

TECHNIKA & KONTENT TV

TELEPRO

10 kwietnia 2014

Rok VI Nr 4/2014(46)

ISSN 2080-4407

CENA 9,90 zł (w tym 8% VAT)



BILANS

OPOWIEŚĆ
W ODCINKACH

TYLKO U NAS

SZABŁOWSKA
& SZEWCZYK

WARTO WIEDZIEĆ

TELEWIZJA 8K





SEZON 2 | W ŚRODY O 23:00

HANNIBAL

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



© 2014 SONY PICTURES ENTERTAINMENT GROUP INC.

axn.pl



- 6 TYLKO U NAS**
WIDEOTEKA
BARDZO
DOROSŁEGO
CZŁOWIEKA!
Rozmowa z Marią
Szablowską i Krzysztofem
Szewczykiem

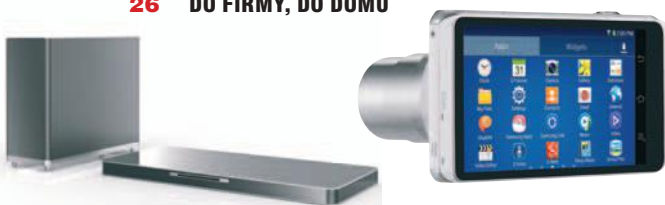


O TYM SIĘ MÓWI

- 19** STOPKLATKA TV JUŻ NADAJE
20 NAGRODA CYBULSKIEGO
DLA PIOTRA GŁOWACKIEGO
21 SATELITY SES DOMINUJĄ

TECHNIKA

- 22** WARTO WIEDZIEĆ
TELEWIZJA 8K CZYNI POSTĘPY
25 ZA I PRZECIW
ZAKŁĘTE REWIRY HBBTV (1)
26 DO FIRMY, DO DOMU



Sezam

- 48** KTO TO OGLĄDA?
WIARYGODNOŚĆ I JAKOŚĆ TVP
W OCENIE WIDZÓW
49 PREMIERA MIESIĄCA
50 ZŁOTA DWUDZIESIĄTKA
54 KUŚ CZERWIEŃ I UST
SZAŁ UNIESIENIA, CZYLI GRYŻ
MNIE PAN W AORTĘ



KONTENT

- 4** Z FRONTU WALKI O LEPSZE JUTRO
12 BILANS – SERIALE
OPOWIEŚĆ W ODCINKACH
– POSZUKIWANY TOWAR
28 KONFERENCJE – VI APLIKACJE TV
DLA WSZYSTKICH,
DLA WYBRANYCH?
29 KONFERENCJE – XIV SYMPOZJUM ŚWIATA
TELEKOMUNIKACJI I MEDIÓW
BLISKO, CORAZ BLIŻEJ...
30 BYŁA KIEDYŚ TELEWIZJA...
GDZIE SIĘ PODZIAŁY
TAMTE SERIALE?
32 MOJA HISTORIA TELEWIZJI
CZŁOWIEK GUMA
WRACA NA PRAGĘ
33 NA CELOWNIKU
FILM DODA CI SKRZYDEŁ
34 MOIM ZDANIEM
FARMER I JEGO KSIĄŻĘ
36 PRZED PREMIERĄ
WIKINGOWIE
38 TELE INFO
44 NA PLANIE
CO SŁYCHAĆ SĄSIEDZIE?
46 ZA KULISAMI
SMAKI POLSKI...



*Dla duszy
dla ciała*



- 52** PIERWSZE TAKIE AUTO W CHMURZE
53 WERONIKA ROSATI DLA AVON
53 NOWY HOTEL WE WROCŁAWIU



- ▶ **UWAGA! UWAGA!** Redaktorzy rubryki *Z frontu walki...* przepraszają wszystkich Szanownych Czytelników za wprowadzające ich w błąd informacje, że nowa ustawa medialna, porządkująca system finansowania mediów publicznych wejdzie w życie w 2026, a najdalej w 2027 roku. Otóż nie i jeszcze raz nie. Realny wydaje się termin 2039 (i nic tu nie ma do rzeczy okrągła rocznica przypadająca w tym roku!). A skąd ta pewność? Ano z tego, co szef resortu kultury Bogdan Zdrojewski powiedział 26 marca w radiowej Jedynce. A powiedział, że prace nad ustawą medialną trwają nadal. Z powodu startu w wyborach do Parlamentu Europejskiego minister KiDN może nie dokończyć rozpoczętej reformy finansowania mediów publicznych. Bogdan Zdrojewski stwierdził także, że do wejścia w życie ustawy medialnej w tym lub innym kształcie potrzeba zgodności politycznej, a tej na razie brakuje. Prace nad założeniami projektu ustawy są jednak kontynuowane. – *W chwili obecnej jesteśmy na etapie przygotowania obliczeń, które są związane z formą prawną pobierania abonamentu* – powiedział minister Zdrojewski.

- ▶ Centrum Prasowe TVP w swoich komunikatach nie pozostawia złudzeń co do tego, że Złote Palmy, Oscary czy inne Prix Italia to tak naprawdę pozbawione rangi i ciężaru gatunkowego nagrody. Prawdziwe przyznaje się oczywiście nad Wisłą. Gdzie i komu? Oto krótka lista:

Popularny poranny program TVP2 „Pytanie na Śniadanie” oraz redaktor Joanna Racewicz z „Panoramy” Dwójki znaleźli się w **prestiżowym** gronie laureatów kolejnej edycji Gali „Osobowości i Sukcesy Roku 2014”. Telewizja Polska otrzymała Złotą Antenę Świata Telekomunikacji w kategorii Produkt Roku 2013 za wprowadzenie Regionalnego Systemu Ostrzegania. Tę **prestiżową** nagrodę przyznała kapituła Konkursu Złotych i Kryształowych Anten Świata Telekomunikacji i Mediów.

Juliusz Braun, prezes Telewizji Polskiej, znalazł się w gronie laureatów **prestiżowej** nagrody Kryształowego Smoka Sukcesu (Crystal Dragon of Success), przyznawanej najlepszym polskim menedżerom przez redakcję anglojęzycznego miesięcznika „Polish Market”.

Strach się bać co napiszą redaktorzy z Woronicza, jak prezes JB zostanie CZŁOWIEKIEM ROKU *Echa Kielc*?

- ▶ Z Wiertniczej nadchodzą i dobre wiadomości, bo ile można pisać o...



Do żółto-niebieskiej stacji wraca Hubert Urbański. Odetchną z nadzieją na nowe zakupy salony szybkich samochodów, markowych ubrań i ekskluzywnych podróży. A wraca do? Nie wiadomo dokładnie, ale sądząc po zarości może do formatu *Co zrobisz jak spotkasz yeti*?

- ▶ Niczym dobry proboszcz co niedziela, także prezes TV PULS co miesiąc daje na zapowiedzi. Tym razem zapowiada start, oczywiście jesienią, albo najlepiej przyszłą wiosną, kolejnych nowych programów, ale jednakowoż robi to z pewnym wahaniem. Wynika ono z faktu, że stacja bezskutecznie – jak na razie – poszukuje fachowców, gotowych pomysły szefa przekuć w czyn. Oni – to znaczy fachowcy – tak w ogóle się zgłaszają, ale żeby sprawdzić czy są fachowcami potrzeba czasu. A tego szef, który wszystkiego musi dopilnować sam, ma mało, bo szefuje... I tak mijają kolejne tygodnie, miesiące i lata...

- ▶ Nareszcie! Młody, sympatyczny i co tu dużo mówić, po prostu zawsze elegancki mężczyzna, Tomasz J. porzuca tych niewdzięczników z Mokotowa i przeprowadza się za Wisłę.



W Polsat Cafe wraz z Joanną Horodyńską prowadzić będzie program *Gwiazdy na dywaniku*. – Tomek

Jacyków jest równie kontrowersyjny jak Joanna Horodyńska, zna się na modzie i potrafi o niej mówić – tak jego zatrudnienie tłumaczy Jolanta Borowiec, szefowa kanału. Oczywiście, zna się i potrafi!

- ▶ Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nie zna litości. 200 tysięcy kary ma zapłacić TVN Style za jednorazową emisję w porze nocnej filmu *Siła pożądania*. Rewolucyjną czujność wykazał tym razem pewien widz (widzka), który zauważył, że film zawiera treści jawnie pornograficzne „przedstawiające rzeczywiste akty kopulacji i seksu oralnego” i zawiadomił o tym organ. Organ musiał zareagować i zareagował. Że też i czujni widzowie i czujny organ nie reagują na codzienne akty skrajnej perwersji wszelkiego rodzaju mające miejsce w czasie transmisji z okrągłego budynku na Wiejskiej?

- ▶ W myśl pięknego ludowego zawołania: *Nie ma jak to u nas w straży, słońca nie ma w d... parzy!* telewizja publiczna przygotowuje na tegoroczną jesień prawdziwą strażacką ofensywę w postaci nowego serialu o facetach z sikawkami. Ma z czego wybierać, bo do TVP zgłoszono aż cztery propozycje. Jeśli zwycięży pójdzie na antenie tak dobrze jak aktualnie pokazywanemu tasiemcowi *Chicago Fire*, który przegrywa w swym paśmie ze wszystkimi, to zapowiada się GO-RĄCA jesień!

- ▶ Miłośnicy amatorskiego aktorstwa i amatorskiego filmowania będą niepokieszeni. Po jedenastu latach grasowania po ekranie w niepamięć odchodzi format *W-11*, którym TVN udowodniał, że jest w stanie wypromować każdą bzdurę w tandetnym wykonaniu. Niby policjanci prowadzili niby śledztwa łapiąc niby przestępców i odnosząc w tych pogoniach niby sukcesy. W niby telewizji?

- ▶ Życie w ogóle, a telewizyjne przede wszystkim, nie znosi próżni i w miejsce jednego zgranego pomysłu natychmiast pojawia się następny kandydat do odcinania kuponów z przyszłej i bardzo oczekiwanej popularności, oglądalności i reklamowości. Oto firma ATM poszukuje kandydatów, aktorów-amatorów do serialu o policjantach i złodziejach. Bardzo oryginalne!

Ogólnopolska Konferencja Operatorów Komunikacji Elektronicznej

III Forum Telewizji Lokalnych

26–28 maja 2014 r.

Centrum Kongresowe Hotelu Warszawianka w Jachrance



- Telewizja kablowa w Polsce – stan obecny i perspektywy rozwoju
- Prawo telekomunikacyjne – ewolucja w praktyce, konsekwencje dla rynku
- Prawo autorskie – kto zarabia, a kto traci?
- Inwestycje w infrastrukturę – budowa sieci szerokopasmowych, szanse i zagrożenia
- Nowe modele biznesowe
nadawca – operator – użytkownik



Wideoteka BARDZO DOROSŁEGO CZŁOWIEKA!

Rozmowa z **MARIĄ SZABŁOWSKĄ**
i **KRZYSZTOFEM SZEWCZYKIEM**

– Radio czy telewizor jest na okładce Państwa książki *Ludzkie gadanie*, która ukazała się pod koniec ubiegłego roku?

– **Maria Szablowska:** Wygląda jak radio sprzed lat, ale ma ekran, więc to chyba „dwa w jednym”.

– Krzysztof Szewczyk: Z pewnością telewizor, w którym na dodatek nadawana jest reklama naszej książki.

– Państwa przygoda z dziennikarstwem zaczęła się od radia, ale dziś jako medialny duet kojarzycie się głównie z telewizją.

– **M.Sz.** To jest nawet trochę niesprawiedliwe, że w radiu można pracować całe życie i nie uzyskać takiej rozpoznawalności, czy popularności – jakkolwiek to nazwiemy – jak przez rok, prowadząc w miarę często jakiś program.

– **K.Sz.** Powiem więcej, nawet nie trzeba niekiedy programu, wystarczy pojawiać się przez pół minuty, mówić coś głupiego i już cię rozpoznają.

– **M.Sz.** Woody Allen powiedział kiedyś, że wkrótce każdy będzie miał swoje medialne pięć minut i ku temu idzie.

– Ale jedni na pięciu minutach kończą, a Państwo? Ile macie za sobą tych „pięciominutówek”?

– **M.Sz.** Może trochę by się uzbierało (śmiech). I powiem pani, że współczesne radio nieźle się do tego przyczynia, bo daje niesamowity i superszybki kontakt ze słuchaczem. Kiedyś tego nie było, a teraz mamy do dyspozycji esemesy, facebooka, maile, że nie wspomnę o konwencjonalnych telefonach, które też się zdarzają. To bardzo motywujące, bo jak się człowiek na fonii pomyli, od razu jest reakcja.

– Czy podobnie nie dzieje się w telewizji?

– **K.Sz.** Oczywiście, z tym że telewizja wymaga trochę innego myślenia o przekazie. Tu działa się nie tylko dźwiękiem, ale też, a może nawet częściej, obrazem. Ludziom łatwiej się skupić na ilustracji do materiału, a wypowiedzi zdarza się im nie słuchać. Dlatego np. wiadomości są tak przygotowywane, że najpierw

lektor mówi coś na dany temat, a potem leci materiał filmowy, któremu towarzyszy ten sam tekst.

Uwagę przyciągają też prowadzący. Jaki styl najlepiej się dziś w telewizji sprawdza?

– **M.Sz.** Własny. Wygląd jest oczywiście istotny, ale nie w takim sensie, jak często myślą młodzi ludzie, aspirujący do pracy w mediach. Nie wystarczy oszałamiająca uroda i markowe stroje. To, jak się wygląda, powinno być zgodne z tym, co się mówi.

– **K. Sz.** Jesteśmy z dawnej szkoły dziennikarskiej, która odrzuca szokowanie odbiorcy i nakazuje szanować oraz ważyć słowo. Ceni też przygotowanie i dobry kontakt z gościem.

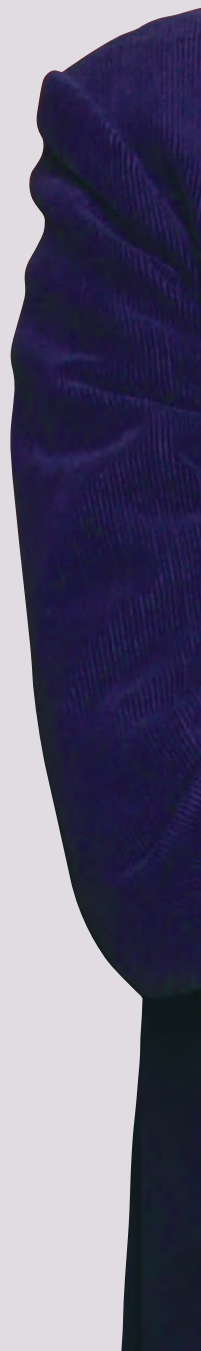
– Bezpośredni i samodzielny.

– **M.Sz.** O, właśnie. Niestety, teraz jest taka telewizja, że prawie wszyscy czytają z promptera, – na dodatek tekst napisany nie przez nich albo powtarzają podpowiadane przez słuchawki zdania. Szykując się do rozmowy, prowadzący nawet nie zamieni kilku zdań z bohaterem przed rozpoczęciem nagrań, tylko spotyka się z nim już na antenie. Research też robi mu ktoś inny. I jest to ze szkodą dla wszystkich: dziennikarza, rozmówcy, a przede wszystkim dla widza czy słuchacza. Nie wyobrażam sobie, czy to w radiu, czy w telewizji, że bym przed nagraniem nie porozmawiała z bohaterem, nie wspominając już o samodzielnym poszukiwaniu informacji na jego temat. Zwłaszcza, że w tej chwili nie jest to żadna sztuka.

– Rozumiem, że dziennikarskie standardy także w telewizji bardzo się zmieniły?

– **K. Sz.** Dziś są zupełnie inne normy. Medialne postaci kreowane obecnie przez różne reality shows czy inne widowiska, byłyby wcześniej absolutnie nie do przyjęcia.

– **M.Sz.** Szokowanie widza, przyciąganie jego uwagi prowokacją, nie mieściło się w normach, a teraz im większy skandal, tym lepiej. Trudno się do tego przyzwyczaić.





– **Jedno chyba się nie zmieniło, o pracy w mediach nadal marzy wielu młodych ludzi. Czy telewizja może być nałogiem, jak sugeruje podtytuł Państwa książki (...Życie, rock and roll i inne nałogi)?**

– **K.Sz.** Samo dziennikarstwo jest takim nałogiem.

– **M.Sz.** Może teraz jakby trochę mniej, ale ten zawód z pewnością potrafi wypełnić życie. Przy czym obecni dziennikarze mogą nam trochę zazdrościć. Dziś właściwie nie ma już redakcji, a w nich mistrzów, od których można było się uczyć. Ja w jednej sekundzie zdecydowałam się, że będę dziennikarką, a nie arabistką, gdy tylko weszłam do radia.

– **To w nim, już na początku zawodowej drogi, poprowadziliście Państwo Studio Rytm? Czy „wespół w zespół”, jak mawiali Starsi Panowie, jest ciekawiej?**

– **K.Sz.** Odpowiedzią może być *Wideoteka dorosłego człowieka* i książka też.

– **M.Sz.** Nasz kolega, Marek Wiernik na wieść o tym, że zamierzamy wydać w formie książki rozmowę między sobą, ponoć złapał się za głowę: *Chyba zwariowali, będą gadać, która artystka jest mądra, a która nie?* Ale po lekturze zmienił zdanie. Rozmowa może się ciekawie rozwinąć, gdy strony nawzajem się inspirowały, gdy mają podobną pasję i doświadczenia i pamiętają różne zdarzenia i postaci.

– **Skoro o tym mowa, z zainteresowaniem przeczytałam, jak prywatna historia pewnego romansu, a potem ślubu, wpłynęła na muzyczny rozwój telewizji w socjalistycznym kraju.**

– **M. Sz.** Mówi pani o Andrzeju Korzyńskim i Sylwii Sokorskiej, córce ówczesnego prezesa Radiokomitetu, czyli radia i telewizji, bo wtedy tymi instytucjami zarządzano razem. Sylwia była piękną dziewczyną, nic dziwnego, że wpadła w oko Korzyńskiemu, wtedy jeszcze studentowi Wyższej Szkoły Muzycznej. Andrzeja, wykształconego kompozytora, fascynował także big beat. Małżeństwo z Sylwią, w szerszym niż prywatny, kontekście, stało się szczęśliwym zbiegiem okoliczności dla polskiej sceny muzycznej. Korzyński wykładał teściowi rolę, jaką odgrywa ten rodzaj muzyki i przekonał go do niej. Miał w kieszeni atut nie tylko w postaci dyplomu muzycznej uczelni, ale też muzyki skomponowanej do paru przebojów, m.in. *Żółtych kalendarzy*.

– **K.Sz.** Maria wspominała o wzajemnym inspirowaniu m.in. przytaczanymi w rozmowie zdarzeniami. I teraz, kiedy mówicie o ślubie Andrzeja i Sylwii, mnie przypominała się Agnetha Fältskog, blondynka z ABBY, która w 1971 roku wyszła za Björna Ulvaeusa. Mało

brakowało, a ślub ten by się nie odbył. Ksiądz zapytał ich o zawód, odpowiedzieli: „artists”, a on zrozumiał „ateist” i odmówił posługi.

– **Jesteście państwo szczęściarzami, którzy mieli okazję oglądać na żywo słynny występ ABBY w Studio 2 w 1976 roku, ale też współtworzyliście muzyczne programy...**

– **M.Sz.** Tu mocniej wykazał się Krzysztof. W latach 80. prowadził m.in.: *Przeboje Dwójki*, *Wideotekę* i *Jarmark*.

– **Przyznam, że zaskoczyła mnie informacja, iż współtwórcami Jarmarku byli Wojciech Pijanowski oraz Włodzimierz Zientarski, dziś kojarzący się głównie z motoryzacją.**

– **M.Sz.** I, proszę mi wierzyć, we trzech tworzyli program mega popularny. Teraz już nie ma tak oglądanych produkcji, bo jest zbyt duża konkurencja, a wtedy to był chyba jedyny program robiony na luzie.

– **K.Sz.** Można było sobie na swobodę pozwolić, bo nie przekazywaliśmy strategicznych bieżących wiadomości. Informacja, zwłaszcza polityczna i gospodarcza, była wtedy najważniejsza, więc bardzo kontrolowana, a rozrywka powstawała trochę na zasadzie „to sobie ją róbcie”. Więc robiliśmy. Z czasem poprowadziłem *Dozwolone od lat 40* (dołączyła do niego później Maria Szablowska – przyp. red). Potem program przekształcił się w *Wideotekę dorosłego człowieka*, którą z różnymi perypetiami i przerwami w nagrywaniu oraz emisji, prowadzimy do dziś.

– **M.Sz.** Dodałabym do tej listy też radiowy *Magazyn Muzyczny Rytm* oraz *Muzykę Nocą*. W TVP zadebiutowałam w połowie lat 80., w wakacyjnym programie *Studio Lato* emitowanym w pierwszym programie TVP. Był robiony na żywo, miał silny kulturalny „przechył”. Nie bano się w nim np. rozmawiać o książkach, zapraszać pisarzy, a nie tylko samych piosenkarzy. Prowadziłam też magazyn *Stare, nowe i najnowsze*.

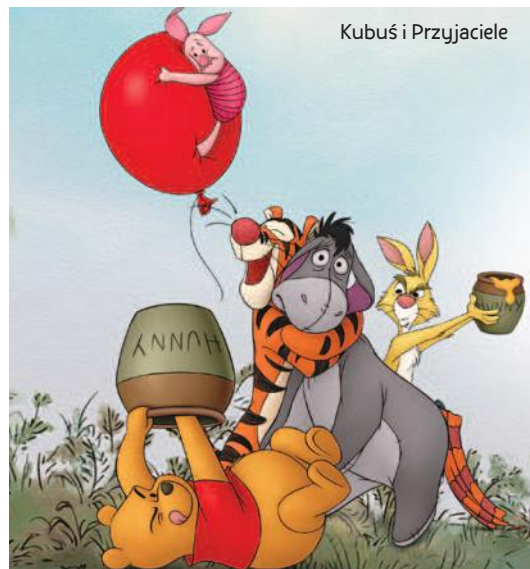
– **Czy dobra pamięć, choćby w takich programach jak *Stare, nowe, najnowsze*, ale chyba bardziej *Wideoteka...*, dziennikarzowi się przydaje czy bywa też kłopotliwa?**

– **K.Sz.** Wiem, że pyta pani o umiejętność zapamiętywania zdarzeń i występujących w nich ludzi, ale pierwsze skojarzenie, jakie mi się nasunęło w związku tym pytaniem, dotyczy mojego powrotu do TVP po ponad dziesięcioletniej przerwie. Po raz pierwszy zobaczyłem wtedy prompter. I... nigdy później z niego nie korzystałem. Wystarczyła mi własna pamięć.



Disney Junior

Tu zaczyna się magia...



www.disneyjunior.pl



– **Także do przechowywania anegdotycznych zdarzeń?**

– **M.Sz.** Nie da się ukryć, że w dużej mierze dzięki niej *Wideoteka dorosłego człowieka* tak długo się kręci, że zyskała taką popularność. We wspomnieniach wracają dawne przeboje, ale też to, co się wokół nich działo i co pozostało do dziś.

– **Sięgacie w swoich programach nie tylko po muzyczne obrazki. Chyba czas na wspomniane anegdoty. Proszę przypomnieć, dlaczego – za pana sprawą – początkująca Grażyna Torbicka poczuła się tak skonsternowana? I czy już panu tamten psikus wybaczyła?**

– **K.Sz.** Grażyna jest osobą bardzo miłą, ale wychowana została w domu z zasadami. U niej wszystko miało swój czas i miejsce, musiało być „correct”, co nas, nie ukrywam, bardzo z Wojtkiem Pijanowskim i Włodkiem Zientarskim, prowokowało. Kiedy Grażyna pierwszy raz przyszła do telewizji, usiedliśmy razem w studiu emisyjnym, z którego miała coś, na próbę, na żywo zapowiedzieć. Ja, zaraz potem, choć jeszcze przed *Dziennikiem TV*, miałem zaprezentować codzienne notowania muzycznych przebojów Dwójki. Siedzieliśmy więc obok siebie za stołem, w planie amerykańskim, czyli widoczni od pasa w górę. Grażyna szykowała się do występu, zapaliła się w kamerze czerwona lampka, a wtedy ja wziąłem ją za rękę. Ona nie wiedziała, że kamera tego nie widzi. Czytając, próbowała ją zdjąć i zachować pokerową twarz. Niezapomniane. Taki żart z kolegami, bacznie obserwującymi zdarzenie, sobie wymyślił. Były z nas trochę łobuziaki.

– **Każdy telewizyjny nowicjusz musiał zapłacić frycowe?**

– **K.Sz.** Ja tak. Pamiętam, przyszedłem do Studia 2 z radia. Ustawili nas młodych w szeregu, kamera przed nami, za szybą ludzie. Każdy miał coś powiedzieć. Nie wiedzieliśmy, że wśród nas byli też podstawieni pracownicy TVP. Kiedy przyszła moja kolej, stojący obok mnie człowiek nadepnął mi na but. Pewnie czekali na jakąś gwałtowną, niekontrolowaną reakcję.

– **M.Sz.** Edyta Wojtczak, którą widzowie kojarzyli z osobą spokojną i wyważoną, też potrafiła robić psikusy.

– **K.Sz.** Oj, wkręciła mnie kiedyś. Mieliśmy wspólny dyżur, w przerwie między zapowiedziami stwierdziła, że musi załatwić jakąś niecierpiącą zwłoki sprawę, ale przed wejściem na antenę wróci na pewno. Przeżywałem istne katusze, patrząc co chwila na zegarek, gdy tymczasem pani Edyta piła spokojnie kawę w bufecie.

– **Wiecie Państwo sporo zaskakujących rzeczy o ludziach mediów. Czy Piotr Kraśko nadal jest takim znawcą Limahla, jak przed laty?**

– **M.Sz.** Wiele na to wskazuje, bo od czasu wygranego przez Piotra muzycznego konkursu dla nastolatków, u piosenkarza niewiele się zmieniło, a nasz obecny czołowy dziennikarz Jedyńki należy do osób, które, jak coś już wiedzą, to wiedzą. Kompletnie, ze szczegółami.

– **To był wstęp do pytania o rodzinne koneksje w telewizji. Czy bardzo się liczą?**

– **K.Sz.** Myślę, że wprowadzanie na mały ekran najbliższych jest dzisiaj bardziej widoczne, niż dawniej. Kiedy zaczynaliśmy przygodę z radiem, czyli w latach 70., nie było podobnych możliwości. Trzeba było praktykować, często dobrych parę lat, by wejść na wizję. Trzeba było mieć etat, a ten dostawało się z reguły po kimś odchodzącym na emeryturę. Teraz wydaje się to łatwiejsze, bo i produkcji, i kanałów jest więcej, zwiększyło się pole do działania.

