:** Magdalena Berus za rolę w filmie *Bejbi blues*, Piotr Głowacki za rolę w filmie *Dziewczyna z szafy*, Julia Kijowska za rolę w filmie *Miłość*, Marta Nieradkiewicz za rolę w filmie *Płynące wieżowce* i Dawid Ogrodnik za rolę w filmie *Chce się żyć*.

Laureata Nagrody im. Zbyszka Cybulskiego 2013 poznamy podczas uroczystej gali, która odbędzie się 26 marca 2014 roku w kinie Iluzjon – Muzeum Sztuki Filmowej w Warszawie. Dodatkowe informacje: www.NagrodaCybulskiego.pl, <http://www.facebook.com/nagrodacybulskiego>. TELE PRO jest patronem medialnym nagrody. ■

FILMTERACTIVE 2014 JUŻ TRWA!



FilmInteractive Market to pierwsze targi treści interaktywnych i crossmedialnych w Europie Środkowo-Wschodniej. To miejsce dla twórców chcących zaprezentować swoje innowacyjne projekty filmowe, cross mediowe, z obszaru digital content oraz dla tych, którzy chcą sprzedać lub kupić ciekawy projekt czy rozwiązanie technologiczne.

Są częścią międzynarodowej imprezy FilmInteractive, która w 2014 roku odbędzie się w dniach 24-25 września.

W ubiegłym roku odbyła się pierwsza edycja Marketu, na którą zgłoszono 32 projekty z całej Europy. Zostały one ocenione przez międzynarodowe grono ekspertów. Zwycięski projekt – NULLPUNKT z Estonii (poza wsparciem merytorycznym i sławą) otrzymał nagrodę główną 10 000 PLN ufundowaną przez HBO. Dodatkowo, wszyscy finaliści uzyskali bezcenne porady od najlepszych ekspertów w branży audiowizualnej, od obecnych na wydarzeniu inwestorów, dystrybutorów, jak i content buyerów.

Nabór projektów do edycji 2014 trwa od 15 marca do 30 maja 2014. Szukamy projektów: *wykorzystujących interaktywne wideo, crossmediowych/transmediowych, branded content, digital content* – mówią organizatorzy FilmInteractive – *Interesują nas projekty audiowizualne na wszystkich etapach produkcji, takich jak: planowanie, tworzenie, post-produkcja, faza końcowa.*

Można także zgłosić innowacyjne oprogramowanie lub aplikację. Warunek jest jeden: projekt IT musi być zgodny z założeniami tematycznymi FilmInteractive Marketu. Szczegóły na filminteractive.eu/project@filminteractive.eu

TELEPRO jest patronem medialnym wydarzenia. ■

AWANSE/TRANSFERY/ ODEJŚCIA

► Stanowisko Dyrektora Sprzedaży w Digital Signage, objęła na początku roku Anna Birkett. Miesiąc później do jej działu dołączyła na stanowisku Senior Key Account Managera, Agnieszka Całka.

► 1 marca 2014 roku Marcin Wojtasik objął stanowisko Dyrektora Marketingu i PR, zastępując na nim odchodzącą z firmy Agnieszkę Zając. Przejął również część obowiązków Mateusza Góreckiego, któremu zostaje powierzone, w ramach awansu, nowo utworzone stanowisko Dyrektora ds. Innowacji i Inwestycji. ■



LTE W VECTRZE

Już od połowy lutego abonenci mobilnego internetu Vectry mogą korzystać z najnowocześniejszej technologii LTE w oparciu o infrastrukturę Play. Zmianie uległa również maksymalna prędkość transferu poza wspomnianym standardem z 2Mb/s do 15Mb/s. Nowa usługa dostępna jest zarówno dla obecnych, jak i nowych abonentów, którzy posiadają pakiet co najmniej 4 GB.

Wkrótce operator zaproponuje atrakcyjną ofertę usługi mobilnego internetu LTE w pakietach, zawierających usługę telewizji cyfrowej lub super szybki internet stacjonarny bez limitu danych. Internet mobilny LTE w sieci Vectra oparty jest na infrastrukturze operatora komórkowego Play. ■

TVP Z SOCZI

Prawie 5,5 mln widzów oglądało w niedzielę 23 lutego w szczytowym momencie ceremonię zamknięcia igrzysk olimpijskich w Soczi w TVP1. To rekordowa transmisja z olimpiady w miniony weekend, rekordowe jednak dla TVP były całe igrzyska, przynosząc wzrosty oglądalności jej czterech Anten od prawie 15 do blisko 90%.



Ceremonię zamknięcia oglądało 4,348 mln widzów (średnia) przy udziałach wynoszących 29,4%, szczytowy moment to 5 mln 360 tys. Rekordem igrzysk pozostała jednak transmisja z konkursu na dużej skoczni, kiedy Kamil Stoch wywalczył złoty medal. Relację tę w TVP1 i TVP INFO obejrzało aż 11 mln 222 tysięcy (średnia, grupa 4+; dane Nielsen Audience Measurement) przy udziałach wynoszących aż 61,5% (TVP1 – 10 mln 444 tys., udziały 59,3%; TVP INFO – 778 tys., 2,2%). W najwyższym momencie oglądalności – drugi skok Kamila Stocha w konkursie – transmisję śledziło aż 13 mln 540 tys. (TVP1 – 12 mln 639 tys.; TVP INFO – 901 tys.)! ■

INTEL MA NOWE PROCESORY XEON

Firma Intel zaprezentowała rodzinę procesorów Intel® Xeon® E7 v2, które pomogą firmom i instytucjom z różnych branż i sektorów – od usług medycznych po bankowość i transport – czerpać cenne i praktyczne informacje ze swoich zbiorów danych. Korzystając z narzędzi analitycznych przedsiębiorstwa mogą podejmować decyzje, które mają bezpośredni wpływ na ostateczny bilans ich finansów. Procesory Intel Xeon E7 v2 oferują nowe możliwości w zakresie przetwarzania i analizowania dużych zbiorów różnorodnych danych, udostępniając informacje, które wcześniej wydawały się niewidoczne.

Organizacje, które wykorzystają potencjał tkwiący w danych, aby uzyskać cenne wskazówki, zdobędą znaczną przewagę nad konkurentami – mówi Diane Bryant, wiceprezes i dyrektor generalny, Data Center Group, Intel. Świetna wydajność pracy, ogromna pojemność pamięci i wysoka niezawodność procesorów z nowej rodziny Intel Xeon E7 v2 pozwoli organizacjom z branży IT analizować duże zbiory danych w czasie rzeczywistym, a tym samym wykorzystywać tę wiedzę do generowania zysku oraz zwiększania efektywności biznesu poprzez wychwytywanie pojawiających się trendów i tworzenie nowych usług, lepiej dostosowanych do potrzeb rynku. ■



NOWE PODSTRONY DLA WIDZÓW MINIMINI+ I TELETOON+

MiniMini+ i teleTOON+ uruchamiają nowe minisite'y z atrakcjami dla swoich widzów. 18 lutego w serwisie miniminiplus.pl wystartowała podstrona z bezpłatnymi, edukacyjnymi grami i zabawami dla małych fanów bajki o przygodach słonia Babara. Tego samego dnia na stronie internetowej stacji teleTOON+ ruszy specjalna sekcja poświęcona kultowej animacji fantasy Kod Lyoko. Na nowej podstronie serwisu miniminiplus.pl dzieci mogą spotkać się ze swoimi ulubionymi bohaterami z bajki *Babar i przygody Badou*. Najmłodszy znajdzie tu różnego rodzaju interaktywne zabawy i multimedialne atrakcje, takie jak: kolorowanki, wycinanki, naklejki czy tapety. Nie zabraknie też gier z sympatycznymi stonikami – maluchy mogą wybrać się w niezapomnianą podróż balonem czy na Safari, podczas którego mogą robić zdjęcia pojawiającym się tam zwierzętom. Serwis oferuje także gry zręcznościowe, puzzle i memo. teleTOON-owa sekcja poświęcona animacji Kod Lyoko została stworzona z myślą o nieco starszych widzach.

