

TECHNIKA & KONTENT TV

TELEPRO

10 maja 2014

Rok VI Nr 5/2014(47)

ISSN 2080-4407

CENA 9,90 zł (w tym 8% VAT)



PO 3 STRONIE EKRANU

JAKIEJ TVP
POLACY
POTRZEBUJĄ?

TARGI



MIPTV: CANNES
NAB: LAS VEGAS

ZA KULISAMI

HOUSE
OF CARDS





CANAL+

Kolejny sezon T-Mobile Ekstraklasy
wyłącznie w kanałach sportowych
CANAL+ Sport HD i nSport HD.

Kibicuj swojej drużynie!

CANAL+
Sport HD



ZADZWOŃ I ZAMÓW

Robert Piotrowski
513 111 776

Marek Świerkosz
513 111 669

Magdalena Wiatras
502 535 773

Rafał Wilczewski
603 456 460

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



6 TYLKO U NAS POSTAWILIŚMY OD RAZU NA CYFRYZACJĘ USŁUG

Rozmowa z Januszem Kosińskim, prezesem zarządu INEA, wiceprezesem zarządu PIKE



O TYM SIĘ MÓWI

- 16** ZMIENIONY POLSAT VIASAT I MISTRZOWIE ODZYSKU
- 18** EVIO DLA NADAWCÓW
3 pytania do Marzeny Łagowskiej,
Dyrektor ds. Kontentu TV, EVIO Polska
- 20** SHORTS TV REKOMENDUJE
MATTHEW MODINE
- 22** IFA 2014 PROLOG

TECHNIKA

- 24** TARGI – MIPTV CANNES
JUTRO BĘDZIE KONIEC ŚWIATA?
- 30** TARGI – NAB LAS VEGAS
KLOCKI DLA ULTRA HD (4K)...
- 32** DO FIRMY, DO DOMU



Sezam

- 62** KTO TO OGLĄDA?
INTERNETOWA RZECZYWISTOŚĆ
- 63** PREMIERA MIESIĄCA
- 64** ZŁOTA DWUDZIESTKA
- 66** KUŚ CZERWIENIĄ UST
A MIAŁO BYĆ TAK PIĘKNIE!



KONTENT

- 4** Z FRONTU WALKI O LEPSZE JUTRO
- 8** PO TRZECIEJ STRONIE EKRANU
JAKIEJ TVP POLACY POTRZEBUJĄ?
- 10** BILANS – SERIALE
OPOWIEŚĆ W ODCINKACH
– POSZUKIWANY TOWAR (2)
- 34** TELEINTER
TV INTERNETOWA AD 2013/2014
- 36** KONFERENCJE
– 4. SIECI SZEROKOPASMOWE
ABY INTERNET BYŁ SZYBSZY
- 38** BYŁA KIEDYŚ TELEWIZJA...
BŹDZIOCHY W CIEŚCIE
- 40** MOIM ZDANIEM
BRAZYLIJSKA
WOJNA FUTBOLOWA
- 42** MOJA HISTORIA TELEWIZJI
BARBARA I JAN
- 43** NA CELOWNIKU
IDĘ NA IDĘ
- 44** PRZED PREMIERĄ
SEN O WARSZAWIE
- 46** TELE INFO
- 58** NA PLANIE
SKARBY II WOJNY ŚWIATOWEJ
NA FRONCIE WSCHODNIM
- 60** ZA KULISAMI
HOUSE OF CARDS – DRUGI SEZON





- ▶ Prezes TVP w wywiadzie dla Gaze-ty Wyborczej: (...) *Nas to dotknęło przy znakomitym serialu „Homerland” – miał widownię nieco powyżej 400 tys. mimo niezłej pory – w po-niedziałki po godz. 22. To ogląda-nościowa katastrofa. I finansowa. Po prostu ci, których ten serial intere-sował, obejrżeli go sobie wcześniej w internecie, i to pewnie całą serię naraz. W dodatku – korzystając z pi-rackich portali.*

Warto zwrócić uwagę na zwrot NIEŻŁA PORA??!! W po-niedziałki w okolicach godz. 22 to naród, zarówno ten zainteresowany serialem, jak i niezainteresowany, powoli kończy wieczorne oglądanie telewizji, a jeśli już – to przełącza się na kanały tematyczne. Wie o tym każdy programista telewizyjny i jeśli kupują mu znakomity serial, to emi-tuje go po prostu innego dnia i o in-niej porze.

NIEŻŁA PORA – Szanowny Panie Prezesie, to jest dla takiego serialu sobota o 20.30, a ogląda-nościowy sukces można osiągnąć przeprowadzając – w sposób pro-fesjonalnie przygotowany – zmaso-waną akcję promocyjną, zarówno na własnych antenach, jak i w in-nych mediach.

I to nie są prawdy objawione, tylko abecadło działania w tym bi-znesie. Po prostu!

- ▶ Nareszcie dobra wiadomość dla wszystkich tych, którzy nie obej-rzeli jeszcze ... (wpisz swój wynik) razy ulubionych seriali. 1 maja tele-wizja Kino Polska rozpoczęła poka-zywanie obu tasiemców. Prezentu-je *Czterech pancernych i psa* oraz *Stawkę większą niż życie* po raz 299 i zapowiada cenne nagrody z okazji następnej, jubileuszowej misji.

Będą to pakiety płyt DVD z wszystkimi odcinkami obu mega seriali! A jak!

- ▶ Wstąp do Armii Radzieckiej nim Ar-mia Radziecka wstąpi do ciebie! Hasło to doskonale zna i czynnie wprowadza w życie prezes D. Ja-ko jedyny zachował się patriotycz-nie i w rocznicę smoleńską nadal na swej, znanej głównie z brawu-rowych powtórek, antenie rozmo-wę z Jarosławem K. Jak ten wróci do władzy, a wróci na pewno, już w 2058 roku, to minister propa-gandy w jego rządzie Tadeusz R.

mianuje prezesa D. swym doradcą do spraw programowych. Duet ma-rzeń?

- ▶ Polsat Play zaprezentował wiosenną ramówkę w swojskiej tonacji restau-racyjnej. Za suto zastawionymi pie-



Patryk Vega
i Bogusław Wołoszański

czywem i wędliną stołami zasiadło liczne grono autorów, których z uwa-gą oraz ustami pełnymi pieczywa i wędlin, słuchało mniej liczne gro-no łowców sensacji z telewizyjnego świata. Obie grupy nie ujawniły dań gorących.

- ▶ Nie ma litości dla zwolenników róż-norodności. Telewizja Polska zapo-wiada kolejne sezony *Rancza*, *Ojca Mateusza*, *Komisarza Alexa* i *Blon-dynki*. Może 127 działających na Wo-ronicza związków zawodowych za-jęło by się tą sprawą? Ale się nie zajmie, bo zajmuje się sporem z kie-rownictwem firmy i nie ma czasu na głupoty programowe.

- ▶ Czas *h(u)onoru* znów się kręci, tym razem w wersji dla pamiętających inaczej. Choć pożegnaliśmy, z ża-lem oczywiście, bohaterów walczą-cych z komuną kilka lat po wojnie, powracamy do nich na czas Po-wstania Warszawskiego. Taki prequ-el, jak to mówią, kochający inaczej. Decyzję o skierowaniu do produkcji scenariusza powstańczego, tłuma-czy się na Woronicza tym, że produ-cent serialu miał gotowe ruiny do za-gospodarowania po filmie Jana Komasy *Miasto 44*. Ponieważ produ-kował on także niedawno film o Le-chu Wałęsie tylko patrzeć, jak nasi dzielni chłopcy, zaraz po powstaniu zabiorą się za organizację strajków w sierpniu 1980 roku.

- ▶ Eska Tv poszukuje nowego dyrekto-ra programowego. Wymagania to:
 - charyzma, poczucie humoru, otwartość
 - kreatywność, innowacyjność,

szybkość w działaniu

- umiejętność zarządzania zespo-łem
- bardzo dobre umiejętności ko-munikacyjne
- doskonała znajomość rynku te-lewizyjnego oraz szerokie kontakty zawodowe
- świetne rozeznanie w zagranicz-nym i polskim show-biznesie
- znajomość potrzeb młodych od-biorców
- myślenie strategiczne pozwala-jące na planowanie działań pro-gramowych
- doskonała organizacja pracy, w tym skuteczność i terminowość w realizacji zadań i umiejętność ustalania priorytetów
- bardzo dobra znajomość języka angielskiego w mowie i piśmie

Nie trzeba być zawodowym łowcą głów by bez trudu wskazać idealnego i powiedzmy sobie praw-dę, najlepszego kandydata. To An-toni M. w wolnych chwilach dendro-log, ale na co dzień urodzony czło-wiek mediów i szolmen.

- ▶ ...będzie „polski, świeży, różnorod-ny”. Brzmi jak reklama nowo otwie-



ranego warzywniaka, a dotyczy no-wego kanału, który właśnie zade-biutował na MUX-ie 1. Fokus TV ma osiągnąć już jesienią oglądalność na poziomie 1% udziału w grupie ko-mercyjnej!? Ponieważ „w tym kraju” jest wszystko możliwe, to...

- ▶ Nuda, nuda, nuda! I to po obu stro-nach ekranu, bo i uczestnicy i wi-dzowie zaczynają ziewać już po kil-ku minutach emisji. Ale i tak można powiedzieć, że to bardzo udana wiosna dla żółto-niebieskiej sta-cji, bo *Projekt Runaway* zjednoczył widownię jak mało który program zaproponowany przez fachowców z Wiertniczej. A to, że zjednoczył w narzekaniach, to już zupełnie inna bajka...

NAJSZERSZE POKRYCIE GUSTÓW MUZYCZNYCH W POLSCE!



4FUN MEDIA S.A.



program

4fun Media GA
ul. Bobrowiecka 1a
00-726 Warszawa
tel.: +48 22 4884 137
fax: +48 22 4884 250
www.4funmedia.pl

Dystrybucja:
Agnieszka Bem
kom. +48 795 311 209
agnieszka.bem@programpl.biz
www.programpl.biz

DAJ LAJKA TV!

LUBISZ KLIP, KTÓRY WIDZISZ NA
EKRANIE? TO DAJ MU LAJKA I
ZOBACZ GO PO CHWILI
NA EKRANIE TELEWIZORA.



WIECEJ NA:
WWW.FUNAPP.TV

Postawiliśmy od razu na cyfryzację usług

JANUSZ KOSIŃSKI, prezes zarządu INEA, wiceprezes zarządu PIKE

– Niedawno powiedział Pan, że chce zdobyć połowę rynku dostępu do internetu w Wielkopolsce. Inea to zatem już bardziej dostawca internetu, czy wciąż telewizja kablowa?

– Telewizje kablowe w kształcie, jaki miały jeszcze dekadę temu, są dziś skazane w najlepszym wypadku na vegetację. Rynek stał się bardzo wymagający, a ludzie – chociaż wciąż oglądają programy telewizyjne, to już nie chcą być przywiązani do telewizora. A nawet, gdy wpatrują się w telewizor, to coraz częściej jest on podłączony do sieci. Dlatego telewizję kablową traktujemy jako jeden z elementów naszej działalności, część oferty pakietowej, którą dostarczamy klientom. Do tego potrzebna jest jednak nowoczesna infrastruktura światłowodowa.

– Którą zagwarantuje 4500 km światłowodów budowane właśnie przez Wielkopolską Sieć Szerokopasmową?

– Częściowo tak. WSS zaoferuje dostęp każdemu zainteresowanemu na równych zasadach – niezależnie, czy to będzie INEA, czy mała firma chcąca podpiąć jeden blok do sieci światłowodowej. Zwracam jednak uwagę, że sieć WSS – jak i każda tego typu sieć budowana w województwach i współfinansowana przez UE – to bardziej wędka, niż ryba. Aby z niej korzystać, potrzebne są inwestycje w ostatnią milę, czyli połączenie budynku mieszkalnego z punktem dostępowym. W tę infrastrukturę inwestujemy już samodzielnie, m.in. dzięki wsparciu, jakiego udziela nam Warburg Pincus, jeden z czołowych funduszy

inwestycyjnych na świecie, który od zeszłego roku jest udziałowcem INEA.

Natomiast dla nas powstanie WSS jest cenne z tego względu, że pozwoli rozwinąć ofertę na terenach poza głównymi miastami Wielkopolski, gdzie powstanie infrastruktury na warunkach rynkowych nie byłoby możliwe. Dziś prawie 70% mieszkańców regionu (i aż 99% mieszkańców) nie ma dostępu do usług NGA. Światłowodów zamyka



na najbliższe lata kwestie prędkości transmisji danych w sieci i obecnie świadczenie usług w oparciu o tę technologię ograniczone jest jedynie naszą wyobraźnią.

– W Polsce wciąż działa ponad 400 sieci kablowych, zaś w całej UE jest ich około 600. Takie rozdrobnienie na rynku w naszym kraju na dłuższą metę jest nie do utrzymania. Jak w tym kontekście widzi Pan rolę i przyszłość Inei?

– Rynek konsoliduje się i będzie konsolidował. Z tej też przyczyny, że biznes stał się trudny i bardzo konkurencyjny. Od operatora telekomunikacyjnego oczekuje się świadczenia wszystkich usług bez względu na miejsce ich odbioru przez Abonenta. A to kosztuje. Rachunek ekonomiczny sprawia, że małemu operatorowi trudno uruchamiać coraz bardziej wyrafinowane i kapitałochłonne usługi. Pozostając przy tradycyjnej ofercie, kablowki te są narażone na konkurencję platform cyfrowych, czy nawet rozwijającego się darmowego DVB-T. Również w zakresie samego dostępu do internetu nie wolno nam, zwłaszcza w obszarach słabo zurbanizowanych, ignorować innych technologii, w tym bezprzewodowych i mobilnych. To również kosztuje. Dlatego myślę, że spośród 400 podmiotów działających na naszym rynku, właściciele co najmniej 300 z nich z radością przyjąłby ofertę od jednego z dużych graczy. To obecnie jest i będzie ścieżka rozwoju branży na najbliższe lata. Dziś wyceny operatorów kablowych są wysokie, dlatego nie jest to najlepszy moment na przejęcia, jednak myślę, że i tak będą one miały miejsce.

– To znaczy, że i Inea będzie dalej przejmować lokalnych operatorów?

– Inea powstała poprzez konsolidację operatorów telewizji kablowej i ten kierunek kontynuujemy. W poprzednim roku przejęliśmy ważnego gracza – lokalną spółkę Tesat. Koncentrujemy się na Wielkopolsce, gdyż jest tu ponad 1 mln gospodarstw domowych i z naszego punktu widzenia jeszcze spory potencjał do rozwoju. Chcemy do 2018 roku mieć dostęp do połowy gospodarstw w regionie, a podłączyć do naszej sieci przynajmniej trzecią część tej liczby. Daje to potencjał podwojenia naszej dotychczasowej bazy abonenckiej. Sieć na jednym terenie ma większą wartość niż sieć rozproszona. Łatwiej budować treści unikalne dla danego terenu, a my mamy własną telewizję, portal o Poznaniu i Wielkopolsce, a także kanał Lech TV, co również stanowi sporą wartość na terenie Poznania i Wielkopolski. Nie wykluczamy też rozwoju poza naszym regionem.

– Ostatnio Multimedia ogłosiły powrót na giełdę. Czy rozważacie taki krok?

– Nie mamy takich planów. Przypomnę, że w zeszłym roku pozyskaliśmy strategicznego mniejszościowego inwestora zagranicznego – Warburg Pincus, czołowy globalny fundusz private equity. To ważne wsparcie w naszej drodze do rozwoju i konsolidacji rynkowej.

– Po latach dynamicznego rozwoju telewizji kablowych związanych z cyfryzacją usług, wprowadzeniem triple-play, przyszła stagnacja. Rynek płatnej telewizji nasycił się, operatorów martwi rozwój darmowej naziemnej telewizji cyfrowej, która podbiera klientów do tej pory płacących za sygnał telewizyjny. Podwojenie liczby klientów to bardzo ambitny cel.

– DVB-T zawsze będzie zaspokajało jedynie potrzeby najmniej wymagających widzów. Nam zależy, by dostarczać rozwiązania kompleksowe i innowacyjne. Od razu postawiliśmy na cyfryzację usług, w efekcie dziś mamy najlepszy w kraju wynik, jeśli chodzi o odsetek użytkowników odbierających telewizję cyfrową – 85%. To z kolei pozwoliło nam zaproponowanie – również jako jednym z pierwszych w kraju – aplikacji do oglądania telewizji na urządzeniach mobilnych. Uruchomiliśmy też wspomniany już Lech TV – pierwszy w Polsce kanał poświęcony klubowi piłkarskiemu, który jest dostępny wyłącznie w naszej sieci.

Nie mamy takich możliwości jak British Telecom, by za 1 mld funtów kupić prawa do transmisji Ligi Mistrzów oraz Ligi Europejskiej i poprzez transmisje w sieci budować popyt na usługi FTTH, ale również staramy się oferować klientom wartość dodaną i unikalne usługi. Mamy już w tym zakresie swoje małe osiągnięcia. Na terenie Poznania i Konina w pojazdach komunikacji miejskiej nasi abonenci mają bezpłatny dostęp do internetu. Za chwilę sieć naszych hot spotów obejmie swoim zasięgiem tereny całych tych miast. W przyszłym roku planujemy oddać w nowo utworzonym Parku Technologicznym INEA Park w Wysogotowie pod Poznaniem własne data center, które pozwoli nam rozwijać technologię „chmury”. Nasz abonent będzie mógł korzystać z tej chmury z prędkością nawet 1 Gbps.

W oparciu o data center w przyszłości będziemy też oferować usługi, które wykorzystują technologię software-defined networking (SDN). Już teraz niektórzy operatorzy na Zachodzie aktywnie pracują nad wdrożeniem tej technologii w swoich sieciach. Wirtualizacja elementów sieciowych umożliwi nam w przyszłości implementację nowych rozwiązań już na poziomie data center, bez konieczności kosztownego i długotrwałego upgrade całej infrastruktury sieciowej.

– Gdyby miał pan w trzech zdaniach opisać dzisiejszą pozycję firmy na polskim rynku i jej najbliższe plany?

– Umacniamy się na dobrym, czwartym miejscu wśród telewizji kablowych w Polsce i szybkim tempem zbliżamy się do liczby dwustu tysięcy abonentów. Najbardziej cieszy fakt, że utrzymujemy dwucyfrowy wzrost zarówno w przychodach, jak i liczbie klientów. Dziś udaje się to niewielu operatorom.

– Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiał: Mariusz Illicki

JAKIEJ TVP Polacy potrzebują?

Rzecznik prasowy Telewizji Polskiej, Jacek Rakowiecki, tak zatytułowanym obszernym tekstem zapraszał kilka tygodni temu do dyskusji nad przyszłością najważniejszego medium publicznego. Podał w nim wiele informacji, danych, porównań i zestawień, niewątpliwie nieco objaśniających skomplikowany świat publicznej telewizji.

Ale to obraz daleko niepełny, bo zapewne świadomie pozbawiony decydującego czynnika – wpływu bieżącej POLITYKI na kształt, sposób i jakość zarządzania zatrudniającą ponad trzy tysiące pracowników firmy z Woronicza. Jakby jej niełatwa sytuacja organizacyjno-finansowo-wizerunkowa wynikała wyłącznie z niezrozumienia uwarunkowań, czy choćby z niewiedzy piszących o niej autorów, a nie decyzji, czy raczej woli ich podjęcia, ze strony klasy politycznej.

Stąd chętnie powoływano się JR na obiegiwe sądy o kosztach, zarobkach, mitach i plotkach, a brak choćby akapitu o tym, że aktualna ekipa rządząca od 5-6 lat nie chce? nie potrafi? nie może? zająć zdecydowanego stanowiska w sprawie sposobu finansowania mediów publicznych, w tym przede wszystkim telewizji, a samego pojęcia – ba, nawet słowa – abonament unika jak albinos słońca. Nawet rozumie wstrzemięźliwość rzecznika „w tym temacie”, bo władza – każda, bez wyjątku – nie lubi jak jej się wypomina lenistwo i ciasnotę umysłową ustami swego urzędnika. A ten nawet nie stawia w tytule pytań, co może sugerować, że skoro nie ma pytań,

to nie oczekuje się odpowiedzi, ale może to tylko... literówka.

Jacek Rakowiecki pointuje list cytatem z wywiadu byłego wiceministra finansów Witolda Modzelewskiego, który podaje swoją definicję istoty państwowości. Zgodnie z nią jeśli państwo nie łoży na wszystkie cele (w tym także, jak należy sądzić, na media publiczne), to nie ma instynktu przetrwania. Brzmi pięknie, ale czy mamy zapomnieć, że mówi to człowiek, który najpierw napisał, mówiąc delikatnie, mocno niedoskonałą ustawę o podatku VAT, a następnie, już po opuszczeniu urzędu, zarobił i nadal zarabia krocie na jej interpretacji.

I jeszcze jedno. Nie do końca wiem, jakiej TVP Polacy potrzebują, bo to temat na profesorską habilitację i pogłębione studia, dlatego zamiast potrzeb spróbuję raczej wypunktować ich oczekiwania.