– **M.Sz.** I do zawodu wchodzi sporo ludzi, którzy nie chcą zginąć w tłumie, szukają sposobu, by zaistnieć. I dzieje się to, o czym wspomnieliśmy wcześniej: popularność budowana jest na skandalu, przrzucaniu się sytuacjami i wypowiedziami, które budzą gwałtowną reakcję, ale – z powodu nagminności – coraz rzadziej zapadają w pamięć, o co zabiegają ich inicjatorzy. Poza tym, czym tu się chwalić.

– **Przypomnijmy więc programy, które warto pamiętać. Pojawił się w Państwa książce pomysł na podsumowanie telewizyjnej przeszłości dokonane pod hasłem PRL w pigułce, przesyłka do Stanów. Co włożylibyście do takiej paczki na początku waszej przygody z TVP, a co dzisiaj?**

– **M.Sz.** Z dawnych rzeczy na pewno czarno-biały materiał Kazimierza Kutza z Marylą Rodowicz i Urszulą Sipińską. Był fantastyczny. Pewnie wysłałabym też jakiś *Jarmark*...

– **K.Sz.** Jest tylko jeden problem – nic się nie zachowało. Programy były realizowane na żywo...

– **M.Sz.** To też był ewenement. Tyle produkcji szło w eter bez stworzenia ich dokumentacji.

– **K.Sz.** Albo, nawet jeśli coś się nagrywało, to – gdy nie było zlecenia „z góry” – materiał po jakimś czasie kasowano.

– **M.Sz.** Wśród emisji, pamiętanych do dziś przez widzów, których jednak nie jesteśmy w stanie odtworzyć, były też grane na żywo, znakomite Teatry TV.

– **K.Sz.** *Kobra* była świetna. Nadawana w wieczorne czwartki sprawiała, że wyludniały się ulice. Kto mógł, zasiadał przed telewizorem.

– **M.Sz.** Powstawało wiele bardzo fajnych rzeczy, także dlatego, że panował zupełnie inny stosunek do kultury. Inaczej, bardziej kompleksowo, myślało się o widzu.

– **K.Sz.** I w tym duchu, ja bym do tej „paczki do Stanów”, i przed laty, i dziś dodał programy dziecięce. W tym pamiętne *Dobranocki*, żeby najmłodsi Polacy, którym przyszło żyć z dala od ojczystego języka, mieli z nim stały kontakt.

– **W czym tkwi siła telewizji – dawnej i obecnej?**

– **K.Sz.** W pomysłach na program. Za każdym razem. I w przeszłości, i współcześnie.

– **M.Sz.** A według mnie telewizja PRL-u była o niebo silniejsza od dzisiejszej. Z racji monopolu. Była po prostu jedyna. Nie ma już i nie będzie takiego zjawiska, jak np.

przy pierwszych emisjach z Opola, kiedy absolutnie wszyscy śledzili transmisję. Trudno przewidzieć, jak potoczyłyby się losy Ewy Demarczyk, gdyby nie festiwal i fakt, że zobaczyła ją nagle cała Polska. To była wielka siła.

– **K.Sz.** Ze sportem było podobnie. Jak rozpoczynał się Wyścig Pokoju, ludzi ogarniało szaleństwo. To sytuacja nie do powtórzenia.

– **Jest coś, co zapowiada się ciekawie w kategoriach „nowe” i „najnowsze”, by nawiązać do prowadzonego kiedyś przez panią Marię programu?**

– **K.Sz.** Poza nami nie ma nic (śmiech).

– **M.Sz.** A ja was może zaskoczę. Uważam, że dobre są teraz programy typu talent show. Z racji zawodowej często je oglądam. Tylko bardzo bym chciała, żeby coś się dalej działo z wyłowionymi w nich uczestnikami. Dobrze w takich programach jest to, że widzimy, jak zdolni mogą być ludzie, niesamowicie przygotowani i zdeterminowani. Niektórym udaje się zaistnieć w czasie emisji, tylko co potem? Trzeba przecież utrzymać się na rynku.

– **K.Sz.** Ja się pod tym podpisuję. Ale mogę też powiedzieć, co moja mama lubi najbardziej w telewizji: programy przyrodnicze. A ma dopiero 95 lat.

– **A czy Państwo macie jeszcze czas, żeby telewizję dla przyjemności oglądać?**

– **K.Sz.** Zainteresowanie zawodowe z przyjemnością można połączyć, jeśli – jak w naszym przypadku – wiąże się to z pasją. Radia też słuchamy, wszystkiego, co nowe, już wydane i tego, co się nagrywa. Cały czas jesteśmy „on top”, na bieżąco.

– **Równocześnie chętnie zaglądamy do archiwów.**

– **M.Sz.** To wielkie bogactwo, ale powiem nieskromnie, że całkiem nieźle się w nim orientujemy. Jednocześnie, prowadząc tak długo *Wideotekę*... czasami nie możemy opanować żalu, że publiczna telewizja nie do końca ceni to, co ma. Wyobrażam sobie, że gdyby te zasoby trafiły w ręce stacji komercyjnych, nieustannie by nimi obracali.

– **K.Sz.** Bo dziś, przede wszystkim, trwa pościg za tym, co nowe. Ludzie dopiero uczą się cieszyć i korzystać z dawnych produkcji. To może być nie tylko ciekawe i przyjemne, ale też inspirujące.

– **Jak, Państwa zdaniem, będzie wyglądała telewizja za pięć, dziesięć, piętnaście lat?**

– **M.Sz.** Może nie będzie jej w ogóle, bo internet tak wkracza na jej terytorium, że w całości może ją zaanektować. Tyle, że gdzieś i na jakichś zasadach, musi powstawać nowy, wyjściowy produkt. Ale czy nadal będzie to telewizja...

– **K.Sz.** A ja widzę taką przyszłość: Nie będzie już programu *Wideoteka dorosłego człowieka*... Będzie *Wideoteka bardzo dorosłego człowieka*.

– **Dziękuję za rozmowę.**

Rozmawiała: Jolanta Gajda-Zadworna



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

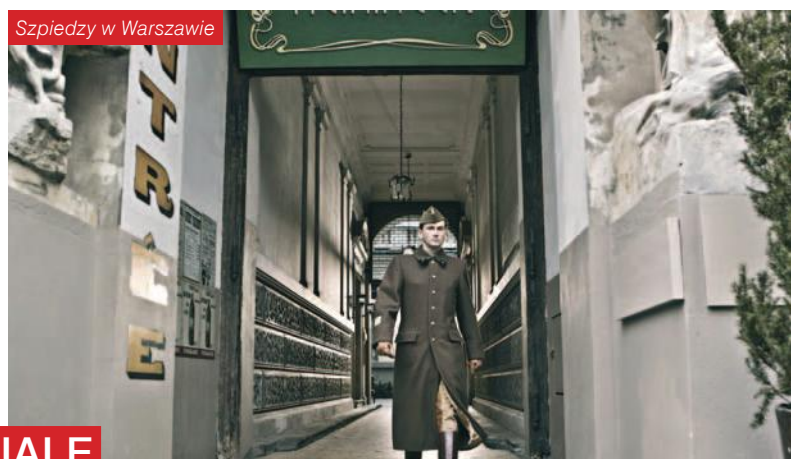
To participate, exhibit, advertise or sponsor please contact
Monika Bednarek, monika.bednarek@reedmidem.com.

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.



House of Cards



Szpiegzy w Warszawie

SERIALE

OPOWIEŚĆ W ODCINKACH - poszukiwany towar

Seriale przeżywają złoty wiek. Zarówno dla największych nadawców, jak i ciągle rosnących stacji tematycznych, oferta serialowa jest coraz ważniejsza.

Nadawcy szukają dziś cyklicznych produkcji, które gwarantują im bezpieczeństwo zysku. To tendencja światowa, na którą otwarte są również polskie stacje telewizyjne. Polskie seriale w zasadzie ciągle nie są konkurencyjne dla innych rynków. A właściwie nie były, bo w ostatnich sezonach zdarzały się wyjątki. Jest nadzieja, że będzie ich jeszcze więcej.

Wielu ekspertów jest zgodnych co do tego, że strajk scenarzystów w Hollywood na przełomie 2007 i 2008 roku paradoksalnie stał się katalizatorem produkcji serialowych w następnych sezonach. Producenci i gwiazdy kina zaniepokojeni protestami zwrócili się w stronę rynku TV i seriali, tam poszukując sposobu na zarabowanie na przyzwoitym poziomie. A gdy już rozsmakowali się w historiach i budżetach serialowych, zostali tu na dłużej. Mimo, że w okresie „postrajkowym” czasowo powstawały krótsze (8-9 odcinkowe) sezony serialowe i zarobki nie zbliżały się do hollywoodzkich rekordów.

Jeszcze 10 lat temu najjaśniej świecące gwiazdy Hollywood unikały odcinkowych produkcji telewizyjnych. Dziś obecność Kevina Spaceya w *House of Cards* już nikogo nie dziwi. Nie ucierpiał aktor, nie ucierpiał Hollywood, zyskał widz.

A przypomnijmy: według raportu NPR ten strajk przyniósł straty bliskie 1,5 mld dolarów. Dziś świat filmowej rozrywki stara się nie pamiętać o wydarzeniach sprzed ponad 6 lat i akcji 12 tysięcy amerykańskich scenarzystów. Strata została szybko odrobiona.

MIĘDZY STRAJKIEM A ZŁOTYM WIEKIEM

Ale nie tylko strajk sprawił, że dziś możemy mówić o „złotym wieku seriali”. Zmieniły się technologie – i produkcyjne, i emisyjne. Zmienił się też widz – jego upodobania są coraz bardziej wyrafinowane.

Dziś serial to już nie skromna telewizyjna forma rozrywkowa, a wysokobudżetowa produkcja najczęściej z aktorami znanymi z wielkiego ekranu. – *Ta tendencja zapewne się utrzyma – nowe produkcje typu premium będą jeszcze bardziej spektakularne, jeszcze droższe, jeszcze bardziej atrakcyjne wizualnie i jeszcze bardziej podobne do filmów kinowych* – uważa Michał Stryjecki, kierownik ds. komunikacji i PR kanałów filmowych NC+. Rynek seriali to dziś wulkan w czasie erupcji.

W najbliższych latach na pewno będzie zmieniał się sam sposób konsumpcji seriali. Już dziś widz chce decydować kiedy i w jaki sposób ogląda swoją ulubioną cykliczną produkcję. Serial *House of Cards*, który w Polsce pokazywany był już w tydzień po amerykańskiej premierze – co jeszcze nie tak dawno było nie do pomyślenia – był pierwszą produkcją, którą amerykański serwis internetowy Netflix udostępnił w całości, dając widzom możliwość obejrzenia wszystkich odcinków naraz – przed premierową emisją w TV. – *Być może to zapowiedź trendu, za którym pójść również inni producenci i operatorzy* – wieszczy Stryjecki.



Dynastia kaczorów



Wikingowie

Ciekawy wątek porusza Jolanta Kasperek, szefowa kanału CBS Europa: *Wydaje się, że serial telewizyjny wchodzi w swoją złotą erę i w najbliższych latach będzie nie tylko coraz ważniejszym składnikiem telewizyjnej oferty, ale także rosnącą konkurencją dla kina przeznaczanego na duże ekrany. Dużą rolę dla popularyzowania seriali odegra z pewnością mnogość kanałów dystrybucyjnych (telewizja, telewizja na żądanie, internet) oraz możliwość oglądania filmów na różnych urządzeniach, w tym mobilnych (laptop, tablet czy telefon komórkowy).*

Zdaniem nadawców nie sposób nie zauważyć „globalizacji” na rynku producenckim – co też pośrednio, ale znacząco przekłada się na rynek seriali. BBC za uważyła, że produkcja telewizyjna jest obecnie znacznie bardziej umiędzynarodowiona niż jeszcze kilka lat temu. – *Zdarza się, że w przedsięwzięciach realizowanych przez BBC Worldwide uczestniczą nadawcy z kilku różnych krajów. W rezultacie takie koprodukcje mogą korzystać z dodatkowych źródeł finansowania oraz z połączonych doświadczeń wielu partnerów* – mówi Jacek Koskowski, general manager and vice president BBC Worldwide Poland. Takie rozwiązania przyciągają największe światowe talenty i umożliwiają im tworzenie unikatowego kontentu. Dowód z naszego rynku: Telewizja Polska będzie jednym z koproducentów *Dzwonów śmierci* (*The Passing Bells*) – pięcioodcinkowego dramatu, w który zaangażowało się BBC, a który powstaje na stulecie I wojny światowej. To już kolejny taki projekt. Przypomnijmy: w latach 2012-2013 TVP i BBC stworzyły dobrze przyjęty miniserial historyczny *Szpiedzy w Warszawie* (*The Spies of Warsaw*).

Seriale rzeczywiście przeżywają dziś renesans. Z analiz NC+ wynika, że spośród 1000 najlepiej oglądanych pozycji na polskich kanałach filmowych aż 88% stanowią seriale. Serial już od kilkunastu lat godnie konkuruje o uwagę widza z filmami kinowymi. Współczesne produkcje typu premium to często intrygujące scenariusze, gigantyczne budżety porównywalne z kinowymi hitami, nierzadko wielkie nazwiska twórców (Scorsese, Mann, Fincher, Champion). To wszystko gwarantuje serialom wysoki poziom artystyczny i niepowtarzalny charakter, ale też szeroką widownię i wysoki zysk.

– *Będziemy obserwować coraz wyraźniejszą atomizację produkcji serialowej, która jest efektem atomizacji*

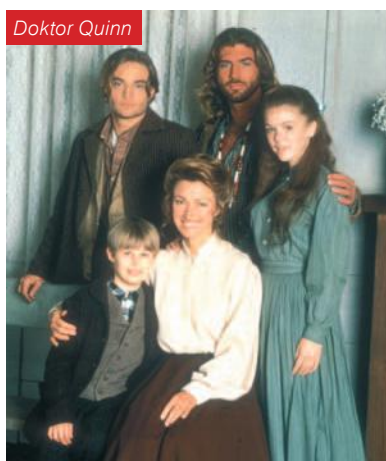
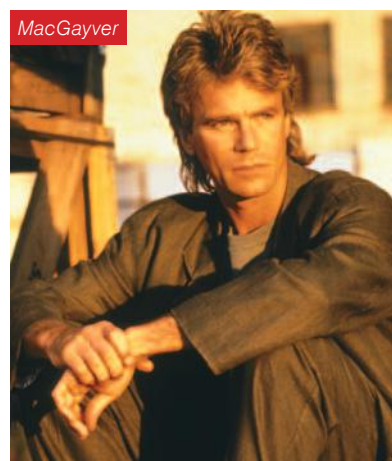
światowego rynku telewizyjnego. Kanałów telewizyjnych jest coraz więcej i każdy z nich stara się znaleźć swoje miejsce. Siłą rzeczy zatem zagospodarowywane są kolejne nisze – podkreśla Jacek Rakowiecki, rzecznik TVP i znawca filmu. Jego zdaniem w Polsce w tę samą stronę pójdzie produkcja kontentu, w tym seriali. Będą to produkcje skierowane do bardzo konkretnej, niekoniecznie licznej grupy widzów, której preferencje można precyzyjnie opisać. W innym wymiarze „realizacyjno-produkcyjnym” będziemy doświadczać natomiast coraz wyraźniejszej polaryzacji. – *Z jednej strony typowa konfekcja serialowa, realizowana możliwie szybko i możliwie tanio, z drugiej natomiast produkcje zdecydowanie jakościowe, dopracowane, wręcz dopieszczane scenariuszowo i realizacyjnie, dysponujące budżetami porównywalnymi z budżetami kinowymi i sięgające coraz częściej po gwiazdy kina. Zarówno aktorskie, jak i reżyserskie* – uważa Rakowiecki.

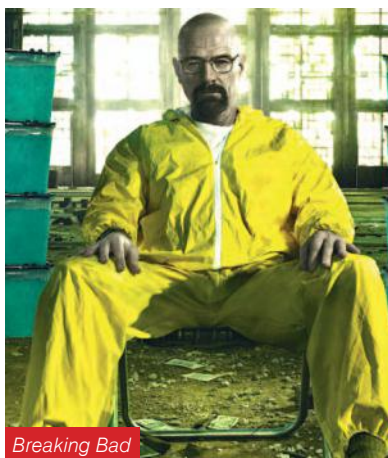
Zdaniem Izabelli Wilej, dyrektora generalnego A+E Networks Poland, jedną z najważniejszych tendencji na rynku telewizyjnym jest nowatorski sposób opowiadania historii i w serialach fabularnych, i w paradokumentalnych. – *Nie wyświetlamy dziś standardowych filmów dokumentalnych, ale zacieramy granice pomiędzy rekonstrukcją wydarzeń, wypowiedziami ekspertów, elementami reality show, a fabułą z wykorzystaniem gry aktorskiej* – mówi szefowa A+E Networks w Polsce. Przywołuje przykład seriali pokazujących w *History: Amerykańscy zbieracze*, *Ludzie gór* czy najpopularniejsza produkcja 2012 i 2013 roku w USA *Duck Dynasty*, czyli *Dynastia kaczorów*.

History jako pierwsza stacja dokumentalna rozpoczęła produkcję czysto fabularnych treści takich jak serial przygodowy *Wikingowie*. – *Nie boimy się również eksperymentować z docu-soap* – deklaruje Izabella Wilej. Teraz na produkcje serialowe chce postawić też Discovery Channel.

Universal (i jego polski oddział czyli Universal Networks Int. Poland) za to chętnie sięga do filmowej klasyki i nie żałuje, czego dowodem zarówno zaoceaniczne jak i europejskie sukcesy takiej produkcji jak *Bates Motel*, której fabuła, sceneria a nawet sposób realizacji odwołuje się do legendarnej *Psychozy* Alfreda Hitchcocka.

AXN z kolei „żywi” się krwawą legendą otaczającą Hannibala Lectera, znanego miłośnika... wyszukanych


Bates Motel

Doktor Quinn

MacGayver

Detektyw Monk

Breaking Bad

Doktor Who

dań. Druga seria tego serialu łączy moment pojawi się na polskich ekranach.

Wciąż bardzo chętnie – zauważa Jolanta Kasperek z CBS Euriopa – oglądane są ponadczasowe, dobrze już znane serie jak *Doktor Quinn*, *Beverly Hills 90210*, *MacGayver*, *Star Trek* czy *Gliniarz i prokurator*, przypomniane przez CBS Drama czy CBS Action. Trochę odrealnione, ukazujące upiększony świat mogą być ucieczką od prozy codzienności i zawsze znajdą cennego dla reklamodawców odbiorcę.

TEMATY, KTÓRE CHĘTNIE KUPI WIDZ

W światowej produkcji serialowej od blisko dekady widać kilka wyraźnych kierunków rozwoju. Kierunki te wyznacza przede wszystkim rynek amerykański. Szczególnie dobrze mają się serie kryminalne, historyczne (czasami bardziej kostiumowe niż historyczne), science fiction i fantasy, niemal we wszystkich możliwych konfiguracjach – od political fiction po produkcje kryminalno-fantastyczne, czy kryminalno-historyczne. W zasadzie jedynymi europejskimi dodatkami do światowych trendów serialowych w ostatnich sezonach są brytyjskie filmy kostiumowe i skandynawskie kryminały. Nadawcy obecni w Polsce nie mogą tych globalnych tendencji nie dostrzegać – dlatego coraz odważniej sięgają po światowe hity. Nadawcy Canal+ podkreślają, że przez prawie 20 lat obecności stacji na polskim rynku premierowo pokazali Polakom ponad 100 seriali. Wprowadzili do Polski takie kultowe

produkcyjne jak *Przyjaciele*, *Przez 24 godziny*, czy *Detektyw Monk*. – Obserwując bardzo uważnie to, co dzieło się z serialami przez te wszystkie lata możemy zaryzykować twierdzenie, że tematyka jest kwestią drugoplanową, stanowi raczej tło do pokazania oryginalnej fabuły, intrygi, skomplikowanych relacji między bohaterami – uważa Stryjecki. Najciekawsza jego zdaniem jest ewolucja, jaka dokonuje się w obszarze poszczególnych gatunków serialowych. Kryminały policyjne w wersji skandynawskiej zmusiły hollywoodzkich producentów do przededefiniowania podejścia do tematu, stąd rozwinięcia warstwy fabularnej o wątki społeczno-obydajowe, przekraczanie kolejnych tabu. Ewoluuje również sam bohater. Coraz bardziej popularne stają się postaci niejednoznaczne moralnie, skomplikowane psychologicznie, posługujące się swoim prywatnym kodeksem zasad lub zupełnie ich pozbawione (bohaterowie *Dextera*, *Breaking Bad* czy *House of Cards*).

Przykład *Doktora Who* pokazuje, że każdy dobrze zrobiony program może się okazać międzynarodowym przebojem. *Doktor Who* trafił ostatnio do Księgi rekordów Guinnessa jako największa w historii telewizji równoczesna emisja serialu TV – emitowano go do 94 krajów.

Atutem serialu, który bezpośrednio wpływa na jego potencjał, jest też rozpoznawalna w skali międzynarodowej marka. Serialowi *Sherlock* pomaga fakt, że Sherlock Holmes to globalna ikona. Ale niezależnie od tego



Jedyny tego typu w Polsce kanał tematyczny, gdzie obok klasyki sci-fi, widzowie mogą zobaczyć seriale fantasy oraz odkrywczyste reality shows. Miesięczne przyrosty liczby widzów kanału SciFi Universal sięgały 135% w roku 2013*.

*Source: TechEdge / AGB Nielsen

Paweł Kolasa
Head of Affiliate Sales
Universal Networks International
E: pawel.kolasa@nbcuni.com
T: 0048 608 091 134

Artur Grobel
Sales Manager
Universal Networks International
E: artur.grobel@nbcuni.com
T: 0048 603 977 308

scifiuniversal.pl

f SciFiUniPI

SciFi
Rozbudź wyobraźnię

trzeba dbać o jakość oferowanej produkcji. – Dwa nowe seriale, które w naszej ocenie spełniają wszystkie wspomniane warunki, to *The Musketeers* i *Atlantis* – znane na całym świecie ikony kultury w niesztabowej i przystępnej adaptacji. Spodziewamy się więc po nich bardzo dobrych wyników – zapowiada general manager BBC Worldwide Poland.

Agnieszka Niburska, deputy marketing director & Public Relations HBO Polska, zauważa, że dziś coraz częściej za oceanem, ale też w Europie mówi się, że prawdziwe, współczesne kino to seriale, że najlepsze produkcje powstają właśnie w telewizji. HBO na przy-

tyłe wyraziło, że przez jakiś czas znajdują swoich naśladowców. Trudno jednak wskazać dominujący rodzaj serialu, temat czy portretowane środowisko – uważa Jacek Rakowiecki. Zaznacza jednak, że trochę inaczej wygląda to, gdy weźmiemy pod lupę produkcję światową, a inaczej, gdy spojrzymy na rodzimy rynek. – W Polsce różnorodność serialowa jest znacznie ograniczona – dodaje.

Jego słowa potwierdzają dane telemetryczne. Wśród hitów 2013 r. TVP w czołówce były nie zachodnie kryminały czy thrillery, ale *M jak miłość*, *Anna German* i *Ranczo*. Średnia oglądalność minutowa tych



Sherlock



Gra o tron



Krew z krwi

kład szuka projektów, które prezentują inny punkt widzenia, które poruszają ważne dla widza tematy w nietypowy, oryginalny, odkrywczy sposób – tak jak to było w kultowych już serialach *Seks w wielkim mieście*, *Rzym*, *Rodzina Soprano*, czy w najnowszych produkcjach – *Dziewczyny*, *Gra o tron*, *Detektyw*. – Coraz częściej właśnie w HBO najwięksi twórcy kina realizują swoje najciekawsze projekty. Oczywiście jedno zawsze pozostaje niezmiennie – to muszą być dobrze opowiedziane historie – twierdzi Agnieszka Niburska.

Nieco inaczej patrzy na rynek serialowy nadawca publiczny. – Nie ma jednej dominującej tematyki. Oczywiście pojawiają się kolejne mody albo tytuły na

seriali często zbliżała się do 7 mln, a udziały w rynku widzowni sięgały 45% (dane NAM, grupa 4+).

Nadawcy komercyjni potwierdzają, że w myśl zasady „bliźsza ciału koszula” polskie seriale często mogą angażować widzów jeszcze bardziej niż zagraniczne. – Oczywiście cały czas mamy na myśli seriale premium, nie odbiegających skalą przedsięwzięcia od zagranicznych hitów – uważa Michał Stryjecki. Takimi serialami były autorskie produkcje Canal+ w Polsce *Krew z krwi* i *Misja Afganistan*.

Z kolei dyrektor generalna A+E Networks Poland twierdzi, że istotne są nie tyle tematyka serialu czy miejsce wyprodukowania, ale sposób konstrukcji fabuły

Najpopularniejsze seriale 2013 (top 10, wszystkie stacje)			AMR	SHR %
Tytuł	Kanał TV	Data emisji	AMR 4+	SHR %
M JAK MIŁOŚĆ /TELENOW.POL./	TVP2	07-01-2013	7305946	44,77%
ANNA GERMAN /SER.ROS.POL.CHORW.UKR./	TVP1	15-03-2013	6796639	40,04%
RANCZO /SER.KOM.POL./	TVP1	14-04-2013	6770025	37,95%
NA DOBRE I NA ZŁE /SER.OBYCZ.POL./	TVP2	13-02-2013	6077191	36,52%
OJCIEC MATEUSZ /SER.KRYM.OBYCZ.POL./	TVP1	14-11-2013	5288465	33,36%
BARWY SZCZĘŚCIA /SER.POL./	TVP2	30-12-2013	4861938	29,56%
NAD ROZLEWISKIEM /SER.OBYCZ.POL./	TVP1	27-01-2013	4333907	25,18%
KOMISARZ ALEX /SER.KRYM.POL./	TVP1	06-04-2013	3804001	23,56%
MARIA Z NAZARETU /SER.REL.NIEM.WŁO./	TVP1	06-12-2013	3644274	23,39%
NASZE MATKI NASI OJCOWIE /MINISER.NIEM./	TVP1	19-06-2013	3611433	28,52%

Wszystkie dane: Nielsen Audience Measurement, 4+



The Musketeers



Gorejący krzew



Hannibal



Detektywi

i bohatera. Jej zdaniem widzowie kanałów fabularnych są spragnieni przede wszystkim autentyczności, historii w których bohaterowie seriali są niedoskonalimi, mają swoje przywary, ale jednocześnie budzą zainteresowanie. Właśnie dlatego pierwszą produkcją fabularną nadawcy był serial *Wikingowie* – oparty na faktach, któremu bliżej do rzeczywistości współczesnej, niż historii. – Wyniki oglądalności – w USA średnio ponad 4 miliony widzów, w Polsce blisko 90 tysięcy – pokazują, że nie pomyliliśmy się – ocenia Izabella Wiley.