Sfery big data i Internet rzeczy stwarzają olbrzymie szanse i możliwości rozwoju dla wielu organizacji, umożliwiając bowiem generowanie zysku z usług opartych na pozyskiwaniu informacji z gromadzonych danych. Według prognoz, rynek technologii i usług big data będzie rósł o 27% w skali roku do 2017 r., by osiągnąć wartość 32,4 mld dolarów. Głównym czynnikiem napędzającym ten trend jest niesamowity napływ danych, które pochodzą z urządzeń współtworzących Internet rzeczy. Ich łączna liczba ma wynosić 30 miliardów do roku 2024. ■

TO NAS DOTYCZY PO RAZ XI

XI edycja konkursu prowadzona jest w następujących kategoriach: *Moja Mała Ojczyzna*, forma dziennikarska dowolna, audycja telewizyjna związana z szeroko pojętym patriotyzmem lokalnym, wiedzą regionalną, zwyczajami i obrzędami, inicjatywami i działaniami na rzecz lokalnej społeczności; *Moje miasto leży w Europie*, forma dziennikarska dowolna, audycja dotycząca wpływu 10-letniego uczestnictwa Polski w Unii Europejskiej na wygląd naszych miast, życie jego mieszkańców, lokalne inicjatywy, itp. W tej kategorii mogą znaleźć się również audycje dofinansowane ze środków UE; *Ekologia... i coś więcej*, forma dziennikarska dowolna, audycja dotycząca zagadnień związanych z ekologią, recyklingiem, zapobieganiem degradacji środowiska, zdrowym trybem życia, ochroną przyrody, a także dotycząca działań twórczych w zakresie upcyklingu, czyli tworzeniu przedmiotów wysokiej jakości z surowców o niskiej jakości, często pochodzących z recyklingu; *Reaguję na przemoc wobec dzieci – mam prawo*, forma dziennikarska dowolna i Nagroda Publiczności – krótka forma telewizyjna, reportaż.

W ramach XI Konkursu Prezes PIKE może przyznać na wniosek Komisji Programowej Nagrodę Honorowego Kryształowego Ekranu za całokształt działalności Telewizji Lokalnej.

Na konkurs można nadsyłać audycje wyemitowane po raz pierwszy w telewizji w okresie pomiędzy 12 marca 2013 roku a 15 kwietnia 2014 r.

Na konkurs należy nadsyłać audycje telewizyjne zapisane na płycie DVD w formacie DVD. Każdy materiał powinien być zapisany na oddzielnej płycie. Płyta powinna być starannie zapisana i sprawdzona oraz zabezpieczona przed uszkodzeniami w transporcie.

Do nagrań należy dołączyć metryczkę stanowiącą załącznik do Regulaminu Konkursu. Proszę o zwrócenie uwagi, iż metryka składa się z dwóch stron i musi zawierać podpisy oraz pieczęć zgłaszającej materiały konkursowe telewizji.

Szczegółowy Regulamin Konkursu znajduje się na stronach internetowych PIKE: www.pike.org.pl, www.konferencjepike.pl. ■

DYNASTIA KACZORÓW W KANALE HISTORY

Serial *Dynastia kaczorów*, dostępny na antenie kanału HISTORY to reality show opowiadający o losach amerykańskiej rodziny Robertsonów. Klan Robertsonów, prowadzi rodzinny biznes w West Monroe w Luizjanie. Ich firma Duck Commander zajmuje się produkcją różnego rodzaju akcesoriów do polowań na kaczki, a zwłaszcza wabików. Małe rodzinne przedsięwzięcie w ciągu 30 lat rozrosło się do wartego miliony dolarów imperium. Serial śledzi zwariowane przygody wyjątkowej rodziny, która co chwilę pakuje się w jakieś tarapaty. Co ciekawe Robertsonowie, pomimo, że są milionerami, nadal prowadzą proste życie w swojej skromnej lokalnej społeczności, a w życiu kierują się przede wszystkim wartościami rodzinnymi i chrześcijańskimi. ■



WIOSENNE MENU KUCHNI+

Tomasz Jakubiak, Marieta Marecka, Jamie Oliver, popularni Kudłacze i książę Karol – oto główni bohaterowie wiosennej ramówki kuchni+, autorskiego kanału platformy nc+. Na antenę w nowych odsłonach wracają cenione przez widzów produkcje własnej stacji oraz sławy światowych kulinariów.

Wiosna w kuchni+ to przede wszystkim premierowe sezony znanych widzom stacji autorskich formatów. Od 8 marca na antenie będzie można zobaczyć produkcję *Jakubiak lokalnie 3*. W najnowszej odsłonie swojego programu szef kuchni Tomasz Jakubiak ponownie wyrusza w podróż w poszukiwaniu lokalnych smaków i aromatów. Odkrywa m.in. polskie sery pleśniowe, słynne miody pitne i kuchnię mniejszości narodowych. Dzień później, 9 marca, w drugim sezonie *abc gotowania* powróci Marieta Marecka. Znana blogerka w każdym odcinku skupia się na jednym temacie np. kaszy, wołowinie czy ziołach. Pokazuje początkującym miłośnikom gotowania, jak łatwo i przystępnie można przygotować interesujące potrawy. Nie zabraknie też bieżących informacji ze świata gastronomii i kulinariów. ■

NOWE GRAFICZNE OBLCZE 4FUNTV

Nowa oprawa 4fun.tv, przygotowana z okazji 10. urodzin, wpisuje się w multimedialną strategię marki. Po przeanalizowaniu bardzo wielu systemów identyfikacji wizualnej najbardziej inspirujących światowych marek, których produkty skierowane są do przedstawicieli młodych, opiniotwórczych środowisk, zdecydowaliśmy się skupić na uproszczonej typografii. Ta prostota podyktowana nowoczesnym minimalizmem, pozwoli zaistnieć charakterystycznym elementom w każdej możliwej przestrzeni. To stworzy warunki do implementacji oprawy na różnych polach komunikacji, czyli za pośrednictwem telewizji, internetu oraz aplikacji w telefonach komórkowych.

O najbliższych planach stacji mówi Ewa Czekala, prezes 4fun Media S.A.: *W dalszym ciągu chcemy by naszą telewizję*

cechowała szeroka oferta muzyczna oraz interaktywne, a przede wszystkim nowatorskie formy rozrywki. Będziemy dostarczać widzom kontent, który idealnie wpisuje się w bieżące zapotrzebowania i trendy. Chcemy jeszcze skuteczniej docierać do widza korzystając z nowatorskich form dystrybucji i ciągle go zaskakiwać. Stawiamy na dywersyfikację źródeł przychodów, rozwijanych dzięki wdrożeniu innowacyjnych rozwiązań technologicznych takich jak aplikacja second screen FUN APP. Będziemy rozbudowywać jej funkcjonalność oraz powiązany z nią system lojalnościowy. Nasze nowopowstałe radio zintegrujemy z aplikacją. Potencjał wzrostu widzimy także w innych segmentach rynku powiązanych z mediami, z czym może być związana akwizycja i rozszerzenie naszej działalności o elementy komplementarne. ■



TURNER NA NOWY SEZON

Na specjalnej konferencji prasowej przedstawiciele Turner Broadcasting System Poland (Hanna Kiss i Katarzyna Tumielewicz) zaprezentowali plany programowe i marketingowe swoich kanałów dla dzieci – Cartoon Network i Boomerang. Z tej okazji Warszawę odwiedzili: Hannes Heyelmann (senior vice President i Managing Director i Matthias Heinze (vice president commercial, PR & marketing) na Niemcy, Austrię, Szwajcarię, kraje Beneluxu, region CEE i Rosję. ■

WYWIADY

RAPORTY

RELACJE

KOMENTARZE

WSZYSTKO,
CO NAJWAŻNIEJSZE

W POLSKIM
KINIE



**MAGAZYN
FILMOWY SFP**

PISMO
STOWARZYSZENIA
FILMOWCÓW
POLSKICH

www.sfp.org.pl

Fot. Łukasz Gąmrowski



HELLO ROSS POWRACA NA ANTENĘ E! ENTERTAINMENT

Przebojowy prezenter Ross Mathews powraca w jedy-
nym w swoim rodzaju talk show! Uzbrowiony w ostry ję-
zyk i cięte riposty, zaskoczy przezabawnymi sytuacja-
mi i najświeższymi plotkami prosto z Hollywood. To
wszystko będzie można zobaczyć w drugiej serii pro-
gramu *Hello Ross* już 1 marca tylko na kanale E! En-
tertainment.

Ross, w swoim oryginalnym stylu, prosto ze studia
Universal, powraca w drugim sezonie swojego talk-
show *Hello Ross*. Kiedy wchodzi na scenę, nikt nie
wie, co tym razem padnie z jego ust, w szczególno-
ści kiedy dochodzi do konfrontacji z największymi
gwiazdami. Nowa seria zwiastuje wiele emocji i nieza-
pomnianych wrażeń. Na pewno nie zabraknie części
programu, w której Ross, razem ze swoimi wiernymi fa-
nami, wybiera się na poszukiwanie wrażeń na ulicach
miast. Nowością jest *Top Talk*, gdzie dwóch ekspertów
z Hollywood, ujawnia najgorętsze plotki tygodnia. ■

MÓZG NGC W POLSCE

W ramach promocji programu *Podkręć swoje zwoje*
emitowanego na antenie National Geographic Chan-
nel, w którym kanał zwraca uwagę widzów na niezwy-
kłe dokonania nauki i ludzkiego umysłu, Polskę odwie-
dził wyjątkowy przedstawiciel kanału – „MÓZG”. Pod-
czas swojego pobytu odwiedził Kraków, Warszawę
i Trójmiasto, gdzie pytał mieszkańców o to, jak pod-
kręcają swoje zwoje, co robią żeby zrelaksować swój
umysł, jakie aktywności są ich zdaniem zbawienne
dla dobrego stanu mózgu oraz gdzie w ich miastach
najlepiej wzmacnia się bystrość umysłu.