JANUSZ KOŁODZIEJ

JAKIEJ TVP POLACY OCZEKUJĄ? TAKIEJ, W KTÓREJ:

- ▶ Szanuje się widza rozpoczynając WSZYSTKIE programy punktualnie
- ▶ Szanuje się najmłodszego widza i jego popartego kilkudziesięcioletnią tradycją prawa do DOBRANOCKI
- ▶ Układa się ramówkę z myślą o WIDZU a nie reklamodawcy
- ▶ Szefowie oglądają PROGRAM a nie codzienne raporty o wynikach oglądalności
- ▶ Jest zdecydowanie MNIEJ polityki i polityków
- ▶ Nie nadużywa się słowa MISJA
- ▶ Głos decydujący na temat tego, co widać i słychać ma GŁÓWNY REŻYSER firmujący ofertę swym nazwiskiem i dorobkiem
- ▶ WSZYSCY występujący mają aktualne karty mikrofonowo-ekranowe
- ▶ W weekendowe wieczory proponuje się własną FORMUŁĘ programu
- ▶ Nie PRZEGAPIA SIĘ takich wydarzeń dekady jak skok Felixa Baumgartnera czy premiera serialu *House of Cards*
- ▶ AUTOKREACJĄ zajmują się prawdziwi fachowcy
- ▶ Nie kupuje się bezmyślnych FORMATÓW tylko dlatego, że odniosły sukces gdzie indziej
- ▶ Prof. Jan Miodek ma CODZIENNĄ kilkuminutową audycję o języku polskim w prime-time
- ▶ Nie urządza się WIELOTYGODNIOWYCH festiwali jednego reżysera
- ▶ Ramówkę filmową układają LUDZIE a nie źle zaprogramowane komputery
- ▶ Na antenę nie trafiają pseudohistoryczne serie, których bohaterami są DYWERSANCI, ŻOŁNIERZE PODZIEMIA, MŁODZI „CICHOCIEMNI”
- ▶ Kreuje się własne OSOBOWOŚCI a nie kupuje „gwiazd” u konkurencji
- ▶ Wykorzystuje się WŁASNE możliwości i potencjał twórcy SWOICH pracowników





E
VIASAT
EXPLORE
POLSAT

DLA NAS - NIE MA WRAKÓW NIE DO WYDOBYCIA

NOWOŚĆ. TYLKO NA POLSAT VIASAT EXPLORE
MISTRZOWIE ODZYSKU

PREMIERA W PONIEDZIAŁEK, 26 MAJA O GODZ. 22.00

 VIASATEXPLORE WWW.VIASATEXPLORE.PL

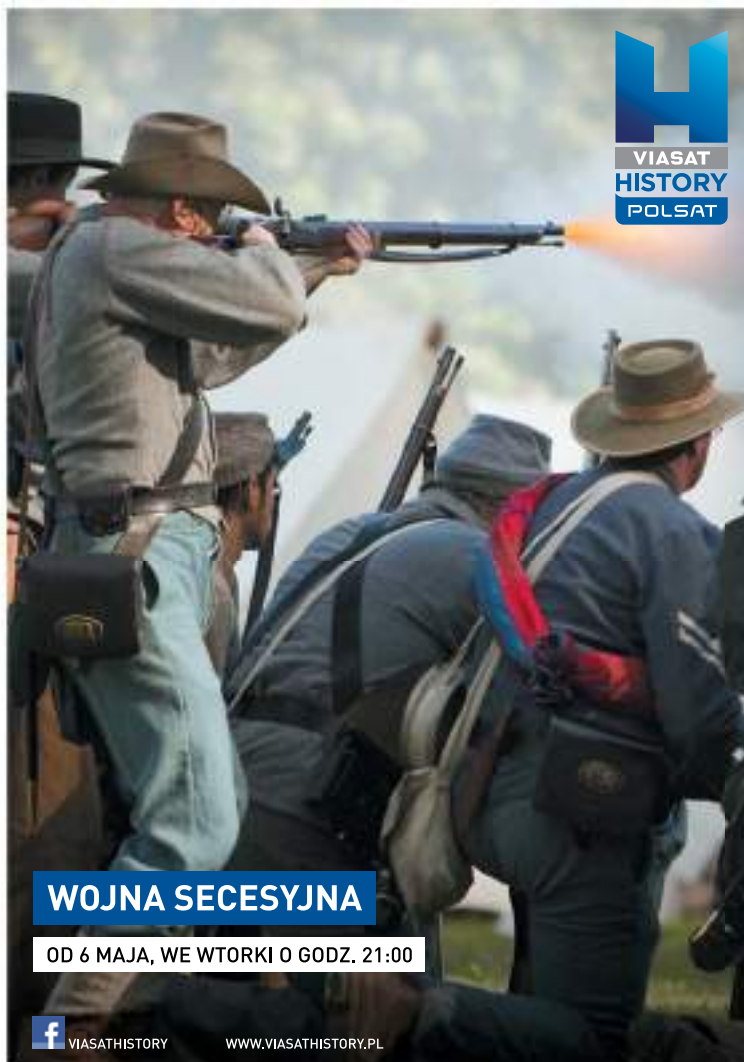


N
VIASAT
NATURE
POLSAT

**POGOTOWIE RATUNKOWE
DLA ZWIERZĄT**

OD 19 MAJA, CODZIENNIE O GODZ. 18:00

 VIASATNATURE WWW.VIASATNATURE.PL



H
VIASAT
HISTORY
POLSAT

WOJNA SECESYJNA

OD 6 MAJA, WE WTORKI O GODZ. 21:00

 VIASATHISTORY WWW.VIASATHISTORY.PL



HD
VIASAT
NATURE

FASCYNUJĄCE PROGRAMY HISTORYCZNE I PRZYRODNICZE,
W NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI OBRAZU!

Dystrybucja VIASAT w Polsce:
Dariusz.Wasilewski@viasat.co.uk, +48 662 352 507
Marcin.Burdek@viasat.co.uk, +48 22 646 40 41, +48 661 911 699
Marketing & PR: Urszula.Marzec@viasat.co.uk, +48 601 280 102

SERIALE

OPOWIEŚĆ W ODCINKACH — poszukiwany towar (2)

W numerze kwietniowym opublikowaliśmy pierwszą część tekstu opisującego i oceniającego serialową ofertę dostępną na polskim rynku telewizyjnym.

Teraz część druga, uzupełniająca, na którą składa się lista – oczywiście subiektywna – kilkunastu seriali, które już walczą lub niebawem zaczną zabiegać o przychyłność polskiego, choć nie tylko, widza.

DOBRE (LUB SŁABE), BO POLSKIE

Wybrane polskie produkcje serialowe, które były pokazywane w ostatnich sezonach lub właśnie debiutują.

BarON24

Nowy serial komediowy TVP2, który ma osuszyć tzy fanów *Rodzinki.pl*, czyli produkcji, która zniknęła z tej anteny. Serial opowiada o rodzinie prowadzącej stację benzynową. Jej właściciela gra – ktoś, jak nie on – Tomasz Karolak. Dajmy szansę tej produkcji, może się rozkręci.

Krew z krwi

Udana próba stworzenia w Polsce serialu kryminalnego w stylu skandynawskim. Opowiada o kobiecie wciągniętej przez różne okoliczności w świat mafijnych interesów. Serial pokazywany był w stacjach Canal+, a potem w TVP. Canal+ chwali się, że łącznie obejrzało go na antenach Canal+ i Canal+Film ponad 1 mln widzów. W TVP 2 średnia oglądalność serialu wyniosła 2 mln widzów. Trwają starania o kontynuację produkcji. Kibicujemy.

Miłość na bogato

To serial stacji Viva Polska z elementami reality-show, w którym aktorzy (przeważnie amatorzy) „improvizują” i sami wymyślają dialogi. Bohaterami serialu są młodzi, bogaci warszawiacy. Być może należy traktować tę produkcję jak eksperyment – ale raczej socjologiczny, niż artystyczny. Pierwsza edycja serialu nadawana w ub. r. gromadziła średnio 25,5 tys. widzów (dane NAM), dawało to Vivie blisko 0,2% udziału w rynku widowni. Przede wszystkim warto jednak dostrzec sukces serialu w internecie. W 2013 r.

każdy odcinek obejrzano 365 tys., a łączna liczba wyświetleń wszystkich 10 odcinków wyniosła 4 mln. Viva Polska rozpoczyna właśnie emisję drugiej serii. Serial ma jednak jedną zasadniczą wadę: nie daje się oglądać.

Misja Afganistan

Wojenne kino w stylu nawiązującym do amerykańskiego. Niby wszystko było – i plejada polskich gwiazd, i akcja. A jednak niedosyt pozostaje. Twórcy próbowali przekonywać widzów, że Pustynia Błędowska jest jak Afganistan. Wyraźnie jednak było widać, że nie jest. Poszczególne odcinki oglądało w Canal+ średnio 164 tysiące osób.

Sama słodycz

Agnieszka Pilaszewska, wyrasta na czołową scenarzystkę TVN. To jej kolejna zrealizowana propozycja dla tej stacji po *Przepisie na życie*. TVN lubi seriale kierowane do grupy komercyjnej 16-49 lat, duże miasta. I *Sama słodycz* tak jest właśnie skrojona. Widz jeszcze ma kilka tygodni, by utwierdzić się w przekonaniu dlaczego lubi ten serial lub dlaczego go nie lubi. Pierwsze trzy odcinki oglądało średnio 2 mln osób. Bez szalu, choć znów Piotr Adamczyk w roli głównej.

Słodkie życie

Nie mylić z serialem TVN *Sama słodycz*. *Słodkie życie* to nowa propozycja TVP1. Serial ma formułę sitcomu nagrywanego z publicznością. Gwiazdą produkcji jest Kabaret Moralnego Niepokoju. Coś dla zmęczonych *Światem według Kiepskich*. Premierowy odcinek oglądało 1,5 mln widzów.

To nie koniec świata

Polsat emituje właśnie drugi sezon tej produkcji. Prowincja. Ona i on. Ona jest trenerką młodych piłkarzy. On byłym piłkarzem i biznesmanem. Miłość, humor, tajemnica sprzed lat. Sprawna produkcja, ale bez fajerwerków. Scenariusz nie porywa.



BarON24



Sama słodycz



Zaginiony



Klondike



Top of Lake



Misja Afganistan

ZAGRANICZNE HITY I KITY

Zagraniczne produkcje serialowe, które były pokazywane w ostatnich sezonach, są emitowane lub niebawem będą, a na które szczególnie warto zwrócić uwagę.

Downtown Abbey

Kostiumowy serial brytyjski z najwyższej półki. Pokazywany wcześniej w TVN Style, w minionym roku w TVP1. Rekordów nie wykręcił – w TVP1 w 2013 r. oglądało go zaledwie 790 tys. widzów. Ale warto obejrzeć, bo rzadko dziś zdarza się serial odwołujący się do historii wyprodukowany z taką dbałością. I aktorstwo najwyższej próby. TVP1 chwali się, że zakupiła kolejny sezon serii. Podobno po emisji serialu w Chinach zawód kamerdyner przeżywa renesans. U nas jeszcze nie.

Gorejący krzew

To trzyczęściowy miniserial zrealizowany na podstawie scenariusza Štěpána Hulíka w reżyserii Agnieszki Holland. Produkcja HBO Europe przedstawia historię Jana Palacha, studenta praskiego Uniwersytetu Karola, który w styczniu 1969 roku, podpalił się w centrum Praги. Film dobrze przyjęła międzynarodowa widownia. Miniserial został też zauważony i nagrodzony w Monte Carlo. *Gorejący krzew* pokazano już w 15 krajach, m.in. w Polsce.

Gra o tron

Absolutny hit kilku ostatnich sezonów. Choć wyniki tego nie potwierdzają – średnio 25 tys. widzów w HBO. Ale gdy zajrzemy na Facebook, to zauważymy, że serial ma wielu fanów – w Polsce już ponad 140 tys. osób. Adaptacja sagi fantasy George'a R.R. Martina. Opowieść o królestwie, gdzie walka o władzę, spiski i zbrodnie są na porządku dziennym. A to widz lubi

najbardziej, nawet, gdy nie mówi o tym wprost. Fabuła trochę schematyczna, algorytm łatwy do odkrycia, a jednak serial wciąga.

House of Cards

Political fiction w najlepszym wydaniu. Główny bohater jest bezwzględny politykiem próbującym się zemścić na prezydencie, bo ten pominął go przy obsadzeniu stanowiska sekretarza stanu. Niezawodny Kevin Spacey w roli głównej. Absolutny hit i produkcyjny majstersztyk. Serial w czołówce najdroższych produkcji serialowych wszechczasów – na produkcję jednego odcinka wydawane jest 7,5 mln dol. U nas dwa pierwsze sezony serialu pokazało AleKino+.

Klondike

Koniec XIX wieku, Stany Zjednoczone, gorączka złota – czego chcieć więcej? Chwała Discovery za eksperymenty z produkcją seriali. Oby nie zabrakło nadawcy i producentowi entuzjazmu. Producentem jest sam Ridley Scott, więc raczej entuzjazm będzie. Wspomnimy jeszcze, że w głównego bohatera wcielił się Richard Madden, znany z *Gry o tron*. Towarzyszą mu, m.in. Tim Roth i Sam Shepard. Dla widzów żadnych przygód nawet bez wychodzenia z domu – obowiązkowo.

Sherlock

Serial z rozbudowanymi wątkami kryminalnymi, którego głównym bohaterem jest oczywiście Sherlock Holmes, choć tu raczej luźno nawiązuje do znanej postaci literackiej i filmowej. Sprawna produkcja BBC.

The Musketeers

Serial z gatunku płaszcza i szpady zaproponowany przez komercyjne ramie BBC. Paryż, XVII wiek, trzej



Gotham



Power

muszkietierowie i d'Artagnan. Dobrze znana historia opowiedziana na nowo. Niby wszystko już było, a ogląda się z dużym zainteresowaniem, jakby pierwszy raz.

Top of Lake

Miał być hit, bo jednym z reżyserów serii była sama Jane Champion, a w roli głównej mogliśmy zobaczyć Holly Hunter, a wyszło tak sobie. Zapowiadany na międzynarodowych imprezach branży TV jako wydarzenie, w rzeczywistości okazał się przeciętnym serialem. Trudno pozbyć się wrażenia, że ostatnie odcinki miały mniejszy budżet niż pierwsze. Tylko dla ortodoksyjnych fanów reżyserki *Fortepianu*. W AleKino+ zaledwie 20-tysięczna widownia.

Wikingowie

Udana propozycja kanału History. Serial *Wikingowie* to irlandzko-kanadyjska koprodukcja nawiązująca do legendy o Wikingu Ragnarze Lodbroku. Po sukcesie starożytnych bohaterów (*Rzym*, *Spartacus*), przyszedł czas na Wikingów. I słusznie. A nam się marzy serial o Słowianach sprzed tysiąca lat, albo produkcja a la *Królowa Bona*. Tymczasem History rozpoczyna u nas emisję drugiego sezonu swojego nowego hitu.

Zaginiony

Seriału zapowiadanego na targach telewizyjnych w Cannes jako hit, nie uratowała nawet Ashley Judd w roli głównej. Zachwycać może jedynie budżet produkcji – zdjęcia kręcono w wielu krajach. Już po pierwszym odcinku widać, że producenci nie oszczędzali. Niestety wygląda na to, że niespecjalnie zadbali o scenarzystę. Dla miłośników dynamicznego montażu i szybkich akcji. Serial pokazywany na przełomie 2013/2014 w TVP2 gromadził średnio 1,5 mln widzów.

NA CO CZEKAMY?

Oto nasza lista 20 produkcji serialowych, których, jak zapowiadają producenci i media zachodnie, warto wypatrywać w najbliższych miesiącach na ekranach telewizorów, choć niekoniecznie w polskich domach.

Ascension

To 6-godzinna miniseria przygotowywana dla stacji SyFy. Autorem scenariusza i producentem wykonawczym serialu jest Philip Levens (*Tajemnice Smallville*). Misja zaludnienia kosmosu i morderstwo w tle. Produkcją zajmują się Montreal by Sea To Sky oraz Blumhouse Productions.

Believe

Ciekawie zapowiadający się serial science fiction. Za produkcją stoi NBC. Film opowiadać będzie historię dziewczynki obdarzonej specjalną mocą, i byłego skażenka, który chroni bohaterkę. Znamy już ten motyw?

Black Sails

Mieszanka serialu przygodowego i horroru. Piraci w stylu zombie. Produkcja ma luźno nawiązywać do klasycznej powieści podróżniczej *Wyspa skarbów* Stevensona. Osobiście wolimy ekranizacje bliższe oryginałowi, ale i tej produkcji damy szansę.

Crisis

Kolejna propozycja NBC. Thriller o agencji Secret Service, który znajduje się w centrum wielkiego spisku. W obsadzie m.in. Gillian Anderson, czyli agentka z *Archiwum X*.

Crossbones

Znów piraci i to z XVIII wieku. I znów NBC. Akcja serialu rozgrywa się w karaibskim pirackim państwie New

stopklatka tv

włącz kino

pierwszy bezpłatny
kanał filmowy

95% zasięgu technicznego
na platformie cyfrowej MUX 1



ZNAJDŹ NAS NA PIKE

stopklatka 



FILM BOX 

Providence. Jedną z głównych ról gra John Malkovich, a pomysłodawcą serialu jest Neil Cross (*Luther*). Kolejna po *Black Sails* próba ogrzania się w blasku sukcesu *Piratów z Karaibów*.

Farmed & Dangerous

Nowy serial z Rayem Wisem w roli głównej (*Twin Peaks*, *Robocop*). Tym razem o rolnikach. Nie, nie jest to amerykańska wersja *Rancza*, choć też komedia.

Gang Related

Fox proponuje kryminał o gangsterze, który infiltruje elitarny oddział policji w Los Angeles. Schemat znamy z *Konrada Wallenroda*. W rolach głównych Terry O'Quinn (*Lost*) i Ramon Rodriguez (*Aniołki Charliego*). Będzie się działo.

Gotham

Serial kryminalny, którego pomysł zaczerpnięto z komiksu. Produkcja autorstwa producenta i scenarzysty Brunona Hellera (*Rzym*, *Mentalista*) Morderstwo milionerów, gangsterzy, wątki społeczne, przyjaźń z dzieckiem, któremu trzeba pomóc – czego tu nie znajdziemy.

Honourable Woman

Ten thriller szpiegowski to propozycja BBC. Autorem pomysłu i reżyserem jest Hugo Blick, a w roli głównej wystąpi Maggie Gyllenhaal. Najpierw zobaczą go widzowie BBC Two i Sundance TV. Jeszcze w tym roku.

Inside Out

To serialowa opowieść o niesłusznie skazanej kobiecie, która podczas odsiadki w więzieniu kończy studia prawnicze i postanawia poświęcić się pomaganiu osobom, szczególnie tym, które padły ofiarą systemu sądownictwa. Po drodze naprawia relacje rodzinne. Jednym z producentów jest Robert Lawrence, ten od *Szklanej putapki*.

Mind Games

Serial psychologiczny telewizji ABC. Głównymi bohaterami są dwaj bracia – psycholog i były skazaniec. Wspólnie prowadzą agencję specjalizującą się w rozwiązywaniu problemów przy użyciu sztuczek – oczywiście psychologicznych. W rolach głównych Steve Zahn i Christian Slater. Dla tych, którzy od zawsze lubili Freuda.

Outlander

Propozycja firmy Starz. Mamy możliwość podglądania podwójnego życia Claire, pielęgniarki opiekującej się rannymi podczas II wojny światowej. Claire bez problemu przenosi się jednak do roku 1743. I poślubia szkockiego wojownika. Ale ma też męża we współczesnym nam świecie... Czego ci Amerykanie nie wymyślą! Mało jeszcze?

Power

Za tym serialem też stoi firma Starz, która ma na koncie takie produkcje jak *Spartacus*, *Magic City*, czy *Biała*

Królowa. W projekt zaangażowała się część ekipy serialu *The Good Wife* (u nas znanego pod tytułem *Żona idealna*). Właściciel nocnego klubu w Nowym Jorku chce zdobyć fortunę. Przy okazji prowadzi podwójne życie. Premiera wiosną br. Ale nie u nas.

Resurrection

Kolejna propozycja ABC. Temat wielokrotnie ograny: umarli pojawiają się wśród żywych i zmieniają ich życie – głównie w piekło. Więcej nie napiszemy, bo już się boimy.

Romeo & Juliet

Najbardziej znana zakochana para we włoskiej interpretacji. Produkcją zajęła się firma LuxVide. Gotowy jest miniserial 2 x 100 minut, ale producent rozważa też wersję kilkuodcinkową. Osobiście wolimy klasyczną interpretację Szekspira w wydaniu BBC.

Scorpion

Serial powstaje dla stacji CBS. Opowiada historię ekscentrycznego geniusza i jego kompanów, specjalistów od zagrożeń. Scenariusz stworzył Nick Santor (*Skazany na śmierć*), a reżyserem jest Justin Lin (*Szybcy i wściekli 6*) W obsadzie m.in. Elyes Gabel, gwiazda *Gry o tron*.

Texas Rising

Serial powstaje dla kanału History. Opowiadać będzie o pierwszych Strażnikach Teksasu i założeniu najstarszej organizacji strzegącej prawa w USA, na wiele lat przed tym, jak do akcji wkroczył Chuck Norris.

The Diabolic

Za produkcję tego horroru w odcinkach odpowiadają Studio Entertainment One Television oraz firma producencka Gary'ego Oldmana Flying Studio. To opowieść o nieco pogubionym wybitnym egzorcyście, który zakochuje się w samotnej matce. Jej syn jest opętany przez pradawnego demona zagrażającego losom całej ludzkości. Zarys fabuły brzmi tak sobie, ale miejmy nadzieję, że Oldman stanie na wysokości zadania.

The Knick

To 10-odcinkowy projekt Cinemax, który przygotował Steven Soderbergh. W roli głównej Clive Owen. Akcja rozgrywa się w nowojorskim szpitalu na początku XX wieku. Dla lekarzy i studentów medycyny – serial obowiązkowy.

The Odd Couple

Powtórka z historii kina i telewizji, czyli nowa wersja filmu z lat 60-tych i serialu z lat 70-tych. W rolach głównych Thomas Lennon i Matthew Perry. Jeden prowadzi uporządkowane życie, drugi to niechluj. Zdecydowanie dla fanów Perry'ego (tak, to ten z *Przyjaciół*).

Opracował: PIOTR MACHUL



ERIC I JESSIE



W KAŻDĄ NIEDZIELĘ O GODZINIE 21.00

© 2014 E! Entertainment Television, LLC. All Rights Reserved. A division of NBCUniversal

W sprawie dystrybucji prosimy o kontakt:

Paweł Kolasa
Head of Affiliate Sales
M: 48 608 091 134
E: pawel.kolasaf@nbcuni.com

facebook.com/eonlinepl

Artur Grobel
Sales Manager
M: 48 603 977 308
E: artur.grobel@nbcuni.com



ZMIENIONY POLSAT VIASAT i *Mistrzowie odzysku*

Najwyższa jakość, wyjątkowe premiery, programy na wyłączność, wyselekcjonowany контент oraz odświeżona oprawa graficzna – to tylko niektóre nowości, które wprowadza Polsat Viasat. Rebranding wszystkich kanałów grupy – w Polsce są to: Polsat Viasat History, Polsat Viasat Nature i Polsat Viasat Explorer (po rebrandingu Polsat Viasat Explore) – nastąpił 29 kwietnia 2014 roku.

Popularność kanałów tematycznych Polsat Viasat w Polsce stale rośnie, zwiększa się również ich oglądalność, a tym samym, poszerzają się także wymagania widza, który od tego typu programów oczekuje rzetelnej wiedzy podanej w atrakcyjnej wizualnie formie. Dlatego, aby odpowiedzieć na coraz większe oczekiwania widzów, kanały Polsat Viasat History, Polsat Viasat Nature oraz Polsat Viasat Explore zostały zaprezentowane w nowej odsłonie.

W maju ostatni z wymienionych kanałów, Polsat Viasat Explorer, zaprasza na emocjonujący serial *Mistrzowie odzysku*, który opowie o niesamowitych technologicznych rozwiązaniach wymyślonych specjalnie pod kątem przeprowadzenia najtrudniejszych

akcji wydobywania morskich wraków – od pasażerskich liniowców po łodzie podwodne.



Autorzy serii tak rekomendują swoje dzieło: oto bohaterowie i bohaterki siedmiu mórz, którzy podejmują heroiczną walkę z przeciwnościami losu aby przyjąć na pomoc statkom w potrzebie. Transportują gigantyczne maszyny na drugi koniec globu, wspinają się w trudnych warunkach, a nawet

dokonują koniecznych eksplozji pośrodku oceanów. To prawdziwi mistrzowie odzysku! Ta trudna praca jest sowiec nagradzana, ich gaże za sukcesywne wydobywanie przypawiają o zawrót głowy!

Trzeba dodać, że dzięki pozwoleniu ekip ratowniczych i władz, twórcy programu wybrali kilka najbardziej fascynujących przypadków morskich



katastrof i uzyskali dostęp do miejsc i ludzi związanych z akcjami ratowniczymi, po to by opowiedzieć jedno z najbardziej niesamowitych historii morskich głębin.

W czterech odcinkach *Mistrzów odzysku* (premiera już 19 maja) znajdują się m.in.: relacje z włoskiego wybrzeża i okolic Giglio, gdzie Nick Sloane nadzorował

delikatną operacją mającą na celu ściągnięcie wycieczkowca *Costa Concordia* z mielizny. Kamery obserwowały też akcję wydobywania *Kurska* – rosyjskiej atomowej łodzi podwodnej z morza Barentsa 12 sierpnia 2000 roku i wyciągnięcia wraku na suchy ląd oraz ściągnięcia chemikaliowca *Gelso M*, który osiadł na mieliznie u wybrzeży Sycylii. (mow)

REKLAMA



 **CYFROWY POLSAT**
TWÓJ MULTIMEDIALNY DOM

Tylko u nas **3 pakiety: Film HD, Cinemax HD i Sport HD** razem za **jedyne 10 zł/mies.!**

Oglądaj nawet na **4 telewizorach!**

4 miesiące
telewizji
bez opłat!