Warto zwrócić uwagę – dodaje Jolanta Kasperek z CBS Europa – na coraz odważniejsze ukazywanie spraw obyczajowych, wątków związanych z seksem czy mniejszościami seksualnymi (seriale homoseksualne w rodzaju *Słowo na L* czy *Queer As Fol*). Seriale stają się coraz odważniejsze, wzbudzając kontrowersje, ale też przyciągając coraz więcej widzów. Serial telewizyjny jest nie tylko wyrafinowaną rozrywką, ale także pełnoprawną wypowiedzią o świecie, poruszającą całe spektrum wątków aktywizujących widza do redefiniowania swoich poglądów.

Rzeczywiście nadawcy coraz chętniej eksperymentują – nawet ci, którzy dotąd nie byli kojarzeni z ofertą serialową. Wyprodukowana przez Ridleya Scotta filmowa opowieść w odcinkach *Klondike* to pierwszy serial fabularny w historii Discovery Channel. Ukazuje niezwykle losy poszukiwaczy złota w niebezpiecznym

Klondike. Discovery Channel sięgnął po westernowe wzorce, które najczęściej sprawdzają się, niezależnie od panujących mód.

DOBRE I POLSKIE

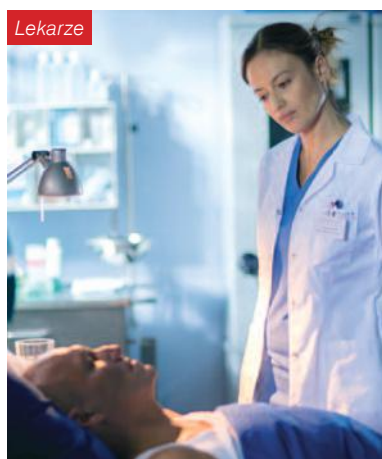
Na polskim rynku polskie produkcje są bardzo popularne i osiągają bardzo dobre wyniki oglądalności, nie tylko w największych stacjach. Na rynku globalnym sytuacja jest trudniejsza. – Sukces produkcji HBO Europe – *Gorejący krzew* w reżyserii Agnieszki Holland udowadnia jednak, że produkcje z naszej części Europy mogą odnieść sukces i znaleźć uznanie także na świecie – twierdzi Agnieszka Niburska z HBO Polska.

Takie spojrzenie potwierdzają też polskie seriale Canal+ – *Krew z krwi* i *Misja Afganistan*. Premierowe odcinki tego pierwszego zgromadziły średnio po 2 mln widzów TVP2. Wcześniej na antenach kodowanych serialu zgromadziły łącznie ponad milion widzów (Canal+ i Canal + Film). *Misja Afganistan* nie odniosła wprawdzie spektakularnego sukcesu, ale nadawca jest zadowolony z jej wyniku: w Canal+ serial oglądało średnio 164 tys. widzów.

Jacek Rakowiecki podkreśla, że istnieją przykłady, że relatywnie małe rynki TV mogą wygenerować produkt konkurencyjny, ale to raczej wyjątek, niż reguła. Przyczyn tego, że polskie seriale w zasadzie nie są konkurencyjne dla innych rynków jest przynajmniej



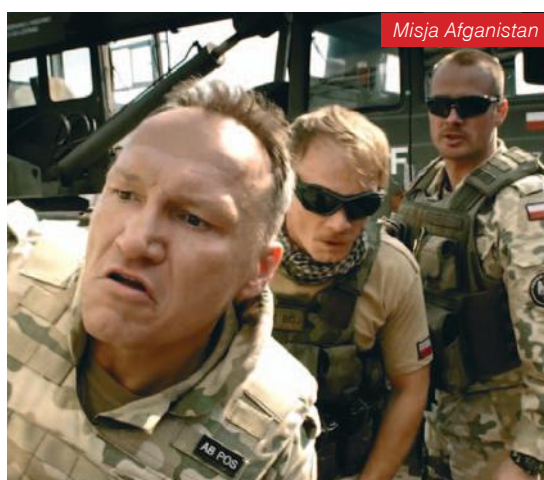
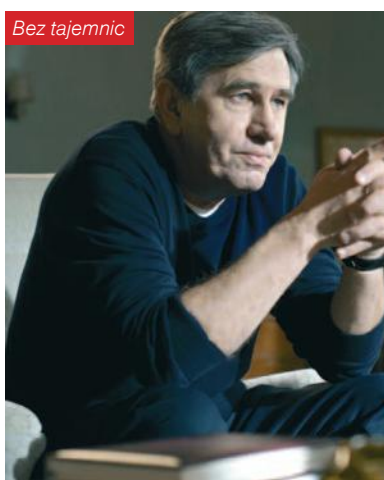
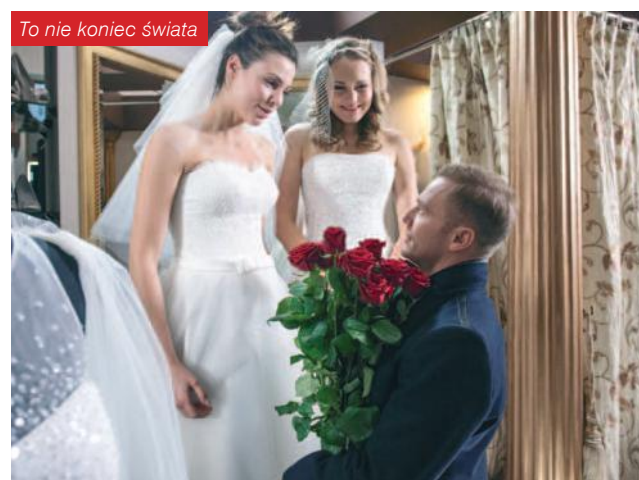
Sama słodycz



Lekarze



Ranczo


Misja Afganistan

Bez tajemnic

To nie koniec świata

kilka. Przede wszystkim brakuje w Polsce środków finansowych i czasu na porządne prace scenariuszowe. Po drugie budżety rodzimych seriali są nieporównywalne z budżetami seriali w innych krajach, nie tylko w Europie Zachodniej, co wynika z relatywnej płytkości naszego rynku reklamowego, co nie pozwala na dobry zarobek przy droższym serialu, oraz z braku pieniędzy abonamentowych dla TVP: – *Gdybyśmy dysponowali kwotami z tego tytułu choćby nawet kilkakrotnie niższymi, niż na Zachodzie, moglibyśmy decydować się na pracochłonne i ambitne produkcje; dysponujemy jednak kwotami kilkadziesiąt razy mniejszymi* – podkreśla Rakowiecki. Po trzecie, ciągle brakuje kreatywnych producentów. Oczwistym ograniczeniem jest też język, stąd też myśląc o ewentualnym eksporcie polskiej sztuki serialowej raczej należałoby myśleć kategoriami formatów, a nie gotowych produktów. Dotychczas handlowymi sukcesami na tym polu pochwalić się może głównie TVP. Nadawca publiczny już kilka lat temu sprzedał na rynek rosyjski formaty serialowe *M jak miłość* i *Głina*.

Jolanta Kasperek (CBS Europa) podkreśla: *Konkurencja ze strony zachodnich seriali może wpłynąć na szybki rozwój polskiego rynku telewizyjno-filmowego, lecz kluczem wydają się wciąż niewystarczające nakłady finansowe oraz pewna niechęć środowiska filmowego związana z pobłażliwym traktowaniem form telewizyjnych. Czy doczekamy się serialowego odpowiednika polskiej szkoły filmowej?*

Szef polskiego oddziału BBC twierdzi, że branża telewizyjna w Polsce ma naturalnie możliwości

większego włączania się w to, co dzieje się na arenie międzynarodowej. Przykładem jest serial *Szpiegdy w Warszawie*, pierwsza koprodukcję BBC z TVP. – *Dzięki niej utalentowani polscy wykonawcy i producenci zostali dostrzeżeni przez szerszy krąg odbiorców, co dla rynku polskiego jako całości jest bardzo korzystne* – ocenia Koskowski.

SERIAL POZWALA ZAROBIĆ

Zarówno dla największych nadawców, jak i ciągle rosnących stacji tematycznych, oferta serialowa jest coraz bardziej atrakcyjnym elementem ramówek. Trudno się dziwić. Dane Nielsen Audience Measurement robią wrażenie. W 2013 r. Polsat zarobił na reklamach w blokach wokół seriali 1,2 mld zł. Wynik TVN jest niemal identyczny. Obie anteny TVP łącznie też zgarnęły miliard złotych. Nawet jeśli weźmiemy pod uwagę fakt, że te sumy należy przepuścić przez filtr rabatów, jasno można stwierdzić: seriale pozwalają nadawcom nieźle zarobić. Trudno się więc dziwić, że tacy nadawcy, jak Discovery eksperymentują z produkcją własnych seriali, a A+E Networks zapowiada uruchomienie kolejnych stacji H2 i Lifetime, w których oferta serialowa będzie istotna. Trudno się też dziwić, że powstają takie naziemne projekty, jak Stopklatka TV, gdzie seriale będą miały w ramówce stałe miejsce. – *Cały czas szukamy wartościowych seriali* – deklaruje Wawrzyniec Brach, dyrektor programowy Stopklatki TV. I można te słowa uznać nie tylko za jego deklarację, ale niemal całego środowiska telewizyjnego w Polsce. Bo dziś seriale szukają niemal wszyscy.

PIOTR MACHUL

Najpopularniejsze seriale 2013 r. (top 5, tylko stacje tematyczne)			AMR	SHR %
Tytuł	Kanał TV	Date	AMR 4+	SHR %
RANCZO /SER.KOM.POL./	TVP Seriale	23-08-2013	708755	5,93%
OJCIEC MATEUSZ /SER.KRYM.OBYCZ.POL./	TVP Seriale	30-12-2013	506109	5,45%
CZTEREJ PANCERNI I PIES /SER.WOJ. POL./	Kino Polska	13-01-2013	446985	3,55%
CSI NY - KRYMINALNE ZAGADKI NOWEGO JORKU /SER. SENS. USA/	AXN	24-01-2013	413784	3,51%
CZTERDZIESTOLATEK /SER FAB/	TVP Seriale	27-01-2013	401958	2,66%

Wszystkie dane: Nielsen Audience Measurement, 4+

Najpopularniejsze seriale 2013 r. (top 5, tylko stacje tematyczne)	
Kanał TV	Wpływ w zł
Polsat	1250002625
TVN	1210064795
TVP2	631055532
TVP1	375619657
AXN	328381660

STOPKLATKA TV już nadaje

Pokazem *Niewinnych czarodziei* Andrzeja Wajdy zainaugurował 15 marca o szóstej rano swój ekranowy byt nowy kanał filmowy. Stopklatka TV to pierwszy na pierwszym multipleksie cyfrowym tylko filmowy i zawsze bezpłatny kanał, którego zasięg techniczny to 95% populacji. Dzięki współpracy z operatorami kablowymi i satelitarnymi, do końca roku liczba abonentów powinna zbliżyć się do 9 milionów.

Od kilku lat trwa przechodzenie telewizyjnej widowni z kanałów ogólnych do tematycznych. Dodatkowo najszybciej rosnącą kategorią wśród audycji telewizyjnych są filmy i seriale. Na rynku do tej pory istniała jednak znacząca luka. (...) Abonenci płatnych kanałów filmowych mają w czym wybierać, dlatego oglądanie programów z tej kategorii zajmuje Polakom korzystającym z ofert płatnej telewizji prawie połowę czasu. Natomiast odbiorcy telewizji naziemnej mogli do tej pory czuć niedosyt – powiedział na konferencji prasowej Bogusław Kisielewski, prezes zarządu Stopklatka S.A. – Stopklatka naszym zdaniem wypełni tę przestrzeń, oferując widzom wysokiej jakości kontent filmowy w ogólnodostępnym kanale.

Tydzień w Stopklatce wyglądać będzie następująco. Poniedziałki należeć będą do filmów historycznych i wojennych. Wtorek to *Wieczór kawalerski*, czyli klasyczne męskie gatunki: kryminały, thrillery i kino akcji. W środę za sprawą cotygodniowej porcji komedii rozlegnie się *Śmiech na sali*. Panie powinny zwrócić uwagę na czwartek, kiedy Stopklatka udowodni, że *Kino jest kobietą*. Również w czwartki pojawi się pasmo dokumentalne *Poza fikcją*, tworzone wraz z *Dużym Formatem*, reporterskim dodatkiem GW. Weekend to z kolei czas filmów kultowych, nagradzanych na festiwalach – hitów. Gwarancją jakości oferty stacji jest Rada Programowa, którą tworzą autorytety polskiego kina: Andrzej Wajda, Agnieszka Holland



Bogusław Kisielewski



Zdaniem prezesa Kisielewskiego w pierwszym roku funkcjonowania pozwoli to stacji osiągnąć ok. 1% udziału w oglądalności. W kolejnych latach wynik ten powinien wzrosnąć do ok. 2-2,5%.

Według słów dyrektora programowego kanału Wawrzyńca Bracha w jego ofercie znajdzie się kino europejskie i hollywoodzkie, autorskie i gatunkowe, klasyczne i współczesne. W pierwszych tygodniach na antenie Stopklatki będzie można obejrzeć zarówno amerykańskie hity, jak i europejskich laureatów festiwalu, pojawi się też zagraniczna i polska klasyka filmowa. Nie będzie na razie reprezentantów kina wschodnioeuropejskiego, bo uzyskanie praw do ich rozpowszechnienia jest czasochłonne i kosztowne.

i Juliusz Machulski. W piątkowe popołudnia na antenie w specjalnym cyklu prezentowane będą filmy, które rekomendują widzom członkowie Rady. Stopklatka planuje także inne pasma tematyczne.

Poza dbałością o atrakcyjny repertuar, firma zapowiada rozwój usług dodanych w drugiej połowie roku: HbbTV i second screen.

Start Stopklatki wsparty jest szeroką kampanią reklamową, której twarzami zostali Magdalena Cielecka, Jerzy Stuhr i Paweł Małaszyński. Poza kampanią spotową w kinach i telewizji, cała trójka pojawi się także na nośnikach reklamy zewnętrznej, w reklamach prasowych i spotach radiowych. (af)



Piotr Głowacki



Brawa dla laureatów

NAGRODA CYBULSKIEGO dla Piotra Głowackiego

Podczas uroczystej gali, która odbyła się 26 marca br. w kinie Iluzjon – Muzeum Sztuki Filmowej w Warszawie Nagrodę Jury (Grażyna Barszczewska, Agata Buzek, Andrzej Kołodyński, Feliks Falk, ks. Andrzej Luter) tegorocznej edycji Nagrody im. Zbyszka Cybulskiego odebrał Piotr Głowacki za rolę w filmie *Dziewczyna z szafy* w reż. Bodo Koxa. Nagrodę Kapituły za wybitną indywidualność artystyczną i dotychczasowy dorobek aktorski otrzymała z rąk Andrzeja Wajdy, Agnieszka Grochowska.

Wręczono również Nagrodę im. Bolesława Michalka za najlepszą książkę filmową 2013 roku. Jej laureatem został Piotr Zwierzchowski za książkę *Kino nowej pamięci. Obraz II wojny światowej w kinie polskim lat 60.*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz.

Aktorom nominowanym w tym roku do Nagrody (oprócz Piotra Głowackiego: Magdalenie Berus za rolę w filmie *Bejbi blues*, Julii Kijowskiej za *Miłość*, Marcie Nieradkiewicz za *Płynące wieżowce*, Dawidowi Ogrodnikowi za *Chce się żyć*) wręczyła dyplomy Maja Komorowska, reprezentująca Kapitułę Nagrody.

Ceniona w środowisku aktorskim i filmowym, Nagroda im. Zbyszka Cybulskiego, wymyślona przez dziennikarkę ówczesnego tygodnika *Ekran*, Wiesławę Czapieńską, jest wręczana od 1969. W 2005, po 10-letniej przerwie, została wznowiona przez Fundację KINO (wydawcę miesięcznika KINO).

Jej pierwszym laureatem był przed laty Daniel Olbrychski, do którego dołączyły w następnych latach tak wybitne postaci polskiego filmu i teatru, jak m.in.: Krystyna Janda, Jadwiga Jankowska-Cieślak, Maja

Komorowska, Krzysztof Majchrzak, Marian Opania, Dorota Segda, Olgierd Łukaszewicz, Marek Kondrat, Zbigniew Zamachowski, Marcin Dorociński, Maja Ostaszewska, Sonia Bohosiewicz, Eryk Lubos, Agata Buzek czy Maciej Stuhr.

TELE PRO jest jednym z patronów medialnych Nagrody im. Zbyszka Cybulskiego. (JAK)



Nominowani

SATELITY SES dominują

Firma SES ogłosiła, że światowy zasięg satelitów firmy zwiększył się w 2013 roku do 291 milionów gospodarstw domowych, w tym do 151 milionów w Europie.

Oznacza to, zarówno na świecie, jak i w Europie, wzrost na poziomie 5% w porównaniu z ubiegłym rokiem, do czego przyczynił się dynamiczny rozwój w Afryce i na Bliskim Wschodzie, jak również w Indiach (wzrost o 18%) oraz w regionie Azji i Pacyfiku (wzrost o 7%). Zasięg SES w Ameryce Łacińskiej wzrósł o 5%, a Ameryce Północnej o 3%. Dane te pochodzą z dorocznego badania rynkowego przeprowadzonego przez SES, w tym analizy dokonanej w ramach Monitora Satelitarnego w Europie.

Bezpośredni zasięg satelitów SES wzrósł w 2013 roku z 99 milionów do 106 milionów gospodarstw domowych z telewizją satelitarną. Uwzględniając domostwa korzystające z usług telewizji kablowych, do których sygnał dostarcza SES, zasięg firmy wzrósł z 152 do 153 milionów. Liczba gospodarstw domowych korzystających z usług IPTV, dostarczanych za pośrednictwem SES, wzrosła o 27% osiągając wynik 31 milionów gospodarstw. Największy wzrost bezpośredniego zasięgu odnotowano w regionie Azji i Pacyfiku (21%) oraz Afryce, na Bliskim Wschodzie i w Indiach (18%). Te liczby potwierdzają stale rosnące zasięgi satelitarne, jak również wiodącą rolę przekazu satelitarnego, jako metody transmisji, zwłaszcza treści cyfrowych i HD.

Wyniki Monitora Satelitarnego po raz kolejny podkreślają ważną rolę SES w Europie, gdzie satelity

firmy dostarczają sygnał do niemal wszystkich gospodarstw domowych korzystających z telewizji kablowej lub usług IPTV (95%) oraz do zdecydowanej większości gospodarstw domowych korzystających bezpośrednio z usług satelitarnych (81%). Największym krajowym rynkiem DTH dla SES w Europie pozostają Niemcy, gdzie aż 18 mln gospodarstw domowych odbiera sygnał telewizyjny w przekazie DTH.

Za pośrednictwem satelitów SES transmitowanych jest ponad 6200 kanałów telewizyjnych, w tym 1800 w jakości HD.

Wyniki tegorocznego Monitora Satelitarnego i badania rynku potwierdzają mocną pozycję SES wśród dostawców infrastruktury nadawczej dla telewizji – powiedział Ferdinand Kayser, Chief Commercial Officer (CCO) w SES. Nasz silny wzrost jest bezpośrednim wynikiem znaczących inwestycji w nowe satelity, zwłaszcza na bardzo ważnych i dynamicznych rynkach wschodzących. Mamy też dodatkową możliwość wykorzystania silnej infrastruktury i usług oferowanych na rynkach rozwiniętych i dalszego rozwoju w Europie i Ameryce Północnej. Jako lider w dziedzinie transmisji wideo, DTH, transmisji cyfrowej i HD, SES odgrywa kluczową rolę w dostarczaniu infrastruktury łączności na całym świecie i jest odpowiednio przygotowana do dalszej cyfryzacji i rozwijania pozycji orbitalnych zarówno na dojrzałych, jak i na wymagających wschodzących rynkach. (kago)





TELEWIZJA 8K czyni postępy

Zawzięcie dyskutujemy czy rozpowszechni się telewizja 4K (UHD), a czekają nas jeszcze gorętsze dyskusje dotyczące jej ewentualnej a bardzo możliwej następczyni, telewizji 8K.

Jeśli 4K „nie podoba się” dlatego, że zajmuje zbyt szerokie pasmo, a użytkownik, o ile nie siedzi tuż przy samym ekranie, nie jest w stanie odróżnić rozdzielczości 4K od HD, to co można powiedzieć o 4-krotnie dokładniejszym obrazie 8K?

CO SŁYCHAĆ?

Zacznę od... dźwięku. Obrazowi „Super High Vision” (pierwotna japońska nazwa 8K), tworzonemu przez 32 miliony pikseli, musi towarzyszyć dźwięk o porównywalnej rozdzielczości – jest to dźwięk formatu 22.2. Dźwięk ma być rzeczywiście przestrzenny (3D), ale jednocześnie system ma być kompatybilny z systemami dotychczasowymi (np. 5.1).

W tym formacie, zaprojektowanym przez Kimio Hamasaki (NHK) występują trzy warstwy (zawierające łącznie 22 kanały) oraz 2 subwoofery LFE, zazwyczaj umieszczane na dole ekranu skrajnie po jego lewej i prawej stronie. Oznaczenie poszczególnych kanałów podałem w tabelce 1.

Klucz jest tu prosty: F to Front (przednie), B to Back (tyłne), Si to Side (bok), Tp to Top (góra), LFE to kanały efektowe (niskoczęstotliwościowe) a L, R i C to odpowiednio pozycja lewa, prawa, w środku. Zresztą widać to dokładnie na rysunku 1.

Podstawowe znaczenie mają tu głośniki warstwy środkowej (10 kanałów), które odpowiadają wielokanałowym systemom 5.1, 6.1 czy 7.1. Materiały zapisane z dźwiękiem w tych formatach będą właśnie słyszalne z głośników tej warstwy. Głośniki boczne w tej warstwie (przedni, boczny i tylny – umieszczone na obu ścianach prawej i lewej) odpowiadają za ruchy

pozornego źródła dźwięku wzdłuż poziomej osi przód-tył oraz tworzą odpowiednią przestrzeń dźwiękową – są to na przykład odbicia od ścian bocznych sal koncertowych zwiększające wrażenie „zanurzenia się” w dźwięku.

Głośniki warstwy górnej umożliwiają lokalizację pozornych źródeł dźwięku promieniujących znad głów słuchaczy oraz, w połączeniu z warstwą dolną, do przesuwania takich źródeł wzdłuż osi pionowej góra-dół. Jest to nowość, nie występująca do tej pory w systemach głośnikowych umożliwiających orientację wyłączenie wzdłuż osi poziomych.

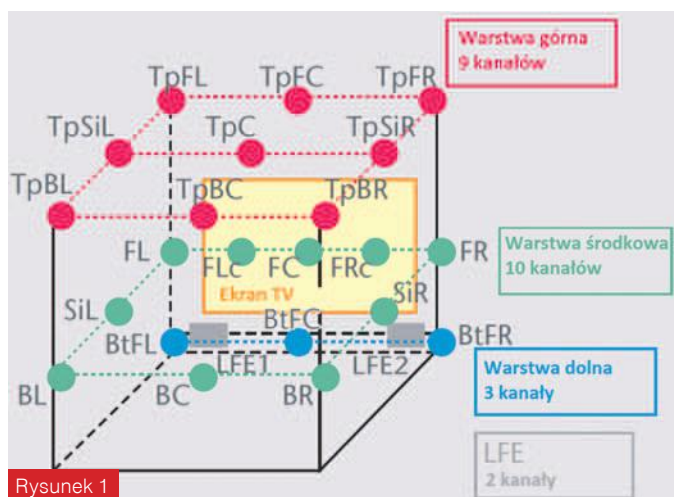
Super dokładna jest tu lokalizacja dźwięku „dochodzącego z ekranu” – dzięki aż 11 głośnikom – trzy kanały u góry ekranu (TpFL, TpFC, TpFR), trzy kanały na dole ekranu (BtFL, BtFC, BtFR), oraz pięć kanałów warstwy środkowej (FL, FLc, FC, FRc, FR).

Format taki, realizowany głównie w dużych pomieszczeniach (trudno sobie wyobrazić 24 głośniki w trzech warstwach w nawet sporym domu) ma oczywiście być ustandaryzowany, podobnie jak dotychczasowe formaty dźwięku stereo i dźwięku dookólnego. Podobnie więc do schematów rozstawień głośników mono i bardzo dokładnych planów posadowienia głośników poszczególnych kanałów w formacie 5.1 podaje się tu też dokładne schematy konfiguracji głośników w formacie 22.2. Głośniki rozstawiamy według poniższego rysunku 2.

Naturalnie należy zapytać o realizację nagrań dźwięku w takim formacie. Techniki stereo są opisane dokładnie, technika 5.1 już w nieco mniejszym stopniu, a technika 22.2?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
FL	FR	FC	LFE 1	BL	BR	FLc	FRc	BC	LFE 2	SiL	SiR
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
TpFL	TpFR	TpFC	TpC	TpBL	TpBR	TpSiL	TpSiR	TpBC	BtFC	BtFL	BtFR

Tabela 1



Rysunek 1

CO WIDAĆ?

A obraz? Przypominam tu (omawiane w poprzednich artykułach) porównanie ekranów poczynając od telewizji standardowej (to małe „SD” w dolnym lewym rogu), poprzez to, z czego jesteśmy teraz dumni i zadowoleni (również małe „HD” nieco powyżej), aż do godnego uwagi ekranu UHD („4K”) i imponującego swymi rozmiarami i rozdzielczością 8K.