W ramach bloku programowego *Podkręć swoje
zwoje*, National Geographic Channel wyemituje takie
propozycje, jak *Pułapki umysłu* czy *Uliczne ekspery-
menty*. Produkcja nie tylko zdobyła ogromną popu-
larność wśród widzów, ale także uznanie środowiska
twórców telewizyjnych. Ci drudzy docenili program
m.in. poprzez nominację do Nagrody Emmy dla naj-
lepszego serialu informacyjnego lub programu spe-
cjalnego. Dzięki programowi dowiemy się co ma
wspólnego nasz mózg z takimi tematami, jak: miłość,
zaufanie, współzawodnictwo, kolory czy stres. ■

CBS CHELLO Z CYFROWYM POLSATEM

Współpraca CBS Chello Zone z Cyfrowym Polsatem
zapewnia widzom platformy dalszy dostęp do bogatej
biblioteki kultowych programów, kino niezależne oraz
wysoko oceniane międzynarodowe produkcje.

W ramach umowy, z początkiem marca Polsat
Media będzie odpowiedzialny za sprzedaż czasu re-
klamowego wszystkich kanałów Chello Zone w Pol-
sce. Szerokie i konkurencyjne portfolio firmy docie-
ra do zróżnicowanej demograficznie grupy widzów
w każdym wieku. Extreme Sports Channel skierowany
jest do aktywnej, młodej widowni męskiej, podczas
gdy CBS Drama i CBS Reality docierają do żeńskiej
części widowni w wieku 16-49. Wśród odbiorców CBS
Action przeważają mężczyźni, zaś widownia CBS Eu-
ropa obejmuje zarówno kobiety, jak i mężczyzn. POL-
SAT JimJam, kanał dla najmłodszych widzów, emituje
znane i nagradzane na całym świecie programy oraz
kultowe polskie produkcje, które przyciągają przed te-
lewizory dzieci, jak również ich rodziców. ■

CP SIĘ CHWALI

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat odnotowała bardzo
dobre wyniki finansowe za IV kwartał i cały 2013 r.,
w którym przychody wyniosły blisko 3 mld zł, EBITDA
przekroczyła 1 mld zł, a zysk netto osiągnął poziom
ponad 0,5 mld zł. Wyniki operacyjne obydwu segmen-
tów są zgodne z oczekiwaniami i przyjętą strategią –
Cyfrowy Polsat utrzymuje stabilną bazę ponad 3,5 mln
abonentów i konsekwentnie wypracowuje wzrost AR-
PU, a Telewizja Polsat zwiększyła udziały zarówno
w oglądalności, jak i w rynku reklamy. Ponadto wyso-
kie poziomy przepływów pieniężnych z działalności
operacyjnej pozwoliły Cyfrowemu Polsatowi na doko-
nanie dodatkowej, częściowej spłaty długu w II i III kw.
2013 r., w łącznej kwocie 200 mln zł, oraz zmniejszenie
poziomu zadłużenia do 1,5 x dług netto/EBITDA. ■

WSPÓŁPRACA NGC I TELEWIZJI TTV

Rozpoczęła ją koprodukcja polskiej wersji serii doku-
mentalnej *Tabu*. To seria, która cieszy się ogromną po-
pularnością na całym świecie. *Tabu* bada najbardziej
zadziwiające zachowania, rytuały i przekonania wśród
ludzi. Zabiera widzów w podróż do najodleglejszych
zakątków świata, gdzie styl życia i zwyczaje znacząco
odbiegają od tych nam znanych. To, co dopuszczalne
w jednej kulturze, w innej może być zabronione, obraź-
liwe albo po prostu tabu.

Współpraca z National Geographic Channel to ko-
lejne wyzwanie produkcyjne dla naszych zespołów,
bo zdecydowaliśmy się wzmacniać naszą ramówkę
o niebanalne choć czasem realizacyjnie trudne progra-
my. Dlatego teraz przyjrzymy się z bliska kontrowersyj-
nym i nietypowym zachowaniom Polaków. Pracujemy
nad 12-odcinkową serią, która trafi na obie anteny je-
sienią tego roku – powiedziała Lidka Kazen, dyrektorka
programowa TTV. ■

19–20 marca 2014 r.
Hotel Westin, Warszawa

mmc  polska
mm • conferences
spółka akcyjna

XIV RYNEK TELEKOMUNIKACYJNY • MEDIA SYMPOZJUM

ŚWIATA
TELEKOMUNIKACJI
I MEDIÓW 

3K: Konwergencja – Konkurencja – Konsolidacja



XVI WIELKA GALA ZŁOTYCH ANTEN

ŚWIATA TELEKOMUNIKACJI

V WIELKA GALA KRYSZTAŁOWYCH ANTEN

ŚWIATA MEDIÓW

ATMEDIA DLA MAGAZYNÓW NA TABLETY

Do oferty Atmedia Interactive dołącza Business Traveller Poland. Magazyn jest polską edycją brytyjskiego miesięcznika dla podróżujących biznesmenów. Jest to dwunasty magazyn na tablety w ofercie Atmediów.

Business Traveller Poland jest ważnym uzupełnieniem naszej oferty – mówi Sylwia Chada, Interactive Sales Director w Atmediach. Nowy magazyn znakomicie uzupełni naszą ofertę dotarcia do zasobniejszego klienta biznesowego. Wraz ze zmianą sposobu korzystania z prasy widzimy rosnące zainteresowanie marketerów reklamami w wydaniach tabletowych magazynów. Przy utrzymaniu obecnego tempa wzrostu już w przyszłym roku wartość całego rynku reklamy w prasie na tablety powinna przekroczyć 10 milionów złotych – dodaje Chada.

Aktualnie Atmedia reprezentuje sprzedaż w dwunastu magazynach na tablety. Business Traveller Poland uzupełnił ofertę składającą się z: FUTU, Mannish, W punkt, SMAQ, iN, MyMamy, Mamy i MiniMini+, Horeca, IAM, EGO, iMAGAZINE. Wszystkie nowe tytuły z portfolio Atmediów oferują w pełni interaktywną reklamę (kreacje mogą zawierać elementy hot spot, html5, audio i wideo). ■



GALA MTV MOVIE

Wśród kategorii nagród filmowych MTV znajdują się m.in.: Film Roku, Najlepszy Pocałunek, Najlepszy Moment Grozy, Najlepszy Moment Muzyczny, Najlepszy Duet, Najlepsza Walka i Najlepsza Scena z Nagim Torsem. Fani już teraz mogą odwiedzić stronę <http://movieawards.mtv.tv> i poznać wszystkie kategorie oraz śledzić najświeższe wiadomości dotyczące tych prestiżowych nagród.

Gala MTV Movie Awards znana jest z wybuchowych i jedynych w swoim rodzaju wydarzeń z udziałem największych gwiazd filmu i muzyki. W odróżnieniu od Oscarów, nagrody MTV przyznawane są także w niekonwencjonalnych kategoriach, gdzie MTV docenia gwiazdy m.in. za umiejętność całowania i atrakcyjność nagiego torsu. Oprócz tego, widzowie będą mieli szansę zobaczyć zwiastuny najbardziej oczekiwanych filmów zbliżającego się lata.

Nominowanych poznamy 6 marca. Transmisja MTV Movie Awards już 14 kwietnia w MTV. ■

SOLEDAD O'BRIEN NA ŻYWO Z KOSMOSU

National Geographic Channel ogłosił, że słynna dziennikarka, producentka i gospodyni programów telewizyjnych, Soledad O'Brien, weźmie udział, jako gospodyni i koproducentka wykonawcza, w globalnym telewizyjnym wydarzeniu zatytułowanym *Na żywo z kosmosu*. O'Brien będzie nadawała na żywo z Centrum Kontroli Lotów Kosmicznych w Houston. Zabierze widzów na orbitę, dosłownie okrążając Ziemię, by zaprezentować im unikalne spojrzenie na życie astronauty oraz pracę na pokładzie stacji ISS. Program będzie emitowany 14 marca w nocy z piątku na sobotę od godziny 1 w nocy.



SG DORWAŁA KOMANDOSA

W warszawskim Pin Up Studio odbyło się, przygotowane przez Discovery Channel spotkanie Joela Lamberta – bohatera programu *Dorwać komandosa* z dziennikarzami, a potem z polskimi fanami.