„Jako usługę” dotyczący świadczenia z abonamentu przed pierwszym 4 miesiącami przynależności do abonamentu podstawowym i dodatkowym z 20 kanałami telewizyjnymi w standardzie HD i 20 kanałami telewizyjnymi w standardzie SD i abonamentem od 40,90 zł/mies. nie dotyczy opłaty za dostarczenie. Pakiety: Film HD, Cinemax HD i Sport HD kosztują 10 zł/mies. Opcyjnie można je również kupić oddzielnie: pakiet Film HD i Sport HD – 20,90 zł/mies. oraz pakiet Film HD i Cinemax HD – 20,90 zł/mies. Pakiety: Film HD i Cinemax HD – 40,90 zł/mies. „Jako usługa” dotyczy oferty na 4 telewizory. Istotny element oferty to dekoder z gniazdem USB i zlokalizowany w miejscu dostawy. HD dostarczany jest w ramach usługi Multiscreen HD dostarczanej przy zawieraniu oferty. Szczegóły w Regulaminie Promocji oraz na www.cyfrowypolsat.pl

EVIO dla nadawców

3 PYTANIA DO **MARZENY
ŁAGOWSKIEJ**,
Dyrektor ds. Kontentu TV,
EVIO Polska



– EVIO Polska znana jest przede wszystkim z usług dla operatorów sieci kablowych i ISP w zakresie kompleksowej platformy technologicznej pozwalającej wdrażać telewizję cyfrową. Gdzie tu miejsce dla nadawców?

– Nasza działalność skupia się nie tylko na zapewnieniu partnerom innowacyjnego zaplecza technologicznego, począwszy od dekodów, dosyłu sygnału TV, aż po usługi bezkartowego systemu zabezpieczenia treści i zarządzania użytkownikami, ale także na pomocy w kontaktach z nadawcami. Lokalnym operatorom nie ułatwia pracy czasochłonny proces uzyskania przez nich licencji do reemisji i dystrybucji kontentu TV, my staramy się ich odciążyć w finalizacji tych procedur. Stale też rozwijamy zakres usługi eCDN, dzięki której nadawcy mogą docierać obecnie do ponad 60 operatorów i objąć swym zasięgiem ponad 2,5 miliona abonentów.

– Jakie inne korzyści czerpią nadawcy z eCDN, bo przecież nie chodzi tu wyłącznie o skrócenie czasu uruchomienia kanału u operatora?

– Nie tylko. Dla nadawcy, dystrybucja treści telewizyjnych przez naszą sieć eCDN, to przede wszystkim znacznie niższe koszty w porównaniu do wynajmu

transponderów satelitarnych. Podłączenie się do naszych światłowodów jest optymalnym rozwiązaniem ze względu na możliwość dostarczania sygnału o wysokiej przepływności (tzw. bitrate) i najwyższej jakości HD bez ograniczeń pasma. Transmisja światłowodowa jest bardziej niezawodna i niewrażliwa na straty sygnału spowodowane przez niekorzystne warunki pogodowe (deszcz, śnieg, porywisty wiatr). EVIO ma także możliwość wsparcia nadawców w wyborze najlepszego dostawcy światłowodu, którym podłączą się do jednego z naszych punktów styku.

– W czasach dużej konkurencji na rynku operatorskim, większą szansę na sukces mają Ci, którzy proponują dodatkowe funkcjonalności. Co możecie im zaproponować?

– Wdrożyliśmy usługę eGO! i aplikację eGO!Player, dzięki czemu możliwy jest odbiór TV na urządzeniach mobilnych. Taka opcja jest w tej chwili bardzo pożądana przez lokalnych operatorów chcących wyróżnić się na rynku. Rozszerzamy także aplikacje OTT w ramach naszej autorskiej platformy *TwójTiViK*. Aktualnie dodajemy do serwisu kilka ciekawych propozycji lifestyle'owych i biznesowych. Każda nowość jest pozytywnie odbierana przez użytkowników i popularność tego centrum rozrywki sukcesywnie rośnie.

TiViK to także idealne miejsce do promocji różnego typu materiałów wideo i nietypowej treści na żądanie, tym bardziej, że nie wymaga żadnych inwestycji finansowych. Całość przygotowania aplikacji na platformę jest po naszej stronie. Nadawca ma możliwość personalizacji treści, a przede wszystkim dotarcia z przekazem do szerszej grupy docelowej oraz zaplanowania choćby dodatkowej kampanii reklamowej.

Nasza oferta dla nadawców jest zatem wielowarstwowa, uwzględnia ich potrzeby i oczekiwania, a spośród innych wyróżnia się tym, że dla każdego partnera jest „szyta na miarę”.

evio

eGO!

Twoja telewizja
zawsze i wszędzie



www.evio.pl

HISTORIA JEST W NAS



PREMIERA KAŻDEGO WIECZORU



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



SHORTS
THE SHORT MOVIE CHANNEL

rekomenduje MATTHEW MODINE

Matthew Modine, znakomity amerykański aktor, któremu uznanie krytyki i publiczności oraz liczne nagrody przyniosły kreacje w takich filmach jak *Ptasiek* Alana Parkera, *Ślicznotka z Memphis* Michaela Cotony Jonesa czy *Męskiej gry* Olivera Stone'a. Próbuje także – z sukcesem – swych sił jako scenarzysta, reżyser i producent filmowy. W tym filmów krótkometrażowych – aktorskich i dokumentalnych, które sam realizuje, ale też chętnie ogląda i ocenia jako gość targów telewizyjnych w Cannes. Mówi o tej pasji w specjalnym wywiadzie.

– Skąd zainteresowanie krótkim metrażem, filmem dokumentalnym? Jakież tytuły, nazwiska, kraje pochodzenia?

– Widziałem wiele krótkometrażowych filmów na festiwalach filmowych na całym świecie. To jest zawsze interesujące – zobaczyć jak reżyserzy potrafią wykorzystać krótki czas filmu dysponując przy tym minimalnymi zasobami. Film krótkometrażowy *Plastic Bag* (*Plastikowa Torebka*, 2009) wyreżyserowany przez Ramina Bahrani jest fantastyczny! Tytułową rolę gra tam Werner Herzog.



ShortsTV to pierwszy na świecie kanał w wysokiej rozdzielczości z krótkometrażowym kontentem. Program jest nadawany 24/7. Oferta dla operatorów obejmuje także prawa na urządzenia mobilne i internet. ShortsTV, dystrybuowany w Polsce przez Chello Central Europe, posiada największą na świecie bibliotekę filmów krótkometrażowych, składającą się z ponad 2500 tytułów: dokumentalnych, sensacyjnych, komedii i filmów dla dzieci. Prezentowane na kanale produkcje twórców z całego świata to także making offy, materiały zakulisowe, reportaże oraz relacje z ważnych wydarzeń, np. festiwalu czy gal. Na kanale można zobaczyć także kilkadziesiąt polskich filmów krótkometrażowych.

KONTAKT: dystrybucja@chellocentraleurope.com



– Jak wytłumaczyć renesans dokumentu filmowego, animacji, form eksperymentalnych, czego jesteśmy świadkami od ponad dekady?

– To po prostu sprawa postępu w opowiadaniu filmem różnych historii. Kręcenie filmów to jeszcze całkiem młoda dyscyplina. Jesteśmy zmęczeni filmami realizowanymi według wciąż tych samych, znanych scenariuszy i pragniemy czegoś nowego i niezwykłego. Oglądanie filmów o prawdziwych ludziach realizującym rzeczywiste zadania w tych częściach świata, których nie znamy, może być bardzo stymulujące.

– Dlaczego kanał taki jak ShortsTV znajduje tak wielu widzów na całym świecie?

– Oglądanie krótkiego metrażu było zawsze związane z trudnościami. Przed pojawieniem się kanału ShortsTV najbardziej prawdopodobnym miejscem, w którym widz mógł obejrzeć film krótkometrażowy był festiwal filmowy. ShortsTV stworzyło łatwo dostępne miejsce dla tych widzów, którzy chcą oglądać takie filmy.

– Czy ma pan własne plany związane z realizacją czy produkcją krótkich form?

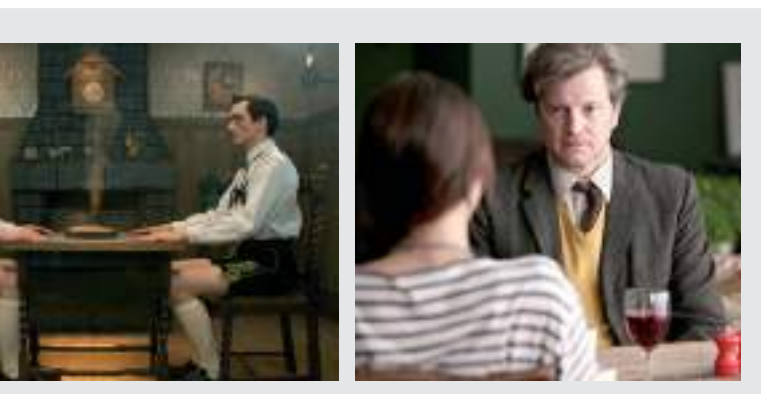
– Kręcenie filmów krótkometrażowych to przyjemność. Moje filmy realizuję zazwyczaj tylko dysponując moją kamerą i aktorem. Jeśli potrzebuję więcej ludzi na planie – staram się jak mogę, aby było ich możliwie jak najmniej. Umożliwia to należyte skupienie się na scenariuszu oraz grze aktorów. Zawsze mam kilka takich filmów, które mam nadzieję zrealizować. Ponieważ kręcenie krótkiego metrażu nie wiąże się z dochodami, robi się je wyłącznie dla przyjemności ich robienia. Oczywiście ma się tę nadzieję, że taki film spodoba się publiczności, ale dla mnie nie jest to najważniejszy i podstawowy argument dla kręcenia.

– Które filmy spełniły te nadzieje?

– Uwielbiam *Ecce Pirate* (Oto Pirat) oraz *Jesus Was a Commie* (Jezus był komuchem).

– Gdyby miał pan zarekomendować kanał ShortsTV polskim widzom to jakimi słowami?

– Kanał ShortsTV to doskonały sposób na odkrywanie nowych i niezwykłych filmów karmiących naszą wyobraźnię różnymi historiami: zadziwiającymi a czasem wręcz, wprawiającymi w osłupienie, zabawnymi i dramatycznymi.



Reach for the stars

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

Register before July 10 and save 30%.



México
COUNTRY OF HONOUR
2014

13-16 October, 2014, Cannes - France

mipcom.com

REKLAMA





IFA 2014 PROLOG

Nowy gmach głównej siedziby Messe Berlin, prognozy przewidujące ćwierć miliona odwiedzających oraz obecność 2,5 tysiąca dziennikarzy, ofensywa social networks, telewizorów OLED i formatu 21:9 – oto najważniejsze informacje dotyczące tegorocznej edycji targów IFA w Berlinie.



Choć odbędą się dopiero we wrześniu (5-10) to poprzedziła je tradycyjna konferencja dla dziennikarzy z całego świata, których gościł tym razem Belek położony koło tureckiej Antalyi. Rozbudowywany z niebywałym rozmachem kurort już teraz oferuje tysiące luksusowych miejsc hotelowych, świetnie przygotowane tereny rekreacyjne, kilometry plaż, pól golfowych i uśmiechniętą obsługę na najwyższym poziomie.

Cała nadzieja w Azji – te słowa Jurgena Boyny`ego, szefa działu globalnych badań rynku elektroniki użytkowej agencji GfK, zabrzmiały jak ostrzeżenie, błagalny apel lub *memento mori* dla sytuacji na światowym rynku konsumenckim. Ale za tym stwierdzeniem kryły się konkretne liczby.

Jeśli bowiem na 9 milionów telewizorów, działających w systemie 4K aż 6 kupiono w Chinach, jeśli w tychże Chinach, Japonii i na Tajwanie kupiono znakomitą większość z kilku tysięcy telewizorów OLED po ich światowej premierze jesienią 2013 roku, jeśli wszystkie światowe giganty elektroniczne i producenci sprzętu gospodarstwa domowego koncentrują swą uwagę na Indonezji, która po dziesięcioleciach zapomnienia

wykonuje dynamiczny skok w XXI wiek, jeśli Azja oczami swych obywateli dogania świat w czasie spędzanym przed telewizorem (Europa to 3 godziny 55 minut dziennie), jeśli w końcu najwięksi wytwórcy smartfonów czy tabletów są na Wschodzie... to cała nadzieja w Azji!

Ale poza azjatyckimi wątkami, zastanawiano się w Beleku nad przyszłością rynku telewizorów, bo sprzedaż odbiorników LED-owych po latach przyrostu, ostatnio zaczyna maleć, co oznacza, że rynek się nasycił i pozostali do zagospodarowania już tylko ci spośród konsumentów, którzy z różnych przyczyn nie wymienili sprzętu. Ale to głównie młodzi odbiorcy, którzy nie tylko treści video oglądają na innych nośnikach. Już 36% sprzedanych w roku ubiegłym telewizorów na świecie można było podłączyć do internetu. SmartTV upowszechnia się, a wyścig na aplikacje wciąż trwa. Ciekawe czy przyjmie się nowy format obrazu, czyli 21: 9 i znak zapytania jest tu uzasadniony, bo widzowie doskonale pamiętają komunikaty, jakie towarzyszyły przejściu na format 16:9 jako jedyny, przyjazny dla oka i najbardziej optymalny. Ostrożne rokowania dotyczą także sprzedaży OLED-ów, szacuje się, że odbiorców znajdzie ok. 30 tys. odbiorników.

Hasło internet odnawiane było na Tureckiej Riwierze na tysiąc sposobów, bo też jego możliwości koncentrują uwagę producentów sprzętu i kontentu oraz on sam generuje coraz większe zyski. W ubiegłym roku obroty za pomocą internetu sięgnęły 19 miliardów euro, w tym roku kwota ta wzrośnie znacząco. Obecnie szacuje się, że w użyciu jest miliard smartfonów, z czego 6% w naszej części Europy, kolejny miliard tych urządzeń pojawi się w rękach użytkowników w ciągu najbliższych 12 miesięcy. Ciekawych spostrzeżeń może dostarczyć lektura statystyk dotyczących zakupów przez internet w Europie. Przewodzą tu bracia Czesi z 39% udziałem, dalej są m.in.: Niemcy (24%), Ukraina (19%) i Polska (16%). Internet to oczywiście nie tylko wszelkiego typu i rodzaju transakcje handlowe, ale przede wszystkim komunikacja międzyludzka. Aż miliard 280 milionów ludzi na całym świecie korzysta z Facebooka, czyli co 5 mieszkańców naszej planety jest aktywnym ogniwem tzw. social networks, bo tak zaczyna się coraz częściej nazywać umownie te wszystkie nowe formy komunikacji międzyludzkiej.

Pamiętać trzeba, że IFA to także targi sprzętu gospodarstwa domowego, od niego zresztą zaczęła się ich historia w 1924 roku. Światowe marki w tym segmencie także patrzą z nadzieją na konsumentów w Ameryce Południowej, Azji (Chiny, Indie, Indonezja, Wietnam, Malezja) oraz Południowej Afryce. Wszyscy analizują tabele obrazujące procent jednoosobowych gospodarstw domowych. Już niedługo będzie ich w Szwecji ponad 46%, a w Polsce aż 25%. Wszyscy ci ludzie to nie tylko potencjalni, ale i realni nabywcy sprzętu RTV ale... innego niż gospodarstwa rodzinne o czym nie wolno i nie można zapomnieć. Czy tak będzie, przekonamy się jesienią w Berlinie. (JAK)



Official partner of: **THE FUTURE** since 1924

IFA in Berlin – the world's leading retail show
for consumer electronics and home appliances.



The global innovations show.

ifa-berlin.com

IFA-Contact:
ProMesse · Tel. +48 22 215 47 69
promesse@targiberlinskie.pl

MIPTV CANNES

JUTRO BĘDZIE koniec świata?

Pytanie brzmi nieźle, ale jest chybione, bo nikt i nic nie zapowiada końca a nawet schyłku jednej z najbardziej dynamicznych i dochodowych dziedzin światowej gospodarki, czyli mediów elektronicznych.



Przemysł telewizyjny ma się znakomicie, obraca rocznie miliardami euro, daje na świecie zajęcie milionom specjalistów wielu dziedzin, a produkowaną i emitowaną stawę miliardom widzów.

DOCUMENTA

Od ponad dekady filmowe dokumenty odwołujące się do przeszłości

cieszą się niesłabnącym powodzeniem i to nie tylko na rynkach historycznie obarczonych pamięcią, ale też na takich, gdzie – wydawać by się mogło – raczej żyje się szybko i bez oglądania się za siebie. Prezentacja części poświęconej ofercie dokumentalnej kinematografii i telewizji meksykańskiej potwierdziła to aż nadto wyraźnie. Meksyk, gość honorowy tegorocznego jesiennego

NOWE SZATY STARYCH POMYSŁÓW

Nowe formaty telewizyjne, wyselekcjonowane z oferty pokazywanej na MIPTV 2014.

ADAM & THE EVES (producent: DRG, kraj: Dania)
On i one. On wybiera spośród nich. Choć nagrodą jest romantyczny wyjazd do Paryża, feministkom ten format reality nie przypadnie raczej do gustu.

ADAM LOOKING FOR EVE (Eyeworks, Holandia)
Nie mylić z *Adam & the Eves*. Tu Adam zostaje wywieziony na bezludną, rajska wyspę. Kandydatki na Ewę też. Adam chodzi po wyspie nago. Ewy też. Uczestnicy spędzają ze sobą na wyspie kilka dni. Producent utrzymuje, że format ma głębokie

podłoże psychologiczne. Już po kilku minutach oglądania formatu nie pozostaje nic innego, jak uwierzyć mu na słowo.

DATING CODE (Endemol, Szwecja)
Poszukiwanie idealnego partnera życiowego za pomocą wysublimowanych procesów naukowych. Tego by nawet Einstein nie wymyślił, choć jego powiedzenie, o tym, że wszechświat i głupota ludzka nie mają granic, może być mottem tego formatu.

DATING POOL (Global Agency, odcinki pilotowe pokazywane na kilku rynkach)
10 dziewczyn i 10 chłaków odpowiada na pytania stojąc na specjalnych platformach. Dobra odpowiedź

– jesteś bliżej nagrody, zła – łądujesz w lodowatej wodzie. Nagroda główna: zaręczyny w tropikach.

DOLPHINS WITH THE STARS (La Competencia/Televisa, Hiszpania/Portugalia)
Taniec z gwiazdami, tylko celebrytom towarzyszą nie profesjonalni tancerze, a... prawdziwe delfiny. Polska adaptacja tego formatu jest niewykonalna. Chyba, że delfiny zastąpią foki z fokarium w Helu. Sam format zaskakujący i doskonale sfotografowany.

EJECTOR SEAT (Endemol, Wielka Brytania)
Quiz. Podobne rozwiązanie, jak w *Dating pool* – tylko bez kandydatów na narzeczonych i zimnej wody.

Za to z krzesłami-wyrzutniami. Zła odpowiedź – krzesło-wyrzutnia robi z uczestnikiem co chce. Przekombinowane.

GOALSTAR (ADD, Izrael)
10 celebrytów przechodzi intensywny trening piłkarski pod okiem legendarnego trenera. A wszystko po to, by zmierzyć się z reprezentacją piłkarskich gwiazd. Przed mundialem, do obiadu – w sam raz.

I CAN MAKE YOU A SUPERMODEL (Tuvalu Media, Holandia)
Znany „łowca modelek”, Paul Fisher, przemierza Danię w poszukiwaniu pięknych dziewczyn, które dostaną szansę sprawdzenia się w modelingu. Zastanawiamy się, dlaczego Fisher nie przyjechał jeszcze do Polski.

MIPCOM-u w Cannes, zaprezentował się teraz na MIPTV jako kraj, którego ogromna produkcja (dla wielu zaskoczeniem była informacja, że tu produkcje się najwięcej hispanojęzycznego kontentu!) może zainteresować widzów na całym świecie. Produkcja różnorodna tematycznie i formalnie, od klasycznych współczesnych dokumentów (bardzo interesujące filmy o wyraźnie społeczno-obyczajowej inklinacji autorów) po filmy ochoczo czerpiące z zasobów archiwalnych.

Co zrozumiale, najbardziej poszukiwanym towarem były aktualne wycieczki z kamerą na Ukrainę, ale – jak podkreślano w dyskusji o roli telewizji w kreowaniu współczesnego świata w oczach widzów – rozwój sytuacji w Kijowie, na Krymie czy w Doniecku wymknął się spod kontroli nie tylko uczestnikom czy obserwatorom, ale też filmowcom. Oczywiście na barykadach Majdanu były kamery wielu stacji, ale za wcześniej by z tych relacji powstał spójny, uporządkowany obraz

wydarzeń ubrany w ramy filmowego dokumentu. Tym bardziej, że to chyba nie koniec a raczej dopiero wstęp do decydującego kroku Rosji na drodze ku imperialnej potęgę.

Do grupy największych kanałów prezentujących ofertę dokumentalną aspiruje od kilku sezonów chiński kanał CCTV 9. Nie tylko samodzielnie produkuje znakomite filmy, jak choćby serial *Opowieść o herbacie*, ale także realizuje w praktyce umowy podpisywane kilka lat temu tu właśnie w Cannes. I tak wspólnie z niemiecko-francuską ARTE i Austriakami z ORF powstał rewelacyjny serial *Triumph of the Tomato*, z BBC, Discovery Channel i France Television oszałamiający rozmachem i zdjęciami projekt *Africa*, a z grupą kanałów niemieckojęzycznych *Himalayan Gold Rush*.

Tak więc *Chińczyki trzymają się mocno* – jak pisał sto lat temu krakowski klasyk, a swoją drogą ciekawe jakim to świetnym prorokiem okazał się Wyspiański. Ale inni także nie próżnują.



Może czeka na telefon ze stacji, która pokazywała u nas *Top Model*, a obecnie pokazuje *Project Runway*?

I'LL BE YOUR DRIVER TODAY (ORF, Austria)

Znani politycy, z premierem włącznie, jeżdżą taksówką i poznają problemy pasażerów, czyli obywateli. U nas politycy sami zapracowali na to, że taki format nie ma raczej szans na powodzenie. Sorry, taki klimat polityczny.

MAD MALL (La Competencia/Televisa, Meksyk/Hiszpania)

Ukryta kamera bawi zawsze, ale w dużym sklepie z zabawkami szczególnie. Misie, jak zombie, ożywają i straszą kupujących. Dla najmłodszej widowni horroru „laleczka

Chucky” – format w sam raz.

MUM OF THE WEEK (Can't Stop Media, Francja)
Cztery mamy rywalizują o zaszczytny tytuł Mamy Tygodnia, a przy okazji o 3 tys. euro. Nic odkrywczego, ale mamy – nawet cudze – zawsze warto wspierać.

OUT OF SILENCE (Tuvulu Media/Format Kitchen, Holandia)
W tym show (tak show – nie dokumencie), kamera towarzyszy głuchym, którzy dzięki specjalnym nowoczesnym implantom, mają możliwość usłyszeć wreszcie świat. Mocne, wzruszające, ale też nieco kontrowersyjne.

RELAXING CUP (Mandarina, Hiszpania)
12 hiszpańskich celebry-

tów, którzy nie znają angielskiego, trafia do Wielkiej Brytanii. Muszą przeżyć w angielskiej wiosce. Jak się zaadaptują do lokalnych tradycji to przeżyją. Format ciekawy przede wszystkim dla socjologów.