Przyszłościowa telewizja 8K, mimo szeregu pytań odnoszących się do jej 4-krotnie „uboższej” UH (4K), jest dość silnie promowana, głównie przez Japończyków. To oni (dokładniej dział badawczo-rozwojowy japońskiego nadawcy publicznego NHK) prezentowali elementy tego standardu poczynając od roku 2003 (!). I już wówczas było wiadomo, że ten format, o rozdzielczości 16 razy większej od rozdzielczości HD, prezentujący obrazy składające się z 33,2 megapikseli, o strumieniu około 24 Gb/s (60 pól, bez kompresji) – nie będzie technicznie łatwy do realizacji, ale możliwy. Będzie za to odpowiadał rozdzielczości filmów 15/70 mm prezentowanych w kinach IMAX.

Chodzi nie tylko o rozdzielczość szczegółów, chodzi też o barwy. Zachwyt widzów oglądających obrazy UHD (4K) wzbudza i rozdzielczość i znacznie lepsze kolory. Przestrzeń kolorów 8K będzie jeszcze lepsza. W stosunku do odnośnika – przestrzeni kolorów CIE1931, telewizja HD (Zalecenie 709) pokrywa tylko ok. 36% możliwych kolorów, Adobe RGB to ok. 52% tej przestrzeni, cyfrowy projektor kinowy ponad 53%, a telewizja 8K (Zalecenie 2020) aż 75,8%.

Prototypowy zestaw z 2003 roku składał się z kamery z czterema przetwornikami obrazowymi CCD (2,5”, rozdzielczość 3840x2048). Dwa z nich wytwarzały składową zieloną obrazu, pozostałe dwa – czerwoną i niebieską. Dzięki metodzie przesunięć pikseli zapewniało to wynikowy obraz o rozdzielczości 7680 pikseli x 4320 linii. Zapis odbywał się w matrycy 16 rejestratorów HD o łącznej pojemności 3,5 TB, co wystarczało do zapisu 18 minut programu 8K.

CAMBO



CAMBO

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

Oferujemy szeroki zakres specjalistycznego sprzętu do kamer wideo.

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

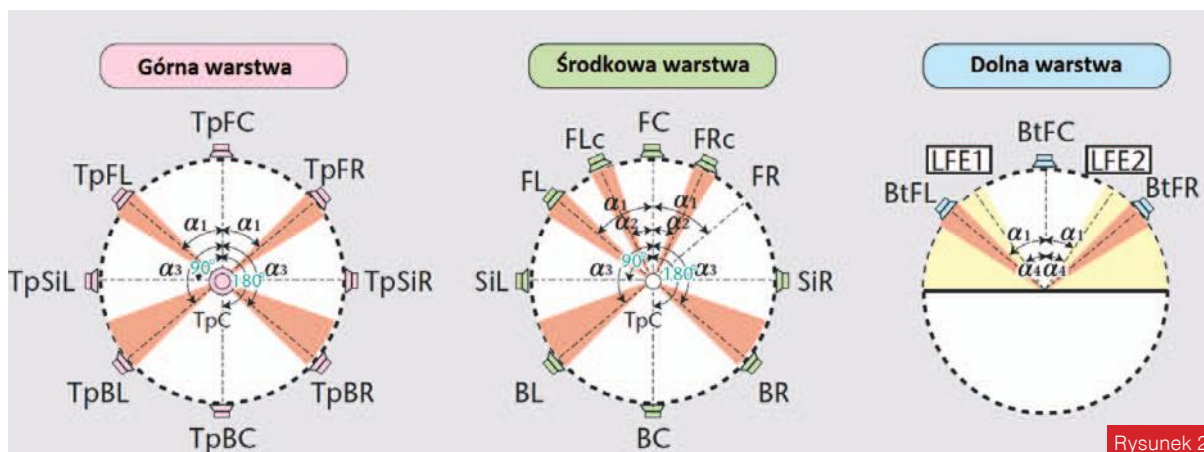
Najwyższej jakości sprzęt oferowany przez producenta z ponad 65-letnim doświadczeniem i praktyką.

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



REKLAMA

www.cambo.pl


Rysunek 2

Równolegle testowano przesyłanie takich ogromnych ilości danych, poprzez światłowody, poprzez sieć internetową (wówczas stało się to możliwe po zastosowaniu kompresji, strumień danych obrazowych zmalał z 24 Gb/s do maksymalnie 0,6 Gb/s – 40-krotnie, strumień danych fonicznych z 28 Mb/s do ok. 10 Mb/s). W 2007 roku udało się skompresować strumień danych materiału 8K do wartości 250 Mb/s.

Rozwój tej techniki wciąż przyspiesza. W 2012 roku powstał przetwornik 8K pracujący przy częstotliwości 120 ramek/s. Rozpoczęto próbne transmisje naziemne, pojawiła się kamera przenośna, jedno-czipowe przetworniki w konfiguracji Bayera (jeden kolor na jeden piksel) i up-konwerterami zapewniającymi wszystkie trzy kolory. Kodowanie obrazu zwiększyło się z 10 bitów na bitów 12.

Jednocześnie pracowano nad monitorami, które z definicji, przy takiej wysokiej rozdzielczości, musiały być bardzo duże. To z kolei groziło tym, że przy filmowaniu z prędkością 60 ramek/s na takich dużych ekranach szybko poruszające się obiekty nie będą wystarczająco ostre – zdecydowano się więc na kamery pracujące również przy 120 ramkach/s. To zaś oznacza, że przetwornik obrazowy musiał nadążyć z obróbką około 4 miliardów pikseli w czasie 1 sekundy, co z kolei było równoważne strumieniowi danych ponad 50 Gb/s, co z kolei wymagało bardzo szybkich przetworników A/C. I taki ultra-szybki i ultra-dokładny przetwornik obrazowy CMOS ma raptem 1,5" (38 mm).

Oba formaty UHD: 4K i 8K zostały w sierpniu 2012 roku ustandaryzowane przez ITU – jest to Zalecenie BT.2020 ITU-R.

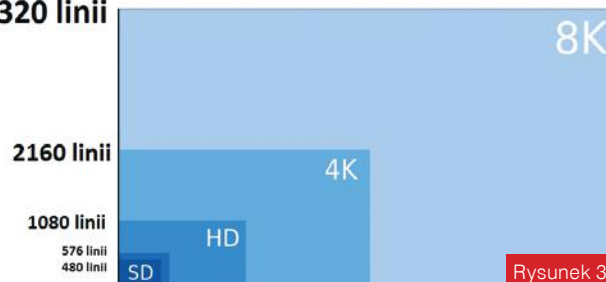
CO DALEJ?

Udało się już w pełni przesyłać sygnał 8K „upakowany” w jednym typowym, dawniej analogowym kanale telewizyjnym (o szerokości 6 MHz). Udało się przesyłać nieskompresowany sygnał 8K poprzez eterne łącze 100 Gb/s. Olimpiada zimowa w Soczi też była filmowana w tym formacie. Planowana na rok 2020 Olimpiada Letnia w Tokio ma przyjąć postać regularnych transmisji telewizyjnego obrazu 8K. Firmy takie jak Sharp, LG czy Samsung dbają o telewizory

8K (prezentowane na ostatnim CES), producenci tacy jak Hitachi czy Grass Valley dbają o kamery oraz zestawy montażowe.

Niektórzy (Korea Płd) planują w drobnych szczegółach przechodzenie do transmisji 4K, też dyskusyjnej, ale mniej trudnej technicznie i finansowo. Inni (Japonia) sądzą wręcz przeciwnie, że koszty się obniżą, gdy od razu przejdzie się do 8K i uniknie etapu pośredniego – przejścia z HD na 4K przed ostatecznym z 4K na 8K. Transmisje satelitarne sygnałów 8K

4320 linii


Rysunek 3

Japończycy planują już na rok 2016. W Europie kanały 4K UHD (50 ramek/s, strumień 40 Mb/s) pojawiły się na początku 2013 roku.

Oczywiście więcej się dzieje w telewizji 4K, którą, w obliczu nadchodzącej „kłopotliwej” 8K traktuje się może niezbyt poważnie, w końcu prawdziwe schody zaczną się potem. Tutaj rozwój widać w każdym miejscu toru – od kamer, poprzez aparaturę studyjną, po płyty Blu-ray, czy konsole PlayStation. Pojawiają się nowe kodeki HEVC (High Efficiency Video Coding) zmniejszające strumień danych 4K do wartości 20 Mb/s. Nawet YouTube dodał na swojej stronie opcję „2160p 4K”.

NHK i Mitsubishi Electric odpowiadają na to koderem HEVC dla standardu 8K, pracującym w czasie rzeczywistym dzięki 17 wejściom 3G-SDI i 17 płytom pracującym równolegle, zapewnia to strumień mniejszy niż 340 Mb/s (przy 8K). W ubiegłym roku dzięki temu koderowi udało się uzyskać stopień kompresji 350:1 (85 Mb/s).

8K atakuje...

GRZEGORZ MORKOWSKI



ZAKŁĘTE REWIRY

HbbTV (1)

Uwielbiam miny znajomych, gdy mówię, że w firmie zajmujemy się także HbbTV. Następuje konsternacja na twarzy, zdziwienie w oczach i ulga, gdy po chwili dodaję: „nie martw się, nikt o tym nie słyszał”. Niestety.

Faktem jest, że ten skrót określający bardzo obiecujący kierunek rozwoju telewizji, znany jest tylko ludziom z branż związanych z TV. Dziwne, bo Polska była jednym z pierwszych krajów, które komercyjnie wprowadziły standard HbbTV.

Większość z nas ogląda telewizję. Średnio 4 godziny dziennie. Ona jest i pozostanie zawsze centrum domowej rozrywki, wokół której krążyć będą, jak satelity, urządzenia mobilne. Jednakże nawet najzwyczajniejszy Kowalski wie, że era tradycyjnej telewizji to przeszłość. Orientuje się także, jaka jest jej przyszłość, bo mówią o tym w... telewizji. Smart TV, UltraHD, second screen, social TV, VoD – te terminy funkcjonują w świadomości widzów, czyli konsumentów. Skąd więc taka nieśmiałość wobec HbbTV? Tym bardziej, że standard kryje w sobie wszystko, czego oczekuje współczesny widz: spersonalizowanej oferty, interakcji z nadawcą oraz z innymi widzami, wpływu na oglądane treści, możliwość ich rozszerzania, porządnej dawki rozrywki i wiedzy.

Dowodem potencjału powinny być przede wszystkim liczby prezentowane przez konsorcja branżowe (HbbTV Consortium i HD Forum), które zrzeszają m.in. nadawców, producentów sprzętu RTV i urządzeń elektronicznych, firmy technologiczne, deweloperów. Wśród europejskich krajów, które wprowadziły HbbTV, do czołówki należą Francja, Niemcy i Hiszpania. W Niemczech aż 90% telewizorów posiada standard HbbTV. Cały czas rośnie ilość aplikacji, obecnie

jest ich w użyciu już ponad 70. Pozytywnie nastawieni są również operatorzy sieci i platform satelitarnych, dzięki czemu aplikacje są szeroko dostępne dla większości widzów. Aplikacje kanału ProSieben użytkowane są co miesiąc przez ponad 5 milionów abonentów, przy czym ważna jest też dynamika wzrostu – o 380% więcej użytkowników w ciągu roku (wg SevenOne media, listopad 2012 - listopad 2013). Wszystkim działaniom towarzyszą oczywiście kampanie reklamowo-marketingowe.

Na polskim rynku usług telewizyjnych HbbTV wdrażany jest od dwóch lat przez dwóch nadawców: TVP S.A. i ESKA.TV. Pierwszy z nich nadaje przede wszystkim bogate treści informacyjno-sportowo-rozrywkowe docierające, zgodnie z najświeższymi deklaracjami, do 320 tys. odbiorców (wzrost o 100 tys. w porównaniu do danych z grudnia 2013 r). Plany TVP na ten rok są imponujące i przewidują także wprowadzenie nowych usług, takich jak aplikacje EPG z sugestią i wideo oraz aplikacje VOD. Nadawca postawił w szczególności na duże wydarzenia sportowe, jak Olimpiada Zimowa w Soczi (aplikacja Sochi.ru 2014, 8 kanałów transmisji na życzenie) oraz Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej 2014. ESKA.TV skutecznie postawiła na młodych, interaktywnych i mobilnych abonentów szukających szerokiego dostępu do rozrywki i w tym kierunku będzie podążać.

MAGDA JABŁOŃSKA,
Public & Media Relations, EVIO Polska



ROUTER DO ŁĄCZY ŚWIATŁOWODOWYCH

FRITZ!Box 7490 niemieckiej firmy AVM z wbudowanymi modemami ADSL2+ i VDSL2 z technologią vectoringu umożliwia korzystanie z podwójnej i symultanicznej sieci bezprzewodowej AC (z prędkością do 1300 Mbit/s w paśmie 5 GHz) i N (z prędkością do 450 Mbit/s w paśmie 2.4 GHz).

Router obsługuje połączenia telefoniczne w standardzie HD i wszystkie rodzaje połączeń z telefonami analogowymi (DECT – z funkcją faksu i automatycznej sekretarki, IP, ISDN). Może być stacją bazową DECT dla 6 telefonów bezprzewodowych. System operacyjny FRITZ!OS pozwala na użycie routera do zarządzania aplikacjami Smart Home, jak np. serwer mediów (przechowywanie plików muzycznych, zdjęć i filmów), funkcja NAS (łatwy dostęp do wszystkich plików w sieci) czy kontrola i sterowanie wszystkimi inteligentnymi gniaздkami FRITZ!DECT. A także funkcjami pomocniczymi: kontrola rodzicielska, synchronizacja kontaktów, „Wake on LAN” – zdalne włączanie komputerów przez internet i wykonywanie rozmów telefonicznych przez smartfony za pośrednictwem Wi-Fi. Oprogramowanie FRITZ!OS zapewnia kompleksową ochronę całej sieci, w tym spe-



cialnie szyfrowaną sieć bezprzewodową WLAN i DECT.

Najnowszej generacji procesor i port WAN Gigabit Ethernet dla połączeń z zewnętrznym modemem kablowym sprawiają, że FRITZ!Box 7490, wyposażony w szczególności polskie menu oraz 4 gigabitowe porty LAN i 2 porty USB 2.0 i 3.0, jest optymalnie przystosowany do łącz światłowodowych.

DODATKOWY DŹWIĘK

Systemy SoundPlate LAB540W i LAP440 firmy LG, czyli listwy głośnikowe Sound Bar, są idealnym dopełnieniem nowoczesnych telewizorów z wąską ramką o przekątnej ekranu do 55". Oba modele dysponują mocą 320 W i odtwarzają dźwięk 4.1-kanalowy, przy czym listwa głośnikowa NB5540 jest wyposażona w przetwornik analogowo/cyfrowy Hi-Fi, zapewniający najwyższą jakość dźwięku. Wyposażone są w zewnętrzny, bezprzewodowy głośnik niskotonowy.



DYSK DO NAGRYWANIA TV

Dyski My Passport AV-TV firmy WD o pojemności 500 GB i 1 TB, dedykowane telewizorom SMART z funkcją nagrywania, mają funkcję szybkiej korekcji błędów i obsługę ciągłego strumieniowania, dzięki czemu wiernie rejestrują obraz i płynnie odtwarzają nagrany materiał. Obsługa standardu USB 3.0 znacznie usprawnia rejestrowanie wielu strumieni w jakości HD – jeśli telewizor ma dwa tunery, to można albo jednocześnie nagrywać programy z dwóch różnych kanałów albo oglądać zarejestrowany wcześniej program i w tym samym czasie nagrywać inny.

My Passport AV-TV można zamontować na tylnej obudowie telewizora za pomocą dołączonego do zestawu mocowania, ustawić pionowo na dołączonym stojaku lub ułożyć poziomo.



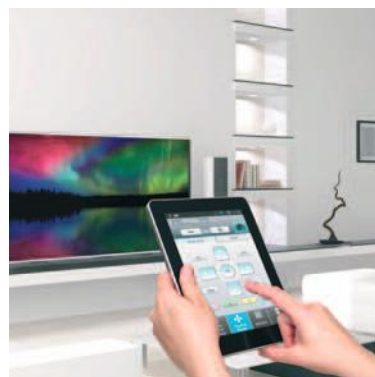
ULTRA HD NA EKRANIE FULL HD

Telewizory Sharp AQUOS Quattron Pro 3D serii UQ10 (60, 70 i 80") wyświetlają 16 mln subpikseli – o 10 mln więcej niż standardowe telewizory Full HD. Jeśli materiał ma niższą rozdzielczość, inteligentny upscaller panelu podniesie ją – niezależnie od źródła sygnału – do bliskiej 4K.

Quattron Pro to druga generacja opracowanej przez Sharp'a technologii, która do standardowej grupy subpikseli RGB (czerwony, zielony, niebieski) dodała żółty (Y). Efekt: ponad miliard odcieni kolorów i zdecydowanie lepsza jakość obrazu, zwłaszcza odtwarzania odcieni złota, żółtego, zielonego, niebieskiego i koloru skóry. W nowych panelach zastosowano inteligentną technologię sterowania subpikselaми, która 4 subpiksele kolorów podstawowych (RGBY) dzieli na górny i dolny, a więc jeden piksel obrazu składa się z 8 sterowanych niezależnie subpikseli.

AQUOS Quattron Pro są jedynymi na rynku europejskim telewizorami Full HD LED TV z certyfikatem THX. A o wysoką jakość dźwięku dba technologia Yamaha HXT (Harmonics Enhancer Extended – poszerzony wzmacniacz harmonicznym), poprawiająca brzmienie tonów wysokich (są bardziej szczegółowe) i niskich (są głębsze i wyraźniejsze).

Aplikacja Aquos Remote Lite pozwala na sterowanie telewizorem za pomocą gestów wykonywanych tabletem lub smartfonem, technologia Miracast – wyświetlać multimedia i gry ze smartfona lub tabletu na ekranie telewizora, a Bluetooth – przesyłać do telewizora muzykę oraz podłączyć myszkę i klawiaturę do obsługi portalu Aquos Net+. Nowa technologia Octoshape pozwala oglądać kanały HD nadawane strumieniowo przez internet, nawet przy transmisji nieprzekraczającej 5 Mb/s.



Z APARATU NA DROPBOX'A

Matryca BSI CMOS 16 MP i udoskonalony, czterordzeniowy procesor 1,6 GHz Quad-Core współpracujący z pamięcią RAM (2 GB) gwarantują szybkie działanie, pracującego pod systemem operacyjnym Android 4.3 (Jelly Bean), aparatu

GALAXY Camera 2 i natych-

miastowy dostęp do jego intuicyjnych funkcji. Pamięć wewnętrzna (8 GB, w tym użytkownika ok. 2,8 GB, można rozszerzyć kartą microSD do 64 GB) wspiera zainstalowaną fabrycznie aplikacja Dropbox: 50 GB przestrzeni na wirtualnych dyskach przez 2 lata.

Funkcja Tag & Go łączy aparat ze smartfonem lub innym urządzeniem obsługującym NFC, Mobile Link – dowolnie wybierać zdjęcia przed ich udostępnieniem, a Photo Beam – automatycznie przysyłać fotografie wyświetlane na 4,8" wyświetlaczu HD Super Clear Touch LCD do wcześniej zsynchronizowanego smartfona. Do przesyłania zdjęć można też wykorzystać Wi-Fi. Funkcja Remote Viewfinder (Zdalny wizjer) umożliwia sterowanie aparatem za pomocą smartfona.

Fotografowanie ułatwiają 21-krotny zoom optyczny i Smart Mode – 28 trybów tematycznych. Modyfikacjom można poddawać także filmy nagrywane m.in. w Full HD, a także wybrać prędkość rejestracji materiału oraz przyspieszyć lub spowolnić jego odtwarzanie (Multi Motion Video). GALAXY Camera 2 umożliwia korzystanie z aplikacji do błyskawicznej personalizacji, edycji i wysyłki zdjęć (m.in. Paper Artist i Xtreme). Dodatkowe funkcje to m.in. Group Play (udostępnianie muzyki, obrazów i dokumentów oraz gry grupowe), mobilne usługi Google (m.in. wyszukiwarka, Google Maps, Gmail) i YouTube.

Aparat ma otwieraną, ksenonową lampę błyskową oraz czujniki akcelerometryczny, geomagnetyczny, żyroskopowy i żyroskop systemu stabilizacji OIS.

SUCHY MINILAB ATRAMENTOWY

SureLab D700 firmy Epson to kompaktowy 6-kolorowy suchy minilab atramentowy drukujący – także z urządzeń przenośnych – z rozdzielczością 1440x720 dpi na nośnikach z roli o szerokości 10,2-21 cm, z prędkością 360 arkuszy 10x15 cm/godz. w trybie standardowym i 180 ark./godz. w trybie najwyższej jakości. Atrament Epson UltraChrome D6-S, w połączeniu z technologią druku MicroPiezo (o zmiennej wielkości kropli atramentu), daje ostre obrazy o żywych i dobrze nasyconych kolorach.

ULTRACIENKA RAMKA

Monitor iiyama XU-B2790HS wyposażony w podświetlaną diodami LED matrycę IPS i technologię Advanced Contrast Ratio, która automatycznie dostosowuje jasność i kontrast do wyświetlanego w danym momencie obrazu.

Ma wejścia HDMI, DVI i VGA oraz wyjścia słuchawkowe, VGA, DVI-D i HDMI. Stopka HAS pozwala na ustawienie wysokości położenia monitora, a funkcja PIVOT na jego obrócenie o 90°. Dzięki ultracienkiej ramce monitor nadaje się do zastosowań wymagających łączenia kilku ekranów.

**4 OKNA NA EKRANIE**

W tabletach firmy Samsung GALAXY NotePRO (12,2", wymiary 295,6 x 204 x 7,95 mm, 750 g z Wi-Fi lub 753 g z 3G/LTE) z rysikiem S Pen i GALAXY TabPRO (10,1 i 8,4") bez rysika po raz pierwszy na świecie zastosowano wyświetlacz WQXGA w formacie 16:10, zapewniający krystalicznie wyraźny obraz o rozdzielczości 2560x1600, złożony z ponad 4 mln px. W zależności od modelu działają w sieciach 3G, HSPA, Wi-Fi i LTE.

Funkcja Multi Window umożliwia podział ekranu na 4 różne okna (a nawet 5), a wirtualna klawiatura ułatwia pisanie i korzystanie z funkcji dotykowych. Rysik ułatwia korzystanie z tabletu i daje dostęp do funkcji Action Memo, Scrapbook, Screen Write i S Finder. Pen Window umożliwia narysowanie na ekranie okna o dowolnym wymiarze i uruchomienie w nim wielu różnych aplikacji, np. YouTube czy Kalkulatora, a Remote PC – łatwy, bezpośredni dostęp do domowego lub biurowego komputera, dzięki czemu pliki można edytować i zapisywać na odległość.

Tablety mają preinstalowaną platformę Cisco WebEx Meetings do obsługi videokonferencji. Po raz pierwszy użytkownicy tabletów z systemem Android mogą udostępniać dowolne treści ze swoich ekranów oraz uruchamiać spotkania WebEx korzystając z listy kontaktów. Funkcja Samsung e-Meeting zapewnia współpracę z możliwością udostępniania treści nawet bez dostępu do centralnego serwera czy sieci.

Wydajność urządzeń zwiększają opcjonalne akcesoria Book Covers, USB LAN HUB, Universal BT Keyboard i S Action Mouse. Pamięć wewnętrzną, 32/64 GB (3 GB RAM) można kartą microSD zwiększyć do 64 GB.

JERZY BOJANOWICZ

VI APLIKACJE TV

DLA WSZYSTKICH, dla wybranych?

Statystyka robi wrażenia, bo nie sposób zlekceważyć sprzedaż ponad 2,6 mln telewizorów wyposażonych w funkcje smart (czyli z dostępem do sieci) na polskim rynku w ostatnich czterech latach.

Jak wynika z danych GfK Polonia zaprezentowanych na wstępie VI konferencji Aplikacje TV, która odbyła się w połowie marca w Warszawie, nie tylko owa wielkość sprzedaży plasuje nas w europejskiej czołówce (niekwestionowanym liderem są Niemcy), ale także informacja, że znakomita większość smart telewizorów jest już podłączanych do sieci i wykorzystywanych zgodnie z przeznaczeniem. Z danych Samsunga, który sprzedaje w Polsce najwięcej tego typu odbiorników, wynika, że jesienią ubiegłego roku już 77% kupionych telewizorów smart tej firmy było podłączane do sieci. Ostatnie kilka miesięcy nieco wyhamowało ów trend, a to za sprawą końca analogowej telewizji naziemnej i wzrostu zainteresowania małymi i tańszymi modelami telewizorów, ale to chwilowy spadek a nie stała tendencja.

Globalnie, według szacunków firmy Research and Markets, w ubiegłym roku telewizorów z dostępem do sieci było już 307 mln (to 12,4% gospodarstw domowych), ale do 2018 roku ta liczba wzrośnie do 759 mln (wtedy urządzenie będzie stało w co czwartym domu).

Polacy pokochali telewizory z funkcją otwartego internetu (Samsung odnotował w lutym 2014 roku blisko 9 mln kliknięć, w całym 2013 Polacy kliknęli aż 80 milionów razy) i nader często korzystają z możliwości jakie dają im kolejne aplikacje. Przez nie u Samsunga (ma 120 aplikacji polskojęzycznych) można już zamawiać np. jedzenie na wynos i farmaceutyki. Płatności na razie odbywają się przy odbiorze w realnym świecie, ale niebawem ma zadebiutować aplikacja Alma24, która umożliwi robienie przez telewizor zakupów w supermarkecie i płatność z poziomu pilota.

– W lutym tego roku miesięcznie nasza platforma smart TV miała 0,5 mln unikalnych użytkowników. Prognostujemy, że w okolicy listopada przekroczy 1 mln

– mówił podczas konferencji Michał Wojciechowski z Samsunga Polska.

Wiadomo, że nad systemami płatności dla widzów, które umożliwiłyby robienie zakupów przez pilota, pracują także nadawcy, którzy zdecydowali się na nadawanie hybrydowej telewizji Hbb TV: Eska TV i TVP. W tym roku czeka nas też kilka nowych stacji nadających hybrydowo. Serwis Hbb TV ma mieć stacja Polo TV i oczekujący na premierę w połowie kwietnia kanał Focus TV, ale także Stopklatka TV (w drugiej połowie roku), która zadebiutowała na telewizyjnym rynku 15 marca.