W serii *Dorwać komandosa*, Lambert w pojedynkę stawia czoła żołnierzom najbardziej elitarnych sił specjalnych z całego globu. W ciągu zaledwie 48 godzin musi zrobić wszystko, aby nie dać się schwycić. Pozostawiony w wyjątkowo niebezpiecznym terenie, ma do dyspozycji jedynie minimum do przetrwania, które zdoła unieść na swoich plecach. Zdjęcia do programu kręcono m.in. w USA, na Filipinach, w RPA czy Panamie. W jednym z odcinków Joel Lambert stara się uciec funkcjonariuszom polskiej Straży Granicznej, którzy – wyposażeni w najnowocześniejszy sprzęt – od helikoptera, kamer termowizyjnych i quadów po psy tropiące i konie, starali się udowodnić komandosowi, że są w stanie go schwycić. Zdjęcia do polskiego



odcinka programu były kręcone w Bieszczadach, na polsko-ukraińskim pograniczu. W obławie brali udział funkcjonariusze Straży Granicznej z placówek w Stuposianach i w Czarnej Górze.

Straż Graniczna to prawdziwi zawodowcy – jedni z najlepszych na świecie – mówił Joel Lambert. – Napsuli mi sporo krwi, ucieczka przed nimi była jednym z najtrudniejszych wyzwania, przed jakimi stanąłem w czasie zdjęć do programu „Dorwać komandosa”. Polacy powinni być naprawdę dumni z tego, jak świetną robotę wykonują. ■

ADB DOSTARCZYŁO

50-MILIONOWE URZĄDZENIE

Advanced Digital Broadcast wyprodukowała swoje 50-milionowe urządzenie. Gdyby zmierzyć długość kodu źródłowego napisanego przez inżynierów z ADB, to sięgałby on krawędzi Układu Słonecznego. Każde rozwiązanie dla sieci szerokopasmowej zawiera 30 milionów linii kodu, a najnowszy dekodery z tunerem wideband ma ich aż 100 milionów.

Osiągnięcie to jest rezultatem tysięcy badań przeprowadzonych we wszystkich centrach badań i rozwoju ADB w Polsce, we Włoszech, na Ukrainie i na Tajwanie, od 1995 roku, tj. od daty powstania firmy.

Setki programistów z tych lokalizacji pisze każdego roku miliony linii kodu źródłowego oprogramowania i aplikacji do dekodery, routerów, urządzeń dostępowych, systemów inteligentnego domu oraz graficznych interfejsów użytkownika.

Każdego roku z rozwiązań ADB korzysta 55 milionów telewidzów i 62 miliony internautów, którzy oglądają telewizję przez 80 miliardów godzin i surfują w internecie przez 45. Rocznie technologia ADB pozwala na zarządzanie 115 eksabajtami danych, gdzie jeden eksabajt równa się 1018 bajtom i powielonym sto tysięcy razy drukowanym zasobom znajdującym się w największej bibliotece świata (tj. w Bibliotece Kongresu Stanów Zjednoczonych).

Pięćdziesięciomilionowym urządzeniem ADB jest dekodery ADB Wideband stworzony dla norweskich operatora kablowego Canal Digital Kabel-tv. To wyposażone w wielokrotnie nagradzany interfejs użytkownika ADB Carbo™ rozwiązanie, oferuje dostęp do usługi ADB Multi-Room, dzięki której użytkownicy mogą cieszyć się takimi samymi doznaniem telewizyjnymi (tj. oglądaniem treści na żywo, nagrywaniem - DVR i usługą video na żądanie - VOD) na wszystkich urządzeniach i ekranach bez względu na ich lokalizację w domu. ▣

VIOLETTA W KINACH CAŁEJ POLSKI

W tym roku fanów najpopularniejszego serialu Disney Channel *Violetta* czeka mnóstwo atrakcji. Niedawno ogłoszono rozpoczęcie prac nad trzecim sezonem serialu, a już w maju do kin trafi ekskluzywny, 90-minutowy materiał, *VIOLETTA IL CONCERTO*, uwieczniający niezwykłą, europejską trasę koncertową. Koncert nakręcony został w Mediolanum Forum we włoskim Mediolanie. Występuje w nim 12 członków obsady serialu, którzy wykonują najpopularniejsze piosenki z pierwszego i drugiego sezonu *Violetty*. Do kin trafi relacja z całego koncertu, aby fani mogli zobaczyć, co dokładnie działo się podczas występów na żywo, jak ich idole spędzali wolny czas między występami, poznać kulisy trasy koncertowej, a także poczuć emocje, jakie towarzyszyły gwiazdom przed wejściem na scenę.

(...) *Kiedy zobaczyliśmy fenomenalną reakcję fanów na koncertach w Hiszpanii, we Włoszech i we Francji, postanowiliśmy umożliwić fanom również w innych krajach w całej Europie obejrzenie koncertu w kinach z ich ulubionymi gwiazdami występującymi na scenie i śpiewającymi ich ulubione piosenki* – powiedział Maciej Bral, Vice President & General Manager Disney Channels, Central & Eastern Europe and Emerging Markets. ▣



PRZECZYTANE, OPISANE...

Wpadła niedawno w nasze redakcyjne ręce bardzo dobra książka o pewnym dobrze znanym operatorze dźwięku...

Od dawna zaś, i teraz niestety coraz częściej, w polskim filmie (a także i produkcji telewizyjnej) dźwięk tworzony jest dziwnie. Jak to ujął cytowany w tej książce Jerzy Hoffman – *największą chorobą polskiego dźwięku jest to, że doskonale słychać kroplę spadającą z kranu, natomiast nie można zrozumieć, co mówią aktorzy*. Inni ujmują to bardziej technicznie – dźwięk zapalki rzuconej na stół swobodnie przekracza poziom 100 dB, a zbyt cichy i niewyraźny dialog zamienia się w bełkot. Bo ponoć dźwięk ma być naturalny... A jest nieporządnym (dla niektórych nawet niechlujnym).

Człowiekiem, który realizował dźwięk wyłącznie porządnie (a najczęściej doskonale) jest właśnie, obchodzący niedawno (4 lutego) swoje 90 urodziny, Leszek Wronko.

Należy dodać, że Wronko, operator dźwięku w takich kultowych filmach jak *Zakazane piosenki*, *Skarb*, *Cień*, *Wraki*, *Ósmy dzień tygodnia*, *Krzyżacy*, *Spotkanie ze szpiegiem*, *Zejście do piekła*, *Pan Wołodyjowski*, *Brylanty pani Zuzy*, *Poszukiwany, poszukiwana*, *Hubal*, *Ziemia obiecana*, *Dagny* czy *Aria dla atlety*, to świetne brzmienie uzyskiwał za pomocą nieporównanie gorszej i prymitywniejszej aparatury niż ta, jaką dysponują dzisiejsi dźwiękowcy.

Poza maestrią w ujarzmianiu dźwięku Leszek Wronko jest bardzo ciekawym, zasługującym na najwyższe uznanie i szacunek, prawym i pogodnym człowiekiem. Człowiekiem,

który przeżył w swoim długim i barwnym życiu wiele, zarówno dobrych jak i złych, chwil.

Warto więc przeczytać napisaną przez Michała Gondzika książkę o tym wspaniałym człowieku zatytułowaną *LESZEK WRONKO Dźwięk Filmu Polskiego* (wydaną przez Muzeum Kinematografii w Łodzi). Dzieło zawiera dużo ciekawych ilustracji, dokumentów, opinii i wypowiedzi Wielkich polskiego kina. Jest tu dużo do tej pory często niedostępnych informacji, które pochodzą sprzed wielu lat, powoli odchodzą w niebyt, a przecież są wciąż istotne. Materiał ten (m.in. z Narodowego Centrum Kultury i FilMOTEKI Narodowej) wybrany i zredagowany jest tak zrećźnie, że czytając go zbyt łatwo przenosimy się w arcyciekawą przeszłość, co sprawia, że niełatwo się od tej książki oderwać. (G.M).



KOSMOS

To jedyna premiera telewizyjna, która będzie miała miejsce jednocześnie na ponad 200 kanałach należących do FIC na świecie w tym samym czasie co w USA.

Fox International Channels (FIC) oraz National Geographic Channels International (NGCI) zapowiadają premierę nowego 13 odcinkowego serialu *KOSMOS*, którego producentem wykonawczym, autorem scenariusza i reżyserem jest Ann Druyan, zaś drugim producentem wykonawczym Seth MacFarlane (*Family Guy: Głowa rodziny*, *Ted*). Pierwszy odcinek zostanie wyemitowany na wszystkich 90 kanałach National Geographic Channel, które są dostępne w 180 krajach, a także na dodatkowych 120 kanałach z rodziny FOX w 125 krajach, dzięki czemu będzie to największa w historii telewizji premiera serialu. Bezpośrednio po oczekiwanej z niecierpliwością premierze na rynku USA, która jest zapowiadana na niedzielę 9 marca na kanale FOX oraz na poniedziałek 10 marca na National Geographic Channel, serial zostanie pokazany na kanałach FOX i NGC jednocześnie w innych krajach całego świata, cała seria premierowych pokazów powinna zakończyć się w ciągu jednego tygodnia od premiery w USA. Pozostałe 12 odcinków będzie emitowane wyłącznie na National Geographic Channel.