ROCCO TO THE RESCUE (Verve Media, Włochy)
Rocco Siffredi, gwiazda filmów porno, robi we Włoszech to, co u nas profesor Zbigniew Lew-Starowicz – pomaga cieszyć się tym i owym. Chwilami zabawne i odważne, chwilami przewidywalne.

THE SHOWER (Secuoya Content Distribution, odcinki pilotowe pokazywane na kilku rynkach)
Występy na scenie – w strojach kąpielowych, pod prysznicem. Znany ten motyw z filmu Woody'ego

Allena, ale i tak nas bawi.

TASTE OF LOVE (DoriMedia, Izrael)
Sześć samotnych kobiet i sześciu samotnych mężczyzn rywalizuje w... kuchni. A przy okazji szukają głębszych relacji. Słowem: przez żołądek do serca. Do wygrania tygodniowa wycieczka kulinarna.

THE TOURISTS (Elk Entertainment, Szwecja)
10 uczestników z różnych stron świata przyjeżdża turystycznie do Szwecji. I wszyscy oni próbują żyć normalnie, czyli jak Szwedzi. Co tydzień odpada ten z uczestników, który najmniej przystosował się do życia w uroczym skandynawskim kraju.
Opracował: PIOTR MACHUL



Oto Red Bull Media House, medialne dziecko koncernu–producenta słynnego napoju, ale też mecenasa kultury oraz inwestora gigantycznych zysków w kolejne dziedziny gospodarki i nie tylko, bo po sporcie i szeroko rozumianej sztuce przyszła pora na media – w tym także telewizję. Firmy skupione w domu mediowym salzburskiego giganta oferują nie tylko wspaniale sfotografowane zawody z cyklu Red Bull Air Race, ale także wsparte archiwizacjami dokumenty o niełatwej historii swego regionu.

FORMATY, FORMACIKI

Wszystko już było? Prawie wszystko! Guru telewizyjnego formatu, Virginia Mouseler nawet nie stara się nadrobić miną prezentując swój wybór kilkudziesięciu formatów wybranych spośród setek, a może nawet tysięcy przysłanych z całego świata na szwajcarski adres firmy The Witt. A owa mina daleka jest od entuzjazmu, bo trudno pękać z radości oceniając niekończące się klony już tyle razy oglądanych programów.

Wprawdzie szef jednej z polskich firm producenckich oświadczył po wizycie w Cannes, że kilka projektów było bardzo interesujących, ale trudno oczekiwać obiektywizmu od kogoś, kto żyje ze sprzedaży polskich mutacji zagranicznych formatów, więc niejako z urzędu musi zachwalać to, co być może sam niebawem kupi i zaproponuje nadwrocławskim stacjom.

Można długo wyliczać kolejne warianty starych jak telewizyjny świat konkursów, w których kiedyś stawką był milion, a dzisiaj jest 10 milionów. Kiedyś najbardziej utalentowanego wokalistę, muzyka, kucharza czy linoskoczka wybierało pięcioosobowe jury, a teraz wybiera stuosobowa widownia w studiu i tysiącosobowa na facebooku. Właściwie tylko walor interaktywności odróżnia te teleturnieje od swych niedawnych i zamierzchłych poprzedników, bo stopień komplikacji to już wyłącznie bitwa na szczegóły. Przodują jak od lat producenci z Holandii, Izraela, Hiszpanii i Australii, ale pojawiają się także – pewnie również po to,

by zawstydzić naszych kreatorów – propozycje z takich telewizyjnych potęg jak Peru, Norwegia czy RPA.

Wszystko już było i dlatego... producenci formatów sięgają do źródeł gatunku. Holenderska *Utopia* to nic innego niż połączenie *Big Brother*a ze słynnym eksperymentem prof. Zimbardo. Odseparowana na rok pośrodku gęstego lasu grupa ludzi ma sama się zorganizować, rządzić i kontrolować, poddawana tylko stałej kontroli kamer.

Wszystko już było. Nie, nie wszystko, bo formatu z udziałem „żywych trupów” jeszcze nie było, ale teraz już jest i oferuje uliczny happening z wysokimi nagrodami.

Wydaje się, że sformatowany świat powoli się kończy i wraca epika wytężonej pracy działów programowo-kreatywnych stacji i kanałów telewizyjnych. Zresztą one, może poza pewnym krajem nad Wisłą, szczególnie w dużych i bogatych korporacjach medialnych, nigdy nie zdały się tylko na import pomysłów i koncepcji. Póki co i jedni i drudzy zapowiadają powroty do źródeł, bo wchodzące w dorosłe życie pokolenie nie pamięta *Wielkiej gry*, *Bo nanzy* czy *Turnieju miast*!

CZYŻBY PRZEŁOM W TEMACIE POLSKI?

Polska obecność, a raczej należałoby napisać nieobecność na targach telewizyjnych w Cannes miała dotąd coś ze schizofrenii bezobjawowej, czyli dyżurnej choroby przypisywanej dysydemtom w dawnej Rosji Sowieckiej. Niby czwarty rynek telewizyjny w Europie, mnóstwo kanałów i operatorów kablowych, liczne platformy cyfrowe i morze kontentu oraz niemałe wpływy reklamowe, ale w kwietniu i w październiku, kiedy nad Łazurowe Wybrzeże zjeżdża cały telewizyjny świat... Polski nie widać i nie słychać. Niby więc na co dzień jest, ale tu się w ogóle niemal nie ujawnia.

Nie sposób było wyluskać z tysięcznego tłumu tych kilka skromnych stoisk, zauważyć udział naszych fachowców w niezliczonych panelach, o udziale w imprezie szefów wielkiej telewizyjnej czwórki nie wspominając.

POLSKO...

TO JUŻ CZAS!

WYBIERZ SWÓJ KOLOR



KAMPEROWE
WYZWANIA

PREMIERA
26 MAJA O 21:00

travel
CHANNEL

Aby dodać Travel Channel lub Travel Channel HD do Państwa oferty programowej prosimy o kontakt z:
Małgorzata Kałuska, tel.: +48 502 569 528, malgorzatakaluska@scrippsnetworks.com

www.facebook.com/TravelChannelPolska

www.travelchanneltv.pl

Kulinarna rozrywka prosto z serca



food
network

POLSAT

Aby dodać Polsat Food Network do Państwa oferty programowej prosimy o kontakt z:
Chello Central Europe Sp. z o.o., Michał Nieckarz, michal.nieckarz@chellocentraleurope.com

www.foodnetwork.pl

www.facebook.com/polsatfoodnetwork

Cyfrowy Polsat: pozycja 24

Ale tegoroczne wydanie MIPTV przyniosło pewien przełom. Przede wszystkim w działaniach telewizji publicznej, która podczas ostatnich dwóch edycji była praktycznie niewidoczna, jeśli nie liczyć indywidualnej akwizycji wysłanników z Woronicza. Teraz TVP miała obszerne stoisko usytuowane w dobrym punkcie Pałacu Festiwalowego z profesjonalną obsługą i materiałami informacyjno-reklamowymi na akceptowalnym poziomie. Odwiedzali je głównie kontrahenci z Europy Wschodniej, ale też trudno było oczekiwać, że pojawią się od razu tłumy. Na nie trzeba zapracować intensywną reklamą i skuteczną akwizycją. Obecność viceprezesa TVP Bogusława Piwowara oraz dyrektora koordynacji programowej, Sławomira Zielińskiego i marketingu Iwony Bocian-Zaniewskiej to sygnał, że imprezę canneńską zaczęto traktować poważnie, czyli tak, jak na to zasługuje, ale jak przyznał pierwszy z wymienionych jeszcze niedawno „na zarządzie” TVP padało pytanie „po co nam te targi?”. Teraz zaczyna się mówić o potrzebie czy wręcz konieczności szybkiego zorganizowania polskiej alei, czy może wspólnego dużego stoiska ze stałymi bywalcami, jak i nowymi partnerami. Z tych pierwszych była w Cannes poza Telewizją Polską, TVN, swe stoisko miało SPI reklamujące premierowy kanał w formacie 4K oraz po raz pierwszy Polska Izba Komunikacji Elektronicznej, której reprezentacja podczas wstępnego rekonesansu odbyła kilka ważnych i obiecujących rokujących na przyszłość spotkań

z dyrekcją targów. Redakcja TELE PRO, współpracująca z Reed Midem od kilku lat, złożyła pisemną deklarację o poparciu dla idei wspólnej reprezentacji w Cannes oraz przygotowania na kolejne edycje anglojęzycznej wersji numeru specjalnego, towarzyszącego PDT, czyli Polskiej Dolinie Telewizyjnej.

BYŁE DO WIOSNY

A wcześniej do jesieni, kiedy swoją najnowszą ofertę zaprezentują producenci seriali i filmów telewizyjnych oraz programów przeznaczonych dla młodych widzów. Po raz kolejny spotkamy się także na wielu panelach i prezentacjach z hasłem i symbolem 4K w tytule, choć już teraz widać było słabnący entuzjazm w oczach organizatorów i uczestników. Można odnieść wrażenie, że branża telewizyjna powoli zbliża się do takiego punktu w swej historii, w jakim znalazło się kino przełomu lat 70. i 80. Kiedy podobno także wszystko już było, ale... Ale okazało się, że Spielberg i koledzy od *kina nowej przygody* oraz nowa fala reżyserów europejskich i azjatyckich, wspomagana południowoamerykańską młodzieżą ruszyła z posad X Mużę. Czy tak się stanie z dzisiejszą telewizją, której animatorzy stoją przed dużo bardziej skomplikowanym do rozwiązania dylematem, przekonamy się już niebawem. Bo życie, a medialne przede wszystkim, nie znosi próżni i...

JANUSZ KOŁODZIEJ

WYPATRZONE NA MIPDOC 2014

Dokumenty i paradokumenty pokazywane na MIPDOC 2014, na które szczególnie warto zwrócić uwagę.

APOCALYPSE WW1 (producent/dystrybutor: CC&C, Ideacom Intl, DocumentaryTelevision.com, produkcja: międzynarodowa)

Dokument „na czasie”, bo przygotowany na stulecie wybuchu I wojny światowej. Unikat – zawiera sporo materiałów filmowych nieznanych w Polsce. We Francji sukces – na kanale France 2 produkcję tę obejrzało 7 mln widzów. Miejmy nadzieję, że polskie telewizje nie będą czekały z zakupem na 150. rocznicę wybuchu I wojny.

AVATAR SECRETS (Ramona Pringle Productions, Kanada)

Życie młodej kobiety i jej... awatara. Udany mix tradycyjnie rozumianego dokumentu i animacji. Dokument ciekawy przede wszystkim ze względu na formę, bo temat aż tak nie zaskakuje.

CICLO (Artemecánica Producciones, Meksyk)

Piękny meksykański dokument o dwóch braciach, którzy mimo podeszłego wieku chcą powtórzyć swój wyczyn sprzed ponad półwiecza – rowerową podróż z Mexico City do Toronto. Doskonała produkcja.

INSIDE THE MIND OF LEONARDO

(Handel productions I IWC Media UK, Kanada I Wielka Brytania)
Do umysłu geniusza zawsze warto zajrzeć. A gdy geniuszem jest Leonardo da Vinci, to koniecznie. Sprawnie zrobiony dokument, choć niespecjalnie odkrywczo potraktowano temat.

PUTIN'S HIDDEN TREASURE

(Newen, Francja)
Prezydent Rosji, a ściślej zgromadzone przez niego dobra, pod lupą Francuzów. Skarbiec Putina wydaje się nie mieć dna, więc dokument ogląda się z zainteresowaniem.

QUEBRANTO (Entrevista, Meksyk)

Niezwykły dokument, za którym stoi Roberto Fiesco. Historia meksykańskiej gwiazdy estrady, która zaczyna karierę jako chłopiec, by po latach odkryć, że jest kobietą. Trudny, dla niektórych kontrowersyjny temat, pokazany bardzo subtelnie.

WHO KILLED GANDHI?

(Karma Film, Kanada)
Ciekawe spojrzenie na Gandhiego oczami jego wrogów. Sporo nieznanych w Polsce materiałów zdjęciowych i wątków z historii rodu Gandhich. Dla fanów historii XX wieku pozycja obowiązkowa.

WILLIAM THE CONQUEROR

(ZED, Francja)
Przedstawiciel modnego ostatnio gatunku telewizyjnego „docudrama”. Wilhelm Zdobywca, jeden z najbardziej znanych władców Anglii, widziany oczami Francuzów. Jest historia, jest rozmach.

Opracował: PIOTR MACHUL



ODNAWIAJĄ
SAMOCHODY
I MARZENIA
ICH WŁAŚCICIELI

CARS.O.S.

Tim i Fuzz powracają na National Geographic Channel
i biorą na warsztat kolejne zabytkowe auta.
Dla nich stary samochód to nie grat, ale gratka!

Poniedziałek 21:00

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI:

Marlena Chrząszcz
marlena.chrzaszcz@fox.com, 607 14 71 44

Marta Broszkiewicz
marta.broszkiewicz@fox.com, 691 88 88 21



**NATIONAL
GEOGRAPHIC
CHANNEL**

natgeotv.com/pl

Radosław Dziewiątkowski
radoslaw.dziewiatkowski@fox.com, 772 10 00 51

NAB LAS VEGAS

KLOCKI dla Ultra HD (4K)...

Pokazane niedawno na targach NAB 2014 w Las Vegas. Jest ich coraz więcej. I nie są one przeznaczone tylko dla absolutnych profesjonalistów. Takim klockiem jest choćby „alfa 7s” firmy Sony – „zwykły” cyfrowy aparat fotograficzny, oczywiście z funkcją kręcenia filmów, oczywiście w rozdzielczości HD i 4K.

Ma niesamowity zakres czułości od 50 do ponad 400 000 ISO (stąd literka „s” jak „sensitivity” w nazwie), i może zapisywać filmy nawet w standardzie 3840 x 2160.

NIE TYLKO KODOWANIE

VITEC, firma z bogatym doświadczeniem w rozwiązaniach strumieniowych wraz z firmą Sony zademonstrowała na ostatnim NAB w Las Vegas pracujący w czasie rzeczywistym system do przesyłania multistreamowego materiału Ultra HD w sieci IPTV. Koder sprzętowy MGES-6000 pobiera materiał 4K na przykład z kamery (poprzez CZTERY porty HD SDI), odpowiednio go koduje i wysyła w postaci strumienia danych do sieci. Po-

się w ciasnocie panującej na każdym stadionie, ale i nie zasłania widoku siedzącym obok kibicom, z którymi jak wiadomo żartów nie ma. To stanowisko umożliwia 270-stopniowe panoramowanie nisko położonej kamery (HD/Ultra HD) i jest wyposażone w cicho pracujące łożyska. Z kolei Orbiter 500 3.0 Spaceshooter jest modułowym zestawem do posadowienia doskonale stabilizowanej kamery filmującej (panoramowanie w zakresie 360 stopni!) na przykład start rakiety, widowiska, przy których wszystko się trzęsie.

Amerykańska ACME Portale zajmująca się, jak sama nazwa wskazuje, urządzeniami przenośnymi, pokazała pierwszą przenośną stację roboczą z ekranem 4K – MeGaPAC L2. Ten przenośny komputer ma dwa ekrany 24"



myślano również o odtwarzaczach przeznaczonych dla komputerów lub laptopów. Dzięki sprzętowemu kodowaniu jakość wideo jest znakomita, a opóźnienie minimalne. Sprawdza się to zwłaszcza w sieciach korporacyjnych lub przy okazji transmisji sportowych, prezentowanych na dużych ekranach, zdaniem firmy VITEC Ultra HD jak na razie dość powoli wchodzi na rynek konsumenci, za to gwałtownie rozwija się właśnie w korporacjach i w sporcie.

Skoro o sporcie mowa – amerykańska Manios Digital & Film pokazała produkt niemiecki – system stabilizatora kamerowego o nazwie Orbiter oraz urządzenie Orbiter 270 3.0 Stadium będące sportowo-stadionową wersją poprzednika. Tak pomyślane, że nie tylko mieści

– jeden HD 1080p i drugi Ultra HD. To, co oferuje zależy od oprogramowania, sprzętowo zaś może korzystać z kart PCI-E w celu wprowadzania materiału przeznaczonego do obróbki. A obróbka jest wykonywana w formacie 4:4:4 – o możliwie najwyższej technicznej jakości. Możliwa jest także edycja 3D. Stacja pracuje z procesorami Intel czwartej generacji a nawet z ostatnim, 12-rdzeniowym Xeonem. Do tego ma bardzo szybki dysk SSD o pojemności 20 TB i działa pod kontrolą systemów Windows lub Linux.

NAJWAŻNIEJSZA ZE SZTUK

Ultra HD to również zrekonstruowane filmy. MTI Film LLC zaprezentowała na ostatnim NAB – DRS™ Nova – nowe

oprogramowanie do rekonstrukcji filmów, następcę używanego już od 17 lat, niejako standardowego CorrectDRS™. Nova jest rzeczywiście nowa – dzięki 64-bitowej obróbce, architekturze opartej na plikach, uniwersalności i możliwościom. Ma masę narzędzi, a każde lepsze i szybsze niż poprzednio, są to na przykład: usuwanie szumu i ziarna, funkcja „paint”, korekcja migotania, naprawy uszkodzonych klatek, usuwanie zadrapań, stabilizacja obrazu, kompensacja wygięć taśmy oraz 3-warstwowy zapis. Materiał wyjściowy może być oczywiście formatu HD, Ultra HD lub lepszy. Całość pracuje pod Windows 7.

Ultra HD to też „event” na żywo transmitowany potem do odbiorników telewizji cyfrowej, do sieci i do odbiorników przenośnych (np. smartfonów). Do tego potrzebne są odpowiednie kodery. Takim koderem właśnie jest TITAN firmy ATEME – lidera w dziedzinie kompresji MPEG-2, MPEG-4 (H.264) oraz HEVC (H.265). Pracujący w czasie rzeczywistym Titan jest wielokanałowym koderem/transkoderem, który w pełni obsługuje (przy materiałach transmitowanych na żywo) zaawansowane kodowanie 4Kp60 – ograniczające strumień przesyłanych wówczas danych do 19 Mb/s. Titan pobiera nieskompresowany materiał Ultra HD poprzez 4 gniazda 3G-SDI, odpowiednio koduje i poddaje kompresji. Wiele dotychczasowych koderów robiło to w dwóch krokach, co znacznie obniżało jakość obrazu.

A TERAZ FIFA 2014

A jeśli „event” to... oczywiście World Cup 2014, piłkarskie mistrzostwa świata, w tym roku rozgrywane w Brazylii, w dniach od 12 czerwca do 13 lipca. Z mistrzostw tych powstanie film, wyprodukowany współ-



nie przez firmę Sony i organizację FIFA, film oczywiście w jakości Ultra HD! W filmie znajdują się trzy mecze: z 1/8 finału (28 czerwca), ćwierćfinału (4 lipca) oraz finału na stadionie Estadio do Maracanã w Rio (13 lipca). W tym celu Sony dostarczy zatrudnionym przez FIFA operatorom kamery 4K CineAlta™ PMW-F55, wieloportowy rejestrator PWS-4400, monitor LCD 4K PVM-X300 i mikser wizyjny 4K MVS-7000X. Po zmontowaniu ten oficjalny film 4K z mistrzostw będzie również rozpowszechniany przez FIFA w internecie. Zwiastuny tego filmu można będzie, w trakcie trwania mistrzostw, oglądać na stanowiskach Sony, ulokowanych na wybranych stadionach.

GRZEGORZ MORKOWSKI



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.



KOMPAKTOWY SMARTFON

LG G2 mini (129,6 x 66,0 x 9,8 mm, 121 g) z 4,7" ekranem IPS (960x540, qHD) i czterordzeniowym chipsetem 1,2 GHz Qualcomm Snapdragon 400 pracuje pod najnowszym systemem operacyjnym Android 4.4 KitKat. Działa w sieciach LTE i HSPA+ oraz obsługuje połączenia Bluetooth 4.0, Wi-Fi, A-GPS i NFC.

Smartfon wyposażono w najnowszą funkcję LG Knock Code: użytkownik może stworzyć swój indywidualny wzór składający się z od 2 do 8 stuknięć korzystając z czterech wirtualnych ćwiartek ukrytych w dowolnym miejscu na ekranie. Prędkość działania przewyższa systemy biometryczne, które są znacznie wrażliwsze na zmiany warunków otoczenia.

LG G2 mini ma pamięć 8 GB eMMC, 1 GB RAM i gniazdo karty SD oraz aparaty: tylny 8,0 MP z wielopunktowym autofocusem (9 oddzielnych punktów ustawiania ostrości) i przedni – 1,3 MP. A także funkcje, znane już właścicielom G2, m.in. Plug & Pop dającą łatwy i szybszy dostęp do aplikacji telefonu, muzyki i filmów, Clip Tray, Quick Window, You Tube i „tryb gościa”, który umożliwia skonfigurowanie telefonu w dwa odrębne tryby użytkownika z różnymi ustawieniami. Dzięki temu właściciel może kontrolować, które aplikacje są dostępne dla innego użytkownika.



MICROSDXC O POJEMNOŚCI 128 GB

Na tej najbardziej pojemnej na świecie 16-warstwowej karcie pamięci microSD można zapisać 16 godz. filmu Full HD, 7500 piosenek i 3200 zdjęć.



Nowa karta SanDisk Ultra microSDXC, dwukrotnie szybsza od zwykłych kart pamięci microSD3, jest przeznaczona do smartfonów i tabletów z systemem Android. Ulepszona aplikacja SanDisk Memory Zone App zapewnia efektywniejsze porządkowanie,

optymalizowanie i archiwizowanie danych ze smartfonów z systemem Android. A nowa wersja aplikacji SanDisk Memory Zone pozwala w prosty sposób przeglądać pliki z pamięci telefonu oraz archiwizować je w jednym łatwo dostępnym miejscu. Składnikiem tej aplikacji jest nowa funkcja OptiMem, która umożliwia przesyłanie starszych zdjęć i filmów z pamięci urządzenia z systemem Android na kartę microSD4. OptiMem systematycznie sprawdza ilość wolnej pamięci w urządzeniach mobilnych i informuje, gdy spadnie ona poniżej określonego poziomu.

MONITORY Z WBUDOWANYMI GŁOŚNIKAMI.

Monitory AOC i2473Pwm i i2473Pwy wyposażono w 23,8" matrycę IPS z podświetleniem WLED o maksymalnej jasności 250 cd/m², czasie reakcji – 5 ms GTG i szczytowym kontraście dynamicznym 50 000 000:1.

W podstawkach obu modeli są dwa głośniki renomowanej japońskiej firmy ONKYO o mocy 7 W, a na tylnym panelu monitorów złącza D-Sub (VGA) oraz 2 x HDMI, w tym jedno zgodne ze standardem MHL, który pozwala na wyświetlanie na monitorze obrazu ze smartfona lub tabletu z systemem Android, przy jednoczesnym ładowaniu jego baterii.

Model i2473Pwy wyposażony jest w funkcję Miracast, która umożliwia bezprzewodowe przesyłanie dźwięku i obrazu w rozdzielczości Full HD z kompatybilnych urządzeń, takich jak notebooki, smartfony czy tablety.



DO KINA DOMOWEGO

Modele najnowszej serii zestawów kina domowego firmy Samsung dostępne są z dwoma (2.1) lub pięcioma (5.1) głośnikami o łącznej mocy 500 W lub 1000 W. Zestawy HT-H5200 i 5500 W mają standardowe głośniki satelitarne, HT-H5550 – typu tallboy, HT-H5530 – oba rodzaje, a HT-H55200 – głośniki o wyszukanym wzornictwie. Natomiast HT-H5550W i HT-H5000W mają moduł umożliwiający bezprzewodowe przesyłanie dźwięku do głośników tylnych. Innowacyjna technologia wzmacniacza cyfrowego Crystal Amplifier Plus umożliwia dwukrotne filtrowanie źródła dźwięku minimalizując zniekształcenia i zapewniając czysty i żywy dźwięk.