Statystyka wygląda zatem budująco, przyszłość także, ale obserwatorzy rynku

i specjaliści branży mediów elektronicznych nie kryją wątpliwości i zastrzeżeń. Paweł Okopień (portal www.spiderweb.pl) tak komentował przebieg warszawskiej imprezy:

Obserwując prezentacje Sony, Philipsa, Smart Alliance, TCL miałem wrażenie, że producenci rozwijają Smart TV tylko i wyłącznie dlatego, że Samsung je posiada, a nie dlatego, że użytkownik tych funkcji rzeczywiście pożąda. (...) Największym mankamentem inteligentnych telewizorów wciąż jest nawigacja. I niestety producenci zdają się nie widzieć tego problemu. Drugą kwestią jest sama funkcjonalność tego Smart TV. Wciąż dla wielu telewizor jest przzerośniętym tabletem. Dobrym przykładem była koncepcja ARGO Computer, czyli telewizora z Androidem, ale... bez tunera telewizyjnego. Aplikacje od Samsunga również zdają się dowodzić tej tezy.

Konferencja potwierdziła, że smart TV czeka jeszcze wyboista droga od sezonowej ciekawostki do powszechnie obowiązującego standardu. Wydaje się jednak, że w przypadku dużych ekranów to nieuchronna przyszłość. (Jak)



**XIV SYMPOZJUM ŚWIATA
TELEKOMUNIKACJI I MEDIÓW**

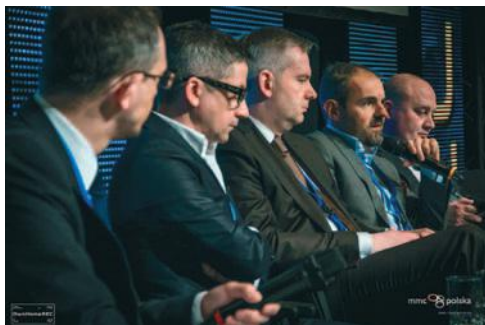
BLISKO, CORAZ BLIŻEJ...

Mowa o konsolidacji polskiego rynku telekomunikacyjnego i mediowego, który etap cyfryzacji naziemnej telewizji przeszedł nadspodziewanie dobrze i bez większych problemów, ale którego przyszłość oznaczona jest wieloma znakami zapytania, a uczestnicy wciąż nie mogą się zdecydować co dalej.

Perspektywy były wątkiem przewodnim XIV Sympozjum Świata Telekomunikacji i Mediów, które odbyło się w trzeciej dekadzie marca br. w warszawskim hotelu Westin. Wiele mówił o nich Rafał Trzaskowski, minister Administracji i Cyfryzacji w wystąpieniu inauguracyjnym dwudniową imprezę.

Na wszystkie sposoby odmieniali hasła: konwergencja, konkurencja, konsolidacja, uczestnicy panelu dotyczącego granic współpracy na konkurencyjnym, polskim rynku.

Prowokacyjnie, ale i intrygująco brzmiało hasło kolejnej dyskusji, prowadzonej błyskotliwie przez Łukasza Deca, red. naczelnego portalu TELKO.in *Konsolidacja – moda czy konieczność*, której udziałowcy (reprezentanci Cyfrowego Polsatu, EmiTela, P4, o2, Netia i UPC) starali się przekonać słuchaczy, że gotowi są do daleko idących ustępstw na rzecz konkurentów, ale na przeszkodzie efektywnemu działaniu stoją często niespójne, a niekiedy wręcz szkodliwe uregulowania prawno-organizacyjne. Ciekawe były ich diagnozy dotyczące tego, jak rynek polski będzie wyglądać za 5 lat na skutek, a może za przyczyną, konsolidacji. I tak Dominik Libicki (CP) podkreślił, że cyfryzacja służy konsolidacji, Beata Mońka (była vice prezes C+ a teraz ekspert rynku mediowego) zapowiada duże niespodzianki – jej zdaniem pojawią się nowe marki, ale decydujący będzie, wciąż marginalizowany i pomijany w prognozach, czynnik ludzki. Patrycja Gołos z UPC przypuszczała, że wszystko tu i teraz może się zdarzyć, biorąc pod uwagę także zmieniającą się na naszych oczach sytuację. Przedstawiciel EmiTela apelował o więcej profesjonalizmu, a Wirtualnej Polski o porzucenie raz na zawsze idei samodzielnego działania. Mirosław Godlewski z Netii przypomniał, że różnorodność w stylu i metodzie funkcjonowania na rynku, szczególnie tak specyficznym, jest normalna i pożądana, zaś Jacek Niewęglowski z P4 wskazał,



że w Europie – np. w Austrii czy Irlandii procesy konsolidacyjne wciąż jeszcze trwają.

O Polsce na cyfrowej mapie świata, wpływie cyfryzacji na poszczególne branże rozmawiali paneliści zaproszeni przez Michała Furę (UPC Polska). Starali się także odpowiedzieć na pytanie: czy Agenda Cyfrowa zapewni Europie równorzędną pozycję w światowym wyścigu i jak Polacy korzystają z produktów cyfrowego świata.

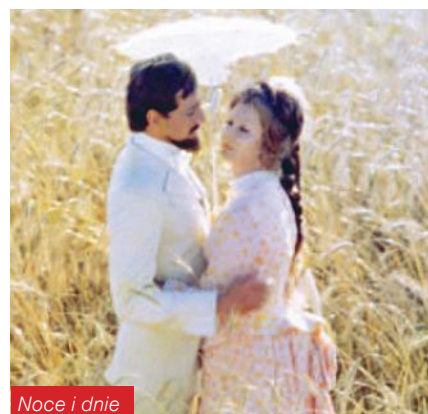
O tym, jak ważna jest osoba prowadzącego panel przekonali się uczestnicy i słuchacze dyskusji, dominujących podczas drugiego dnia konferencji. Jeśli jednak dr Krzysztof Heller prowadzący dyskusję *Jazda na gapę, czyli łańcuch wartości w internecie* tylko pozwalał na momentami zbyt duże gadulstwo swych "podopiecznych", o tyle Bogusław Chrabota (Rzeczpospolita) przez cały czas panelu *Wpływ konsumpcji mediów na model biznesowy* z trudem przyjmował opinie, będące w skrajnej niezgodzie z тезami przez siebie przyjętymi i lansowanymi. Choćby takimi, że wciąż królem jest контент a nie jego dystrybucja, że TVP nie ma ani możliwości, ani podstaw prawnych, by w większym niż dotychczas zakresie udostępniać swe programy w internecie, że w końcu jeszcze długo funkcjonować będą klasyczne kanały dystrybucji, zaś kluczowe znaczenie będzie miało programowanie kontentu i walka z internetowym piractwem. (JB)



Alternatywy 4



Czterej pancerni i pies



Noce i dnie

GDZIE SIĘ PODZIAŁY tamte seriale?

Mija półwiecze od powstania pierwszego polskiego serialu (*Barbara i Jan*, 1964) i czterdzieści lat od realizacji *Czterdziestolatka*. Ciekawe, że ten starożytny już serial, dość często wznawiany, nadal cieszy się sympatią widzów, a nawet zdobywa całkiem nową widownię.

Z jego fragmentów zmontowano cykl filmowych felietonów o Kobiecie Pracującej z niezapomnianą Ireną Kwiatkowską, a Andrzej Kopiczyński jako inżynier Karwowski i Roman Kłosowski jako Maliniak wystąpili w jednym z odcinków *Świata według Kiepskich*. Zaangażowani do pomocy w budowie autostrady A1, byli archetypami pewnych postaw z czasów słusznie minionych.

POLAK POTRAFI?

Czterdziestolatek Jerzego Gruzy był serialem z wyraźnym podtekstem propagandowym. Nie on jeden. W połowie lat 70. Polska wchodziła w etap tzw. gierkowskiego dobrobytu. Sławiono kult dobrej roboty (*Polak potrafi*), dowartościowywano kadrę menedżerską i inteligencję techniczną, które miały rozegrać bitwę o nowoczesność i materialne standardy Polaków. Dekada sukcesu się zaważyła, ale serial się obronił. Czym? Solidną warstwą realistycznej obserwacji, humorem, brakiem mentorstwa, tonem pogodnej życzliwości wobec ludzi, trafnym zapisem nastrojów, mód i opinii lat 70. oraz – oczywiście – wysmienitym aktorstwem.

Seriale były mocną stroną naszej telewizji. Dziś także są jej mocną stroną, choć inaczej. Jakże były? Pamięć po latach powiększa to, co skromne i małe, szarości dodaje barw, a wspomnieniom blasku. Kto dziś powie złe słowo o *Karierze Nikodema Dyzy*, *Domu*, *Chłopach* czy *Wojnie domowej*? Wznawiane

po latach, aspirują do miana „wielkich filmów małego ekranu”. Niektóre stały się legendą, jak choćby *Noce i dnie*, z wielką starannością zekranizowana powieść Marii Dąbrowskiej. *Jak Kariera Nikodema Dyzy*, pełna werwy i życiowej prawdy ekranizacja poczytnej kiedyś książki Tadeusza Dołęgi Mostowicza czy – mimo wiadomych zastrzeżeń – *Stawka większa niż życie*.

PIONIERSKIE WYPRAWY

Historia polskiego serialu jest historią pionierskich wypraw w najprzeróżniejsze regiony tematyczne i różne konwencje. Już na początku komediowa *Wojna domowa* odkryła pewną prawdę, której potwierdzenie przyniosło potem wiele produkcji. Tę mianowicie, że serial i film telewizyjny tamtego okresu to przede wszystkim aktor i dialog. W tym sensie seriale bywały niekiedy bliższe teatrowi telewizji niż kinu, stając się jakby zarejestrowanym na taśmie teatrem rozszerzonych możliwości technicznych. A przecież teatr awansował telewizję do rangi nośnika kultury artystycznej. Wybitne kreacje zdominowały zatem *Wojnę domową*, *Królową Bonę*, *Noce i dnie*, *Chłopów*, *Lalkę*.

Niezapomniane role zawdzięczamy też serialowi *Alternatywy 4*, choć *Alternatywy* kochamy nie tylko za to. Z perspektywy czasu kultowy już dziś serial Stanisława Barei jawi się jako słodko-gorzki wizerunek ówczesnej rzeczywistości z czytelnymi odniesieniami społeczno-politycznymi. Serial miał tak pozytywny



Polskie drogi

odzew, że Witold Pyrkosz jako zadziorny pijak Balce-
rek, „mówiący Himilbachem”, otrzymał nawet od ja-
kiejś poważnej instytucji państwowej dyplom dla „naj-
sympatyczniejszego lumpenproletariusza”.

Serial bez wysiłku dźwiga bagaż literatury. Anglicy
sprawdzili to już wcześniej, ekranizując swoją klasykę.
Co więcej, nasze kino w odcinkach potrafiło ożywić
dawną powieść epicką, jak *Chłopi*, *Noce i dnie*, *Rodzi-
na Połanieckich*, *Nad Niemnem*, *Strachy*. Ekranizacje
tych dzieł, dziś raczej rzadko czytanych, odłożonych
do lamusa literatury, okazały się wartościowym doko-
naniem telewizji i ciekawym doświadczeniem reżyse-
rów (Jan Rybkowski, Jerzy Antczak, Zbigniew Kuźmiń-
ski, Ryszard Ber, Sylwester Szyszko i inni).

Także tzw. literatura faktu, w odróżnieniu od fabuły,
bywała źródłem inspiracji polskiego serialu. Przykła-
dem *Dyrektorzy*, przedsięwzięcie wykonane przy uży-
ciu skromnych środków, na pewno nie arcydzieło, ale
mocno rezonujące w opinii społecznej lat 60. i 70. Losy
tytułowych dyrektorów wielkiego zakładu przemysło-
wego ukazywały problemy paląco aktualne, biografie
ludzi jakby wyjęte z gazetowych notatek czy reportaży.

Minione lata dowiodły, że dobry serial może po-
wstać z najrozmaitszego tworzywa: wielkiej literatury
i literatury podrzędnej, reportażu, kroniki sądowej, wy-
darzeń politycznych, artykułów publicystycznych, fe-
lietonu. Doskonale przyswaja także pewne konwencje
pozornie trudno przekładalne na język filmu, jak po-
wieść epicka, esej historyczny (*Najdłuższa wojna no-
woczesnej Europy*), felieton prasowy (*Wojna domowa*)
czy rozprawka filozoficzna (*Klub profesora Tutki*).

Podczas gdy film miał zawsze wymagania luksu-
sowe, żądając wielkich konfliktów i wielkiej literatury,
świetnie zarysowanych postaci i wartkiej akcji, polski
serial bazował właściwie na wszystkim. Różnorodność
tworzywa stała się jego siłą i atrakcją.

SPRAWA KLOSSA I PANCERNYCH

No i jest jeszcze fenomen Klossa i Pancernych, którym
to serialom – do dziś wznawianym w telewizji, choć
na szczęście już bez naiwnych ideologicznych podpo-
wiedzi – także warto poświęcić słowo.

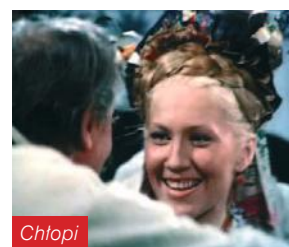
Porządnie zrealizowane i zagrane, choć ukazujące
historię wojenną w jedyny możliwy wówczas sposób,
dystansowały się od solennej powagi i dostojnego

mentorstwa przynależnych u nas tematów historycz-
nym. Zwłaszcza udziałowi Polaków w II wojnie świato-
wej. *Stawka większa niż życie* ujmowała widzów sen-
sacyjnym teatrem wojny, ukazywanym bez cierpienia
i męczeństwa oraz atrakcyjnym bohaterem. Zaś serial
Czterej pancerni i pies ujął kilku chwytami dosłownie
z pierwszych kartek filmowego elementarza. A więc
zróżnicowanymi typologicznie i charakterologicznie
postaciami bohaterów, z których każdy miał dodatko-
wo jakiś sentymentalny hak w życiorysie. No i był jesz-
cze pies. Tam, gdzie zawodziło radio, telefon, ludzkie
oko, sprawność i spryt, nie zawodził nigdy psi instynkt,
wierność i przywiązanie.

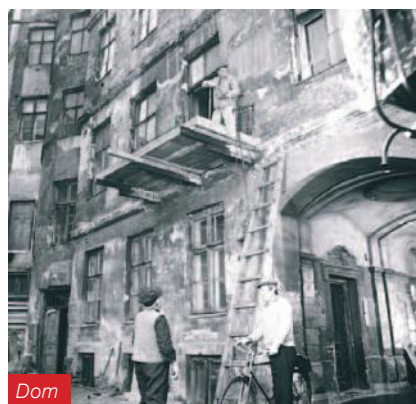
Różnymi tropami chadzał w minionym półwieczu
polski serial. Sporo było prób chybionych, nieuda-
nych, niepotrzebnych. Warto jednak docenić nieustan-
ne próby przymierzania się do różnych tematów, kon-
wencji i epok, do historii i do współczesności, do fikcji
i do faktów, do literatury klasycznej i oryginalnych sce-
nariuszy, czasem nawiązujących choćby do gazeto-
wej notatki (*Najważniejszy dzień życia*). I do bohaterów
różnej maści i stanu: mistrzów wywiadu, szabli, lan-
cetu, pługa, pistoletu, długopisu, także do skromnych
bohaterów pracy pozytywnej.



Kariera Nikodema Dyzmy



Chłopi



Dom



Czterdziestolatek

Kiedyś polski serial był kategorią artystyczną. I tak
go oceniano – jako element kultury powszechnej na-
wiązujący do dobrych wzorców teatru, kina czy tele-
wizji, nie tylko zresztą polskiej. Dziś serial w swojej
ogromnej masie jawi się przede wszystkim jako ele-
ment konstrukcyjny programu dostarczający rozrywki.
To taki pokarm dla widza. A czasami niestety pasza.

BARBARA KAŻMIERCZAK

Człowiek Guma WRACA NA PRAGĘ

Znakomita rzeźba Pawła Althamera zatytułowana *Guma*, wykonana w 2008 roku i podarowana przez artystę Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, należy do najwybitniejszych, najbardziej niezwykłych dzieł rzeźbiarskich sztuki polskiej XXI wieku.

Kolor, wyraz twarzy, kostium, faktura, kontrast i wszystko inne kunsztownie ze sobą zestrojone osiągnęły w niej niezwykle sugestywny wyraz. Ten wysoki na metr sześćdziesiąt posąg ustawiony na niskim podeście przedstawia w skali 1:1 niepozorną sylwetkę stołecznego menela uchwyconego w stanie poniedziałkowej głątwy i gorczy egzystencji. Nic więcej i nic mniej. Ludzka pojedynczość przemieniona w dzieło sztuki. Posąg przez wiele tygodni stał w narożnej witrynie nowotworzonej siedziby Muzeum przy Emilii Plater, wywołując mniej lub bardziej dosadne komentarze przechodniów. Zachodzi kłopotliwe pytanie, czy oplakany poziom tych komentarzy pozostaje w jakimś związku z poziomem refleksji nad sztuką w publicznej telewizji?

A w ślad za nim kolejne: czy edukacja artystyczna liczy się w dzisiejszej telewizji? Retoryczne pytanie. Nie liczy się. Podobnie jak przepada z kretesem we współczesnych programach szkolnych. Programy edukacyjne poświęcone sztuce to jedno z najbardziej zaniedbanych, od lat leżących odłogiem poletek naszego życia kulturalnego. Rzecz nie w tym, że programów takich w ogóle nie ma. Są. Chodzi o co innego: o to, jak sztuka jest w nich traktowana. Fatalnie. Dominuje powierzchowna sprawozdawczość i prowizorka. Wypowiadający się o sztuce recenzenci przerzucają się efekciarскими etykietkami i bon motami. Wydarzenia artystyczne (książka, film, koncert, płyta, wystawa malarska, spektakl teatralny) stają się w takim przelotnym ujęciu plikiem akcji notowanych przez moment na krytycznej giełdzie danego tygodnia czy miesiąca.

Nie zawsze tak było. Pół wieku temu na antenie Telewizji Polskiej można było zobaczyć cykl, na którym wychowały się tysiące ludzi wrażliwych i otwartych na istnienie sztuki. Pośrodku sali Muzeum Narodowego siadał przed kamerą dystygowany pan i w fascynujący sposób opowiadał o artystach i ich kunszcie. Czytał sztukę razem z nami. Program nazywał się *Jak patrzeć na dzieło sztuki*, a jego gospodarzem był Profesor Jan Białostocki.

Nie tylko ja wspominam z nostalgią ten cykl. Sztuka była wtedy naprawdę cenniejsza niż złoto. Mówił o niej – i to jak! – wytrawny znawca nad znawcami. Nie zaś usiłujący dowieść rzekomego znawstwa ktoś, kogo legitymacją i przepustką na ekran jest etat zajmowany w redakcji kulturalnej. Niestety, tamten program zszedł z anteny i nikt już nie uczy widzów, jak patrzeć na dzieło sztuki. A ciotki i wujowie kulturalni lepią zbiorowy gust i smak jak za dawnych lat. To taka nasza rodzima specjalność od kiedy tylko pamiętam.

A co do *Gumy*... Chodzą słuchy, że z Althamerowskim człowiekiem gumą jest problem. Zniknął ostatnio z wystawy. Jego kunsztownie zwieszona głowa odpada ponoć od reszty. Niczym sztuka od ciała telewizji. Cóż, figura nad wyraz delikatna, nic dziwnego, że traci głowę. Konserwatorzy debatuja, jak temu zaradzić. Zawiodło tworzywo. Trudna sprawa. Niewykluczone, że człowiek guma wróci wkrótce tam skąd przyszedł, na Pragę.

MAREK HENDRYKOWSKI



FILM

doda ci skrzydeł

Gdzie są najlepsze kasztany? Oczywiście, na placu Pigalle.
Gdzie musi być jakaś cywilizacja? Oczywiście, na Wschodzie.
Kto żadnej pracy się nie boi? Oczywiście, kobieta pracująca.
Co człowiek musi zrobić od czasu do czasu? Oczywiście, polatać.
Skąd my to wszystko wiemy? Oczywiście, z polskich filmów.

Wpadła mi ostatnio do ręki wyjątkowa książka Marka Hendrykowskiego, zatytułowana dość „egzotycznie” jak na dzieło profesora – humanisty, nie botanika, które ukazało się nakładem Wydawnictwa Naukowego Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu – *Najlepsze kasztany*. Ten znakomity naukowiec, a jednocześnie wnikliwy „szperacz” w dziejach rodzimego kina, na dodatek obdarzony fantastycznym poczuciem humoru, przygotował książkę, która jest obszernym zbiorem cytatów z rodzimych filmów i seriali (jej podtytuł brzmi: *Księga cytatów polskiego filmu*). Tych właśnie, którym udało się wejść do powszechnego obiegu, w mowie (bo to zła kobieta była) czy piśmie (*Seksmisja jednak nam nie zagraża* – tytuł popularnonaukowego tekstu o zanikaniu genów w męskim chromosomie, opublikowanym na portalu odkrywcy.pl), a niektórym nawet w twórczym przetworzeniu (Nie ze mną te numery, brunet – z telenoweli *Brzydula*).

Hendrykowski przytacza więc pamiętne „dialogi na cztery nogi”, które weszły do antologii rodzimego humoru, jak: *Jeśli ci wódka przeszkadza w pracy, to przestań pracować* – gość na przyjęciu w *Ada, to nie wypada* (1936) Konrada Toma, *O, tu się zgina dziób pingwina* – Wiesław Dymny jako Sobiekról w *Ktokolwiek wie...* (1966) Kazimierza Kutza, *Kumasz pan, czy masz pan za daleko do Iba* – Marek Kondrat jako Adaś Miauczyński do dozorczy (Zbigniew Buczkowski) w *Dniu świra* (2002) Marka Koterskiego czy – szczególnie mi bliskie – *Bez kota nie ma dla nas życia* – Pawlakowa (Maria Zbyszewska) w *Samych swoich* (1967) Sylwestra Chęcińskiego.

Książka Hendrykowskiego to nie tylko zbiór zgrabnych, dowcipnych powiedzonek. Wiele tutaj także konstatacji natury egzystencjalnej, niekiedy wręcz o tragicznym zabarwieniu, jak choćby fragment wiersza Jerzego Skolimowskiego z *Rysopisu* (1964) o człowieku z ręką na gardle, który „chce wszystko naprawić

i poprawia krawat”, czy wyznanie Gustawa ze *Spisu cudzołożnic* (1994) Jerzego Stuhra – *Przemijanie mnie trapi*. Znalazły się w niej także „życiowe drogowskazy” typu: *Są pociągi, na które się spóźniać nie wolno* – nieznajoma (Janina Sztyrlowska) do Szczęsnego (Józef Nowak) w *Celulozie* (1953) Jerzego Kawalerowicza.

Najlepsze kasztany wyrastają w linii prostej ze *Skrzydlatych słów* Henryka Markiewicza i Andrzeja Romanowskiego. Według mnie skrzydlate słowa to także wyrażenia, zwroty i frazy, które z różnych powodów stały się sławne, utrwaliły się w pamięci szerokiego kręgu ludzi i są przez nich powtarzane. Czasem dlatego, że są mądre,

piękne czy dowcipne, czasem dlatego, że charakteryzują postawę i poglądy jakiegoś wielkiego człowieka lub wiążą się z jakimś wydarzeniem. (...) Każde skrzydlate słowo jest oczywiście cytatem, ale nie każdy cytat jest skrzydlatym słowem – pisał profesor Markiewicz. Książka Hendrykowskiego pochodzi z tego właśnie pnia, stanowiąc znakomity dopełnienie – w aspekcie kinematograficznym – dzieła krakowskich humanistów. To po prostu filmowe skrzydlate słowa.

Na zakończenie ciekawostka. Okazuje się, że jedno z najpopularniejszych skrzydlatych słów – *Brunner, ty świnió!* – jest swego rodzaju fałszywką. To zdanie w *Stawce większej niż życie* (1967-1968) Andrzeja Konica i Janusza Morgensterna nigdy nie padło (w jednym z odcinków Kloss powiedział tylko: *Wyjątkowa z ciebie kanalia, Brunner*). Tak naprawdę sformułowanie *Brunner, ty świnió!* wymyślił członkowie krakowskiego zespołu Tropicale Thaiti Granda Banda, mając na myśli popularnego aktora amerykańskiego Yula Brynnera. I to by było na tyle – jak mawiał Jan Tadeusz Stanisławski, profesor mniemanologii stosowanej w serialu *Zezem* 1976 Janusza Zaorskiego. *A w ogóle nie chce mi się z Państwem gadać...*

JERZY ARMATA



Stawka większa niż życie



FARMER I JEGO KSIĄŻĘ
NIEMCY/WLK. BRYTANIA 2012
EMISJA: KUCHNIA+

Farmer I JEGO KSIĄŻĘ

Nie jest dla nikogo tajemnicą, że książę Walii Karol nie ma najlepszej opinii u swoich poddanych. A raczej u swoich potencjalnych poddanych, bowiem przedłużające się rządy jego matki, Elżbiety II, coraz bardziej oddalają perspektywę wstąpienia na brytyjski tron. Już wręcz otwarcie spekuluje się, że Karol, obecnie 65-letni, powinien abdykować na rzecz swego starszego syna, Williama.

Istotnie, sytuacja księcia Karola jest nie do pozazdroszczenia. Najdłużej na brytyjskim tronie zasiadała królowa Wiktoria, jej syn Edward VII czekał na koronację 60 lat. Elżbieta II uparcie dąży do pobicia rekordu Wiktorii – koronowana w 1953 roku, królewskie obowiązki pełni jeszcze dłużej – już wcześniej wyręczała chorego króla, podróżując w jego imieniu po najdalszych zakątkach świata. Jej najstarszy syn Karol, urodzony jeszcze przed koronacją matki, czeka więc na wstąpienie na tron 61 lat, co zdaje się brytyjskim rekordem w tej dziedzinie. Przy czym, w zasadzie wbrew tradycji, jako książę Walii jest osobą dość bezbarwną, wręcz nudną.

Ten niezbyt pochlebny wizerunek miał ocieplić przed laty „ślub stulecia” – z Dianą Spencer, nieoczekiwaną wybranką bez książęcego rodowodu, w 1981 roku. Istotnie, młodsza o kilkanaście lat od męża i otwarta na kontakty z ludźmi księżna spełniła swoje zadanie: dała księciu nie tylko synów, ale i znacznie poprawiła jego publiczny wizerunek. Na krótko – po 11 latach doszło do separacji, zakończonej w 1996 roku rozwodem. Z punktu widzenia historii państwa – skandal, ale opinia publiczna łatwo wybaczyła Dianie rezygnację z dworskich ambicji, całą winą obarczając Karola. Nie pomogło też księciu małżeństwo z Camillą Parker-Bowles, długoletnią przyjaciółką – jeśli nie największą miłością życia – Karola, jawną przyczyną rozwodu z Dianą.