– *Wizja serialu KOSMOS zainspirowała nas do pokazania premierowego odcinka na wszystkich kanałach National Geographic Channel oraz FOX, dzięki którym możemy dotrzeć do historycznej liczby 400 milionów*

gospodarstw domowych poza USA – powiedziała Liz Dolan, dyrektor marketingu FOX International Channels i National Geographic Channels International. – Prezentowaliśmy już globalne premiery programów na wszystkich kanałach rozrywkowych z rodziny FOX, tak jak w przypadku serialu THE WALKING DEAD. Pokazywaliśmy także globalne premiery programów na wszystkich kanałach National Geographic Channel, tak jak w przypadku serii PUŁAPKI UMYŚŁU. Lecz nigdy wcześniej nie połączyliśmy potęgę kanałów





rozrywkowych Fox International Channels z siłą kanałów National Geographic Channel, aby pokazać jeden program jednocześnie w USA i innych krajach. Seria KOSMOS będzie pierwszym takim wydarzeniem.

Nowemu serialowi będzie towarzyszyła szeroko zakrojona, globalna kampania marketingowa i reklamowa, obejmująca zarówno kampanię telewizyjną przygotowaną przez zespół kreatywny FOX w USA i zlokalizowaną przez FOX International Channels na 44 języki, jak i materiały przygotowane na potrzeby innych mediów. W każdym uczestniczącym w tym wydarzeniu kraju zespoły marketingowe przygotują lokalne wersje materiałów reklamowych i przeprowadzą regionalne akcje promocyjne, tak aby kampania odbiła się odpowiednim echem wśród ich widzów. Kampania w mediach cyfrowych będzie obejmowała reklamy internetowe i będzie wykorzystywała potencjał mediów społecznościowych, w tym rzeszę 37 milionów fanów profilu National Geographic Channel na portalu Facebook.

10 lutego w Londynie Ann Druyan oraz znany astrofizyk i gospodarz programu dr Neil deGrasse Tyson rozpoczną globalne tournée promocyjne, w ramach którego odwiedzą cztery kontynenty. Następnymi przystankami na ich trasie będą Singapur i Sydney, a na koniec zawitają 20 lutego do miasta Meksyk. W każdym kraju, który odwiedzą, będą uczestniczyć w specjalnych pokazach, konferencjach prasowych i wydarzeniach specjalnych.

Po ponad trzech dekadach od premiery cyklu Carla Sagana *Kosmos. Osobista podróż*, który z perspektywy nauki był niesamowitą, przełomową podróżą przez przestrzeń kosmiczną, starzy współpracownicy Sagana (Ann Druyan jako autorka scenariusza i producent wykonawczy oraz astronom Steven Soter) przyłączyli się do zespołu prowadzonego przez Setha MacFarlane'a, aby stworzyć nowy trzynastoodcinkowy serial, który ma być kontynuacją oryginalnej produkcji Sagana, nagrodzonej nagrodami Emmy i Peabody.

Podobnie jak słynny serial Sagana, nowy KOSMOS będzie opowieścią o tym, jak były odkrywane prawa natury oraz jak ludzie określili przestrzeń i czas. W serii zostaną pokazane nieznanne dotąd historie, które stały się częścią heroicznej podróży człowieka w stronę wiedzy. Widzowie przeniosą się w przestrzeni i czasie

do nowych światów, aby uzyskać najszerszą możliwą perspektywę na cały kosmos, a także zobaczyć najmniejsze z jego elementów.

Serial w innowacyjny sposób opowiada o majestacie wszechświata i na nowo pokazuje słynne elementy znane z serialu Sagana, takie jak Kalendarz Kosmiczny i Statek Wyobraźni. Najpoważniejsze koncepcje naukowe zostaną przełożone na niezwykle prosty język, który połączy sceptycyzm z wiarą w cuda oraz naukowy rygorizm z emocjami i duchowością, aby zapewnić widzom prawdziwie transcendentalne doświadczenie.

W Polsce premiera serii przewidziana jest na niedzielę 16 marca na National Geographic Channel i FOX. (is)

REKLAMA

Nowoczesny magazyn interaktywny

OBRAZ

i

DŹWIĘK

Zawsze z Tobą!

Wydanie 1: Styczeń 2014

Nowy magazyn

OBRAZ i DŹWIĘK

test Sony DSC RX100 II

Audio Show 2013

Matryce aparatów cyfrowych

W zimowy plener z aparatem

IFA 2013

Roman Polański

Download on the App Store

INTERNET

AUDIO

WIDEO

TELEWIZORY

WYWIADY

FOTOGRAFIA

FILM

WARSZTAT

OBIEKTYWY

FELIETONY

MONITORY

PROJEKTORY

WYSTAWY

KAMERY

TARGI

TESTY

PORADY

NOWOŚCI

KTO TO OGLĄDA?

Można i tak!

Klienci zainteresowani odbiorem wysokiej jakości sygnału telewizyjnego w swoich domach od wielu już lat mogą wybierać spośród wielu opcji i platform. W ubiegłych latach szybko rosło zainteresowanie usługami satelitarnymi (DVB-S), biorąc pod uwagę zarówno liczbę nowych użytkowników, jak i dostawców, którzy przy pomocy platformy satelitarnej zapewniają klientom dostęp do telewizji. Jaki jest powód coraz większej popularności usług satelitarnych i jakie korzyści się z nimi wiążą?

Za przykład niech posłuży niemiecki RTL, największa prywatna stacja telewizyjna w Niemczech, która zdecydowała się na rezygnację z nadawania naziemnego. Już 1 sierpnia 2013 roku wycofano usługi DVB-T w aglomeracji monachijskiej, RTL planuje również całkowite wycofanie się z transmisji naziemnej na całym terytorium Niemiec do 31 grudnia 2014 roku. O podjęciu decyzji przesądziło to, że w Grupie RTL platforma naziemna jest rozwiązaniem generującym najwyższe koszty (ponad trzydziestokrotnie wyższe niż w przypadku transmisji satelitarnej), a jej udział w przychodach to jedynie 4,2% (w 2012 roku). Odbiorcy

mają również mniej kanałów do wyboru. Kolejnym argumentem, który miał wpływ na podjęcie decyzji przez Grupę RTL, jest brak pewności co do dalszego rozwoju w kierunku bardziej efektywnego standardu DVB-T2, który umożliwiłby zaoferowanie większej liczby kanałów (również w standardzie HD). Ponadto proces inwestycyjny obciążony jest pewnym ryzykiem politycznym, w świetle braku gwarancji uzyskania odpowiednich częstotliwości przez nadawców. Według grupy medialnej RTL Deutschland, mimo dużych wysiłków operatorów infrastruktury nie udało się opracować zyskownego modelu biznesowego. Według danych zgromadzonych przez AGF/GfK, programy nadawane przez grupę medialną RTL Deutschland

na platformie DVB-T docierają do 1,17 mln domów w Niemczech. Od 1 stycznia 2015 roku wszyscy będą musieli wybrać inny sposób ich odbierania.

Użytkownicy końcowi i nadawcy udostępniający programy klientom muszą wziąć pod uwagę wiele czynników oraz rozważyć potencjalne korzyści. Trans-

misja satelitarna zapewnia doskonałą jakość obrazu, a wiodącą pozycję na rynku ten sposób dystrybucji sygnału zawdzięcza również dodatkowym usprawnieniom i innowacyjnym rozwiązaniom. Nie tak dawno temu na rynek wprowadzono HDTV, a już pojawiają się konkretne plany wdrożenia kolejnej odsłony sygnału telewizyjnego, czyli tech-

nologii Ultra HD, która zapewnia czterokrotnie wyższą rozdzielczość niż HDTV. Na rynku dostępne są już telewizory wszystkich głównych producentów obsługujące wyższą rozdzielczość, nabyć można również wiele produkcji filmowych w standardzie Ultra HD.

NOWY PROJEKT

Z myślą o wsparciu rozwoju standardu Ultra HD spółka SES rozpoczęła realizację projektu „SES Ultra HD Experience”, w ramach którego dostawcy treści i nadawcy zostaną zaproszeni do współpracy z SES, by wspólnie rozwijać cały ekosystem nowego standardu. SES dysponuje odpowiednim potencjałem, który umożliwi testowanie materiałów Ultra HD oraz



PREMIERA MIESIĄCA

dystrybucję treści, zanim za kilka lat Ultra HD stanie się standardem rynkowym.

Jedną z istotnych zalet dystrybucji sygnału drogą satelitarną jest to, że zapewnia znacznie szerszy zasięg geograficzny, dzięki któremu wysokiej jakości usługi telewizyjne stają się dostępne również w tzw. „białych strefach”, czyli obszarach w których transmisja naziemna – z wielu względów – nie jest możliwa. Ta zaleta technologii DVB-S jest nadzwyczaj atrakcyjna dla dostawców treści telewizyjnych oraz nadawców, którzy za pośrednictwem jednego operatora satelitarne mogą zapewnić dostępność swoich usług na całym rynku oraz dotrzeć do wszystkich klientów, niezależnie od tego w jak odległym miejscu zamieszkują.