Odtwarzacz Blu-ray 3D ma wyjście HDMI z funkcją AnyNet+ (HDMI-CEC) oraz wejścia HDMI, optyczne audio, USB 2.0 i Ethernet, funkcję skalowania obrazu z płyt DVD do rozdzielczości Full HD 1080p przez złącze HDMI i technologię BD Wise, która dostosuje wszystkie urządzenia marki Samsung podłączone za pomocą HDMI, m.in. automatycznie wyłączy ekran telewizora, gdy będziemy korzystać z zestawu do słuchania muzyki. Preinstalowane aplikacje dają dostęp do treści z internetu i pakietu aplikacji z platformy Opera TV Store. Odtwarza płyty 3D Blu-ray Video, Blu-ray Video, DVD-Video/DVD±R/DVD±RW, CD DA/CD-R/CD-RW i VCD 1.1 z plikami nagranyymi w formatach AVCHD, DivX, DivX HD, LPCM, MP3, MKV, WMA, WMV(1/2/3/7/9), AAC, FLAC i JPEG(HD). Do zestawu można dokupić dedykowaną bezprzewodową kartę sieciową.



KOMPAKT Z WYMIENNĄ OPTYKĄ

Nikon 1 V3 to bezlusterkowy aparat z wymienną optyką, wyposażony m.in. w matrycę CMOS formatu CX o rozdzielczości 18,4 MP pozbawioną optycznego filtra dolnoprzepustowego, wydajny procesor przetwarzania obrazu EXPEED 4A, zaawansowany hybrydowy system AF (171 pól, z czego 105 z detekcją fazową rozmieszczonych jest równomiernie na środku kadru, co zapewnia szybkie ustawianie ostrości również podczas filmowania, a pola z detekcją kontrastu rozmieszczono aż do krawędzi kadru, co pozwala uzyskać niezwykle ostre szczegóły nawet w trudnych warunkach oświetleniowych), ruchomy wyświetlacz LCD o przekątnej 3" i rozdzielczości 1037 tys. punktów, zapewniający możliwość sterowania dotykiem i moduł Wi-Fi.

Aparat, z zakresem czułości ISO 160–12800, umożliwia wykonywanie zdjęć seryjnych z prędkością do 20 kl./sek. z ciągłym autofocusem i do 60 kl./sek. w serii do 40 zdjęć w formacie RAW przy ostrości ustalonej dla pierwszej klatki. Dedykowany przycisk umożliwia niemal natychmiastowe rozpoczęcie nagrywania. Efekt Spowolnienia odtwarza 3 sek. film HD nagrany z szybkością 120 kl./sek. przez ponad 12 sek. Nowa funkcja Aktywna selekcja w trybie Uchwycenie najlepszego momentu pozwala wykonać 40 zdjęć w pełnej rozdzielczości w czasie poniżej 1 s i wybrać jedno, które zostanie zachowane. Nowe tryby kreatywnego filmowania wprowadzone po raz pierwszy w tym modelu, to Przyspieszenie, Montaż skokowy i 4-sek.

Wirtualny horyzont umożliwia sprawdzenie zarówno położenia aparatu w stosunku do płaszczyzny poziomej, jak i jego nachylenia (obrotu w przód lub w tył) na wyświetlaczu LCD albo w odłączanym wizjerze elektronicznym Nikon 1 DF-N1000 (2359 tys. px).

**BIZNESOWY PROJEKTOR FULL HD**

BenQ TH681 ma najnowszy chipset DLP Texas Instruments ze zintegrowanym rozwiązaniem Triple Flash 144 Hz zwiększającym komfort i jakość oglądanych projekcji 3D. Polega ono na potrojeniu częstotliwości odświeżania, co oznacza, że dla każdego oka wyświetlane

są nie 24 a 72 klatki (obrazy)/sek. W trybie 3D projektor wyświetla więc nie 48 obrazy/sek. (2x24), a 144 (2x72) – stąd 144 Hz.

Rozwiązanie SmartEco optymalizuje jasność (moc) lampy, dostosowując ją do wyświetlanych obrazów, tak by z jednej strony uzyskać najlepszy obraz, a jednocześnie zmniejszyć zużycie prądu i wydłużyć żywotność lampy nawet do 6 500 godz. pracy. Zużycie energii zmniejszają także funkcje Eco Blank (szybkie wyłączenie obrazu, gdy nie jest potrzebny), No Source Detected (automatyczne wygaszenie lampy, jeśli przez 3 min. brak sygnału wizyjnego), 0,5W Standby (minimalny pobór prądu w trybie czuwania) i Auto Power Off (automatyczne wyłączenie projektora po 30 min. braku sygnału wizyjnego).

Projektor o masie 2,6 kg wyświetla obrazy w rozdzielczości od VGA (640x480) do UXGA (1600x1200), o przekątnej 45-300". Zniekształcenie trapezowe można regulować w pionie w zakresie $\pm 40^\circ$, a przesunięcie projekcji w zakresie $110\% \pm 5\%$.

**KAMERY CYLINDRYCZNE Z PROMIENNIKAMI PODCZERWIENI**

Kamery cylindryczne firmy Sony z promiennikami podczerwieni IP IPELA ENGINE EX z serii E-SNC-EB632R (1080p) i SNC-EB602R (720p) rejestrują 30 kl./sek. Mają przetworniki obrazu Sony Exmor CMOS oraz technologie: View-DR (rozszerzania zakresu dynamicznego HD do 130 dB), redukcji szumów XDNR (zapewnia wyraźniejszy obraz w słabym świetle), DEPA Advanced (możliwość analizy obrazu na poziomie kamery) i promienniki podczerwieni.

Ułatwiają one identyfikację bliskich i odległych obiektów oraz gwarantują doskonałą kolorystykę w warunkach intensywnego oświetlenia. Wyraźny obraz czarno-biały uzyskuje się nawet w ciemności, przy natężeniu 0 luksów, a kolorowy 0,05-0,1 luksa.

Przystosowane również do użytku zewnętrznego i wyposażone w technologię stabilizacji obrazu, która kompensuje skutki wibracji, umożliwiają oświetlenie sceny podczerwinią, na odległość wynoszącą 25 m (HD SNC-EB602R, 50 IRE) lub 30 m (model Full HD SNC-EB632R, 50 IRE).

DWUDYSKOWY NAPĘD THUNDERBOLT

My Passport Pro firmy WD to przeznaczony dla komputerów Mac pierwszy napęd zawierający dwa 2,5" dyski twarde zamknięte w smukłej obudowie z aluminium, obsługujący standard Thunderbolt. Zasilane są bezpośrednio z komputera za pomocą zintegrowanego przewodu Thunderbolt, osiągając prędkości do 233 MB/s, a konfigurowalne przez użytkownika w trybach RAID. Dostępne są w pojemnościach 2 i 4 TB.



JERZY BOJANOWICZ

TV INTERNETOWA AD 2013/2014

Niewybredne dowcipy i zapisy gier komputerowych zdominowały polski kontent video online. Serwisy największych graczy generują ruch, jednak prawdziwe gwiazdy to te, o których się mówi najmniej – porno i piractwo.

ZAMIAST PODSUMOWANIA

Miniony rok trudno uznać za udany jeśli chodzi o polski rynek telewizji internetowej: duże rozproszenie, paru mocnych graczy i przytłaczająca szara strefa. W odróżnieniu od sytuacji za oceanem, rodzimi „emitenci” VoD nie są jeszcze w stanie samodzielnie wyprodukować treści, które byłyby w stanie konkurować z materiałami tworzonymi na potrzeby emisji w telewizjach naziemnych, kablowych czy satelitarnych, nie wspominając już o produkcjach przeznaczonych na srebrny ekran. Słowem wstępu należy dodać, że nie są dostępne dane statystyczne dotyczące wszystkich omawianych obliczeń video w internecie.

HITY

Trzęsienia ziemi w rodzimej telewizji internetowej w 2013 roku nie było. Uwagę zwracały wschodzące gwiazdy komediowe (Abstrachuje, SA Wardega) oraz talk-show Łukasza Jakubowskiego. Nie można też zapomnieć o emigracyjnej gwiazdzie Maksie Kolonko zmagającym się z emulacją popularnych w USA formatów „faux news” (udawane wiadomości) – *The Daily Show* i *The Colbert Report* (VIACOM). Duże zainteresowanie serialem Netflix *House of Cards* dotarło również do nas, ale można to najwyżej uznać za zjawisko wtórne – tym bardziej, że w Polsce ogląda się go głównie za pośrednictwem pirackich sieci wymiany plików. „Cichym” hitem był kanał studia filmowego TOR, który udostępnia na Youtube cyfrowo odrestaurowane perły polskiej kinematografii. Jak zawsze, nielabnącą popularnością cieszą się w internecie filmy „dla dorosłych”.

KITY

Niewątpliwie największą porażką na rodzimym rynku w 2013 roku była (i jest nadal) skala piractwa – od serwisów typu VoD jak... (nie ma powodu, by je dodatkowo reklamować), gdzie można oglądać za darmo kinowe hity, nieraz nagrywane kamerą na sali, po nieśmiertelne serwisy P2P służące do wzajemnego udostępniania użytkownikom plików za pomocą „torrentów”.

Jest jednak światło w tunelu – twórcy zaczęli brać sprawy w swoje ręce; w 2013 roku ruszył szereg procesów o odszkodowanie za nieautoryzowane udostępnianie w serwisach P2P i VoD dzieł kinematografii



polskiej. Niestety największe hity, czyli amatorskie popisy komediowe zasługują w tej samej mierze na miano kitu, co tytuł hitu ze względu na ich poziom intelektualny i język: to slapstickowe dowcipy w stylu „ukryta kamera” lub Kabaret młodych Panów odgrywający serie „one-liners” (ang. dowcip zawierający się w jednym zdaniu) typu *Co mówią dziewczyny o swoich chłopakach*.

KO (NTENT)?

Jakie treści przeważają na najpopularniejszych rodzimych serwisach oferujących telewizję internetową? W przypadku VoD.pl, lpli i TVN player’a będą to przede wszystkim produkcje znane z kanałów

TOP100 polskich kanałów na YouTube z największą liczbą wyświetleń filmów – raport Wirtualnemedi.pl (stan z 17.05.2013)

lp.	kanal	tematyka	wyświetlenia
1	PROST0tv	muzyka	343 752 135
2	umcmymusic	muzyka	254 816 936
3	tvnpl	tv	194 997 044
4	nawrotkatv	muzyka	148 696 491
5	wolf084	humor	147 166 096
6	steprecordspl	muzyka	141 698 704
7	Macfra84	humor	125 535 152
8	gazetapl	tv	122 125 635
9	WeekendOfficial	muzyka	110 785 312
10	MAXFLORECTv	muzyka	109 167 479

telewizyjnych spółek matek, czyli (odpowiednio) VoD.pl – *M jak Miłość*, *Klan*; Ipla – *Ojciec Mateusz*, *Świat według Kiepskich* plus pozycje filmowe. Na YouTube oglądane są przede wszystkim vlogi komediowe, teledyski i kanały o grach komputerowych. Na polskim rynku nie mają szans produkcje wyrastające z podmiotów „sieciowych” jeśli chodzi o jakość produkcji w porównaniu regularnymi produkcjami TVP, TVN czy POLSATU. Warto zwrócić uwagę na segment video poświęcony grom – transmisje na żywo turniejów strategicznych (*Starcraft II*) albo prezentacje dokonań w *Minecraft*. Skala popularności tych treści jest przytłaczająca – jeśli ktoś chce uchwycić za osobę obeznaną w temacie video online musi się obowiązkowo w tym zakresie podszkolić.

STREAMING

Mimo dobrych chęci TVP Sport, obejrzenie meczu piłki nożnej na żywo to nadal wyzwanie – przeciętny użytkownik musi się liczyć z częstym zrywaniem połączenia, asynchronem, a o jakości Full HD nie ma za bardzo co marzyć.

INTERNET+TELEWIZJA

Udostępnianie treści typu VoD prosto z odbiornika, jest z kolei jednym z bardziej obiecujących segmentów rynku telewizji internetowej. Każdy liczący się producent telewizorów oferuje w swoich urządzeniach funkcję przeglądania i oglądania materiałów udostępnianych za pomocą połączenia z internetem. Zazwyczaj są to wyspecjalizowane aplikacje oferujące poza samą treścią odrębny system przeglądania filmów.

Przykładowo, łączna liczba aplikacji dostępnych na platformie Samsung SmartTV to ponad 400. Polskich aplikacji, czyli opracowanych przez polskie firmy, po polsku i udostępniających polskie treści jest już 120 (łączna ilość aplikacji na wszystkich platformach). Pod względem liczby rodzimych aplikacji w telewizorach Samsung Smart TV Polska znajduje się w ścisłej europejskiej czołówce – tuż za Francją i Włochami.

CO SŁYCHAĆ NA WORONICZA – VOD.TVP

Na Platformie Hybrydowej TVP jest obecnie ponad 31,5 tys. materiałów darmowych i ponad



300 płatnych – głównie premierowe seriale Telewizji Polskiej. Platforma Hybrydowa TVP działa od 2012 roku i oferuje aplikacje dedykowane wszystkim programom informacyjnym TVP, pogodzie, *Pytaniu na śniadanie* czy Teatrowi Telewizji. Dodatkowo dostępne są w niej kanały na żądanie – tak było w czasie zimowych igrzysk olimpijskich w Soczi. W 2013 z usług telewizji hybrydowej oferowanych przez TVP korzystało ponad 250 tys. użytkowników. Sygnał telewizji hybrydowej jest nadawany na wszystkich kanałach TVP dostępnych w ramach naziemnej telewizji cyfrowej. Aby jednak mieć dostęp do usługi, trzeba posiadać telewizor z funkcją HbbTV i podłączyć go do internetu.

ZAPATRZENI W DOMEK Z KART

Amatorom telewizji internetowej pozostaje nadzieja, że i u nas zacznie królować kontent, tak jak to się dzieje choćby za oceanem. Najlepszym, powszechnie znanym przykładem jest *House of cards* wyprodukowany przez Netflix, jeden z wiodącym serwisów VoD w USA (obok Hulu, Amazon i oczywiście Youtube) z Kevin'em Spacey'em w roli makiawelicznego senatora z południa USA. Być może właśnie ta rola zdecydowała, że znakomity aktor zagrał w filmie reklamowym jednego z największych polskich banków. Tymczasem Netflix po cichu rozpoczął rekrutację polskich specjalistów od tłumaczeń...

ALEX STĘPIEŃ

Serwisy VoD rok po roku (Megapanel PBI/Gemius) WIRTUALNEMEDIA.PL

serwis	styczeń 2014			styczeń 2013		
	real users	odslony	czas na RU [godz:min:s]	real users	odslony	czas na RU [godz:min:s]
vod.pl	3 850 395	37 777 843	01:13:26	2 765 457	32 747 627	02:05:08
ipla – aplikacja	1 460 133	2 344 543*	87:19:48**	1 490 890	2 703 513*	80:17:18**
tvnplayer.pl	1 183 038	28 097 995	07:20:57	801 535	31 683 286	09:12:17
ipla.tv	1 050 665	23 264 668	03:26:44	755 808	19 993 469	03:27:20
tvn.pl – vod	712 341	8 498 614	00:23:35	521 054	9 248 727	04:00:59
kinoplex.gazeta.pl	195 416	2 033 053	00:09:18	75 352	591 705	00:32:17
iplex.pl	137 707	–	–	343 256	6 467 572	00:15:05

*uruchomione aplikacje **średni czas uruchomienia na aplikację

4. SIECI SZEROKOPASMOWE

Aby internet był szybszy

W Warszawie odbyła się 4. edycja Konferencji Sieci Szerokopasmowe. W spotkaniu wzięli udział kluczowi przedstawiciele administracji centralnej i lokalnej, regulatorzy, operatorzy telekomunikacji, dostawcy sprzętu oraz firmy budujące sieci.

Polska jest teraz jednym z największych w Europie placem budowy infrastruktury telekomunikacyjnej. Z internetu korzysta dziś ok. 70 % gospodarstw domowych w Polsce, a praktycznie cała Polska jest w zasięgu sieci – powiedział Minister Administracji i Cyfryzacji Rafał Trzaskowski podczas uroczystego

przedstawicieli władz rządowych i samorządowych, liderów branży ICT, użytkowników usługi i wszystkich pozostałych decydentów oraz osób zainteresowanych rozwojem internetu szerokopasmowego w Polsce i realizacją postulatów Agendy Cyfrowej 2020. Zawiera postulaty, których realizacja może przyczynić



otwarcia konferencji. Dodał, że: (...) *naszym zadaniem jest to, aby ten internet był szybszy i niezmiernie ważne jest to, by budować sieci nowoczesne – to jest absolutny priorytet polskiego rządu.*

Uczestnicy licznych paneli dyskutowali na temat efektywnego wykorzystania środków w perspektywie finansowej 2014-2020, ale nie zabrakło również podsumowań dotychczasowych dokonań i wyciągnięciu wniosków z popełnianych błędów. Omawiano również działania, które zachęcają operatorów do inwestycji w infrastrukturę szerokopasmową. Zaznaczono też konieczność zintensyfikowania działań mających na celu edukację społeczeństwa oraz prowadzenia działalności w internecie jako narzędzia, które stanowi olbrzymią platformę do budowy i rozwoju biznesu.

Zwieńczeniem Konferencji było podpisanie Listu Otwartego Rady Programowej Konferencji Sieci Szerokopasmowe przez Przewodniczącą Rady – Prezesa Piotra Muszyńskiego oraz Moderatorów przeprowadzonych dyskusji. List skierowany jest do polityków,

nić się do zwiększenia efektywności dalszych działań na rzecz rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego.

Formuła Konferencji Sieci Szerokopasmowe, w skład Rady Programowej której wchodzi m.in.: Przewodniczący Rady Piotr Muszyński (Orange Polska), Wiceprzewodniczący – Krzysztof Witoń (Hawe S.A.), Magdalena Gaj (UKE), Iwona Wendel (Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju), Małgorzata Olszewska (Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji), Elżbieta Polak (Urząd Marszałkowski Woj. Lubuskiego), Jacek Protas (Urząd Marszałkowski Woj. Warmińsko-Mazurskiego), Andrzej Dulka (Alcatel-Lucent Polska), Mariusz Grendowicz (Polskie Inwestycje Rozwojowe), Przemysław Kurczewski (EmiTel), Ou Yiwei (Huawei Polska), Xawery Konarski (Trapele Konarski Podrecki i Wspólnicy) umożliwia swobodny dialog między kluczowymi instytucjami rządowymi i regionalnymi a firmami zaangażowanymi w rozbudowę sieci szerokopasmowych oraz wymianę poglądów i wypracowania wspólnych rozwiązań. (AnPe)



Telewizja na wszystkich urządzeniach mobilnych



**RÓWNOCZESNY
DOSTĘP DO TV**

przez telewizor,
tablet lub smartfon

**MINIMUM
NAKŁADÓW**

bez rozbudowy
stacji czołowej

**KOMPLETNE
ROZWIĄZANIE**

streaming kontentu, aplikacje
mobilne, szyfrowanie i CRM

**ZWIĘKSZENIE
ZASIĘGU**

dzięki coraz większej
popularności tabletów

Nie czekaj – wykorzystaj ten moment!

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

evio



Robert Makłowicz



Ugotowani

Bździuchy W CIEŚCIE

Programów kulinarnych ci u nas dostatek. Dostatek? Nawet nadmiar. Na każdym kanale zawodowcy lub amatorzy coś gotują, smażą, przyprawiają, podsuwając pod nos naburmuszonym jurorom to, co wyprodukowali w celu zdobycia nagrody, która ma jakoby na zawsze odmienić ich życie.

Dla zainteresowanych jest kanał Kuchnia, gdzie od rana do wieczora także gotują, smażą, przyrządzają i serwują na stoły.

WCZORAJ

Telewizyjne programy kulinarne, te lepsze i te gorsze, mają znikomą wagę i niewielki wpływ na świadomość widzów. Na świadomość estetyczną, emocjonalną czy praktyczną. Od pięciu lat, bo wtedy się ta moda zaczęła, są jedną z form telewizyjnej rozrywki, choć mogłyby być czymś więcej, w niektórych przynajmniej przypadkach. W tym sensie plasują się jakby w opozycji do filmów o tematyce kulinarnej, które nadal stanowią trwałą wartość w dziejach kina, by wspomnieć choćby *Dyskretny urok burżuazji*, *Wielkie żarcie*, *Uczętą Babette*, *Czekoladę*, *Vatela* czy ostatnio indyjski *Smak curry*. W tych filmach gotowanie i jedzenie jest swoistą magią, rytuałem, przekazem jakiejś idei, spełnieniem albo i niespełnieniem.

Przed laty nasza telewizja była beztłuszczowa i beżajeczna. W sezonie letnim bywała witaminowa. Na rynku brakowało właściwie wszystkiego, zatem realizacja programów kulinarnych mięła się z doświadczeniem pustych półek sklepowych. Jedynie Irena Gumowska, znana dietetyczka, autorka książek kulinarnych i felietonów w dziennikach i tygodnikach, próbowała coś przemycić

w Jedynce lub Dwójce (chyba nazywało się to *Dookoła stołu*) na temat zasad zdrowego żywienia i zdrowego gotowania. Niekiedy podawała również przepisy, zawsze podkreślając ich doraźnie kryzysowy charakter. Bo czyż nie były kryzysowe tzw. bieda smaczki (wg określenia Gumowskiej), a więc potrawy zwane „dziadem skierniewickim” czy „wodzianką śląską”, nie mówiąc już o wytwarzaniu konfitury ananasowej z kabczka?

UMIAR CZY NADMIAR?

Obecne ekranowe seminaria gastronomiczne są liczne i różnorodne.

Najlepiej, jak dotąd, prezentują się pozycje raczej tradycyjne, sprawdzone, firmowane przez osoby znane, które przy okazji próbują zaoferować telewizjom coś więcej niż tylko gotowanie i degustację potraw przez prowadzącego. Należą do nich kolejne cykle Roberta Makłowicza, popularyzatora kuchni różnych narodów, miłośnika i znawcy bogatej tradycji kulinarnej dawnych ziem austrowęgierskich. Jego reportaże zawsze niosą jakąś wartość dodatkową, a jest nią żywe i pełne szacunku spojrzenie na tradycję, kulturę, obyczajowość i kulinaria danej krainy. W podobnej tonacji konstruują swoje programy Karol Okrasa, Pascal Brodnicki (ach, ta kiepska polszczyzna po tylu latach pobytu w naszym kraju – czysta kreacja) czy – w mniejszym



Ewa Wachowicz



Andrzej Grabarczyk



Jan Suzin



Świat według Kiepskich

stopniu – Ewa Wachowicz, która z kolei podsuwa pomysły eleganckiej dekoracji stołu.

Jeśli natomiast wierzyć powiedzeniu, że pośpiech jest idealnym przepisem na klęskę, to jak ocenić dwie „najbardziej gorące” pozycje Polsatu, w których właśnie pośpiech nakręca dramaturgię i utrudnia wykonanie zadań? Pierwszą, *Top Chef*, zapowiada się jako „najostrzejszy program kulinarny na świecie”, o drugiej, czyli o *Piekielnej kuchni*, mówi się, że „tak ostro jeszcze nie było”. I rzeczywiście jest ostro. I jest niegrzecznie. Uczestnicy, szefowie kuchni z różnych miejscowości, muszą szukać kluczy do lodówek, mają limitowane produkty i limitowany czas gotowania. Są nieustannie popędzani, pada dużo niemiłych słów, buzują złe emocje. Prowadzący kręci się pod nogami i też nie pomaga. Stąd częste kontuzje, poparzenia, pomyłki. Same utrudnienia. Taki kuchenny survival... A wszystko to dla naszej, telewizyjnej, uciechy.