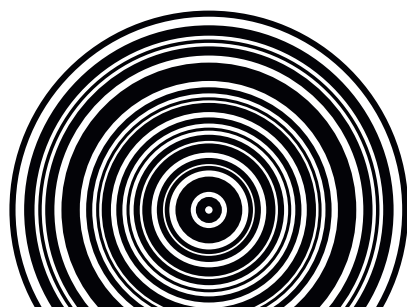
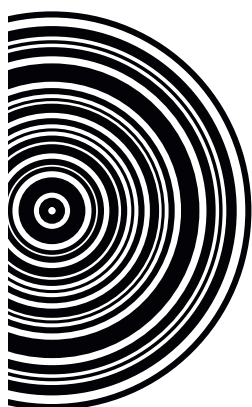
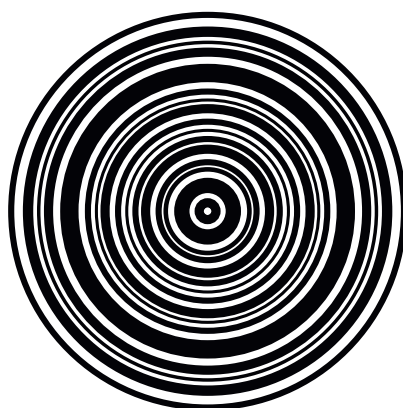
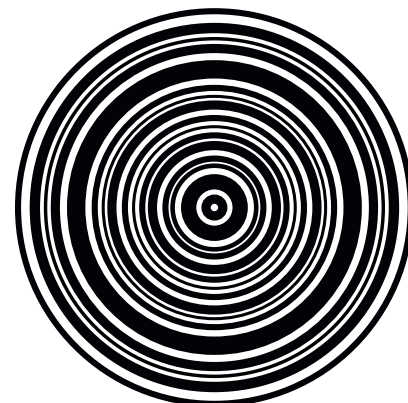
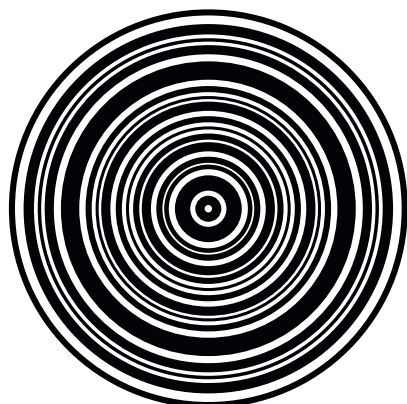
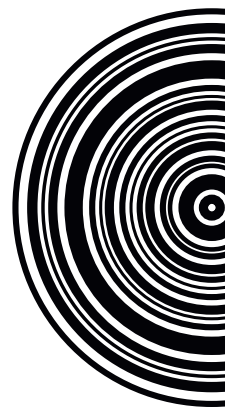
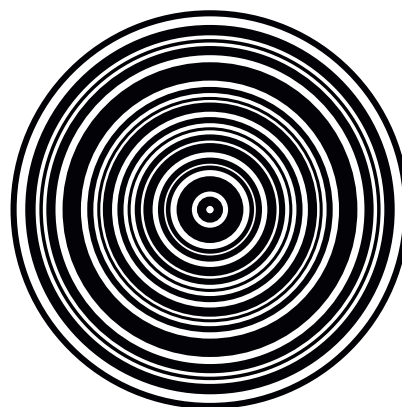
Jednak z upływem czasu Karol zyskuje na doświadczeniu i społecznej akceptacji. Film dokumentalny Bertrama Verhaaga *Farmer i jego książę* jest tego ciekawym dowodem. Oto okazuje się, że książę Walii prowadzi kilkusethektarowe gospodarstwo rolne, gdzie hołduje się zasadom rolnictwa zrównoważonego, inaczej mówiąc – ekologicznego. Zarządzana przez Davida Wilsona farma skupia się na hodowli zwierząt (tradycyjnych, będących na wyginieciu gatunków bydła i trzody chlewnej) oraz ekologicznej uprawie rozmaitych gatunków zbóż. Gospodarstwo ma charakter otwarty, wręcz pokazowy, można je zwiedzać, obserwować księcia przy pracach gospodarskich, słuchać jego przekonujących rad i zaskakującej kompetencją opinii, a przede wszystkim podziwiać konsekwencję, z jaką trzyma się ekologicznych reguł. Założeniem jest samowystarczalność, podziw więc budzi to, że mimo pogodowych przeciwności farma przynosi stały, znaczący, choć nie zawsze najwyższy, dochód. Wprawdzie to efekt pracy Wilsona, jednak zasługi spływają na Karola.

Film Bertrama Verhaaga kończy znamieny cytat z Mahatmy Gandhiego: *Najpierw cię ignorują. Potem śmieją się z ciebie. Później z tobą walczą. Później wygrywasz.* Smutne losy księcia Karola w końcu napawają optymizmem.

KONRAD J. ZARĘBSKI



INDUSTRY ZONE



26 – 31 MAJA 2014

podczas 54. Krakowskiego Festiwalu Filmowego

Warsztaty, seminaria, dyskusje panelowe,
pokazy filmów, spotkania networkingowe, prezentacje
KRAKOWSKIE TARGI FILMOWE – cyfrowa wideoteka

DOCS TO GO! & ANIMATED IN POLAND –
prezentacje filmów w postprodukcji

DRAGON FORUM – pitching projektów dokumentalnych

industry@kff.com.pl www.krakowfilmfestival.pl

Wikingowie

Opowieść o niezwykłych przygodach nordyckich wojowników, pragnących poznawać świat i podbijać nowe tereny była jednym z telewizyjnych hitów ubiegłorocznej jesieni. Po sukcesie pierwszego sezonu, *Wikingowie* powrócą na antenę kanału History w kwietniu 2014.

Jak zapewnia dystrybutor w drugim sezonie przyjrzymy się, jak Ragnar Lodbrok (Travis Fimmel) wykorzystuje swoją nowo zdobytą pozycję jarla, by plądrować, grabić i odkrywać nowe królestwa wraz z grupą swoich nieustraszonych wojowników. Dzięki sojuszowi z królem Horikiem (Donal Logue), Ragnar posiada władzę większą niż kiedykolwiek. Okupiona jest ona jednak wielkim kosztem – zdradą brata, Rollo, kłopotami w małżeństwie z Lagerthą (Katheryn Winnick) i pogardą jego ukochanego syna, Björna. Przyjaciele stają się wrogami i tworzą się nieprawdopodobne sojusze. Bohaterowie spiskują, wyrównują rachunki, przelewają krew... a wszystko to pod czujnym okiem bogów.

Po raz kolejny zapowiedź serialu, która będzie wykorzystywana na całym świecie, stworzyło polskie studio animacji Platige Image. Jednak w przeciwieństwie do zeszłorocznego teasera, który był w całości animacją 3D, tym razem zwiastun łączy w sobie technologie „live-action” oraz efekty specjalne.

Praca przy takiej produkcji to zawsze duże wyzwanie, zwłaszcza, że tym razem musieliśmy znaleźć najlepszy sposób na przeniesienie pomysłu zespołu



kreacyjnego z History na ekran. Następnie były zdjęcia oraz etap postprodukcji, podczas którego tworzyliśmy wszystkie efekty specjalne – mówi Tomek Bagiński, reżyser zwiastuna. Byliśmy pod wielkim wrażeniem ogromu przedsięwzięcia, jakim jest produkcja serialu

„Wikingowie”. Materiały promocyjne, w tym nasz trailer, kręcone były w dwie kolejne soboty, w przerwie między zdjęciami do nowego sezonu. Oznaczało to przede wszystkim niesamowite tempo pracy, jedno spóźnienie mogło oznaczać niewyrobienie się z materiałem, a przecież zwiastun to tylko czubek góry lodowej – dodaje.

Pomysłodawcą i autorem scenariusza *Wikingów* jest Michael Hirst, twórca m.in. wyróżnionego nagrodą Akademii Filmowej obrazu *Elizabeth*, a także nominowanej do Emmy i Złotego Globu *Dynastii Tudorów*.

Do obsady dołącza Alexander Ludwig (*Igrzyska Śmierci*) jako nastoletni Björn, mądry i odważny wojownik, syn Ragnara oraz Linus Roache (*Prawo i porządek*) jako Egbert, Król Wessex, silny człowiek z ogromną wiedzą i nieskrywanymi ambicjami. Oprócz Travisa Fimmela jako Ragnara Lodbroka, zobaczymy również Katheryn Winnick w roli Lagerthy, wojowniczkę i żonę Ragnara; Clive'a Standena w roli Rollo, impulsywnego i ambitnego brata Ragnara; George'a Blagdena w roli Athelstana, młodego, ale już nie niewinnego chrześcijańskiego mnicha; Jessalyn Gilsig w roli Siggy, pięknej wdowy po jarlu Haraldsonie; Donala Logue'a jako Kró-



la Horrika, który pragnie mieć Ragnara jako swojego sprzymierzeńca; Gustafa Skarsgård w roli Flokiego, zwiariowanego budowniczego łodzi oraz Allyse Sutherland jako Księżniczkę Aslaug, nowy obiekt zainteresowania Ragnara. (tow)



nc+

Zobacz więcej



POPULARNA TELENOWELA
OD 7 KWIETNIA NA ANTENIE
oglądaj od poniedziałku do piątku

17 00

20 50

MAGIA BEZ KOŃCA TYLKO W TELETOON+

teleToON + HD

teletoonplus.pl

 www.facebook.com/teleTOONplus

ZADZWOŃ I ZAMÓW:

Robert Piotrowski
513 111 776

Marek Świerkosz
513 111 669

Magdalena Watras
502 555 773

Rafał Wilczewski
605 456 460

www.operatorplus.pl
cable@cplus.com.pl

KALENDARIUM

2-13.04	BUENOS AIRES, International Film Festival
5-20.04	ISTAMBUL, International Film Festival
5-6.04	CANNES MIPDOC, MIPFORMATS
7-10.04	CANNES, MIPTV
8-20.04	TORONTO, TIFF Kids - Toronto International Film Festival For Children
16-27.04	NOWY JORK, Tribeca Film Festival
25.04- 3.05	NYON, Vision Du Reel - Int. Documentary Film Festival
26.04-4.05	TARNÓW, 28 Tarnowska Nagroda Filmowa

PIKE WSPIERA, A RPD PATRONUJE

Polska Izba Komunikacji Elektronicznej wspiera kolejną kampanię realizowaną przez Biuro Rzecznika Praw Dziecka – *Jestem mamy i taty*, która zwraca uwagę społeczeństwa na problem wiktania dziecka w sprawy około rozwodowe rodziców oraz stawiania go w sytuacji konfliktu lojalnościowego wobec nich. Przypomina także, że każde dziecko ma prawo do kontaktów z obojgiem rodziców.

Jerzy Straszewski – Prezes Zarządu PIKE wystosował list do członków Izby z prośbą o aktywne wsparcie kampanii. Korespondencja z zachętą do przyłączenia do wsparcia kampanii przekazana została także do współpracujących z Izbą i jej członkami telewizji lokalnych.

Minister Marek Michalak – Rzecznik Praw Dziecka objął Honorowym Patronatem kategorię konkursową *Reaguj na przemoc wobec dzieci*. Masz prawo w XI edycji Konkursu dla Telewizji Lokalnych *To Nas Dotyczy*. Dla zwycięzców tej kategorii Rzecznik Praw Dziecka ufundował również nagrody pieniężne w wysokości: I miejsce – 5000 zł, II miejsce – 3000 zł oraz III miejsce – 2000 zł.

Jednocześnie proszę o nadsyłanie prac do kategorii Nagroda Publiczności. Nagroda w tej kategorii przyznana zostanie z uwzględnieniem kryterium popularności nadesłanego materiału, wśród widzów audycji *To Nas Dotyczy*, nadawanej w programie telewizyjnym TVR, dostępnym w technologii satelitarnej, w dniach od 15 marca do 15 maja 2014 roku. ■

KUCHNIA+ PATRONEM

KUDŁATYCH KUCHARZY NA DIECIE



Kuchnia+, objęła patronat medialny nad książką kulinarną *Kudłaci kucharze na diecie*. Publikacja jest literacką wersją emitowanego na antenie stacji programu *Dieta Kudłaczy – jak kochając jedzenie zrzucić wagę*.

Od 1 marca, w każdą sobotę widzowie kuchni+ mogą oglądać premierowy odcinek serii prowadzonej przez Si Kinga i Dave'a Myersa. Popularni Kudłacze to powszechnie znani miłośnicy dobrego jedzenia. W swoich programach prezentowali pomysły na apetyczne i nierzadko kaloryczne potrawy. Taka filozofia sprawiła, że obaj poważnie przybrali na wadze. W *Diecie Kudłaczy* Si i Dave postanawiają się odchudzić i zmieniają swoje przepisy, by zmniejszyć kaloryczność dań, zachowując przy tym ich smak. ■

AWANSE/ TRANSFERY/ ODEJŚCIA

► Wraz z rozwojem oferty internetowej, VOD i mobilnej Atmedia dokonują awansów w dziale interactive. Radosław Gołąb objął nowoutworzone stanowisko head of new business development. Joanna Pokojaska (na zdjęciu) i Ilona Wyrozumska awansowały na interactive sales executive, a Joanna Christowa awansowała na stanowisko junior interactive sales executive.



► Jacek Balicki objął stanowisko dyrektora marketingu platformy nc+ od środy. Posiada wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu projektami marketingowymi na kierowniczych stanowiskach, zarówno po stronie agencji, jak i w biznesie. Jednym z jego kluczowych zadań będzie dalszy rozwój usług i produktów z segmentu premium platformy nc+.



► Marta Fiedczak-Olejarz dołączyła do zespołu Discovery Networks Polska, gdzie objęła nowo utworzone stanowisko Consumer Marketing & PR Manager Lifestyle. Będzie odpowiadała za tworzenie strategii marketingowej i public relations dla kanałów lifestylowych: TLC, ID i Animal Planet.



► Jesus Perezagua, który przez wiele lat pełnił funkcje wykonawcze w FOX International Channels (FIC), powiadomił firmę, że z dniem 30 kwietnia ustępuje ze stanowiska prezesa na region Europy i Afryki. Od tego momentu będzie pełnił funkcje doradcze dla spółek grupy

► Bogusław Kisielewski został prezesem Kino Polska TV SA. Dotychczas był on członkiem zarządu spółki i dyrektorem generalnym. Kisielewski zastąpił Piotra Rejscha, który był prezesem siedem lat. ■



LTE – ADVANCED NA FALI

Plus i Cyfrowy Polsat zaprezentowały możliwości LTE-Advanced w paśmie 2x15 MHz na częstotliwości 800 MHz, a osiągnięta testowo prędkość aż 225 Mb/s to możliwa szybkość dla wszystkich Polaków, gdy państwo polskie zdecyduje się na koncepcję jednej sieci dla wszystkich operatorów.

Osiągnięta szybkość LTE-A to aż 225 Mb/s, co jest całkowicie nowym wymiarem internetu w Polsce. Plus i Cyfrowy Polsat jako pierwsi pokazali możliwości LTE-Advanced – i udowodnili, że jest technicznie możliwe osiągnięcie takiej szybkości oraz agregacja pasma 2x15 MHz. ■



SPACE AGE W ALVERNIA STUDIOS

W Alvernia Studios zakończyły się prace nad dramatem science-fiction *Space Age* produkowanym dla brytyjskiej stacji telewizyjnej Sky Arts przez Hillbilly Television, Different Picture oraz FremantleMedia UK. W produkcji, będącej debiutem scenariuszowym Nicka Morana i Ralfa Little, AS odpowiadała za produkcję wykonawczą oraz efekty wizualne. Premiera całej serii planowana jest na maj 2014 na antenie telewizji Sky Arts.

Oprócz realizacji zdjęć i efektów VFX, Alvernia Studios pojawia się również na ekranie – futurystyczne kopuły zagrały rolę statku kosmicznego. ▣

BARTOSZ KOŁSUT

MŁODYM MUZYKIEM ROKU

Grający na akordeonie Bartosz Kołsut zwyciężył w polskim finale konkursu Młody Muzyk Roku i będzie reprezentował Polskę na Konkursie Eurowizji dla Młodych Muzyków w Kolonii. *Młody Muzyk Roku* to ogólnopolski konkurs na najlepszego młodego muzyka grającego na jednym z instrumentów klasycznych, a zarazem realizowane z rozmachem nowoczesne show telewizyjne transmitowane i relacjonowane zarówno na antenie TVP Kultura, jak i w internecie.

Uczestnicy konkursu nie mogą mieć więcej niż 19 lat. Konkurs składał się z dwóch etapów. Do półfinału 17 kandydatów wyłoniło Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego na podstawie ich dotychczasowych osiągnięć artystycznych – to m.in. stypendyści ministra kultury, laureaci prestiżowych konkursów. Przesłuchania półfinałowe odbyły się 4 marca – wtedy wybrano finałową siódmkę. Byli to (poza zwycięzcą): wiolonczelistka Krystyna Wiśniewska, akordeonistka Inga Piwowarska, pianista Viet Trung Nguyen, trębacz Wojciech Kaszuba, flicistka Karina Kamizela i altowiolinista Mateusz Doniec.

19 marca w Studiu Koncertowym Polskiego Radia im. Witolda Lutosławskiego, z towarzyszeniem Polskiej Orkiestry Radiowej pod dyktando Łukasza Borowicza, każdy z finalistów wykonał finałowy utwór. Laureata wyłoniło jury pod przewodnictwem Krzesimira Dębskiego, ale na ostateczny werdykt wpływ mieli również widzowie TVP Kultura, którzy za pośrednictwem systemu audiotele głosowali na swojego faworyta. Głos widzów był traktowany jako dodatkowy głos jurorski. Faworytem uczestników plebiscytu okazała się Inga Piwowarska. ▣



4FUN.TV Z PLAJADĄ.PL

Stacja 4fun.tv oraz portal Plejada.pl rozpoczynają współpracę w ramach tworzenia i dystrybucji wspólnego kontentu video. Dwie marki ściśle kojarzone z dobrą i ciekawą rozrywką, postanowiły skorzystać z potencjału jaki posiadają i stworzyć cykliczną rubrykę w ramach pozycji antenowej *Cool Weekend* w kanale muzycznym. Redakcja serwisu internetowego, która specjalizuje się w informacjach ze świata show-biznesu, będzie przygotowywać wspólnie z producentami 4fun.tv cotygodniowy, stały element programu.



Każdy odcinek to nowy temat poruszany z gwiazdami spotkanymi podczas imprez, koncertów, festiwali, pokazów mody oraz różnych wydarzeń kulturalnych. Spotkania z postaciami polskiego show-biznesu, traktowane z przymrużeniem oka, nietypowe rozmowy, zabawne reakcje oraz kontrowersyjne wyznania gwiazd – to wszystko będzie można zobaczyć co tydzień w rubryce Plejady w *Cool Weekendzie*. Po emisji w stacji telewizyjnej, materiały będą również dostępne na portalu. ▣

WIĘCEJ HANNIBALA

Przed premierą drugiego sezonu *Hannibala* Sony Pictures Television (SPT) Networks rozszerza zakres cyfrowego zasięgu i precyzji swojej nowej aplikacji second screen dostosowanej do serialu. Aplikacja jest dostępna również w Polsce. W tym roku aplikacja do serialu *Hannibal* została uruchomiona także w Rosji, Polsce i Korei Południowej w dniu premiery drugiego sezonu w poszczególnych krajach. Regiony te dołączyły do hiszpańskojęzycznych krajów Ameryki Łacińskiej, Brazylii, Azji Wschodniej, Hiszpanii i Portugalii, gdzie testowano aplikację podczas pierwszego sezonu serialu emitowanego w zeszłym roku.

Aplikacja second screen do *Hannibal* synchronizuje się z emitowanym właśnie odcinkiem oraz wykorzystuje technologię cyfrowego znaku wodnego, która pozwala jej zsynchronizować się również z odcinkiem odtwarzanym z DVR lub za pomocą VOD. Aplikacja jest dostępna w AppStore na wszystkie telefony i tablety z systemem iOS oraz w sklepie Google Play na urządzenia z systemem Android. Poprzez aplikację użytkownicy uzyskują dostęp do ekskluzywnych treści dotyczących *Hannibala*, mogą dowiedzieć się więcej o bohaterach, zobaczyć, jak rozwijają się ich relacje, oraz obejrzeć materiały zza kulis niedostępne nigdzie indziej. Funkcje społecznościowe umożliwią widzom bezpośrednią interakcję z serialem i innymi fanami *Hannibala*. ▣



DISCO Z TV.DISCO

TV.DISCO zostało oficjalnym patronem kanału *DISCO* z *TV.DISCO* w Radio Disco Party. Internetowa stacja bezpośrednio nawiązuje do playlisty telewizji oraz jej ramówki muzycznej. Można tam znaleźć tylko najlepsze hity polskiej sceny muzyki disco polo, biesiadnej oraz dance w najwyższej jakości oraz niektóre pozycje programowe. Na stronie internetowej muzycznej stacji TV.DISCO umieszczony został player radia, dzięki któremu odbiorcy TV.DISCO mogą bezpośrednio słuchać kanału wspólnie tworzonego z Radiem Disco Party. *DISCO Z TV.DISCO* posiada playlistę zbieżną ze stacją telewizyjną. ▣

STWÓRZ SWOJĄ POSTAĆ

Cartoon Network startuje z konkursem kreatywnym dla dzieci Stwórz swoją postać. Widzowie stacji będą mieli możliwość wymyślenia własnego bohatera pasującego do serialu *Niesamowity świat Gumballa*.

Cartoon Network stworzy osiem niepowtarzalnych maskotek na podstawie prac widzów przesłanych na konkurs *Stwórz swoją postać*. Widzowie stacji co tydzień dostaną nowe zadanie, które będzie polegać na stworzeniu postaci, która np. mogłaby być najlepszą przyjaciółką Anais, młodszej siostry sympatycznego kota Gumballa. Prace będzie można zgłaszać w formie zdjęć lub skanów rysunków, albo poprzez wykorzystanie interaktywnej aplikacji online KREATOR POSTACI, która pozwala dzieciom na tworzenie nowych bohaterów ze świata Wattersonów przez dobieranie elementów ciała, ubrań oraz akcesoriów. W każdym tygodniu stacja nagrodzi twórcę najlepszej pracy niepowtarzalną maskotką, która zostanie zrobiona na podstawie projektu zwycięzcy. Dodatkowo na koniec konkursu stacja wyłoni jednego, głównego zwycięzcę, który zobaczy swoją postać w animowanej wersji na antenie stacji! ▣

ATMEDIA DLA ROMANCE TV

Romance TV i Atmedia rozpoczęły współpracę w zakresie sprzedaży czasu reklamowego i akcji specjalnych. Pierwsze reklamy zagospodzą w stacji 1 kwietnia br.

Romance TV to całodobowy, polskojęzyczny kanał telewizyjny dostępny za pośrednictwem operatorów kablowych i platform cyfrowych. Ramówka stacji opiera się na filmach i serialach. Seriale to mieszanka romanсів, opowieści i miłosnych historii, a filmy to w dużej mierze komedie romantyczne. ▣

DA VINCI LEARNING W NC+

Da Vinci Learning podjęło współpracę z kolejnym polskim operatorem cyfrowym. Od 18 marca kanał dostępny jest na platformie nc+ dla abonentów wykupujących opcję Extra+ i tych, którzy już mają pakiet Universe+. Da Vinci Learning zadebiutowało w Polsce osiem lat temu i było dostępne między innymi na platformie n.



Da Vinci Learning to kanał skierowany zarówno do młodszych, jak i starszych widzów, oferujący ramówkę z najlepszymi i wielokrotnie nagradzаныmi programami edukacyjnymi. Nawet najtrudniejsze tematy przedstawiane są tu w sposób łatwy, prosty i przyjemny. Każdy znajdzie tu coś dla siebie – poczynając od fizyki i chemii, a kończąc na historii i biologii. ▣

TVP NA KANONIZACJĘ

Kanonizację dwóch papieży zaplanowano na 27 kwietnia w Niedzielę Miłosierdzia Bożego. Na ten czas Telewizja Polska przygotowała bogatą i różnorodną ofertę programową. Najważniejszym punktem wielkiego święta Kościoła katolickiego będzie msza kanonizacyjna papieży – Jana XXIII i Jana Pawła II. Transmisję z Watykanu 27 kwietnia przeprowadzi TVP1, TVP INFO i TVP Polonia.

Wszystkie programy informacyjne Telewizji Polskiej na bieżąco będą relacjonować i komentować obchody kanonizacyjne. TVP INFO zaprasza na specjalne *Poranki* z Watykanu 26 i 27 kwietnia od godz. 5:55. W dniu kanonizacji – 27 kwietnia – zaplanowano również specjalne wydanie *Wiadomości* z Rzymu o godz. 19:30 w TVP1 oraz specjalne wydanie *Panoramy* o godz. 18:00 w TVP2. Ponadto TVP INFO 26 i 27 kwietnia w nadawanych co pół godziny serwisach informacyjnych będzie relacjonowała wydarzenia związane z kanonizacją.

TVP zaplanowała także szereg reportaży i odcinków specjalnych programów związanych tematycznie z osobą papieża Jana Pawła II, w tym m.in.: *Świat się kręci* (2 kwietnia, godz. 18:30, TVP1); *Prawdę mówiąc* (26 kwietnia o godz. 21:15, TVP INFO); *Między ziemią a niebem* (27 kwietnia, godz. 8:30, TVP1); *Kościół z bliska* (27 kwietnia o godz. 15:00, TVP INFO); *Sąsiedzi* (27 kwietnia o godz. 18:30, TVP INFO), czy *Dziś wieczorem* z Watykanu (25 i 27 kwietnia).