Wyżej wymienione zalety to tylko kilka powodów dla których platformy satelitarne stają się coraz bardziej popularne wśród dostawców usług telewizyjnych, nadawców oraz użytkowników końcowych. Kierując się tym spółka SES rozszerza zakres współpracy z partnerami na różnych rynkach, w tym również w Europie Środkowo-Wschodniej. Za przykład niech posłuży umowa podpisana w Rumunii, gdzie w czerwcu spółka Orange wprowadziła na rynek wysokiej jakości pakiet telewizyjny, dostarczany w modelu Direct-to-Home za pośrednictwem platformy satelitarnej. Na potrzeby pakietu wykorzystywanych jest wiele transponderów na pozycji orbitalnej ASTRA 31,5°E. Wprowadzona z powodzeniem przez Orange usługa telewizyjna zapewnia klientom dostęp do najwyższej liczby kanałów HDTV, najszerzy zasięg geograficzny, dedykowaną obsługę klienta oraz usługi serwisowe w całej Rumunii. Wybór SES ASTRA przez Orange Romania to dowód na to, że spółka SES jest liderem regionu Europy Środkowo-Wschodniej i jasny sygnał, że pozycja orbitalna 31,5°E staje się wiodącą pozycją w tej części świata.

To również dowód na to, że operatorzy telekomunikacyjni coraz częściej inwestują w satelitarną dystrybucję treści, chcąc poszerzyć swoją ofertę, co podkreśla jednocześnie coraz większe znaczenie satelitarnej infrastruktury technicznej. Poza bezkonkurencyjnym zasięgiem technicznym oraz pozostałymi wymienionymi wyżej zaletami transmisję satelitarną cechuje stały koszt, który jest niezależny od liczby gospodarstw domowych odbierających sygnał telewizyjny, co również w istotny sposób przesądza o przewadze transmisji satelitarnej nad innymi rozwiązaniami. (DaWo)



Jakubiak lokalnie

W sobotę, 8 marca o 17:00 kuchnia+, autorski kanał platformy nc+, pokaże premierowy odcinek najnowszej odsłony serii *Jakubiak lokalnie*. Będzie to już trzeci sezon najchętniej oglądanego przez widzów stacji programu.

Jakubiak lokalnie 3 to autorska produkcja kuchni+ prowadzona przez Tomasza Jakubiaka. Program podąża za światowymi trendami sztuki kulinarnej. Poszukiwanie lokalnych składników i potraw, które od lat produkuje się i przyrządza w zależności od sezonu, jest obecnie popularne wśród najwybitniejszych szefów kuchni.

W nowej serii Tomek Jakubiak na nowo odkryje i zainspirowuje się smakotykami z różnych miejsc w Polsce, a następnie wykorzysta je w swoich kulinarnych kreacjach. Sprawdzi jak powstają polskie sery pleśniowe i tradycyjne jogurty oraz jakie zioła można znaleźć w naszym kraju. Dowie się także, co w Polsce jadają przedstawiciele mniejszości narodowych i na czym polega tajemnica smaku słynnego na całym świecie miodu pitnego.

– *Polska kuchnia to nie tylko schabowy, kiszone ogórki i ziemniaki. Mamy duże tradycje w zakresie produkcji np. wędlin, serów i miodów pitnych. Nasz program jest oknem na świat lokalnych kulinariów. Pokazujemy widzom produkty, o których istnieniu do tej pory niewiele wiedzieli. Co więcej, w każdym odcinku są one inspiracją do przygotowania trzech unikalnych potraw* – mówi Tomasz Jakubiak, gospodarz programu *Jakubiak lokalnie*.

Jakubiak lokalnie to najchętniej oglądany program w kuchni+. Jeden z odcinków drugiego sezonu, emitowany 18 września, pobił rekord oglądalności stacji i zajmuje pierwsze miejsce w rankingu wszech czasów kanału.

Prowadzący znany jest widzom nie tylko z serii *Jakubiak lokalnie*, ale też *Jakubiak w sezonie*. Z oddaniem angażuje się w projekty edukacyjne adresowane do dzieci i młodzieży, prowadzi warsztaty i pokazy kulinarne.

NELA MAŁA REPORTERKA

Ma na imię Nela i ma osiem lat. Od piątego roku życia podróżuje po świecie i nagrywa reportaże ze swoich wypraw. Była już m.in. w: Tanzanii, Malezji, Chile, Etiopii i Kenii.



EMISJA: 16 marca, godz. 13.10

CZAROWNICE Z EAST ENDU (SEZON 1)

Koleje życia zamieszkującej nadmorską miejscowość rodziny Beauchamp: niezależnej artystki Joanny oraz jej dwóch dorosłych córek – żywiołowej Fery i nieśmiałej Ingrid.



EMISJA: od 10 marca, godz. 22.00

SKANDALISTKA JACQUELINE SUSANN

Biografia autorki *Doliny lalek* – burzliwe lata 60., alkohol, narkotyki, seks. Przez pierwsze 18 lat swojego życia Jacqueline Susann, córka nauczycielki i malarza, marzyła o aktorstwie.



EMISJA: 18 marca, godz. 21.00

EKSTREMALNE WYPADKI

Bear Grylls, niestrudzony podróżnik i mistrz sztuki przetrwania, zaprezentuje materiały filmowe, które dowodzą, że nawet zwyczajny człowiek jest w stanie sprostać śmiertelnemu zagrożeniu.



EMISJA: od 3 marca, godz. 23.00

ULICZNE EKSPERYMENTY

Nowa seria programów szalonego naukowca, Tima Shawe'a, który m.in. pokazuje, że jedno zassanie odkurzacza może unieść samochód na wysokość dziewięciu metrów...



EMISJA: od 3 marca, godz. 22.30

CLOUD 9

Świat snowboardzistów rywalizujących w prestiżowych zawodach, pokonujących własne lęki oraz spełniających swoje marzenia. W rolach głównych Luke Benward i Dove Cameron.



EMISJA: 15 marca, godz. 11.00

MATKI, MORDERCZYNI, KOCHANKI: CESARZOWE STAROŻYTNEGO RZYMU

Niezwykłe historie kobiet posiadających władzę w rzymskim imperium na przestrzeni czterech wieków. Od zabójczyń po ofiary, od pogańskich bóstw po chrześcijańskie święte.



EMISJA: od 3 marca, godz. 21.00

NĘDZNICY

Musicalowa wersja powieści Victora Hugo. Wcześniej był to najdłużej wystawiany musical wszech czasów obejrzało ponad 60 milionów widzów w 42 krajach i 21 językach.



EMISJA: 18 marca, godz. 20.45

PORA NA PRZYGODĘ

Finn i Jake zawsze mają ręce pełne roboty – tym razem będą musieli odnaleźć złodzieja, który obrabował Królową Grudkowego Kosmosu i odzyskać ukochaną maskotkę Marcelinę.



EMISJA: od 17 marca, godz. 19.50

INTELLIGENCE (SEZON 1)

Historia agenta, któremu wszczepiono do mózgu supernowoczesny mikroprocesor. Dzięki niemu Gabriel Vaughn ma stały dostęp do ogólnosiatkowej bazy danych.



EMISJA: od 3 marca, godz. 22.00

ZAŚLEPIONA

Trzymający w napięciu thriller Katarzyny Klimkiewicz o historii miłosnej dojrzałej kobiety i dużo młodszego mężczyzny, którym zaczynają się interesować angielskie służby specjalne.



EMISJA: 7 marca, godz. 21.00

FUNDACJA

Ironiczne spojrzenie Filipa Bajona na polską rzeczywistość początku obecnego stulecia. Sprytny oszust postanawia wykorzystać niekonsekwencje w obowiązującym prawie.



EMISJA: 15 marca, godz. 15.20

NEUROLODZY

W pierwszym z trzech odcinków mini serii poznajemy dwoje pacjentów, których życie zależy od działań lekarzy: położną z urazem głowy i mężczyznę zakażonego tajemniczym wirusem.



EMISJA: 16 marca, godz. 17.50

MARTIN TAJEMNICZY

Martin jest tajnym agentem pracującym dla organizacji „Centrum”, która zwalcza demony i upiory na całym świecie. Pomaga mu przyrodnia siostra i jaskiniowiec Japa.



EMISJA: od 1 marca, godz. 13.35 i 17.45/21.00

400 BATÓW

Bolesnie szczerą opowieść o trudnym dzieciństwie Antoin'a Doinela; sztandarowe dzieło francuskiej Nowej Fali i zarazem reżyserski debiut wielkiego François Truffaut.



EMISJA: 3 marca, godz. 21.00

F/X

Rollie Tyler to specjalista od efektów specjalnych. Są z nim Leo McCarthy – detektyw nowojorskiej policji, Lucinda Scott – ambitna aktorka i Angie Ramirez – mistrzyni efektów specjalnych.