Szczególnie bezkompromisowo traktuje się uczestników *Piekielnej kuchni*, ale to już wynalazek Gordona Ramsaya, który zasłynął tym programem i swoją w nim brutalnością. A jednak u nas razi słówko „wynocha” skierowane do uczestnika opuszczającego studio, czy pokrzykiwania i epitety pod adresem pań i panów, którzy usiłują – mimo klód rzucanych im pod nogi – wyzłazować coś na talerzach.

Ostro poczyną sobie Wojciech Modest Amaro, słynny warszawski restaurator i celebryta. W pierwszym programie jest jednym z jurorów, w drugim prowadzącym. W życiu pozatelewizyjnym to podobno sympatyczny, dobrze wychowany pan, któremu jeszcze nie przewróciło się w głowie. Ale telewizja to przecież kreacja.

Swego rodzaju dziwolągiem jest *Kolacja z szefem*. Jedną z kolacji młodzi fryzjerzy przygotowywali dla mistrza grzebienia i nożyczek Leszka Czajki, a on na tej podstawie wyrokował, czy nadają się do zawodu. Fryzjerskiego. Jakiś jasnowidz czy co?

ŚMIECHU WARTO

TVN emituje od dość dawna cykl *Ugotowani*, typowy program zmarnowanych szans. Oto cztery nieznane

sobie osoby z jednego miasta spotykają się na obiadach przygotowywanych kolejno przez wszystkich uczestników, a potem wzajemnie się oceniają i najlepszy wygrywa 5 tysięcy złotych. Pomysł niezły, weryfikuje umiejętności kulinarne kolejnych osób, ich zaangażowanie, pomysłowość itp. No cóż, trzeba by jeszcze nauczyć tych ludzi dobrych obyczajów. Np. tego, że nie zlizuje się jedzenia z noża i w ogóle nie bierze się noża do ust. I tego, że młodzi wyluzowani uczestnicy – jeśli już zdecydowali się brać udział w zabawie – nie powinni deklarować na wizji: „nie jadam baraniny”, „nie lubię królika”, „nie przepadam za grzybami”, „potrawa źle pachnie” albo „porcja jest za mała (za duża...)”. Komentarz zza kadru brzmi infantylnie i średnio trafia w punkt. A przy okazji warto podsunąć realizatorom propozycję serwowania dań na półmiskach, nie zaś racjonowania porcji na talerzach. Wówczas ten, kto nie lubi szpinaku czy baraniny nie musiałby tak wzdychać przy stole i tak publicznie się męczyć. Nałożyłby sobie odrobinę. Symbolicznie.

Ugotowani to zmarnowana szansa nauczania ludzi choćby poprawnego, jeśli nie eleganckiego, zachowania się przy stole.

Zaś tytułowe bzdziochy w cieście to jedna z potraw przygotowanych przez bohaterów serialu *Świat według Kiepskich* na jakiś kulinarny konkurs w telewizji. Chcieli wymyślnie, wyszła ohyda. Potem jedli to, co ugotowali i wszystkim zrobiło się niedobrze. W zgodzie z trendami szło przecież o to, żeby jedzenie dobrze wyglądało, a smak? Bez znaczenia. Przerost formy nad treścią.

I takie jest to dzisiejsze czarowanie na talerzach. Dobrze, że można się czasem z tego pośmiać. I bardzo dobrze, że telewizja (w tym wypadku Polsat) potrafi śmiać się z siebie.

BARBARA KAŻMIERCZAK



—
BRAZYLIJSKA WOJNA FUTBOLOWA
 POLSKA 2014
 EMISJA: TVN24 I TVN24 BIS

Brazylijska WOJNA FUTBOLOWA

Piłka nożna potrafi rozpalic emocje do czerwoności – zwłaszcza w Ameryce Południowej – i to nie tylko na stadionach. W lipcu 1969 roku, po przegranym przez Honduras meczu z Salvadorem, doszło do wybuchu konfliktu zbrojnego między obydwojoma krajami, nazwanego Wojną Futbolową i opisanego w książce przez Ryszarda Kapuścińskiego.

Reportaż Wojciecha Bojanowskiego *Brazylijska wojna futbolowa* nie odnosi się do tamtych wydarzeń. Nawet nie cofa się w przeszłość, przeciwnie – dotyczy współczesności, a w pewnej chwili wychodzi w przyszłość. Po prawdzie, choć obraca się wokół piłki nożnej, kwestie futbolu traktuje marginalnie. Ale ukazana w nim wojna – choć może wydawać się na pierwszy rzut oka dziwna – jest jak najbardziej prawdziwa i coraz bardziej zażarta.

Czasy, kiedy Brazylia kojarzyła się wyłącznie z kawą, futbolem i karnawalem w Rio, już minęły. Dzisiejsza Brazylia to ekonomiczny potentat, przeżywający boom gospodarczy, który pragnie zaznaczyć wzrost swego znaczenia poprzez organizację dwóch ważnych imprez sportowych: Mistrzostw Świata w piłce nożnej – już w czerwcu tego roku, oraz Igrzysk Olimpijskich w roku 2016. Kłopot w tym, że rozwój gospodarczy, jakkolwiek znaczny, nie jest odczuwalny przez znaczącą część społeczeństwa. Stąd dochodzące z brazylijskich miast relacje o protestach i starciach z policją. Przed kamerą Bojanowskiego pojawiają się przedstawiciele różnych środowisk. Jedni serdecznie

zapraszają na Mistrzostwa, drudzy zapewniają, że impreza nie odbędzie się. W końcu pieniądze wydane na (opóźniającą się) budowę stadionów mogłyby posłużyć tworzeniu społecznej infrastruktury – szpitali, szkół, przedszkoli etc.

Jak wyjaśnić ten spór? Wszak futbol to w Brazylii religia, a organizacja Mundialu przyczynić się powinna do powrotu canarinhos na piłkarski szczyt (od jakiegoś czasu drużyna narodowa zajmuje 6. pozycję w rankingu FIFA). Z drugiej jednak strony wątpliwości budzi bałagan, jaki towarzyszy budowie stadionów, jak też zapewnieniu zawodnikom, kibicom i turystom niezbędnego bezpieczeństwa. I tu wydaje się pies pogrzebany. Najstłynniejszy brazylijski stadion – Maracana – oddziela Rio de Janeiro od jednej z największych brazylijskich faweli, dzielnicy slumsów, gdzie kwitnie szara strefa i gangsterizm. Zrobienie tam porządku oznacza zagrożenie interesów mafii i skorumpowanej policji. A to najlepiej chyba wyjaśnia, dlaczego w demonstracjach przeciwko Mundialowi protestują przede wszystkim mieszkańcy faweli.

KONRAD J. ZARĘBSKI



Barbara i Jan

Historia produkcji polskich seriali telewizyjnych zaczęła się pół wieku temu. A zapoczątkował ją nakręcony w roku 1964, dzisiaj powiedzielibyśmy raczej miniserial, złożony z siedmiu odcinków *Barbara i Jan*.

Produkcji serialu na zlecenie TVP podjął się kierowany przez Jana Rybkowskiego Zespół Realizatorów Filmowych „Rytm”. Pojedynczy odcinek mieścił się w niecałej półgodzinie. Kolejne opowiedziane w nich historie nie były może zbyt pasjonujące, ale zaletą, którą warto docenić po latach, jest dbałość o rozmaite – ograniczone niestety – realia widoczna w niektórych rekwizytach, kostiumach i w scenografii. Dzięki temu można zobaczyć Polskę z połowy lat sześćdziesiątych, całkiem udatnie sfotografowaną, mimo iż w zamyśle telewizyjnych decydentów chodzi-



ło o wygładzony realny socjalizm gomułkowskiej małej stabilizacji.

Pomysł serialu *Barbara i Jan* był autorstwa Janusza Jaxy, pod którym to pseudonimem ukrywał się krytyk filmowy i telewizyjny Lech Pijanowski. Oprócz niego scenariusze poszczególnych odcinków napisali: Stanisław Bareja, Jerzy Ziarnik i Hieronim Przybył. Dwaj ostatni podzielili się reżyserią kolejnych części w proporcji 4:3. Jak przystało na gatunek sensacyjno-komediowy, serial powinien mieć żywą dynamiczną akcję. Z tym jednak był niejaki kłopot warsztatowy. Obu reżyserów za bardzo niosło w stronę solennej rejestracji

realiów Polski prowincjonalnej kosztem kulejącej dramaturgii. Żadna z tych opowieści nie respektuje podstawowych reguł gatunku. W każdej jednak można znaleźć jakiś drobny, interesująco podpatrzony szczegół, który zwrócił uwagę scenarzystów i znalazł się w polu widzenia kamery. Smaczki te nie mogły jednak uratować wadliwej konstrukcji całości. Schematycznie skonstruowany i anachroniczny w formule serial *Barbara i Jan* siłą rzeczy powracał do zarzuconych wzorców kina z minionej epoki spod znaku *Sprawy do załatwienia* Jana Rybkowskiego i Jana Fethkego (skądinąd to właśnie Rybkowski był wtedy szefem Zespołu „Rytm”).

Premierowa emisja pierwszego odcinka zatytułowanego *Pierwszy reportaż* miała miejsce na antenie Telewizji Polskiej 5 stycznia 1965. Tamtego dnia całkiem już wtedy liczna rodzima widownia telewizyjna spotkała się z parą głównych bohaterów: początkującą dziennikarką stołecznego dziennika o fikcyjnym tytule *Echo* Barbarą Raczykową (Janina Traczykówna) i doświadczonym fotoreporterem gazety Janem Buszewskim (w tej roli jak zawsze niezawodny Jan Kobuszewski).

Widzowie nie polubili schematycznie nakreślonych papierowych postaci, wątła formuła szybko wyczerpała się i serial nie doczekał się kontynuacji. Po latach zostaje z niego w pamięci niewiele: jaskinia hazardu pod przykrywką gabinetu dentystycznego w willi na przedmieściu, czyściutka prosto z myjni redakcyjna Syrenka z białym dachem (à la Wartburg), bagażnikiem na dachu i stołeczną rejestracją WF, hałaśliwa redaktorka w kreacjach z CDT-u, towarzyszący jej fotoreporter w garniturach i płaszczu z Galluxu, obsada ról (Anna Milewska w roli właścicielki punktu repasacji pończoch, Teresa Lipowska i Krystyna Sienkiewicz jako robotnice z Zakładów im. Róży Luksemburg, Zdzisław Lubelski, etatowy czarny charakter w filmach socrealistycznych, osczepek Janusz Sidło podczas treningu w roli samego siebie). I niepojęte kuriozum scenariuszowe z odcinka pt. *Kłopotliwa nagroda*: niezelektryfikowana wieś, do której świetlicy reporterzy „Echa” przywożą telewizor-nagrodę za wyniki w konkursie czytelniczym.

Znakomitej próby realizm telewizyjnej twórczości filmowej Różewicza, braci Kondratiuków, Żebrowskiego, Zanussiego i Kieślowskiego mieliśmy jeszcze w tamtym momencie daleko przed sobą.

MAREK HENDRYKOWSKI

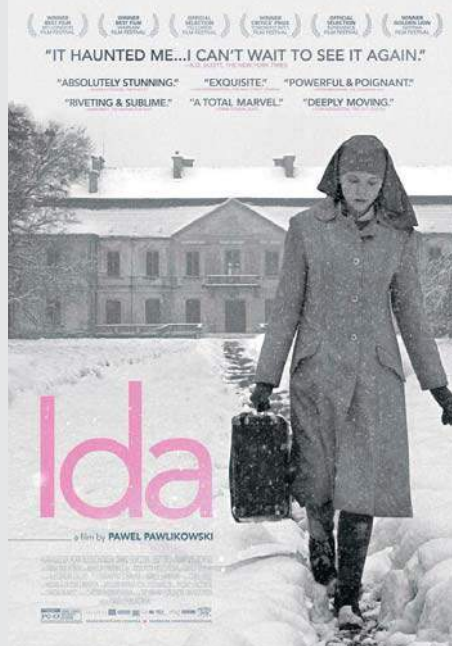
IDĘ NA IDĘ

Podczas tegorocznej edycji Tarnowskiej Nagrody Filmowej w konkursie festiwalu wybranych polskich filmów fabularnych (tak brzmi od początku podtytuł tarnowskiej imprezy, a na przełomie kwietnia i maja miała miejsce już jej 28. edycja) zaprezentowano 12 tytułów, których premiery odbyły się podczas ostatnich 12 miesięcy (z jednym wyjątkiem, *Psie Pole* Lecha Majewskiego miało w Tarnowie swój pierwszy – po włoskiej premierze – krajowy pokaz).

Ostatnich kilkanaście miesięcy to fantastyczny czas dla polskiego kina. W tarnowskim konkursie spotkały się m.in. *Ida* Pawła Pawlikowskiego, *Papusza* Joanny Kos-Krauze i Krzysztofa Krauzego, *Chce się żyć* Macieja Pieprzycy, *W imię...* Małgośki Szumowskiej, *Zabić bobra* Jana Jakuba Kolskiego, *Bilet na Księżyc* Jacka Bromskiego, *Pod Mocnym Aniołem* Wojtka Smarzowskiego, *Kamienie na szaniec* Roberta Glińskiego.

Tak się złożyło, że tytuły walczące o Tarnowską Nagrodę Filmową mają na swym koncie już ponad... sto zagranicznych i krajowych trofeów festiwalowych (sama *Ida* – 59, stan na 5 maja 2014). Są pośród nich laury z: Berlina, Chicago, Cleveland, Dortmundu, Gijon, Karłowich Warów, Londynu, Mediolanu, Mińska, Montrealu, Salonik, Stambułu, Toronto, Valladolid, Wilna, Bydgoszczy, Gdyni, Warszawy. Nie ma z Cannes, Wenecji czy nagród Amerykańskiej Akademii Filmowej...

Od kilku lat rodzima publiczność wróciła na polskie filmy. Mówi się o tym powszechnie, i pisze. Choć nieco zmieniły się jej preferencje, już nie tylko komedie romantyczne cieszą się powszechnym uznaniem. W pierwszym kwartale *Jacka Stronga* Władysława Pasikowskiego obejrzało ponad milion widzów, powyżej 800 tysięcy mają na swym koncie: *Pod Mocnym Aniołem* Wojtka



Smarzowskiego oraz *Kamienie na szaniec* Roberta Glińskiego. W roku poprzednim „milionerem” została *Drogówka* Smarzowskiego, a w 2012 – *Jesteś bogiem* (1,444 mln) Leszka Dawida i *W ciemności* (1,199) Agnieszki Holland. Polskie filmy wchodzą także na ekrany kin wielu, nie tylko europejskich, krajów. Ewementem okazał się wyprodukowany dla tzw. obiegu galeryjnego *Młyn i krzyż* Lecha Majewskiego, który kupiło ponad 60 krajów do rozpowszechniania kinowego, a pośród nich tak egzotyczne – zwłaszcza wobec tego tytułu – kinematografie, jak Chiny, Iran, Nigeria.

Filmy Andrzeja Jakimowskiego, Pawła Pawlikowskiego, Małgośki Szumowskiej coraz częściej możemy dostrzec w repertuarach kin zachodnich. *Idę* Pawła Pawlikowskiego, która poza Europą weszła już na ekrany m.in. amerykańskie, australijskie, kanadyjskie, nowozelandzkie, w samej Francji zobaczyło do tej pory ponad 600 tysięcy widzów. W Polsce – trzy razy mniej...

Jak jest zatem z polskim kinem i jej fanami? Uczestnicy dorocznej debaty krytyków, do której doszło podczas tegorocznej Tarnowskiej Nagrody Filmowej, stwierdzili: *Jest dobrze. Nie wyjątkowo dobrze, stosunkowo dobrze*. I prognozy – nie najgorsze, coraz bardziej wypogadza się nad naszym kinem.

JERZY ARMATA



Reż. Krzysztof Magowski na planie

Sen o Warszawie

Sen o Warszawie – biograficzna opowieść o Czesławie Niemienie otworzy 54. Krakowski Festiwal Filmowy, który rozpocznie się 25 maja. Dokument Krzysztofa Magowskiego wystartuje także w konkursie polskim.

Sen o Warszawie to pierwszy, duży, biograficzny film o Czesławie Niemienie, ikonie polskiej muzyki rozrywkowej. Okazją do jego realizacji stała się 10. rocznica śmierci artysty, która przypadła w styczniu. W filmie, do którego zdjęcia rozpoczęły się w 2005 roku, wykorzystano wiele nieznanych dotąd materiałów archiwalnych. Rzucają one nowe światło na życie artysty, bo Niemen popularny i uwielbiany przez publiczność – jego płyty sprzedawały się w setkach tysięcy egzemplarzy, nie cieszył się sympatią ówczesnych władz czy krytyki. W dokumencie Krzysztofa Magowskiego o Niemienie opowiadają barwnie przyjaciele, dziennikarze muzyczni, w sumie ponad 50 osób. Z tych indywidualnych opowieści wyłania się także obraz polskiej sceny muzycznej, mecenatu kulturalnego z okresu PRL-u i powikłanych czasów końca komunizmu.

Film jest bogato ilustrowany muzyką Niemenia, wybranego w 1999 roku na wykonawcę wszech czasów w plebiscycie „Polityki”. Jego twórczość nie tylko tworzy

kanon polskiej piosenki i ciągle jest inspiracją dla artystów młodszych pokoleń, ale i wrosła w kulturę popularną. Film Magowskiego otwiera scena, gdy znad stadionu klubu Legia Warszawa niesie się chóralny śpiew kibiców: *Mam tak samo jak ty, miasto moje a w nim: najpiękniejszy mój świat, najpiękniejsze dni...*

– „*Sen o Warszawie*” to pozycja obowiązkowa dla fanów Niemenia, ale nie tylko, bo Magowskiemu udało się uniknąć sentymentalnego tonu i film układa się w przykuwającą opowieść o genialnym muzyku, który zrobił oszałamiającą karierę i zapewnił sobie trwałe miejsce w historii, choć życie go nie rozpieszczało – powiedział Krzysztof Gierat, dyrektor Krakowskiego Festiwalu Filmowego.

Na krakowskiej imprezie odbędzie się światowa premiera filmu, dokument weźmie także udział w konkursie polskim, gdzie główną nagrodą jest Złoty Lajkonik. Pokaz filmu z udziałem twórców będzie miał miejsce 25 maja, podczas uroczystości otwarcia 54. Krakowskiego Festiwalu Filmowego. (Ra)

Wykraczamy poza schematy

SPRZEDAŻ REKLAM

- tv
- video online
- display
- prasa na tablety
- akcje niestandardowe

CONSULTING

- doradztwo w obszarze wprowadzania nowych mediów na rynek
- badania rynku mediów
- szkolenia z zakresu branded content

PRZYŁĄCZ SIĘ DO NAS

biuro reklamy mediów tematycznych
www.atmedia.pl

KALENDARIUM

1-6.05	OBERHAUSEN, 60 International Short Film Festival
8-17.05	TEL AVIV, DocAviv Int. Documentary Film Festival
9-18.05	WARSZAWA, 11 Planete + Doc Film Festival
11-17.05	GERA/ERFURT, Golden Sparrow – German Children's Film&Media Fest.
11-25.05	LOS ANGELES, Content Television & Digital LA Screenings
14-25.05	CANNES, 67 Cannes Film Festival
25.05-1.06	KRAKÓW, 54 Krakowski Festiwal Filmowy
26-28.05	JACHRANKA, Konferencja PIKE

LIST PIKE DO MAIC

Polska Izba Komunikacji Elektronicznej, Polska Izba Informatyki i Telekomunikacji oraz Krajowa Izba Gospodarcza Elektryki i Telekomunikacji przekazały Rafałowi Trzaskowskiemu, Ministrowi Administracji i Cyfryzacji, wspólne stanowisko dotyczące rozporządzenia w sprawie europejskiego jednolitego rynku cyfrowego COM(2013) 627, w szczególności przepisów dotyczących neutralności sieci i usług, które będą tematem podczas spotkania w Ministerstwie 17 kwietnia.

W korespondencji Prezesi Izb przedstawili postulaty zmian do projektu pakietu „Connected Continent”, w którym m.in. jest przewidywane wprowadzenie istotnych ograniczeń w zarządzaniu ruchem w sieci poprzez nałożenie obowiązku świadczenia usług specjalistycznych jedynie wtedy, gdy nie mają one żadnego wpływu na przepustowość dostępną dla zwykłych usług internetowych. Zdaniem Izb oznacza to ograniczenie możliwości świadczenia usług w zakresie telemedycyny, e-administracji, przekazu głosu przez internet (VOIP), wydzielania podsieci (VPN) na przykład dla potrzeb telepracy, czy też telewizji internetowej (IPTV) – usług już powszechnie oczekiwanych przez społeczeństwo. ■



MULTIROOM W CYFROWYM POLSACIE

Największa platforma satelitarna w Polsce rozszerza usługę Multiroom HD – klienci mogą korzystać ze swoich pakietów telewizyjnych nawet na 4 telewizorach jednocześnie. Usługa Multiroom HD z 3 dodatkowymi dekoderni jest dostępna dla abonentów i nowych klientów, którzy wybiorą pakiety od Familijnego HD. Koszt usługi z jednym dekoderni zależy od posiadanego przez abonenta pakietu kanałów, a każdy kolejny dekoder to jedynie 5 zł miesięcznie! W ramach usługi dostępne są dekodery produkcji Cyfrowego Polsatu: MINI HD 2000 oraz HD 3000. ■

AWANSE/ TRANSFERY/ ODEJŚCIA

► Anna Limbach-Uryn objęła stanowisko Dyrektora Działu Programowego platformy nc+. Odpowiadać będzie za całość Działu Programowego, w tym zarządzanie autorskimi kanałami filmowymi (CANAL+, CANAL+ Film, CANAL+ Film2, ale kino+) dziecięcymi (MiniMini+, teleTOON+), lifestyleowymi (kuchnia+, DOMO+) oraz dokumentalnym (PLANETE+) platformy nc+, a także dobór kanałów zewnętrznych do oferty nc+. ■

GRA O TRON W WARSZAWIE



Warszawę odwiedzili aktorzy z serialu HBO *Gra o tron* – John Bradley, serialowy Samwell Tarly oraz Daniel Portman, występujący w roli Podricka Payne'a. Aktorzy spotkali się z dziennikarzami na konferencji prasowej oraz z licznie przybyłymi fanami podczas specjalnego pokazu serialu w Multikinie Złote Tarasy. Czwarty sezon *Gry o tron* można aktualnie oglądać w HBO i HBO GO.

Podczas konferencji prasowej i spotkania z fanami aktorzy opowiadali o intensywnej pracy na planie, serialowych bohaterach, współpracy z innymi aktorami i reżyserami, a także o przygotowywaniu się do swoich ról. *Myszę, że ludzie patrzą na „Grę o tron” przede wszystkim jak na ogromną produkcję, z bitwami, smokami, generalnie fantastycznymi elementami. Tymczasem, jeśli przyjrzeć się głębiej tej produkcji, to przede wszystkim chodzi tutaj o dialogi między ludźmi, podobnie jak w sztukach Czechowa czy Szekspira, a nie tylko o tę całą bujną otoczkę* – powiedział John Bradley. *Budowanie roli u każdego aktora jest oparte przede wszystkim na indywidualnych doświadczeniach, uczeniu się, obserwowaniu siebie w roli odgrywanego bohatera oraz na tym, jak dużo można dać samego siebie danej postaci, było naturalnie i wiarygodnie* – dodał Daniel Portman.