W związku z kanonizacją TVP proponuje również wyjątkowe koncerty. Pierwszy 26 kwietnia o godz. 20:55 z Łagiewnik pokaże TVP1 – *Kolory Miłosierdzia*, którego scenariusz zbudowany będzie wokół motywu wędrówek z Janem Pawłem II przez wszystkie kontynenty, po których pielgrzymował papież Polak. Drugi – *Tu zaczęła się Polska* – koncert Plácido Domingo – 27 kwietnia o godz. 19:05 (cz. I) i 22:50 (cz. II) pokaże TVP2. Plácido Domingo po raz pierwszy w Polsce wykona utwory napisane do poezji Karola Wojtyły i zaprezentowane na płycie *Amore Infinito*. ▣



JESSICA ALBA Z MARKĄ BRAUN

Firma Braun ogłosiła, że jej nową ambasadorką została aktorka oraz ikona piękna – Jessica Alba. Nominowana do Złotego Globu aktorka wystąpi w globalnej kampanii promocyjnej marki Braun, która będzie obejmowała reklamy telewizyjne, prasowe, internetowe, a także promocję w sklepach stacjonarnych. Kampania wystartuje w marcu 2014 r. *Jessica Alba jest silną i pasjonującą kobietą, która jest wzorem dla innych. Jest idealną ambasadorką naszych produktów, które pomagają kobietom zadbać o ich dobre samo-*

poczucie i naturalne piękno. Marka Braun podziwia ją za osobowość, liczne talenty oraz zdolność do łączenia kariery aktorskiej i bycia wspaniałą mamą - komentuje Aleksandra Delfini, Global Braun Marketing Director. ■

MTV POLSKA DZIĘKUJE WIDZOM

MTV Polska jest jedną z najaktywniejszych marek w obszarze mediów społecznościowych. Oprócz Facebooka, stacja jest aktywna również na Twitterze, gdzie jej konto obserwuje ponad 456 tysięcy internautów. Filmy na kanale YouTube stacji zostały wyświetlone już niemal 7 000 000 razy. Profil MTV Polska w Google Plus śledzi już 140 tysięcy użytkowników. Ponadto kanał jest obecny na Instagramie, Pinterście, Asku i w serwisie Tumblr. *Media społecznościowe to dla MTV naturalne środowisko. Staramy się być wszędzie tam, gdzie nasi widzowie mogą szukać pomysłu na dobrą zabawę. Milion polubień potwierdza rozrywkową siłę MTV* – komentuje Beata Węgrzyn, odpowiedzialna za social media w Viacom International Media Networks. ■

PIOTR FRONCZEWSKI JAKO KOT ŚPIOCH

Specjalnie dla widzów MiniMini+ Piotr Fronczewski znów wcielił się w Kota Śpiocha. Tym razem jako bardzo mądry Kot opowie maluchom legendy z różnych zakątków świata, m.in. autorstwa Braci Grimm i Hansa Christiana Andersena. Ukryte w nich uniwersalne prawdy nie tylko poruszają dziecięcą wyobraźnię, ale także stanowią skarbnicę uniwersalnych mądrości, niosąc za sobą przesłanie i naukę. W produkcji występuje także znany z serialu *Rodzinka.pl* Mateusz Pawłowski oraz Weronika Wachowska z *M jak miłość*. Nowa seria programu edukacyjnego *Opowieści Kota Śpiocha* będzie emitowana w weekendy o godz. 17:25 od 9 marca. ■

UPC Z HBO GO

UPC Polska, lider ultraszybkiego internetu na polskim rynku, wprowadził nową ofertę, która łączy internet z usługą HBO GO. Klienci decydujący się na jedną z prędkości internetowych UPC: 10 Mb/s, 30 Mb/s, 60 Mb/s, 120 Mb/s oraz 250 Mb/s mogą za dodatkową opłatą zamówić dostęp do internetowego serwisu HBO GO. Oferta skierowana jest zarówno do nowych, jak i obecnych klientów. HBO GO to ponad 2000 godzin programów, w tym kultowe produkcje HBO i najnowsze hity filmowe, które można oglądać w każdej chwili na komputerze, tablecie i smartfonie, oraz poprzez aplikację telewizyjną.

UPC Polska od lat wyznacza trendy na polskim rynku usług internetowych. Oferowane prędkości 10 Mb/s, 30 Mb/s, 60 Mb/s, 120 Mb/s oraz 250 Mb/s to gwarancja stabilności i swobodnego korzystania ze wszystkich dostępnych usług w internecie w czasie rzeczywistym i symultanicznie na kilku urządzeniach. Dzięki temu, każdy domownik może korzystać m.in. ze streamingu wydarzeń sportowych, koncertów transmitowanych na żywo oraz serwisów muzycznych, bez obawy o buforowanie materiału. ■



PARAUZEK I PRZYJACIELE WRACA DO MINIMINI+

Nowy serial łódzkiego Se-ma-fora o przygodach pluszowego zajączka Parauszka i jego kolorowych przyjaciół wraca na ekrany MiniMini+, autorskiego kanału platformy nc+.

Druga seria serialu *Parauszek i Przyjaciele* prezentuje kolejne, pouczające i wesołe przygody mieszkańców Naszego Lasu. Zajączek Parauszek, jego przyjaciółka Usia, Łoś Łopatek, Miś Benek, Bóbr Klepek, Sroka Madzia, Wiewiórka Kitka pod okiem wszechwiedzącej sowy Uhu odkrywają otaczający ich świat ucząc się przy tym wielu pożytecznych rzeczy. Bajka ma charakter edukacyjny, dlatego każdy odcinek zakończony jest mądrą pointą – mali widzowie dowiadują się m.in.: że nie wolno bezpodstawnie oskarżać innych, że trzeba docenić to, co się ma, że kłamstwo ma krótkie nogi czy, że należy sobie pomagać. Przedstawione problemy odnoszą się do dziecięcego świata: bohaterowie odgrywają przedstawienie teatralne, sprzątają las, organizują konkurs piosenki, bawią się w Indian i wybierają wodza czy wreszcie malują pisanki w odcinku wielkanocnym. ■

DRAGON CINEMA U DELEGATY

Delegata została wybrana na wyłącznego dystrybutora nowego kanału filmowego Dragon Cinema. Będzie to pierwszy tego typu kanał filmowy w Polsce i w Europie, dostępny w jakości HD, 24 godziny na dobę, korzystający z całego bogactwa świata najlepszych filmów azjatyckich pochodzących m.in. z Chin, Tajwanu, Korei Płd. i Japonii. Dragon Cinema będzie kanałem odpłatnym w formule Premium TV. Start przewidziany jest na kwiecień br.

Miłośnicy kina rzadko mają okazję oglądać najlepsze filmy azjatyckie na swoich ekranach. W ofercie Dragon Cinema znajdzie się ponad 500 dzieł kinematografii japońskiej, chińskiej, koreańskiej czy indyjskiej, wszystkie w jakości HD w polskiej wersji językowej.

Już od kwietnia kanał Dragon Cinema będzie dostępny w dystrybucji w formule Premium TV – jedyny na terenie Polski kanał korzystający z całego bogactwa świata filmów azjatyckich, od kina akcji po wybitne filmy ostatniej dekady. ■

DEBIUTUJE FOKUS TV

I VOX MUSIC TV

Kanał Fokus TV o charakterze edukacyjno-poznawczym oraz kanał muzyczny VOX Music TV rozpoczną emisję już w kwietniu br. Spółka ZPR po raz kolejny wybrała agencję DELEGATA na wyłącznego dystrybutora swoich nowych stacji.

Cechą wyróżniającą Fokus TV będzie edukacja przez rozrywkę dzięki obfitości i różnorodności ramówek przy współpracy z wielkimi producentami kontentu na całym świecie. Programy adresowane będą do widzów w każdym wieku, a pasma programowe dostosowane są do cyklu życia członków rodziny. Fokus TV przekona nas, że człowiek uczy się całe życie. Kanał nadawany będzie w ramach pierwszego Multiplexu.

Z kolei nowa muzyczna stacja VOX Music TV gwarantuje pozytywne taneczne brzmienie, muzykę dyskotekową, disco-polo, przekrojowo – od początków nurtu w latach 70-tych po dzisiejsze przeboje. ■

AKADEMIA CARTOON NETWORK 2014

W oczekiwaniu na tegoroczne rozgrywki Pucharu Świata w piłce nożnej kanał dla dzieci Cartoon Network sprowadzi Brazylię do Europy dzięki trzeciej edycji popularnego konkursu Akademia Cartoon Network: Futbol, w którym utalentowani, młodzi piłkarze mogą wygrać trening z brazylijskim, zawodowym piłkarzem Luizem Gustavo Diasem. Konkurs rozpocznie się 16 maja.

Tak jak w poprzednich latach, konkurs przeznaczony jest dla dzieci w wieku od 6 do 15 lat, a zadanie konkursowe polega na nagraniu minutowego wideo prezentującego najlepsze triki piłkarskie uczestników i przesłanie go między 16 maja a 13 czerwca przez stronę konkursową. Następnie do 29 czerwca wszyscy widzowie Cartoon Network i użytkownicy strony internetowej stacji będą mogli zagłosować na swoje ulubione wideo. Nazwisko głównego zwycięzcy wybranego przez jury Cartoon Network zostanie ogłoszone 1 lipca. W nagrodę pojedzie on na specjalny trening z Luizem Gustavo. Do zwycięzcy z Polski dołączą inni zwycięzcy konkursu Akademia Cartoon Network z Europy. Trening ze światowej klasy piłkarzem zostanie nagrany i wyemitowany na antenie Cartoon Network. ■



Luiz Gustavo Dias

PRENUMERATA:

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

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

INFORMACJI NA TEMAT PRENUMERATY UDZIELAMY POD NUMEREM TELEFONU

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

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

PROSIMY WPŁACAĆ NA KONTO:

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

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

81 1140 2017 0000 4302 0518 3696

DOPISEK: PRENUMERATA TELE PRO

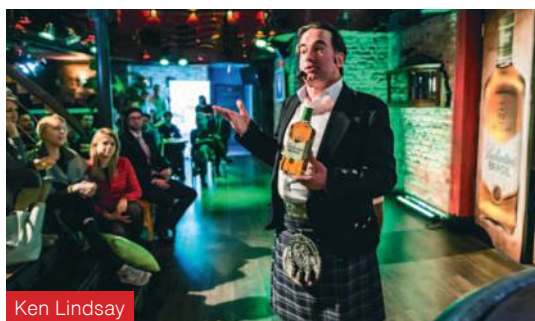
PRZEDSZKOLAKI W SIECI

Przedszkolaki w sieci – Ciufcia.pl i Atmedia ogłosili wyniki badania młodych internautów.

Przedszkolaki obecne w sieci mają szeroki dostęp do komputerów (79%), rośnie odsetek dzieci korzystających z internetu kilka razy w tygodniu. Coraz powszechniejszy jest dostęp do nowoczesnych technologii, takich jak smart TV, tablet, czy smartfon. Równocześnie rośnie popularność wideo w sieci.

Edukacyjny portal dla rodziców i dzieci Ciufcia.pl i biuro reklamy telewizyjnej i nowych mediów Atmedia opublikowały wyniki badania internautów w wieku przedszkolnym. GfK Polonia przebadła 2 191 rodziców, których dzieci są w wieku od trzech do sześciu lat i są aktywnymi użytkownikami internetu. Badanie przeprowadzono na przełomie stycznia i lutego br.

Z badania wynika, że nowy typ młodego internauty – bardzo aktywnego. Aż 78% dzieci korzysta z internetu kilka razy w tygodniu (wzrost z 67% w 2011 roku). Przedszkolaki mają szeroki dostęp nie tylko do komputerów (79% korzysta z komputera w domu), ale też do nowoczesnych technologii, jak smartfon (42%), tablet (37%), czy smart TV (18%). Duży odsetek badanych dzieci (16%) regularnie korzysta jednocześnie z TV i urządzeń mobilnych. Rośnie popularność wideo w sieci. Aż 70% przedszkolaków ogląda filmy i seriale w internecie. Jest to wzrost z 56% w porównaniu z poprzednim badaniem z 2011 roku. Popularne są serwisy filmowe ogólnotematyczne (53%), ale też strony stacji TV (26%). Nową popularną kategorią – 14% w porównaniu do 1% w 2011 roku – są serwisy oferujące VOD. ■



PREMIERA BALLANTINES BRASIL W POLSCE

Samba, capoeira i wizyta Kena Lindsay'a, globalnego ambasadora marki Ballantine's – to tylko niektóre z atrakcji, jakie towarzyszyły polskiej premierze Ballantine's Brasil w warszawskim klubie Iguana Lounge. Ken zabrał gości w fascynującą podróż do świata marki, tłumacząc czym jest Ballantine's Brasil, jak wygląda proces jego produkcji oraz z czym smakuje najlepiej. Po części oficjalnej, swoje umiejętności (pokazy capoeiry oraz gorącej brazylijskiej samby) zaprezentowała grupa Samba Art. ■

DISCOVERY CHANNEL

Z NOWĄ IDENTYFIKACJĄ WIZUALNĄ

Discovery Channel ma od 23 marca nową identyfikację wizualną, a towarzyszą jej premiera nowego sezonu *Fanów Czterech Kółek* oraz całej nowej serii TURBO, obejmującej programy dla fanów motoryzacji na Discovery Channel. Nowa wizualizacja została zaprojektowana przez wewnętrzny zespół kreatywny pod kierunkiem Stephena Royle'a, Creative Directora Discovery Networks CEEMEA. Jej centralnym elementem jest nowe logo, które łączy motyw kuli ziemskiej z literą „D” jak Discovery. ■

ZMIANY W ZARZĄDZIE

STOWARZYSZENIA SYGNAŁ

27 marca br. podczas Walnego Zgromadzenia członków został wybrany nowy zarząd Stowarzyszenia Dystrybutorów Programów Telewizyjnych SYGNAŁ – organizacji, która skupia swoją działalność na ochronie własności intelektualnej i walce z piractwem. Prezesem została Teresa Wierzbowska, doradca zarządu Cyfrowego Polsatu ds. Public Affairs. Do 7 osobowego grona zarządu zostali ponownie wybrani: dotychczasowy prezes Jarosław Mojsiejuk reprezentujący Cyfrowy Polsat, Tomasz Gawel z HBO, Jakub Kupniewski oraz Zbigniew Taraś z nc+. Nowymi członkami zarządu są: ekspert rynku mediów Andrzej Zarębski oraz Marek Szydłowski z TVN, którzy zastąpił Wojciecha Dziomdziorę i Pawła Grubę. ■

REKLAMA

Nowoczesny magazyn interaktywny

OBRAZ i DŹWIĘK

Zawsze z Tobą!

Download on the App Store

INTERNET

AUDIO

WIDEO

TELEWIZORY

WYWIADY

FOTOGRAFIA

FILM

WARSZTAT

OBIEKTYWY

FELIETONY

MONITORY

PROJEKTORY

KAMERY

TARGI

TESTY

PORADY

NOWOŚCI



Co słychać sąsiedzie?

Trzy stacje, dwa języki, dwa miasta i dwie rodziny
– z polskiej Łomży oraz niemieckiego Erfurtu,
czyli *Co słychać sąsiedzie?*

25 lat po upadku żelaznej kurtyny i 10 lat po rozszerzeniu Unii Europejskiej trzy stacje telewizyjne z Polski i Niemiec – TVP2, MDR oraz Deutsche Welle – zdecydowały się dokonać bilansu doświadczeń po obu stronach granicy. Jak zmieniło się i jak aktualnie wygląda codzienne życie na Wschodzie i na Zachodzie? Z jakimi problemami się borykamy, ile wydajemy w sklepach, jak wychowujemy dzieci, jak mieszkamy, jak dużo pracujemy, ile zarabiamy, w jaki sposób spędzamy czas wolny, jaki stosunek mamy do związków i rodziny? Jak kształtują się stereotypy, przez pryzmat których postrzegamy sąsiadów zza Odry? Co łączy, a co dzieli współczesnych Niemców i Polaków?

Codzienne życie mieszkańców sąsiadujących krajów TVP2, Deutsche Welle oraz MDR pokazały na przykładzie dwóch wybranych rodzin – państwa Siwków mieszkających na obrzeżach Łomży oraz Schubertów z Erfurt, stolicy kraju związkowego Turynii w Niemczech.

Anja Schubert i Rico Wohlmann oraz dwójka ich dzieci mieszkają w Erfurcie, stolicy niemieckiej Turynii, w przestronnym, trzypokojowym mieszkaniu. 33-letnia Anja – pielęgniarka i 37-letni Rico – też pielęgniarsz nie mają ślubu, ale czują się rodziną przez duże R. Pracują w systemie zmianowym, dlatego w ciągu tygodnia rodzina nie ma dla siebie zbyt wiele czasu, ale korzystają z pomocy niezawodnej „instytucji”: babci. Małżeństwo Ewelina i Adam Siwkowie mieszkają z dwójką dzieci w Łomży, mieście na północny wschód od Warszawy. Kilka lat temu kupili dom pod miastem. Dzieci – Bartek i Weronika – mają własne pokoje. Kredyt na mieszkanie oraz zainteresowania dzieci to finansowe priorytety pary, dlatego choć oboje pracują w pełnym wymiarze godzin, nie stać ich na zagraniczne wakacje. 36-letnia Ewelina prowadzi kursy zawodowe dla kucharzy. 41-letni Adam jest nauczycielem technologii żywienia, ale ma też kilka dodatkowych zajęć. Prowadzi między innymi szkołę nurkowania. – *Pracuję*

w Łomży, zarabiam mniej, niż mógłbym dostawać w innym mieście, ale nie chcę być niedzielnym ojcem, który po kilku latach dochodzi do wniosku, jak bardzo oddalił się od rodziny – podkreśla Adam Siwek.

– *Poszukiwanie odpowiednich rodzin do reportażu telewizyjnego okazało się nie lada wyzwaniem* – mówi Magdalena Gwóźdź, reporterka TVP2 i prezenterka *Panoramy* (jako dziecko mieszkała w Niemczech), która udała się do niemieckiej rodziny Schubertów w Erfurcie, aby przyjrzeć się ich codzienności. Jej koleżanka z telewizji MDR, wychowana w Niemczech w rodzinie polskich emigrantów, Olenka Kretschmer odwiedziła natomiast państwa Siwków w Łomży. Życie obu rodzin sportretowane zostały w formie reportażu. TVP2 wyemituje go już w maju bieżącego roku.

Rozszerzeniem projektu, umożliwiającym pogłębienie informacji zawartych w reportażu, jest stale rozbudowywany, dwujęzyczny serwis internetowy dedykowany projektowi. Pod adresem <http://sasiad.eu/pl> już teraz można porównać życie Polaków i Niemców 25 lat po upadku komunizmu. Można tu znaleźć materiały wideo dokumentujące życie obu rodzin, wypowiedzi bohaterów, sondy uliczne rejestrowane w obu krajach, materiały typu *making of*, wypowiedzi internautów.

Podczas uroczystej inauguracji projektu w Berlinie, 13 marca, uczestnicy i autorzy programu podkreślali, że część oczekiwań twórców, a także stereotypów o sąsiadach się potwierdziła, ale były też zaskakujące elementy w polskiej i niemieckiej codzienności. Dla wielu Niemców niespodzianką było na przykład, że przeciętny Polak zarabia tylko jedną czwartą tego, co przeciętny Niemiec. Polacy natomiast byli mile zaskoczeni, że zmieniają się stereotypy na ich temat. Większość pytanym Niemców uważa sąsiadów za bardzo pracowitych, a w opiniach o Polakach przeważały pozytywne cechy.

Co słychać sąsiedzie? – już w maju na antenie TVP2.

28 tarnowska

FESTIWAL
WYBRANYCH
POLSKICH
FILMÓW
FABULARNYCH

filmowa nagroda

TARNOWSKIE
CENTRUM KULTURY

26 kwietnia –
4 maja 2014

pod patronatem: Ministra Kultury
i Dziedzictwa Narodowego
Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej
Stowarzyszenia Filmowców Polskich
Prezydenta Miasta Tarnowa

Główny Partner TNF – GRUPA AZOTY





Smaki Polski...

Na początku listopada ubiegłego roku, Tomasz Schafernaker przyjechał do Gdańska aby rozpocząć zdjęcia do swojego nowego, autorskiego programu *Smaki Polski według Tomasza Schafernakera*.

Tomasz jest brytyjskim prezenterem prognozy pogody na kanale BBC, a program ten jest jego debiutem zarówno w dziedzinie programów rozrywkowych, jak i programów prowadzonych w języku polskim. Zanim cała ekipa mogła przyjechać nad polskie wybrzeże Bałtyku, odbyło się kilka spotkań w Londynie, podczas których reżyser oraz producent ustalali z prowadzącym tematykę programu, jego sugestie oraz miejsca według niego najbardziej godne uwagi. Przedyskutowali smaki polskiej kuchni, które najbardziej interesują Tomasza i ostatecznie wybrali Kaszuby jako cel. Następnie powstał scenariusz w języku angielskim. Dopiero w Polsce dołączył do nich polski reżyser, który przetłumaczył cały program na język ojczysty prowadzącego i towarzyszył im przez cały okres nagrywania.

Wszyscy członkowie ekipy, dwóch reżyserów, kamerzysta i dźwiękowiec, codziennie o 7 rano wyjeżdżali z hotelu Mercury (d. Hewelusz) na wybrane miejsce. Jak Tomasz sam wspomina, podczas realizacji zdjęć w lesie, w trakcie których musiał non-stop mówić do kamery np. o grzybach, kilka razy zdarzyło mu się przewrócić z koszem, potykając się o korzenie drzew. Jako, że program powstawał jednocześnie w angielskiej i w polskiej wersji językowej, Schafernaker rozpoczynał dzień około 5:30, by przerobić materiał oraz nauczyć się tekstu na pamięć w obu językach! Jak sam niejednokrotnie przyznał w wywiadach, dużo trudności przysporzyło mu występowanie przed kamerą i prezentowanie w języku polskim. W związku z dwujęzycznym

charakterem programu, nagrywanie każdej sceny trwało długo, a dzień kończył się około 23:00, czyli po prawie 18 godzinach ciężkiej pracy. Poszczególne sekwencje były też kręcone, tak jak film fabularny, w kolejności niechronologicznej, co dodatkowo utrudniało zadanie.

Podczas realizacji *Smaków Polski...* Tomasz i cała ekipa spotkali wielu interesujących ludzi i spróbowali wielu nowych rzeczy. Podczas odwiedzin w restauracji Pod Łosiem kosztowali nieznanych polskich alkoholi, a w tradycyjnym kaszubskim domu wciągali tabakę, co niestety opóźniło nagrywanie z powodu nieustannego kichania.

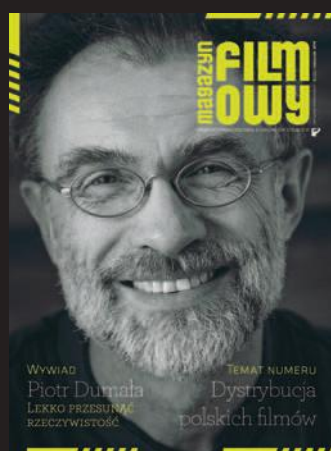
Jednak najciekawszym miejscem według Tomasza Schafernakera okazał się Słowiński Park Narodowy i wydmy. Co zaskakujące, pomimo że pochodzi z Gdańska, był to pierwszy raz kiedy odwiedził tę mini Saharę z piaskiem tak białym, jakby pochodził z tropikalnych plaż. Odwiedził on również jezioro, na którym łowił ryby, a potem podpatrywał proces wędzenia.

Nie mogło oczywiście zabraknąć wpadek. W jednej ze scen Tomasz miał krótko opisać historię Gdańska, a potem z uśmiechem wypić kieliszek Goldwassera (tradycyjny alkohol produkowany w Gdańsku, z płatkami 22-karatowego złota). Oczywiście nie udało się nakręcić materiału za pierwszym razem, co w konsekwencji prowadziło do kilkukrotnego powtarzania scen oraz opróżniania kolejnych kieliszków. Pod koniec dnia wszyscy na planie mieli bardzo dobre humory, a zwłaszcza sam Tomasz. (AW)

WSZYSTKO, CO NAJWAŻNIEJSZE W POLSKIM KINIE



Stowarzyszenie
Filmowców
Polskich



wywiady

raporty

relacje

komentarze

magazyn **FILMOWY**

ISSN 2353-6357

PISMO
STOWARZYSZENIA
FILMOWCÓW
POLSKICH

www.sfp.org.pl

Piotr Dumala, fot. Claire Xavier

KTO TO OGLĄDA?

Wiarygodność i jakość TVP W OCENIE WIDZÓW

Na zlecenie Biura Koordynacji Programowej TVP firma TNS przeprowadziła w listopadzie 2013 roku badanie dotyczące zaufania oraz oceny propozycji programowych Telewizji Polskiej. Badaniu poddano tysiąc mieszkańców Polski powyżej 15 roku życia. Oto dokonany przez redakcję wybór niektórych wskaźników.

GATUNKI PROGRAMOWE W STACJACH

- ▶ Zdaniem badanych kanały telewizji publicznej nadają najlepsze programy w trzynastu z dwudziestu kategorii gatunków programowych: TVP 1 i TVP 2 znalazły się na pierwszym miejscu po sześć razy, natomiast TVP Regionalna – raz, w kategorii wiadomości regionalne.
- ▶ TVP 1 nadaje najlepsze: filmy dokumentalne i reportaże, polskie filmy fabularne, programy dla dzieci i młodzieży, programy informacyjne, wiadomości, programy o sztuce, kulturze, muzyce poważnej oraz przedstawienia teatralne. W porównaniu z kwietniem 2013 więcej widzów przyznało, że stacja nadaje najlepsze teleturnieje, quizy i gry. W przypadku pozostałych kategorii albo nie nastąpiła zmiana, albo zaobserwowano spadek w ilości wskazań.
- ▶ TVP 2 natomiast najlepsza jest w kategorii programy publicystyczne, telenowe, polskie seriale fabularne, programy rozrywkowe, kabarety oraz teleturnieje, quizy i gry. W stosunku do zeszłego pomiaru istotnie więcej osób przyznało, że TVP 2 jest najlepsza w kategorii zagraniczne filmy fabularne i programy informacyjne, wiadomości.
- ▶ Jeśli chodzi o stacje komercyjne to respondenci uznali, że TVN nadaje najlepsze zagraniczne filmy fabularne oraz seriale fabularne. Polsat wyróżnia się w kategorii seriale paradokumentalne i reklamy. W kategorii programy popularnonaukowe i przyrodnicze na pierwszym miejscu znalazło się Discovery. Najlepsze programy i relacje sportowe nadaje Polsat sport. Natomiast jeśli chodzi o programy religijne, to na pierwszym miejscu znalazła się Telewizja Trwam.

GATUNKI PROGRAMOWE

- ▶ Większość respondentów jest usatysfakcjonowana ilością poszczególnych gatunków programów nadawanych przez telewizję publiczną. Problem

stanowią jedynie reklamy, których zdaniem większości jest za dużo.