EMISJA: 3 marca, godz. 19.00

BIZNES W POTRZEBIE

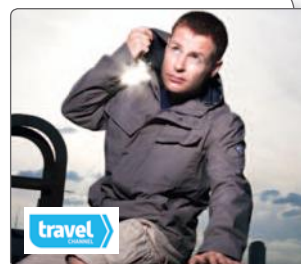
Rozpoczęcie własnej działalności od zawsze stanowiło nie lada wyzwanie, jednak przy dzisiejszym stanie światowej gospodarki okazuje się to być trudniejsze niż dotychczas.



EMISJA: od 9 marca, godz. 17.30

SMAKI POLSKI WEDŁUG TOMASZA SCHAERNAKERA

Tomasz Szafernakier powraca do rodzinnego Gdańska i Kaszub, regionu Polski słynącego z solidnych porcji zup, pierogów i pysznych, choć kalorycznych ciast.



EMISJA: 11 marca, godz. 19.00

RODZINNE SEKRETY GWIAZD

Swoje korzenie odkryją m.in.: Cindy Crawford, Christina Applegate, Zooey Deschanel, Chris O'Donnell i Trisha Yearwood. Będą chwile wzruszeń, radości i zachwyty, a także gorzkie łzy.



EMISJA: od 1 marca, godz. 20.00

LABIRYNT

Losy francuskiej dziewczyny ze średniowiecza przeplatają się z historią współczesnej młodej kobiety. Obie uczestniczą w odwiecznych poszukiwaniach Świętego Graala.



EMISJA: od 7 marca, godz. 20.05



Pierwszemu spojrzeniu na testowany egzemplarz towarzyszył lekki ruch brwi, bo jasno niebieski kolor nadwozia tego VOLVO S60 T6 AWD Polestar sprawia, że nie do końca jesteśmy pewni, czy to dobrze, że nietrudno go będzie wyluskać z samochodowego tłumu. Ów odcień Rebel Blue bardzo podoba się kobietom a mężczyźni... się z nim oswiają, co trwa trochę czasu. Ale kiedy już przestaną mieć asocjacje to uznają, że ten wybrany model, wyjątkowy pod wieloma względami, musiał mieć także wyjątkowy, odróżniający go od reszty kolor. Kiedy prawda ta dociera do nich wszystko toczy się już o wiele łatwiej.

Tym łatwiej, że samochód od razu budzi zainteresowanie kształtem karoserii, zwraca uwagę linia nadwozia załamująca się niemal tuż za głową kierowcy i biegnąca potem łagodnie aż do pokrywy bagażnika, na którym wyrósł mały, ale użyteczny spojler. Przód auta nie pozostawia wątpliwości co do tego, że mamy do czynienia z pojazdem przeznaczonym do szybkiej, dynamicznej jazdy choć przecież nieco zaskakuje, bo to wciąż limuzyna. Ze światłami dziennymi umieszczonymi w zderzaku przednim i czarnym, błyszczącym grillem chłodnicy.

Bryła obiecuje wiele i to nie są obietnice na wyrost.

Wnętrze prezentuje się chłodno i elegancko, jak przystało na samochód klasy wyższej, a osiągnięto to dzięki znakomitej ergonomii oraz w tym wypadku czarnej tapicerce (czarny, niebieski i srebrny to jedyne kolory z jakimi mamy do czynienia w tym modelu) foteli, zagłówków i wykładzin. W kilku miejscach znajduje się logo R-Design przypisane wersji sportowej S60, a towarzyszące tu sportowym, kubelkowatym fotelom. Ustawienie ich

w optymalnej dla kierowcy pozycji odbywa się szybko i bezszmerowo.

Deska rozdzielcza od razu wydaje się znajoma dla kogoś, kto jeździł już samochodami tej marki. Powtórzono tu układ przycisków, pokręteł i wskaźników. Zegar prędkościomierza jest na tyle duży, że mieści komunikaty „z drogi”, bo pokładowy komputer czyta znaki i odbiera fale emitowane przez fotoradary, o czym sygnalizuje specjalny gong, a otaczające go ekrany zawierają wszystkie – na bieżąco aktualizowane podczas jazdy – informacje o stanie pojazdu, ilości paliwa, temperaturze itp. Pasy idealnie przylegają do ciała i ani przez moment, nawet po wielogodzinnej jeździe nie stają się uciążliwe.

Siedzimy wygodnie, a jak trzeba to i ciepło, bo fotele mogą być podgrzewane, w odpowiedniej dla siebie pozycji, ustawiamy lusterko wsteczne oraz jego boczne siostry i jesteśmy gotowi do jazdy. Mniej komfortu może mieć za to wysoki pasażer zajmujący tylną kanapę, bo bliskość sufitu jest tu odczuwalna. Nie wszystkich może też zadowolić stosunkowo niewielki bagażnik (380 litrów), ale pamiętajmy, że S60 T6 AWD Polestar nie jest samochodem rodzinnym.

Łaďadowanie kostki-klucza i naciśnięcie startera uruchamia nie tylko silnik, ale też wszystkie instalacje samochodu i urządzenia-światła, radio, klimatyzację, budzi się system Sensus umożliwiający kierowcy korzystanie z wielu funkcji, które towarzyszą mu w codziennym życiu.

I tu, jak w domu czy w biurze, ma do dyspozycji na 8 calowym ekranie: radio internetowe, tzw. pełną przeglądarkę internetową i plików graficznych, WiFi, aktualne i dość szczegółowe (m.in. linie kolejowe, stacje benzynowe,

znaczące budynki) mapy Google, na których można na bieżąco kontrolować aktualnie pokonywaną i zaplanowaną trasę. Multimedialne centrum przeniesione zostało, chyba po raz pierwszy na pokład samochodu osobowego, a jego możliwości mogą być powiększane o kolejne aplikacje.

A teraz pora na sama jazdę samochodem, pod maską którego - o czym trzeba, warto i należy pamiętać - pomieszczony jest silnik o mocy 304 km, a za pomocą fabrycznego programu Polestar powiększonej do 329 KM. Dzięki czemu możemy rozpędzić się do setki w 5.7 sekundy, a maksymalnie pędzić 260 kilometrów na godzinę.

Brzmi poważnie, ale już pierwsze metry przekonują, że nasz niebieski ścigacz nim zmieni się w pędzącego drapieżnika, potrafi poruszać się niemal bezszelestnie i z gracją przynależną limuzynie. Do szybkości ok. 80 km/godz. silnik tylko cicho pomrukuje, słychać jedynie leki szum powierza za szybami. Świetnie wyciszone wnętrza skutecznie ogranicza poziom hałasu do niezbędnego minimum. Ale kto chce usłyszeć „ryk” ponadtrzystukonnego silnika, ten nie będzie zawiedziony naciskając zdecydowanie pedał gazu. Automatyczna skrzynia biegów pracuje bez zastrzeżeń, a reakcja silnika na gwałtowne dodanie gazu jest niemal błyskawiczna i wtedy... I wtedy auto wręcz wyrывa się do przodu, ale ani przez moment nie tracimy kontroli nad pędzącym harcownikiem. S60 idealnie trzyma się drogi, nie wykazuje żadnych oznak nadsterowności na zakrętach, a rozpędzone do blisko 200 km/godz. (jak to udało się pisaćemu te słowa na podwrocławskiej, pustej o poranku autostradzie) daje o tym znać tylko gwałtownym osuszaniem baku z benzyną, pozostawiając jednak pasażerów poza świadomością tego, że jadą już naprawdę szybko. A mogą przecież jeszcze szybciej.

Nad bezpieczeństwem kierowcy i pasażerów czuwa aż 6 systemów, w tym kontrola martwego pola, doświetlanie zakrętów, zapewnianie bezpiecznej odległości od samochodu jadącego z przodu, czy awaryjne hamowanie do szybkości 50 km/godz. przy zagrożeniu kolizją.

Radość z dynamicznej jazdy i możliwości błyskawicznego wyprzedzania, „psuje” zużycie paliwa, ale trudno żeby było inaczej przy takiej wadze, 3 litrowym silniku i 329 KM mocy. Od ok. 9 litrów przy spokojnej jeździe poniżej 100 km/godz. aż do ponad 14 litrów przy szybkości dwukrotnie większej. Idealną szybkością na długiej, autostradowej trasie wydaje się 120-140 km/godz. A wtedy spalanie niewiele przekracza 10 litrów na 100 kilometrów.

S60 T6 AWD Polestar to przyjazny, właściwie pozbawiony wad samochód, którego prowadzenie nie męczy, ani przez moment nie stresuje, a daje za to wiele satysfakcji. To idealny pojazd dla zamożnego (cena tego egzemplarza przekracza 240 tysięcy) kierowcy, który lubi szybkość, dynamiczną, ale jednocześnie w pełni bezpieczną jazdę. I który... szybko polubi niebieski kolor.