Premierowe odcinki czwartego sezonu serialu *Gra o tron* emitowane są w każdy poniedziałek na antenie HBO. Odcinki są dostępne także w serwisach HBO GO i HBO OD. Pełne pierwsze trzy sezony serialu są dostępne w HBO GO. ■

ROSIŃSKI DLA HISTORY



Mieszkający od kilkunastu lat w Szwajcarii, Grzegorz Rosiński, rysownik komiksów i twórca legendarnego *Thor-gala*, stworzył kolekcjonerski plakat do drugiego sezonu serialu emitowanego od 22 kwietnia br. na kanale History – *Wikingowie*.

Plakat przedstawia legendarnego nordyckiego wojownika Ragnara Lodbroka w towarzystwie nieustraszonego łucznika, przygotowujących się do zdobycia nowego lądu.

W ten sposób artysta nawiązuje do wydarzeń z drugiego sezonu *Wikingów*, w którym to Ragnar wykorzystuje nowo zdobytą pozycję jarla, by wraz z grupą swoich wiernych wojowników plądrować, grabić i odkrywać nowe królestwa.

Plakat został wydrukowany w limitowanym nakładzie 150 sztuk i zdobyć go można wyłącznie w konkursach organizowanych przez History.

Kanał History i Grzegorza Rosińskiego łączy co najmniej jedno – snucie wspianiałych opowieści o bohaterach – powiedziała Izabella Wiley, dyrektor generalna A+E Networks Poland, nadawcy History. (...) „*Wikingowie*” z drugą serią wracają na antenę HISTORY i jesteśmy zaszczytzeni, że artysta takiego formatu swoim talentem wzbogacił nasze działania wokół tego programu.

Współpraca kanału z Grzegorzem Rosińskim, który jest jednym z najbardziej uznanych polskich ilustratorów i jednoznacznie kojarzy się ze światem wikingów, to kolejny polski element w promocji serialu. Wcześniej stacja podała, że zwiastun drugiego sezonu został przygotowany przez polskie studio animacji Platige Image, a reżyserią spotu zajął się nominowany do Oscara, Tomasz Bagiński. ▣

KAMPANIA PRUDENTIAL I TLC

Ruszyła mini-kampania na antenach Discovery Channel oraz TLC. Kampania w przystępny, krótki i interesujący sposób przedstawia ciekawostki z rynku ubezpieczeniowego. Patronem wszystkich trzech filmów jest Prudential w Polsce. Będąc na stałe obecnym w krajobrazie Warszawy, towarzystwo ubezpieczeniowe chce przybliżyć ciekawostki z budowy przedwojennego wysokościowca, a także przypomnieć, że jako jedno z pierwszych zatrudniło kobiety do pracy w branży ubezpieczeniowej. Równie interesujący w kontekście obecnie prowadzonej kampanii reklamowej jest film tłumaczący powody, dla których Prudential już po pierwszej wojnie światowej zdecydował się na wypłatę świadczeń z polis poległych żołnierzy, mimo wyłączeń obowiązujących w umowach. ▣

SEMS

10 kwietnia na Stadionie Narodowym w Warszawie odbyła się Samsung Enterprise Mobility Summit – konferencja poświęcona wykorzystaniu potencjału biznesowego nowoczesnych technologii mobilnych. Wydarzenie organizowane jest przez Samsung Electronics Polska we współpracy z firmami Comarch, Cisco, EY oraz pod patronatem Rzeczypospolitej, Banku i Harvard Business Review Polska.

Wiele mówi się o tym, jak wiele firmy mogą zyskać dzięki wykorzystaniu technologii mobilnych – czas pokazać jak wygląda praktyka. Dlatego podczas Samsung Enterprise Mobility Summit eksperci technologiczni, analitycy rynkowi oraz przedstawiciele najbardziej innowacyjnych firm, które wykonały już pierwszy krok, przedstawili swoje wizje mobilnego biznesu i podzielili się dotychczasowymi doświadczeniami w jego wdrażaniu – powiedział Radosław Miszkiewicz, Szef działu sprzedaży technologii mobilnych do biznesu w Samsung Electronics Polska.

Zaprezentowano szereg mobilnych rozwiązań pomagających zarówno zwiększać płynność i efektywność procesów biznesowych, jak też zapewnić konieczny poziom bezpieczeństwa czy skutecznie zarządzać firmowymi urządzeniami przenośnymi. Ważnym elementem spotkania będzie dyskusja o zapewnieniu bezpieczeństwa użytkownikom tabletów i smartfonów, na których przechowywane są istotne dane. ▣

REKLAMA




Kolodziej & Szmyt
 PROJEKTOWANIE WNETRZ
WWW.KOLODZIEJSZMYT.COM
 FACEBOOK.COM/KOLODZIEJSZMYT
 BIURO@KOLODZIEJSZMYT.COM
 +48 603 674 590
 +48 503 046 918



RAPORT O PIRACTWIE

Wartość PKB utraconego z tytułu piractwa internetowego treści wideo szacowana jest na ok. 700 mln PLN rocznie, a w 2018 roku straty mogą sięgnąć nawet dwukrotności całego budżetu MKiDN – wynika z raportu *Analiza wpływu zjawiska piractwa treści wideo na gospodarkę w Polsce* przygotowanego przez firmę doradczą PwC na zlecenie Stowarzyszenia Dystrybutorów Programów Telewizyjnych "Sygnał". Jest to pierwsza próba oszacowania wpływu piractwa medialnego na gospodarkę w Polsce.

Jak wynika z szacunków PwC, co piąty Polak regularnie korzysta z serwisów internetowych oferujących nielegalny dostęp do treści wideo – stanowi to prawie 30% wszystkich internautów i aż 94% osób poszukujących treści wideo w internecie. Jednocześnie większość oglądających treści wideo w internecie robi to zarówno poprzez źródła legalne, jak i nielegalne (73% spośród oglądających filmy, 49% oglądających seriale oraz 45% transmisje sportowe).

Wartość utraconego PKB w wyniku piractwa wideo w internecie w 2013 roku wynosi pomiędzy 500 a 700 mln PLN, co stanowi 0,04% całkowitego PKB Polski, z czego między 170 a 250 mln PLN traci bezpośrednio Skarb Państwa. Straty Skarbu Państwa stanowią równowartość 6-9% budżetu Ministerstwa Kultury lub całość wydatków Ministerstwa na teatry. Ponadto, ograniczenie korzystania z nielegalnych treści mogłoby spowodować utworzenie dodatkowych 6000-6500 miejsc pracy.

Zakładając status quo w zakresie rozwiązań legislacyjnych, poziomu edukacji i postaw społecznych w zakresie piractwa medialnego, a także obserwując trendy sprzyjające rozwojowi piractwa w Polsce, eksperci oszacowali, że średnioroczne tempo wzrostu piractwa w Polsce w latach 2013-2018 może wynieść między 29% a 54%. W scenariuszu umiarkowanego

wzrostu, straty gospodarcze w 2018 roku osiągnęłyby 1,8 mld PLN, a w bardziej pesymistycznym scenariuszu przekroczyłyby 6,1 mld PLN, czyli dwukrotność obecnego budżetu Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Najczęstszymi deklarowanymi przyczynami korzystania przez respondentów z serwisów oferujących nielegalny dostęp są: bogata oferta treści (32%) oraz bezpłatny dostęp (26%). Deklaracje te jednak często nie mają związku z sytuacją materialną korzystających i mogą stanowić próbę racjonalizacji zachowań, a nie realną przyczynę korzystania z nielegalnego obiegu treści.

Patrząc na przyczyny piractwa, złożoność modeli biznesowych stosowanych przez serwisy umożliwiające nielegalny dostęp oraz obecny stan prawny w zakresie ochrony własności intelektualnej, widać wyraźnie, że skuteczna walka z internetowym piractwem wideo jest zadaniem bardzo złożonym.

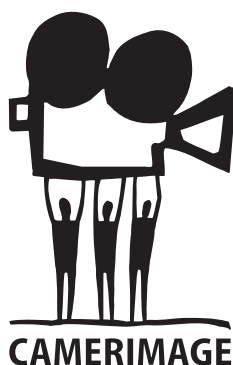
Rozwiązania proponowane w *Analizie wpływu zjawiska piractwa treści wideo na gospodarkę w Polsce* uwzględniają m.in.: przeprowadzenie szerokiej edukacyjnej kampanii społecznej, uświadamiającej nieuczciwość i szkodliwość zjawiska piractwa; opracowanie rozpoznawalnego znaku, który towarzyszyłby legalnym źródłom; ułatwienie dostępu do treści wideo oraz wskazanie jednego, przejrzystego źródła informacji nt. legalnych form dostępu do treści wideo w internecie z użyteczną wyszukiwarką legalnych serwisów; dostosowanie polskiego prawa do rzeczywistości cyfrowej i jego konsekwentne egzekwowanie, przeprowadzenie kampanii informacyjnej na temat piractwa, skierowanej do podmiotów współpracujących z nielegalnymi serwisami, w tym do reklamodawców, domów mediowych, pośredników finansowych; zwiększenie oferty treści wideo dostępnych w legalnych serwisach internetowych. ▣

CAMERIMAGE 2014 ZAPRASZA

Camerimage, największy międzynarodowy festiwal filmowy poświęcony sztuce kreowania obrazu filmowego, rozpoczyna proces selekcji do nadchodzącej 22. edycji.

W tym roku Festiwal odbędzie się w dniach 15-22 listopada 2014. Organizatorzy piszą: *Prosimy zapoznać się z terminami zgłoszeń, by nie przegapić okazji zaproponowania nam swoich filmów lub wideoklipów. Od dziś przyjmujemy zgłoszenia, zachęcamy więc do odwiedzania naszej strony www, na której można znaleźć odpowiednie formularze online.*

Oprócz licznych sekcji pozakonkursowych, jak co roku w skład oficjalnego programu Festiwalu wejdą rozmaite konkursy. Ogłaszamy nabór zgłoszeń do następujących z nich: Konkurs Główny (filmy fabularne), Konkurs Etiud Studenckich (etiudy fabularne), Konkurs



Filmów Polskich (filmy fabularne), Konkurs Filmów Dokumentalnych, filmy krótkometrażowe – czas trwania do 40 minut, filmy pełnometrażowe – czas trwania powyżej 40 minut, Konkurs Wideoklipów, Konkurs Debiutów Filmowych: Konkurs Debiutów Reżyserskich i Konkurs Debiutów Operatorskich.

Przypominamy także, że Camerimage posiada status festiwalu kwalifikującego filmy do OSCARA® w kategorii Krótkometrażowy Film Dokumentalny, co oznacza, że zdobywcy Złotej Żaby w Konkursie Krótkometrażowych Filmów Dokumentalnych będą kwalifikowani do selekcji dorocznych Nagród Akademii w kategorii Krótkometrażowy Film Dokumentalny bez wymaganej standardowej dystrybucji kinowej, pod warunkiem, że film spełniać będzie pozostałe wymogi Akademii. ▣

2014 FILMTERACTIVE

24 - 25 września
Łódzka Szkoła Filmowa

CROSSMEDIA

W ŚWIECIE SZTUKI, BIZNESU I REKLAMY!

POZNAJ FILOZOFIĘ MARKETINGU WIELKICH MAREK

POSŁUCHAJ ŚWIATOWEJ KLASY EKSPERTÓW
W DZIEDZINIE CONTENT MARKETING

NAWIĄŻ KONTAKT Z PROFESJONALISTAMI Z BRANŻY

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

599 PLN
NETTO

Oferta obowiązuje
do 13 czerwca 2014

Więcej informacji:

WWW.FILMTERACTIVE.EU

SWOJĄ OBECNOŚĆ ZAPOWIEDZIELI:

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

Granting institutions:



Sponsors:



Organizers:



Partner events:



Partners:



Institutional patronage:



Media patronage:



Patronage of Honour:





Kuba Dąbrowski i Ewa Lis

LG G2 MINI JUŻ W POLSCE

Zwykłe życie oczami fotografa Kuby Dąbrowskiego w ujęciu smartfona LG G2 mini.

LG wprowadza na polski rynek smartfon LG G2 mini, który ma trafić w ręce młodych, kreatywnych ludzi, żyjących z pasją. Jako ich reprezentanta firma wybrała Kubę Dąbrowskiego, jednego z najzdolniejszych fotografów młodego pokolenia, konesera codzienności. Efektem współpracy LG z artystą jest interaktywna platforma, na której można podziwiać fotoreportaże Kuby Dąbrowskiego. Stopniowo będą do nich dołączać zdjęcia i relacje obrazujące życie i pasje użytkowników młodego pokolenia w ujęciu smartfonów LG.

W dzisiejszych czasach, dzięki smartfonom powstaje więcej zdjęć niż kiedykolwiek wcześniej. Wydawało by się, że fotografujemy wszystko, całe nasze życie. To nie do końca prawda. Zdjęcia, które wrzucamy na portale społecznościowe to przede wszystkim dokumentacja momentów, które jakoś wybijają się z codzienności. Nie fotografujemy jedzonej w pośpiechu kanapki z serem z paczki, tylko odświętne niedzielne śniadanie do łóżka, wyciskany sok, te sprawy. Ja staram się fotografować te zwyklesze rzeczy. – twierdzi Kuba. Stąd pomysł konceptu artystycznego LG Smart Generation, który zarejestruje autentyczną codzienność młodych Polaków. W tym celu, wraz z premierą telefonu G2 mini, marka LG uruchomiła interaktywną platformę Smart Generation. Za jej pomocą LG i fotograf inspirował do celebrowania życia i zachęcają wszystkich użytkowników smartfonów LG do dzielenia się codziennymi, autentycznymi chwilami, które cieszą, bawią i inspirowały, niczym motto przewodnie LG – Life's Good. ■

MINIMINI+ WSPIERA

AKCJĘ SPOŁECZNĄ DLA DZIECI

MiniMini+, autorska stacja dziecięca platformy nc+, zaangażowała się w akcję społeczną *Warsztaty Wyobraźni – Bajka bez Barrier*. Inicjatywa skierowana do dzieci niewidomych i niesłyszących ma na celu pokazanie, że pomimo dysfunkcji wzroku i słuchu można tworzyć obrazy wizualne i muzykę. Organizatorem akcji jest fundacja Katarynka.

W ramach akcji *Bajka bez Barrier – Warsztaty Wyobraźni* organizowane są warsztaty, podczas których powstaje krótka animacja w technice lalkowej. W trakcie zajęć niewidome i słabowidzące dzieci tworzą scenografię oraz bohaterów bajki, a dzieci niesłyszące razem z muzykami rockowej grupy HURT przygotowują ścieżkę muzyczną oraz efekty dźwiękowe. Film stworzony przez młodych uczestników warsztatów będzie można zobaczyć w MiniMini+. Tematem przewodnim animacji są wiersze o zwierzętach autorstwa Jana Brzechwy, dlatego z pewnością zostanie ona ciepło przyjęta przez najmłodszych widzów kanału. ■



GWARANCJE KULTURY ROZDANE!

Małgorzata Rejmer, Paweł Demirski i Monika Strzępka, Joanna Kos-Krauze, Krzysztof Krauze i Zbigniew Waleryś, Mariusz Kwiecień, Dominik Wania, Slavs and Tatars, Monika Sznajderman i portal Dwutygodnik.com zdobyli Gwarancje Kultury 2014. Specjalne nagrody mistrzowskie Supergwarancje odebrali Andrzej Wajda i Martin Scorsese.

Już po raz dziewiąty kapituła konkursu, w skład której wchodzi redaktorzy TVP Kultura i współpracujący z Anteną krytycy, wybrała laureatów Gwarancji Kultury. Nagrody zostały przyznane w kategoriach: literatura, teatr, film, muzyka poważna, jazz, rock i inne, sztuki wizualne, menedżer kultury, kultura w sieci. W tej ostatniej kategorii zwycięzcę wytypowała publiczność w internetowym plebiscycie, w którym oddano 1956 głosów. Uroczystość wręczenia nagród uświetnił koncertem Tomasz Stańko z zespołem Kroke. ■

WROCŁAW ESK 2016 Z TVP

W 2009 roku starania o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury 2016 rozpoczęło 11 polskich miast. Decyzją Unii Europejskiej rywalizację o ten prestiżowy tytuł wygrał Wrocław, który w 2016 stanie się Europejską Stolicą Kultury. Ranga i skala projektu jest nie do przecenienia. Po sukcesach polskiej prezydencji w Unii Europejskiej w 2011 roku oraz UEFA EURO 2012, czas na Wrocław jako Europejską Stolicę Kultury!

Telewizja Polska od samego początku partneruje tej inicjatywie.

24 października 2013 roku Juliusz Braun, Prezes Telewizji Polskiej i Rafał Dutkiewicz, Prezydent Wrocławia podpisali porozumienie o czteroletniej współpracy. Objęło ono m.in. popularyzację przez TVP wydarzeń artystycznych, związanych z tytułem Europejskiej Stolicy Kultury. Telewizja Polska będzie relacjonować przygotowania do ESK 2016, a także



promować i prezentować najważniejsze wydarzenia artystyczne związane z pełnioną przez Wrocław, prestiżową rolą. ■

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

fol. Mikołaj Grynberg



LAUREACI 28. TARNOWSKIEJ NAGRODY FILMOWEJ

Jury 28. Tarnowskiej Nagrody Filmowej w składzie: Janusz Kijowski – przewodniczący, Jerzy Kapuściński, Krystyna Latała, Piotr Lenar, Jerzy Satanowski, Janusz Wróblewski przyznało 2 nagrody specjalne oraz Grand Prix.

Nagrodę specjalną ufundowaną przez Telewizję Kino Polska przypadła filmowi *Ida* w reżyserii Pawła Pawlikowskiego, za podjęcie niezwykle bolesnego tematu poszukiwania tożsamości bohaterów w pejzażu powojennej Polski.

Kolejną nagrodę specjalną ufundowaną przez Spółkę Kino Za Rogiem przypadła filmowi *Zabić bobra* Jana Jakuba Kolskiego, za użycie nowoczesnych środków wyrazu i odwagę operowania współczesnym językiem filmowym, a także udane wprowadzenie na ekran debiutującej aktorki Agnieszki Pawełkiewicz.

Nagroda Publiczności, czyli statuetka Publika, po przeliczeniu wszystkich głosów oddanych przez widzów kina *Marzenie* przypadła filmowi *Chce się żyć* w reżyserii Macieja Pieprzycy.

Zwycięzcą 28. Tarnowskiej Nagrody Filmowej został film *Papusza* Krzysztofa Krauze i Joanny Kos-Krauze.

Nagrodę za całokształt i wkład w kinematografię w tym roku kapituła Festiwalu postanowiła przyznać Agnieszce Holland. W związku z licznymi obowiązkami nagrodę – statuetkę Podróżnika reżyserka odbierze 28 maja 2014 r. na uroczystym zakończeniu wystawy *Polska. Europa. Świat. Twarze Agnieszki Holland* poświęconej jej twórczości artystycznej.

Galę kończącą 28. TNF poprowadzili: Marzena Rogalska (TVP 2, Radio Złote Przeboje) i Ryszard Jaźwiński (Trójka – Program 3 Polskiego Radia) ■

KONKURS EUROSPORTU

W związku z obchodami 25-lecia Eurosport przygotował międzynarodowy konkurs, który ma wyłonić nowych sprawozdawców do realizacji transmisji na żywo. Aby wygrać wyjazd VIP na Tour de France, wyścig WTCC w SPA lub tenisowy turniej Wielkiego Szlema należy wykazać się umiejętnościami komentatorskimi. Eksperti Eurosportu wybiorą zwycięzcę spośród nadesłanych propozycji komentarza do wybranych momentów z wydarzeń sportowych ze świata tenisa, kolarstwa oraz sportów motorowych. ■

AXN PRODUKUJE W POLSCE

Spółka AXN Central Europe wyprodukuje pierwszy polski serial: 3-odcinkową produkcję opartą na bijącym rekordy popularności szwedzkim serialu kryminalnym *Mordem i Sandhamn*.

Produkcja AXN w reżyserii Grega Zglińskiego (*Cała zima bez ognia, Pitbull, Paradoks, Wymyk, Londyńczycy*), wg scenariusza Igora Brejdyganta (*Paradoks, Palimpsest*), zostanie zrealizowana przez Opus Film (*IDA, Mistrz, Masz na imię Justine, Hi Way, Z odzysku, Wiosna 1941, Wymyk, Kongres, Obietnica*). Zdjęcia rozpoczną się już w czerwcu, w okolicy Półwyspu Helskiego. Obecnie trwają castingi do serialu.

Beztroski urlop na wybrzeżu zostaje przerwany przez zagadkę z przeszłości, która ma związek z niewyjaśnionymi morderstwami – wszystko na tle surowych i zapierających dech w piersiach krajobrazów polskiego wybrzeża.

– *Od dłuższego czasu rozważaliśmy możliwość wyprodukowania pierwszego polskiego serialu AXN. Chcemy stworzyć kontent, który wyróżni się na tle lokalnych propozycji programowych i jednocześnie będzie potrafił opowiedzieć uniwersalną kryminalną historię, która przypadnie do gustu polskiemu widzowi* – mówi John Rossiter, GM, SPT Networks CE. – *Kryminał to gatunek bardzo popularny w Polsce, sensacja zawsze przyciąga uwagę. Patrząc na leżące u podłoża zbrodni ukryte motywy, zaczyna ona być niepokojąco-fascynująca. Rzeczy przestają być tym, czym się mogły wydawać* – dodaje Rossiter. Serial pojawi się na antenie AXN jesienią 2014 roku. ■

CENTRUM MOBILNE DLA CP I POLKOMTELA

Spółka Qumak na zlecenie SPV Grodzisk Sp. z o.o. zbudowała w Grodzisku Mazowieckim najnowocześniejszy w Polsce i jeden z najbardziej zaawansowanych technologicznie w Europie obiektów z funkcją Mobile Switching Centre & Data Center. Będą z niego korzystać przede wszystkim firmy Polkomtel Sp. z o.o. oraz Cyfrowy Polsat S.A. Wartość projektu to prawie 83 mln zł.



Mobile Switching Centre & Data Center będzie ono pełniło funkcję zaawansowanej technologicznie cyfrowej centrali telekomunikacyjnej oraz Centrum Przetwarzania Danych. Qumak S.A. jest głównym wykonawcą inwestycji, zleconej przez SPV Grodzisk – spółkę celową powołaną przez inwestora do realizacji tego przedsięwzięcia. Warszawski integrator był odpowiedzialny za kompleksową realizację inwestycji, w tym za wybudowanie i wykończenie obiektu wraz infrastrukturą techniczną oraz towarzyszącą. Możliwości tego technologicznie zaawansowanego budynku wykorzystają firmy Polkomtel oraz Cyfrowy Polsat. ■



**54. KRAKOWSKI
FESTIWAL
FILMOWY
54th KRAKOW
FILM
FESTIVAL**

25.05-1.06.2014
krakowfilmfestival.pl

Cień, reż. Lorenzo Recio

**KRAKOWSKI
FESTIWAL
FILMOWY
KRAKOW
FILM
FESTIVAL**

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**

Producent:



Współproducent:



Współorganizator:



Projekt zrealizowany przy wsparciu finansowym:



Partner:



Krakowski Festiwal Filmowy posiada akredytację FIAPF (Międzynarodowa Federacja Producentów Filmowych) i znajduje się na oficjalnej liście festiwali kwalifikujących do nagrody (Amerykańska Akademia Sztuki i Wiedzy Filmowej)

APLIKACJA POGODOWA HBO

W związku z czwartym sezonem serialu HBO *Gra o tron* powstała specjalna aplikacja pogodowa *Pogoda Siedmiu Królestw*. Fani serialu, oprócz informacji na temat pogody, otrzymywać będą sparafrazowane cytaty bohaterów, pasujące do aktualnej aury. Premierowe odcinki czwartego sezonu *Gry o tron* można oglądać w poniedziałki o godz. 22.00 w HBO.