- ▶ Relatywnie najwięcej badanych czuje przesyt telenowelami oraz serialami paradokumentalnymi.
- ▶ Zdaniem respondentów w telewizji publicznej za mało jest programów popularnonaukowych oraz przyrodniczych. Chętniej ankietowani oglądaliby też polskie i zagraniczne filmy fabularne.
- ▶ W porównaniu z poprzednim pomiarem spadło zapotrzebowanie na programy popularnonaukowe i przyrodnicze oraz na filmy dokumentalne i reportaże. Chociaż jeśli chodzi o pierwszy z tych gatunków, to nadal charakteryzuje się on najwyższym poziomem niedosytu.

MISJA TVP

- ▶ Dla większości Polaków (7 na 10 osób) ważne jest, aby w Polsce istniała telewizja publiczna. Uzasadnieniem istnienia telewizji publicznej jest misja i zadania jakie ma ona do spełnienia względem społeczeństwa (55% tak sądzi). Zdaniem 2/3 respondentów TVP S.A. obecnie dobrze sprawdza się w tej roli.
- ▶ Satysfakcja ze stacji TVP traktowanych jako całość w listopadzie 2013 roku wyniosła 6,8 i jest to wynik istotnie wyższy od oceny uzyskanej w kwietniu br.
- ▶ Analizując ocenę stacji w różnych wymiarach można zauważyć, że TVP 1 i TVP 2 odpowiadają za realizację misji – zapewniają kontakt z kulturą, dokształcają i popularyzują wiedzę poprzez programy popularnonaukowe i edukacyjne oraz pielęgnują tradycje narodowe i patriotyczne. Dodatkowo TVP 2 częściej postrzegana jest jako stacja o bogatej ofercie programowej, która dostarcza rozrywki, zatem łącząc obowiązki telewizji publicznej z tym, co jest charakterystyczne dla stacji komercyjnych.
- ▶ TVN i Polsat to stacje o bogatej ofercie programowej, dostarczające głównie rozrywki oraz goniące za sensacją.

OCENA WIARYGODNOŚCI STACJI

- ▶ TVP 1 i TVP 2 cieszą się największym zaufaniem społeczeństwa – zdaniem trzech czwartych Polaków (po 74%) są to stacje wiarygodne.
- ▶ Niżej respondenci ocenili TVN i Polsat – w przypadku obu stacji 70% badanych uważa, że można ufać temu, co mówi się w nich o sprawach kraju i społeczeństwa.
- ▶ Kanały informacyjne, tj. TVP Info, Polsat News, TVN 24, oraz TVP Regionalna charakteryzują się niższymi wartościami wskaźnika zaufania (od 50% do 62%), na co wpływa ich relatywnie niska oglądalność, która z kolei przekłada się na wysoki odsetek odpowiedzi „trudno powiedzieć”. W tym kontekście oceny uzyskane przez TVP Info i TVP Regionalną można uznać za satysfakcjonujące.
- ▶ Najmniejszym zaufaniem społeczeństwa cieszy się Telewizja Trwam – ufa jej jedynie co czwarty ankietowany (25%). Jednak należy zwrócić uwagę, że zaufanie do tej stacji, począwszy od kwietnia 2009, stale rośnie.
- ▶ W stosunku do kwietnia 2013 r. zaufanie do stacji telewizyjnych wzrosło.

TELEWIZJA CYFROWA

- ▶ Zdecydowana większość gospodarstw domowych posiada jeden odbiornik telewizyjny. Kilka telewizorów można znaleźć w co piątym domu, przy czym przeważnie są to dwa odbiorniki.
- ▶ W Polsce największą popularnością cieszy się telewizja satelitarna – do tego rodzaju sygnału telewizyjnego podłączonych jest 41% odbiorników. Na drugim miejscu znajduje się telewizja kablowa (30% telewizorów odbiera ten rodzaj sygnału), przy czym bardziej popularny jest pakiet cyfrowy niż analogowy.
- ▶ Obecnie niemal ¼ odbiorników telewizyjnych odbiera naziemną telewizję cyfrową. W porównaniu z kwietniem br. odsetek telewizorów podłączonych do tego sygnału wzrósł o 10 punktów procentowych.
- ▶ Większość odbiorników telewizyjnych podłączonych do naziemnej telewizji cyfrowej nie posiada wbudowanego tunera i odbiera sygnał za pomocą dodatkowo zamontowanego dekodera (61%).
- ▶ Cyfryzacja została na tyle dobrze wprowadzona, że nie utrudniła korzystania z sygnału – większość badanych osób przyznało, że nie utraciło możliwości naziemnego odbioru sygnału telewizyjnego.
- ▶ Cyfryzacja nie wpłynęła znacząco na sposób odbioru sygnału telewizyjnego. Jedynie nieliczni w związku z cyfryzacją zdecydowali się na zakup telewizji satelitarnej (10%), pakietu telewizji kablowej (8%), bezpłatnego zestawu do odbioru telewizji satelitarnej (7%) lub IPTV (2%).
- ▶ Większość Polaków nie zrezygnowała także z dotychczasowej telewizji kablowej lub satelitarnej na rzecz naziemnej telewizji cyfrowej. Jedynie co dziesiąty badany zdecydował się na taki krok.

PREMIERA MIESIĄCA



Polska: operacja zmiana

25 lat po rozpoczęciu transformacji oraz 10 lat od wstąpienia Polski do Unii Europejskiej wymaga podsumowań. Czy możemy rzeczywiście mówić – jak twierdzą liczni komentatorzy – o skoku cywilizacyjnym naszego kraju? W serii *Polska: operacja zmiana* prowadzący program Łukasz Grass sprawdza, jak dalece fundusze pomocowe Unii Europejskiej wpłynęły na rozwój takich sektorów jak: transport, ochrona środowiska, energetyka, ochrona zdrowia, kultura i szkolnictwo wyższe.

Dzięki serii *Polska: operacja zmiana* znajdziemy się m.in. w terminalu kontenerowym DCT w Gdańsku, który jest w stanie obsłużyć nawet największe statki świata. Trafimy na plac budowy gazoportu w Świnoujściu, największej tego typu inwestycji w Europie Środkowo-Wschodniej. Poznamy tajniki budowy nowoczesnych tramwajów w Bydgoszczy oraz przyjrzymy się pracy superkomputera Instytutu Meteorologii i Gospodarki Wodnej w Warszawie.

Wspólnie z Łukaszem Grassem poznamy także najlepszych polskich inżynierów, lekarzy i naukowców. Na Politechnice w Poznaniu przyjrzymy się pracy studentów pracujących nad robotami, które w przyszłości będą pomagały ludziom w akcjach ratowniczych. Wraz z inżynierami z Centrum Nanotechnologii Politechniki Gdańskiej będziemy szukali nadprzewodników – materiałów o niezwykłych właściwościach, które już niebawem zmienią oblicze energetyki, transportu i ochrony zdrowia. Przekonamy się także, w jaki sposób lekarze z Oddziału Intensywnej Terapii Kardiologicznej w Warszawie dokonują niezwykle skomplikowanej operacji „przez dziurkę od klucza”.

Seria *Polska: operacja zmiana* daje dowód na to, że Polska to kraj, w którym innowacyjne technologie zyskują coraz większy wpływ na codzienne życie mieszkańców.

Premiera *Polski: operacji zmiana* 5 kwietnia na Discovery Channel.



ZŁOTA DWUDZIESTKA

GRA O TRON (SEZON 4)

Po Krwawych Godach, w których śmierć poniosło wielu członków rodziny Starków, Lannisterowie nadal zasiadają na Żelaznym Tronie i nie zamierzają oddać władzy.



EMISJA: 7 kwietnia, godz. 20.00

AŁE BRYKA

Dwóch twórczych fanów motoryzacji nie może oprzeć się pokusie, by zardzewiałe graty przemienić w niezłe bryki... tym bardziej, jeśli mogą przy tym sporo zarobić.



EMISJA: od 24 kwietnia, godz. 22.00

TAJEMNICE BURJ KHALIFA

Kulisy funkcjonowania najwyższej naziemnej konstrukcji zbudowanej kiedykolwiek przez człowieka. Burj Khalifa, drapacz chmur z Dubaju kosztował ponad 1,5 mld. dolarów.



EMISJA: 18 kwietnia, godz. 22.00

ROK Z NATURĄ

Jak pory roku wpływają na świat przyrody w różnych częściach ziemskiego globu i jak radzą sobie z tymi zmianami zamieszkujące poszczególne regiony zwierzęta.



EMISJA: od 21 kwietnia, godz. 20.00

JEDZ, MÓDL SIĘ, KOCHAJ

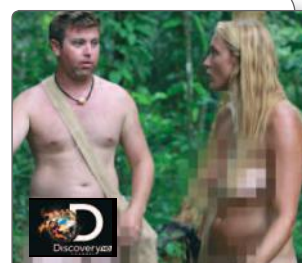
Ekranizacja bestsellorowej powieści Elisabeth Gilbert. Przeżywająca kryzys trzydziestokilkuletnia Amerykanka postanawia całkowicie odmienić swoje życie.



EMISJA: 19 kwietnia, godz. 21.05

NAGI INSTYKT PRZETRWANIA

Pary nieznanych sobie osób próbują przeżyć przez 21 dni w jednych z najbardziej ekstremalnych miejsc na Ziemi. Pozostawieni samym sobie, bez jedzenia, wody i ubrania.



EMISJA: od 7 kwietnia, godz. 21.00

COMMUNITY 3

Adwokat Jeff Winger traci prawo do wykonywania zawodu, gdy na jaw wychodzą jego liczne kłamstwa. Zapisuje się do prowincjonalnego Greendale Community College.



EMISJA: od 7 kwietnia, godz. 20.35

POLSKA LISTA

Innowacyjna aplikacja FUN APP, pozwala widzom m.in. bezpośrednio podczas emisji telewizyjnych we wszystkich stacjach, oddawać głosy na swoje ulubione klipy.



EMISJA: od 23 marca, godz. 17.00

ZAMIESZKAĆ W DZICZY

Pod czujnym okiem Paula DiMeo powstaną niedoścignione miejsca odpoczynku dla mieszkańców Ameryki, chcących uciec od zgiełku i szalonego tempa miast.



EMISJA: od 10 kwietnia, godz. 22.00

BOSONOGA CONTESSA – POWRÓT DO KLASYKI

Ina Garten w 1978 roku zakupiła mały, specjalistyczny sklep spożywczy „Bosonoga Contessa” i zdobyła światową sławę dzięki serii bestsellerowych książek kuchar- skich.



EMISJA: od 10 kwietnia, godz. 8.30, 13.00 i 19.00

FRANKLIN I PRZYJACIELE – PODWODNA WYPRAWA

Franklin, Miś i Pan Żółw wyruszają w daleką podróż, podczas której przeżyją wiele niesamowitych przygód. Spotkają nowych przyjaciół i wezmą udział w akcji ratunkowej!



EMISJA: od 5 kwietnia, godz. 18.40

ODDZIAŁ SPECJALNY

Zapis śmiesznych i nieprzewidywalnych przygód dwóch nastolatków – Kaza i Oliviera, którzy ulegają wypadkowi i lądują w szpitalu.



EMISJA: od 29 marca, godz. 10.10

WIDZIAŁEM DUCHA

Prawdziwe, choć niewiarygodne historie o zjawiskach paranormalnych. Opowiadają o nich ludzie, którzy sami je przeżyli – i w dodatku udało im się je zarejestrować.



EMISJA: od 2 kwietnia, godz. 21.30

JASMINUM

Nastrojowa, magiczna opowieść o poszukiwaniu miłości i szczęścia za klasztornym murem, gdzie samotnie mieszkają i marzą o wiecznym zbawieniu trzej bracia zakonni.



EMISJA: 20 kwietnia, godz. 13.15

WRAKI – SKŁADAKI Z LAS VEGAS

Steve Darnell to samochodowy profesjonalista, który z pasją wynajduje zagrzebane na wysypiskach i nieużytkach części starych aut i daje im nowe życie w imponującej formie.



EMISJA: od 1 kwietnia, godz. 20.00

KIRSTIE

Choć Maddie ma za sobą wiele różnych ról na scenie, to zupełnie nie potrafi wcielić się w rolę matki. Zdaje sobie sprawę, że jej syn Arlo jest jak nieoszlifowany diament, ale...



EMISJA: od 2 kwietnia, godz. 22.30

WZGÓRZE NADZIEI

Trwa wojna secesyjna. Walczący po stronie Konfederatów Inman po długim pobycie w szpitalu postanawia zdezerterować. Wymyka się straży i udaje w długą drogę do domu.



EMISJA: 19 kwietnia, godz. 21.00

PRZEMINĘŁO Z WIATREM

Przez długie dziesięciolecia najbardziej kasowy film w dziejach kina. Melodramat z okresu wojny secesyjnej z niezapomnianymi kreacjami pary aktorów głównych ról.



EMISJA: 19 kwietnia, godz. 21.00

KULINARNE INSPIRACJE RACHEL KHOO: MIASTA ŚWIATA

Rachel odwiedza różne miasta, od Barcelony po Niceę, próbuje różnych potraw, spotyka się z miejscowymi miłośnikami dobrej kuchni i odkrywa najnowsze kulinarne trendy.



EMISJA: od 31 marca, godz. 18.00

CO CHCĄ WIEDZIEĆ FACECI?

Kobiety, sport, samochody, imprezy, seks. Oto tematy najczęściej poruszane przez młodych mężczyzn z kraju nad Wisłą podczas wspólnych wypadów na piwo.



EMISJA: od 14 kwietnia, godz. 23.00

DLA DUSZY, DLA CIAŁA



TAKIE *Pierwsze* auto w chmurze

Volvo V60 Plug-in-Hybrid, choć przypomina auto z powieści science-fiction, istnieje naprawdę i jest produkowane seryjnie. Pokazano je na specjalnej prezentacji w Warszawie z udziałem specjalistów z firmy Volvo i ambasadora tej marki, Piotra Adamczyka.

Napęd elektryczny umożliwia pokonanie dystansu 50 km. Pierwsze 100 km można przejechać spalając niecałe 2 litry paliwa. To auto przenosi kierowcę w nowy wymiar - także za sprawą rozwiązań Cloud Computing, Machine-to-Machine oraz Unified Communication. Jest wiele korzyści płynących z wykorzystania najnowszych technologii w Volvo V60 Plug-in-Hybrid. Dzięki integracji z platformą Sensus Connect kierowca może zarządzać swoim autem z dowolnego miejsca i o każdej porze.

W tym celu wystarczy zainstalować na smartfonie lub innym urządzeniu przenośnym specjalną aplikację, by móc swobodnie sterować ogrzewaniem postojowym, sprawdzać poziom oleju lub paliwa, a także

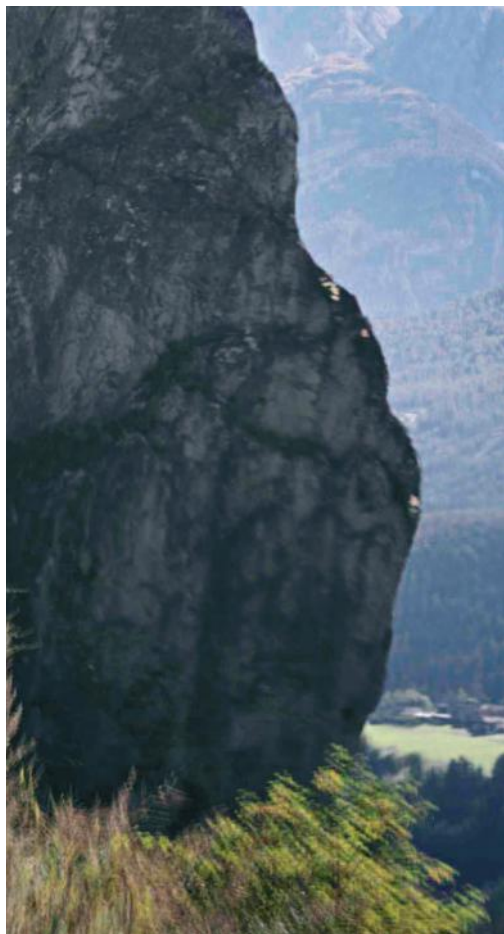
fazę ładowania samochodu. Praktycznym wsparciem może być również inteligentny system nawigacyjny, który chroni kierowcę przed ulicznymi korkami poprzez wskazywanie alternatywnych objazdów. System umożliwia ponadto importowanie tras, które z pomocą internetowego serwisu Volvo, można samodzielnie tworzyć i modyfikować.

Jednocześnie wszystkie dane (np. o poziomie zużycia klocków hamulcowych) mogą być automatycznie i na bieżąco przesyłane z Volvo V60 Plug-in-Hybrid do autoryzowanego serwisu zgodnie z koncepcją Machine-to-Machine. Dzięki temu mechanicy mogą mieć pełną wiedzę o bieżącym stanie auta, co umożliwia skrócenie przeglądu technicznego.

Volvo V60 Plug-in-Hybrid wykorzystuje również koncepcję Unified Communication. Wiadomości SMS, które dostaje kierowca, mogą być odczytywane przez system głosowy, co istotnie zwiększa komfort i bezpieczeństwo jazdy.

Do tego wszystkiego Volvo V60 Plug-in-Hybrid jest niezwykle ekonomicznym autem. Pod podłogą bagażnika ukryto akumulator o pojemności 12 kWh. Tylne koła napędza silnik elektryczny o mocy 70 KM, którego moment obrotowy wynosi 200 Nm. Przednie koła porusza 5-cylindrowy Diesel o pojemności 2,4 litra generujący moc 215 KM i moment obrotowy – 440 Nm.

Volvo V60 Plug-in można naładować przez tradycyjne gniazdko elektryczne (230V / 6A, 10A lub 16A) w domu lub na parkingu. Czas ładowania zależy od poziomu naładowania prądu. Pełne ładowanie przy natężeniu 16A trwa niewiele ponad 2 godziny, dla 10A to 4,5 godziny, a ładowanie prądem 6A potrwa ok. 7,5 godziny. Podczas ładowania samochodu, wewnątrz auta może zostać schłodzone lub nagrzane, dzięki klimatyzacji, którą użytkownik jest w stanie zaprogramować przy pomocy zegara znajdującego się w menu ustawień samochodu lub zdalnie



DLA DUSZY, DLA CIAŁA

Weronika Rosati DLA AVON



Aktorka Weronika Rosati od kilku tygodni pełni funkcję ambasadora reklamowego perfum Avon Femme (woda perfumowana o zapachu kwiatowo-owocowym skierowana dla kobiet). Kampania z jej udziałem prowadzona jest m.in. w prasie i internecie.

W reklamach Avon Femme Weronika Rosati wciela się w rolę gwiazdy filmowej obleganej na czerwonym dywanie przez fotoreporterów. Ma to podkreślać, że dzięki używaniu promowanego produktu każdego dnia można czuć się jak gwiazda.

Aktualnie aktorka gra w nowej wersji ekranizacji powieści *Dziecko Rosemary* Iry Levina. W 1968 roku film na podstawie tej książki nakręcił także Roman Polański. Tym razem reżyserią obrazu zajmie się Agnieszka Holland, a całość podzielona zostanie na składający się z czterech części miniserial. Zdjęcia do produkcji rozpoczęły się już w Paryżu.

W nowej wersji *Dziecka Rosemary* w główne role wciela się: znana z filmu *Avatar* Zoe Saldana i Patrick J. Adams, którego polscy widzowie pamiętają z serialu *Lost. Zagubieni*.

poprzez telefon komórkowy. Ponieważ przy krótszych trasach miejskich silnik spalinowy jest używany bardzo rzadko, może się okazać, że olej napędowy jest już dość stary. W baku zainstalowano specjalny system, który monitoruje jakość i wiek paliwa. Może on zmusić pojazd do pracy w trybie spalinowym.

Volvo V60 Plug-in-Hybrid będzie dostępne w Polsce wyłącznie w najwyższej wersji wyposażeniowej Summum, obejmującej m.in. reflektory ksenonowe, felgi z lekkich stopów, czy skórzaną tapicerkę.



Nowy hotel WE WROCŁAWIU



Uruchomiony na początku kwietnia BEST WESTERN PLUS Q Hotel Wrocław oferuje 127 klimatyzowanych pokoi z łazienkami dla 254 gości, w tym 20 z rozkładaną sofą dla rodzin z dziećmi, 1 apartament oraz 2 pokoje przystosowane do potrzeb gości niepełnosprawnych. Ich wnętrza są proste i nowoczesne, a kompleksowe wyposażenie zapewnia pełen komfort pobytu. Odpowiadając na oczekiwania turystów biznesowych, wszystkie pokoje w hotelu posiadają sejf na laptop oraz biurko z wygodnym

krzesłem do pracy. Zaplecze gastronomiczne to powierzchnia aż 250 m², która została zaaranżowana na restaurację oraz lobby bar. Prostota, żywa kolorystyka oraz nowoczesny design wnętrza idealnie komponują się z wystrojem hotelu, tworząc spójną całość. Nowy wrocławski hotel posiada nie tylko nowoczesne centrum konferencyjne, oferujące 5 funkcjonalnych sal, umożliwiających organizację spotkań dla ponad 200 uczestników, ale również atrakcyjne miejsce noclegu dla osób podróżujących

w celach służbowych do Wrocławia. Dogodna lokalizacja, ok. kilometr od Rynku Starego Miasta oraz dworca kolejowego, dostęp do darmowego Wi-Fi na terenie całego hotelu oraz możliwość zaparkowania w monitorowanym garażu podziemnym to dodatkowe atuty, które z pewnością zostaną docenione przez organizatorów spotkań oraz turystów biznesowych. Kolejnym jest bogate zaplecze gastronomiczne, pozwalające na organizację bankietów, przyjęć firmowych oraz wszelkiego rodzaju uroczystości.



SZAŁ UNIESIENIA, czyli gryź mnie pan w aortę

Słynne powiedzenie profesora Aleksandra Bardiniego, bywało chętnie przez niego używane w Studio 2 podczas legendarnych spotkań z przyszłymi adeptami trudnej telewizyjnej konferansjerki. Nie służyło, bynajmniej, udowodnieniu błyskotliwego poczucia humoru wielkiego człowieka polskiego teatru, ale miało służyć i służyło w dosadnej postaci określaniu stanu, w jakim mogli by znaleźć się „studenci” jego telewizyjnej uczelni, gdyby osiągnęli pewien poziom biegłości ekranowej.

Tryb przyszły warunkowy jest tu niezbędny, bo zarówno Profesor, jak i uczniowie zdawali sobie doskonale sprawę z tego, że ci ostatni muszą wspiąć się na Himalaje własnych talentów i umiejętności, by choć trochę zbliżyć się do poziomu zawodowego, jaki osiągnęły takie osobowości telewizyjne jak: Irena Dziedzic, Jacek Grot, Wiktor Zinn czy Tomasz Hopfer. I to ledwie cztery nazwiska z długiej listy „wielkich srebrnego ekranu”, którzy w drugiej połowie lat 70. ubiegłego wieku, bo o nich mówimy, gościli na co dzień w polskich domach. Obecność na telewizyjnym ekranie to był wtedy, poza oczywistą wiedzą i kompetencją, odpowiedni strój, głos, wygląd i styl. To była po prostu klasa i osobowość. Człowieka i zawodowca.

A dzisiaj? A dzisiaj na gwiazdę seriali kreuje się kogoś, kogo nazwisko mogłoby firmować pokarm dla kotów. A dzisiaj reporter głównego wydania wiadomości w publicznej telewizji wygląda, jakby wypadł z tramwaju i podczas upadku uszkodził sobie żuchwę, skutkiem czego mówi tak niewyraźnie. A dzisiaj sformatowana guru od porządków na kuchennym zapleczu rzuca na wizji k...mi, choć kreuje się na damę europejskich salonów. A dzisiaj trzymający się długopisu wymuskany wywiadowca odmienia przez wszystkie przypadki słowo WIELKA, w odniesieniu do aktorki, tylko dlatego, że ta przed wieloma laty stanęła do castingu obok hollywoodzkiej mega gwiazdy. A dzisiaj w końcu „znana z tego, że jest znana” telewizyjna celebrytka, która zaliczyła (to odpowiednie słowo) chyba już wszystkie stacje, po raz kolejny wpycha się bez żenady na ekran. Tym razem w roli matki kilkutygodniowego dziecka, z którym podobno dla relaksu i zdrowia biega codziennie po lesie.

Za „starej Polski” cała ta gromadka mogłaby co najwyżej... płacić w terminie abonament RTV!

WD-40

TECHNIKA & KONTENT TV
TELEPRO
MIESIĘCZNIK BRANŻY TELEWIZYJNEJ

WYDAWCA:
VITULUS AUREUS s.c.

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

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

STAŁE WSPÓŁPRACUJĄ:
Marek Hendrykowski, Wojciech Kowalczyk,
Grzegorz Morkowski, Jacek Bielski,
Andrzej Bukowiecki, Jerzy Bojanowicz,
Jan F. Lewandowski, Jerzy Armata,
Piotr Machul, Konrad J. Zarębski
Opracowanie graficzne: Anna Stępnia

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

ZDJĘCIA: Magia kłamstwa (okładka – Canal+, TVP2), Sebastian Skalski/Biuro Prasowe ZNAK Literanova, Zoom_Fundacja KINO, SES Astra, Evio, AVM GmbH, WP Corp., Sharp Electronics (Europe) GmbH, LG Electronics Polska, Samsung Electronics Polska, iiyama, Epson, mmc ommunications, Alvernia Studios, Volvo Auto Polska, Dobry Hotel Mięczkowski sp. kom., Avon Polska oraz zespoły prasowe i PR dystrybutorów filmowych, stacji telewizyjnych, kanałów tematycznych i platform satelitarnych.

REKLAMA



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

Festiwale, targi i nagrody, którym patronujemy



HISTORIA JEST W NAS



WIKINGOWIE

PREMIERA KAŻDEGO WIECZORU

HISTORY®

Dystrybucja: A+E Networks Poland
KAROL BEK Senior Commercial Director
email: karol.bek@aetn.co.uk
tel.: +48 784 347 852

KATARZYNA POPŁAWSKA Distribution Manager
email: katarzyna.poplawska@aetn.co.uk
tel.: +48 22 10 10 259

Wsparcie techniczne:
KABELKOM
email: aetn@kabelkom.pl
tel.: +48 33 48 81 000



HBO®

KULTOWY SERIAL HBO

GRA O TRONSM

SEZON 4

PREMIERA W KWIETNIU

HBO® | HBO GOSM

HBO cinemax max © 2014 Home Box Office, Inc. Wszystkie prawa zastrzeżone. HBO® oraz powiązane kanały i usługi są własnością Home Box Office, Inc.
© 2014 Home Box Office, Inc. Wszystkie prawa zastrzeżone.