JACEK BIELSKI

BOSE SOUNDLINK BLUETOOTH II



Najnowszy produkt firmy Bose ze uznanej serii SoundLink – głośnik SoundLink Bluetooth II oferuje nową jakość dźwięku, całkiem nowe wzornictwo oraz dłuższy czas pracy akumulatora. Głośnik bezprzewodowo łączy się ze smartfonem, tabletem lub innym urządzeniem Bluetooth, pozwalając natychmiast cieszyć się głośno odtwarzaną muzyką, niezależnie od miejsca, w którym użytkownik się znajduje.

SoundLink II został wyposażony w zastrzeżone technologie, zapewniające pełny, głęboki i klarowny dźwięk odtwarzanej muzyki. Zastosowanie czterech neodymowych przetworników i podwójnych przeciwstawnych radiatorów pasywnych – przy wykorzystaniu nowego algorytmu cyfrowego przetwarzania sygnału – sprawia, że głośnik gra głośniejsze, niż jego znamienity poprzednik, przy jednoczesnym zachowaniu naturalnego i zrównoważonego brzmienia, nawet na wyższych poziomach głośności. Niezawodne połączenie i bezprzewodowe przesyłanie muzyki jest możliwe dzięki wbudowanej antenie i technologii Bluetooth A2DP. Obsługę ułatwiają także nowe diody LED, które sygnalizują pracę interfejsu Bluetooth oraz przyciski w górnej części głośnika. Ponowne nawiązanie połączenia jest jeszcze prostsze, gdyż głośnik zapamiętuje sześć

najczęściej używanych ostatnio urządzeń Bluetooth, co eliminuje potrzebę powtórnego parowania. Oprócz tego urządzenie zostało wyposażone w akumulator litowo-jonowy, pozwalający na odtwarzanie do 14 godzin, dzięki czemu głośnik będzie działał przez cały dzień bez konieczności podłączania go do gniazdka.

Wszystkie te udogodnienia zamknięte zostały w niewielkim i lekkim urządzeniu. SoundLink II waży niewiele ponad 1 kilogram, a jego wielkość porównywalna jest do wymiarów przeciętnej książki. Model SoundLink II cechuje się eleganckim wyglądem, a przy tym jest trwały i poręczny. Inspiracją dla nowego wzornictwa był głośnik SoundLink Mini Bluetooth, z którego zaczerpnięto solidną, smukłą, konstrukcję o zaokrąglonych krawędziach, niewymagającą stosowania żadnej zintegrowanej osłony ani podstawki. Zadbano nie tylko o estetykę, ale również praktyczność. Silikonowy panel z przyciskami chroni urządzenie przed brudem i kurzem, a otaczająca głośnik metalowa osłona zapobiega pozostawianiu śladów palców. Dla tych, którzy chcieliby nadać swojemu głośnikowi bardziej indywidualny wygląd i zapewnić mu dodatkową ochronę, dostępne są również pokrowce w pięciu kolorach (szarym, niebieskim, zielonym, pomarańczowym lub różowym).

„GURALU CZY CI NIE RZAL”, czyli rechoty z Ochoty!

Awłaściwie z warszawskiego Wału Miedzeszyńskiego, bo tam umiejscowiona jest hala, z której dochodzi co piątkowy rechot pod wezwaniem najwyższego w tytule. Kto tylko jest w stanie wydobyć z siebie jakiegokolwiek głos, nieudolnie opowiedzieć najgłupszy kawał i zainscenizować skecz rodem z kolonijnego ogniska, witany jest w tym misyjnym programie rozrywkowym publicznej stacji telewizyjnej hałasem godnym prawdziwej gwiazdy show biznesu. Wystarczy, że wcześniej z powodzeniem wystąpił na festynie w Jękach Górnych czy uświetnił Dni Nurkowania Słodkowodnego w Rudzie Śląskiej.

I tak co tydzień. Nie ma litości dla ponurych miłośników kina, dla wrażliwych ludzi czy melomanów spod znaku Moźdzera, bo co piątek grono miłośników NRD-owskiego humoru musi mieć i ma, swoje dwugodzinne święto. Oczywiście w najlepszym czasie antenowym, bo tylko takim chcą się zajmować mający zamiast mózgów bankomaty specjaliści od sprzedaży i ich równie rozwinięci umysłowo klienci.

I nie ma siły, choć „artyści” kabaretowi gonią w piątkę, choć ulubieńcy ulubieńców, czyli Robert G. i Marcin W. dwoją się i czworzą (czasem zapominając

przy tym, że mają swe pasma w trzech innych stacjach, a w grafiku setkę koncertów miesięcznie) by błyskotliwie zapowiedzieć popisy równie zapracowanych kolegów z branży dyżurnych rozweselaczy, choć... Chociów mogło być jeszcze wiele, bo fala amatorszczyzny, złego gustu i po prostu tandety, przybiera tu niekiedy postać „kabaretowego” tsunami.

Słowo kabaret musi być ujęte w cudzysłów by nie obrażać prawdziwych i wybitnych przedstawicieli tego trudnego gatunku twórczości artystycznej na czele z: Olgą Lipińską, Edwardem „Dudkiem” Dziewońskim, Jerzym Dobrowolskim czy legendarnym tandemem Starszych Panów: Wasowski & Przybora. A zaraz potem szybko dodać takie nazwiska jak: Laskowik, Smoleń, Pietrzak, Kaczmarek, Wiktorczyk, Sempoliński... o Galczyńskim, Młynarskim, Tymie czy Marianie Załuckim nie zapominając.

I tylko musi zastanawiać obecność w tym piątkowo-rechotliwym towarzystwie Andrzeja P. mistrza refleksyjno-subtelnego nastroju, ale widać i jego dopadła bieda, skoro wybrał się pod miasto na gościnne występy w tym mocno ryzykownym towarzystwie.

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

Stale 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 Sępniak

REKLAMA: reklama@telepro.com.pl

DRUK: ARTDRUK, Kobylka

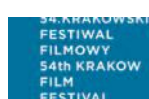
ZDJĘCIA: A.M.P.A.S./Planete+ (okładka),
LG Electronics Polska, Bayan Audio, Epson,
Asus Polska, SanDisk, Canon Polska, Reed
Midem, Sony Polska, MFF Zoom- Zbliżenia,
Volvo Polska, Bose sp. z o.o. oraz zespoły
prasowe i PR dystrybutorów filmowych,
stacji telewizyjnych, kanałów tematycznych
i platform satelitarnych.

REKLAMA

XXLSTOCK

Nowa, profesjonalna platforma służąca do sprzedaży i zakupów **legalnych, licencjonowanych** materiałów video (i nie tylko!). www.xxlstock.com

Festiwale, targi i nagrody, którym patronujemy



This is a real **True!!!**

Resolution + Color

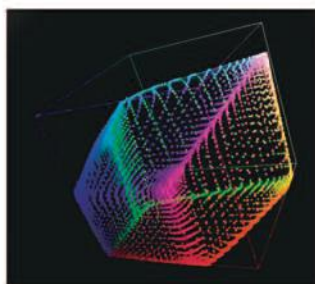
**56" Ultra High Definition Monitor**
LUM-560W

LUM-560W provides an Ultra HD display of 3840x2160 - four times the existing HD display (1920x1080). This 4K monitor supports 10 bit color display and can output a wide color range of up to one billion colors.

- 56", 3840x2160 Resolution (16 : 9)
- High Luminance up to 450cd/m²
- High Contrast Ratio of 1500 : 1
- Wide Color Gamut for Future UD Standard
- True 10bit (1.07 billion colors)
- 4 x DVI, HDMI, HD-SDI
- UD, Quad, Single Mode

Reference Monitor Series**XVM-175W/245W/325W**

This series consists of Class 1 monitors that utilize High Purity RGB backlight array. They reproduce the most accurate possible color on an LCD screen. Co-developed with Korean Broadcasting System (KBS), the XVM Series was developed based upon the broadcast features of the popular LVM Series. The XVM series fulfills the needs of all broadcasting and color critical monitoring functions.



- WCG-CCFL / EEFL Backlight
- Various Color Gamut support
- Native Full HD Resolution
- 1.07 billion colors (True 10bit)
- Accurate Color Reproduction
- 3D LUT import / export
- Precise Calibration Tool
- Good as EBU Grade-1
- All Professional Features

**TVLogic Co., Ltd. / www.tvlogic.tv**

12F, ACE HIGH-END TOWER 8, 345-4, hGasam-Dong, Geumchoen-Gu, Seoul, 153-802, Korea
TEL : +82-70-8668-6611, FAX : +82-2-6123-3201, E-mail : support@tvlogic.co.kr, sales@tvlogic.co.kr

HOUSE *of* CARDS



Jeśli chcesz poszerzyć swoją ofertę VOD o seriale z kolekcji AXN, takie jak: House of Cards, Hannibal, Przekraczając granice i wiele innych, skontaktuj się z nami.

Marek Karaś, sales manager:
marek_karas@spe.sony.com,
+48 722 022 008



a SONY PICTURES ENTERTAINMENT company