Pogoda Siedmiu Królestw to aplikacja dla fanów serialu *Gra o tron* i miłośników prozy George'a R.R. Martina. Specjalnie zaprojektowana grafika i mechanizm prezentują prognozę pogody w wybranym mieście. Dodatkowo pojawiają się sparafrazowane cytaty bohaterów serialu, które są komentarzem do aktualnych wiadomości na temat pogody.

Za pomysł i kreację odpowiada agencja Ars Thanea. Aplikacja dostępna jest na smartfony – jest obsługiwana przez systemy iOS oraz Android. ■

TO NAS DOTYCZY 2014

Na Konkurs *TO NAS DOTYCZY 2014* 38 telewizji lokalnych i regionalnych, nadających swoje programy w sieciach kablowych operatorów zrzeszonych w Izbie, nadesłało 168 materiałów filmowych, najwięcej w kategorii *Moja Mała Ojczyzna* – 72, *Ekologia...i coś więcej* – 32, *Nagroda Publiczności* – 27, *Moje miasto leży w Europie* – 24 oraz *Reaguj na przemoc wobec dzieci. Masz prawo* – 9.

Wszystkie nadesłane prace zostały obejrzone i ocenione przez członków Komisji Programowej w składzie: Halina Godecka – Fundacja Akademia Mediów, Juliusz Marek – Stowarzyszenie Polskie Telewizje Lokalne i Regionalne oraz Dyrektor Konkursu, Ewa Michalska – Polska Izba Komunikacji Elektronicznej.

Materiały zakwalifikowane do następnego etapu Konkursu zostaną przekazane do ostatecznej oceny Jury pod przewodnictwem Krzysztofa Grabowskiego – producenta filmowego i telewizyjnego. W skład Jury Konkursu wchodzi: Ewa Gadomska – Dyrektor Departamentu Regulacji Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Jerzy Krzysztof Czerwiecki – dziennikarz i producent radiowy i telewizyjny oraz Andrzej Mikołajczyk – dziennikarz *TV-Sat-Magazyn*, wykładowca na Uniwersytecie Łódzkim.

Oceny materiałów telewizyjnych zgłoszonych do kategorii objętej honorowym patronatem Rzecznika Praw Dziecka – *Reaguj na przemoc wobec dzieci. Masz prawo* dokona Jury w składzie: Dorota Zawadzka – pedagog i psycholog, przez wiele lat wykładowca na Uniwersytecie Warszawskim, podejmująca tematykę wychowania, popularna Superniania, prof. Maciej Wojtyśko – reżyser teatralny, filmowy i telewizyjny, Barbara Kolago – autorka piosenek dla dzieci, Biuro Rzecznika Praw Dziecka oraz Robert Myśliński – autor książek dla dzieci. ■



MONIKA MROZOWSKA TWARZĄ MASTERCHEF JUNIOR

Discovery Networks CEEMEA już 26 maja pokaże na antenie TLC premierowy odcinek programu *Masterchef Junior* (edycja amerykańska). Twarzą kampanii promującej serię została Monika Mrozowska.

Decyzja nadawcy o kolejnej premierze z cyklu *Masterchef* jest odpowiedzią na preferencje widzów stacji. W ubiegłym roku trzecia seria *Masterchef USA* (polska nazwa programu *Mistrz Kuchni Gordon Ramsay*) była najchętniej oglądanym programem w najlepszym czasie antenowym TLC, gromadząc przed telewizorami blisko 7,5 miliona osób.

Tym razem to dzieci stają do walki o tytuł Masterchefa. Najmłodsi, ku zaskoczeniu widzów i niedowierzaniu światowej sławy jurorów, wykazują się niecodziennymi umiejętnościami, pasją oraz kreatywnością, jakich mógłby im pozazdrościć niejeden zawodowy kucharz. W kampanii promującej 7-odcinkową serię wystąpi Monika Mrozowska, aktorka i blogerka kulinarna, mama dwóch córek. Premiera spotu z jej udziałem zaplanowana jest na 10 maja. Klip w bezpośredni sposób nawiąże do zbliżającego się Dnia Matki. ■

FOX URUCHAMIA DARMOWĄ APLIKACJĘ

FOX International Channels Poland – spółka należąca do koncernu 21st Century Fox, poszerzyła swoją ofertę cyfrową o aplikację typu second screen FOX Fan. Dzięki niej widzowie kanałów FOX i FOX Life w każdej chwili i w dowolnym miejscu będą mieli dostęp do treści związanych z ulubionymi serialami i programami. Aplikacja FOX Fan, która jest już dostępna na kilkadziesiąt rynków w Europie, poza platformą społecznościową dla fanów oferuje także dostęp do niepublikowanych nigdzie indziej treści, w tym zdjęć, zwinstunów wideo, fragmentów programów oraz innych informacji związanych z programami nadawanymi na antenach FOX i FOX Life. ■

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



FILMTERACTIVE ZBLIŻA SIĘ!

Filmleractive Conference to biznesowa część międzynarodowego wydarzenia, skupiona wokół innowacyjnych treści audiowizualnych oraz najnowszych trendów w branży digital, filmowej, medialnej i reklamowej. Tematem przewodnim tegorocznej edycji będzie content marketing. Właśnie ruszyła przedsprzedaż wejściówek, z której warto skorzystać.

"Early bird tickets" to wejściówki w specjalnej, wiosennej cenie, uprawniające do uczestnictwa we wszystkich trzech częściach wydarzenia: Filmteractive Conference, Market i Festival. Uczestnicy będą mogli przysłuchiwać się prelekcjom prowadzonym przez światowej klasy ekspertów z branży. Swoją obecność zapowiedzieli: Joe Pulizzi, założyciel Content Marketing Institute (USA); Dorota Kośmicka-Gacke – niezależny producent filmowy i telewizyjny (Polska); Belén Santa-Olalla, Creative Consultant, Transmedia Storyteller (UK); Bettina Baumgärthner, LEGO Club Integrated Marketing Manager (Niemcy); Florian Heiser, założyciel Branded Entertainment Online (Niemcy); Sophie Rayers, dyrektor marketingu EMEA & LATAM, Brightcove (UK).

Śledząc najnowsze trendy w branży reklamowej, chcemy zaprezentować jeden z najgorętszych tematów tego roku, jakim jest content marketing. O fenomenie opowiemy z perspektywy marek, agencji, mediów, jak i samych twórców – mówi Olgierd Cygan, pomysłodawca Filmteractive. ▣

GALA KSW 27 W PPV CP I IPLI

W Cyfrowym Polsacie i IPLI można już zamawiać dostęp do 27 Gali Konfrontacji Sztuk Walki, która odbędzie się 17 maja br. w Ergo Arenie Gdańsk-Sopot. Najlepsi zawodnicy KSW: Mariusz Pudzianowski, Mamed Khalidow, Oli Thompson, Aslambek Saidov, Borys Mańkowski, Maiquel Falcao i inni znani wojownicy po raz pierwszy będą walczyć w specjalnej klatce.



Ekscytujące wydarzenie będą mogli obejrzeć na żywo w systemie „pay-per-view” (PPV) abonenci Cyfrowego Polsatu oraz użytkownicy największej telewizji internetowej IPLA. Specjalnie dla widzów PPV zostanie przygotowane studio, które poprowadzą znakomici dziennikarze Polsatu Sport. ▣

NC+ MA WIĘCEJ KANAŁÓW

Oferta platformy nc+ została poszerzona o kolejne nowe kanały – TVP ABC i DISCO POLO MUSIC, a dostępne wcześniej TVP SPORT i POLSAT NEWS będzie można oglądać w jakości HD. Nowe kanały będą dostępne dla abonentów platformy nc+ już od pakietu Comfort+. Wraz z wprowadzeniem nowych programów zmianie ulegnie układ programowy w dekodernach platformy. Polsat News HD dostępny będzie na pozycji 26, TVP ABC 103, TVP SPORT HD 114, a DISCO POLO MUSIC 150. Dodatkowo na pozycji numer 9 pojawi się CANAL+ HD – dostępny także na pozycji 30 – który zastąpi na niej kanał kuchnia+ HD – dostępny, tak jak dotychczas, na pozycjach 45 i 130.

Platforma nc+ po raz kolejny w tym roku rozszerza ofertę kanałów. W ostatnich miesiącach abonenci zyskali możliwość oglądania m.in. FOKUS TV, VOX Music TV, dwóch kanałów Discovery, czyli ID i Discovery Turbo Xtra w jakości HD. W marcu dodane zostały cztery nowe kanały Universal Networks International: 13 Ulica, E! Entertainment, Universal Channel HD i Sci Fi, a także edukacyjny kanał Da Vinci Learning i filmowy Stopklatka TV. ▣



PORA NA FOOTO

Kanał Cartoon Network uruchomił aplikację Pora na footo, nowe narzędzie internetowe, dzięki któremu zwykłe zdjęcia można zamienić w śmieszne migawki z popularnymi bohaterami serialu Pora na przygodę nagrodzonego w 2014 roku Annie Award.

Pora na footo to darmowa aplikacja online, z której mogą skorzystać wszyscy użytkownicy www.CartoonNetwork.pl. Dzięki temu interaktywnemu narzędziu dzieci i fani serii mogą transformować swoje zdjęcia w śmieszne migawki z magicznej Krainy Ooo dodając do nich postaci i rekwizyty z serialu oraz wykorzystując paletę filtrów. Gdy zdjęcie jest gotowe mogą dodać do niego podpis i załadować do galerii online. Aplikacja pozwala też na dzielenie się fotografiami z przyjaciółmi, drukowanie ich i pobieranie na komputery jako tapety. ▣

FAMILY SPORT NA STARCIE

Program Sp. z o.o. podpisał umowę na dystrybucję kanału Family Sport w sieciach kablowych, IPTV oraz na platformach cyfrowych. Family Sport to kolejny kanał tematyczny, który pojawi się w ofercie spółki Program, obsługującej już m.in. kanały: Da Vinci Learning, English Club TV, 4fun.tv, RBL.TV, TV.DISCO oraz Playboy TV.

Cieszę się, że wieloletnie doświadczenie Programu w dystrybucji telewizyjnych kanałów tematycznych zostało docenione przez Family Sport, który zdecydował się dołączyć do grona nadawców, którzy powierzyli nam obsługę swoich kanałów. To dowód na to, że grupa 4fun Media jest ważnym graczem na krajowym rynku telewizyjnym – powiedziała Ewa Czekala, prezes 4fun Media S.A.

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

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

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

IPLA Z TOSHIBĄ

Aplikacja największej polskiej telewizji internetowej IPLA została wprowadzona na telewizory Toshiba. Toshiba jest kolejną dużą platformą Smart TV, która umożliwia dostęp do tysięcy legalnych materiałów wideo IPLI: filmów, popularnych seriali, bajek, programów rozrywkowych i wydarzeń sportowych. Widzowie znajdą aplikację IPLA w następujących modelach telewizorów Toshiba: serie L43, L63, L73, L93 z 2013 roku oraz serie L34, L54, L64, L74 i L94 z 2014 roku.

– Bardzo się cieszę ze współpracy nawiązanej z firmą Toshiba. IPLĘ można już znaleźć na wszystkich liczących się platformach Smart TV Polsce, a dzięki regularnemu rozwojowi jest liderem pod względem dostępności technicznej – poza Smart TV można z niej korzystać także na wszystkich innych popularnych urządzeniach: komputerach, smartfonach, tabletach, deko-derach, konsolach – mówi Beata Białkowska, dyrektor zarządzający ds. marketingu, Cyfrowy Polsat S.A. ■



DEBIUTUJE CAT B100

Amerykański producent maszyn budowlanych Caterpillar wprowadza na polski rynek pierwszy model pancernego telefonu. Cat® B100 sprawdza się w najbardziej ekstremalnych warunkach. Posiada certyfikat IP67 i spełnia standardy militarne MIL-STD 810G. Jest pyłoszczelny i wodoodporny – może wytrzymać pół godziny w zanurzeniu do jednego metra głębokości. Jest także wstrząsoodporny oraz niezwykle wytrzymały na zniszczenia – upadek z wysokości 1.8 metra, kontakt z ostrymi powierzchniami czy nawet koła samochodu nie stanowią dla niego żadnego zagrożenia. Ponadto, urządzenie jest w stanie funkcjonować bez żadnych zaburzeń w temperaturze od -25 do 55°C. ■

REKLAMA





Skarby II wojny światowej na froncie wschodnim

Nową czteroodcinkową serię *Skarby II wojny na froncie wschodnim* wyprodukowała dla National Geographic Channels International niezależna firma producencka ClearStory.

Zrealizowany na terytorium Polski i krajów bałtyckich serial odwołuje się do wydarzeń i miejsc, gdzie rozegrały się jedne z najbardziej dramatycznych działań ostatniej wojny. Czteroodcinkowy zespół nie tylko z poświęceniem poszukiwał śladów współpracując z lokalnymi archeologami i organizacjami zajmującymi się ochroną zabytków, ale też dotarł do żyjących jeszcze nielicznych świadków i uczestników.

Wśród członków zespołu realizującego serię znalazł się były żołnierz amerykańskich marines, Craig Gottlieb, który poza widzą na temat taktyk wojennych wykazał się umiejętnością „odczytywania” kolejności i przebiegu działań na polu bitwy. Kolejnym uczestnikiem ekipy był Stephen Taylor, którego znajomość relikwów wojny umożliwiła identyfikowanie najprzeróżniejszych elementów znalezionych w ziemi, wskazanie ich producentów, a nawet rocznika. Trzecim członkiem zespołu był Kris Rodgers – człowiek od wszelkich gadżetów i technologii umożliwiających odnajdywanie i wydobywanie pozostałości wojennych z ziemi. Ostatnim zaś polski poszukiwacz metali i wielbiciel militariów, Adrian Kostromski, którego związek z historią przedstawioną w tej serii był bardzo osobisty. – *Seria dokumentalna „Skarby II wojny na froncie wschodnim”*

pokazuje wyścig z czasem, by odkryć i zachować ukryte pozostałości po działaniach sprzed kilkudziesięciu lat, nierzadko budzące smutne refleksje pamiątki po dramatycznych bitewnych zmaganiach na Wschodzie Europy. Dodatkowo film w niesamowity sposób łączy prawdziwą historię z losami pojedynczych żołnierzy, których ostatnie chwile życia zostały tu namacalnie zatrzymane w ziemi – powiedział Hamish Mykura, wiceprezes (EVP) i dyrektor ds. globalnej oferty programowej NGCI.

Producentami wykonawczymi z ramienia ClearStory byli Russell Barnes i Molly Milton. Według Russella Barnes'a: *ClearStory po raz kolejny pokazuje się jako ważny producent programów ukazujących niesamowite historie ludzkie oraz filmów opowiadających o istotnych punktach w historii nauki i człowieka. Są to cele, które ten film realizuje. Front wschodni II wojny światowej był miejscem jednych z najkrwawszych walk w historii ludzkości i dzisiaj mamy coraz mniej czasu, aby zachować prawdę historyczną ukrytą dosłownie pod ziemią. Seria „Skarby II wojny na froncie wschodnim” nie tylko opowiada o ludziach, którzy stracili życie podczas walk, ale także pokazuje, jak zgodnie z zasadami etyki zachować dowody i godność ludzi, którzy tworzyli tę historię. (tama)*

Młodzi i Film

33.
Koszaliński
Festiwal
Debiutów
Filmowych

23–28.06.
2014

Zaprasza Piotr Jedliński
Prezydent Miasta Koszalina



House Of Cards – drugi sezon

Ale kino+ zaprasza na długo wyczekiwany, drugi sezon serialu *House of Cards* z rewelacyjnymi rolami Kevina Spaceya i Robin Wright.

Przypomnijmy, że *House of Cards* to pierwszy w historii serial wyprodukowany na potrzeby internetu. Jest to również pierwsza wysoko-budżetowa produkcja internetowa – koszt realizacji 13 odcinków pierwszego sezonu szacuje się na 60 milionów dolarów (dane za www.imdb.com). Netflix zrobił niemałe zamieszanie podczas rozdania telewizyjnych nagród Emmy. *House of Cards* ustanowił precedens, zdobywając 14 nominacji i wygrywając w trzech kategoriach. Jedną ze statuetek odebrał David Fincher za reżyserię pilotażowego odcinka. Na tegorocznej gali rozdania Złotych Globów produkcja otrzymała 4 nominacje, w tym dla najlepszego serialu dramatycznego, a statuetkę odebrała Robin Wright.

Ale Kino+ zaferuje widzom unikalną możliwość obejrzenia całej serii w ramach specjalnego maratonu. Zaplanowała również cykliczne, cotygodniowe emisje.

W ciągu dwóch wieczorów – 30 i 31 maja, począwszy od godziny 20:10, aż do późnych godzin nocnych

ale kino+ wyemituje wszystkie 13 odcinków nowego sezonu. Regularne cotygodniowe emisje drugiej serii będzie można oglądać w każdy wtorek, od 3 czerwca. 23 i 24 maja stacja przypomni cały pierwszy sezon serialu, również w formie maratonu serialowego.

Pierwszy sezon, który ale kino+ pokazywał od października 2013, zebrał entuzjastyczne recenzje i zyskał ogromne rzesze fanów. W Polsce serial przyciągnął przed ekrany łącznie 1,6 mln widzów, wywołując żywiołowe dyskusje na forach i profilach społecznościowych. Sezon drugi nie tylko dorównuje sezonowi poprzedniemu, ale ma szansę pobić jego popularność – wystarczy zacytować fragmenty recenzji z prasy amerykańskiej:

Pierwsza godzina sezonu drugiego jest lepsza niż cokolwiek innego w sezonie pierwszym i (...) wciśnię w fotel wielu fanów serii. (The Baltimore Sun)

Underwood w wykonaniu Kevina Spaceya jest jeszcze bardziej przebiegły, skomplikowany i bezwzględny. (Newsday)



Kevin Spacey



Kevin Spacey i Robin Wright

Prowadzący dziennikarskie śledztwo Zoe Barnes, Janine Skorsky i Lucas Goodwin trafią do świata, w którym nie chciałby się znaleźć żaden reporter o zdrowych zmysłach. (The Kansas City Star)

Bohaterem serii jest charyzmatyczny kongresmen Frank Underwood, który w wyścigu o władzę nie cofnie się przed niczym. W zrealizowaniu planu obalenia prezydenta Stanów Zjednoczonych pomaga mu żona Claire, szefowa ogromnej fundacji charytatywnej.

Akcja drugiego sezonu rozpoczyna się zaprzysiężeniem Franka na wiceprezydenta Stanów Zjednoczonych. Nowe stanowisko łączy się z wielkimi wpływami, ale również z potężnymi wrogami. Szczególnie niewygodny okaże się Raymond Tusk, miliarder prowadzący interesy z Chinami. Między nim a Frankiem rozpoczyna się podjazdowa wojna o wpływy u prezydenta i możliwość realizacji własnych planów.

Underwood bowiem zrobi wszystko, by osłabić pozycję prezydenta i zająć jego miejsce. Tusk natomiast nadal chce w spokoju współpracować

z Chińczykami, a do tego potrzebny mu jest obecny prezydent.

Frank musi również stawić czoła dziennikarzom, którzy wpadli na trop jego zbrodni. Doug Stamper, asystent Underwooda, będzie starał się chronić a jednocześnie kontrolować Rachel – ex-prostytutkę, która jako jedyna mogłaby zeznawać w sprawie podejrzanej śmierci kongresmena Petera Russo.

Z kolei żona Franka, Claire, porzuci fundację i zajmie się polityką. Poświęci się pracom nad wprowadzeniem ustawy przeciwko przemocy wobec kobiet w wojsku.

Pojawią się także nowi bohaterowie, jak żona prezydenta Tricia, bezwzględna Jackie Sharp, która dołączy do politycznego zespołu Franka, czy pewien tajemniczy haker, który nawiąże kontakt z prowadzącym dziennikarskie śledztwo Goodwinem.

Polityczna gra będzie się toczyć o najwyższą stawkę jednocześnie na kilku frontach, a Frank zrobi wszystko, by osiągnąć upragniony cel i zostać prezydentem Stanów Zjednoczonych. (mis)

PRENUMERATA:

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

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

INFORMACJI NA TEMAT PRENUMERATY UDZIELAMY POD NUMEREM TELEFONU

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

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

PROSIMY WPŁACAĆ NA KONTO:

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

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

81 1140 2017 0000 4302 0518 3696

DOPISEK: PRENUMERATA TELE PRO

KTO TO OGLĄDA?



Internetowa RZECZYWISTOŚĆ

Nowe urządzenia i rosnąca stabilność połączeń internetowych prowadzi do transformacji świata gier – wynika z nowego raportu Ericsson ConsumerLab.

Istnieje potencjał do wykorzystania grywalizacji w wielu nowych obszarach – tj. zwiększanie wydajności pracowników, edukacja i rozwój osobisty. Wiele gier rozrośnie się i będzie wymagać interakcji ze światem fizycznym – np. przy użyciu tzw. wearables – smart zegarków i inteligentnych opasek.

Branża gier cyfrowych zmienia się jak nigdy dotąd – wynika z raportu *New ways to play games* opracowanego przez Ericsson ConsumerLab. Gaming stał się bardziej akceptowany społecznie, jako mainstreamowa forma kultury. Konsumenci coraz częściej szukają pełnego zanurzenia się w wirtualnym świecie i socjalizacji za pośrednictwem gier. Oczekują również, że urządzenia i aplikacje będą stale ulepszone, tak by oferować nowe, ulepszone doznania w trakcie gry.

Pojawienie się na rynku bardzo osobistych urządzeń – opartych o aplikacje i służących różnorodnym celom, czyli smartfonów – pozwoliło grom dotrzeć do znacznie szerszego grona odbiorców – mówi Niklas Heyman Rönnblom, Senior Advisor w Ericsson ConsumerLab. Wiele z obecnych gier wykorzystuje łączność internetową by dodać nowe opcje rozgrywki np. multiplayer. Wzmocnienie się tego trendu jeszcze bardziej

podkreśli znaczenie zasięgu, jakości sieci i jej niezawodności. Wszelkie niechciane przerwy w trakcie gry są źródłem frustracji.

Raport bazuje na odpowiedziach 8000 respondentów z Brazylii, USA i Korei Płd. oraz na 60 pogłębionych wywiadach (20 graczy z każdego kraju) oraz 13 rozmowach z analitykami branżowymi i ekspertami akademickimi.

WNIOSKI Z RAPORTU:

- ▶ Profil gracza się zmienia. Nasze badanie pokazuje, że 85% graczy w Korei Południowej, 75% w USA i 53% w Brazylii korzysta z gier na urządzeniach stacjonarnych i mobilnych. (Ericsson ConsumerLab, wiek 16-59). Wśród graczy jest równy stosunek mężczyzn do kobiet, odrobinę więcej mężczyzn w Brazylii. 50% graczy w USA ma powyżej 34 lat, podczas gdy w Korei Płd. 50% ma więcej niż 40 lat. W Brazylii ponad 60% graczy ma poniżej 30 lat.
- ▶ Przepustowość łącza internetowego nie jest najważniejszym aspektem sieci w trakcie gry. Istotniejsze dla gracza są stabilność i niezawodność łącza.

- Konsumenci przyzwyczajają się do elementów gamingowej rzeczywistości. To prowadzi do pojawiania się elementów grywalizacji w innych obszarach tj. edukacja i rozwój osobisty.

CO LUBILI POLACY?

Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej opublikował analizę preferencji konsumentów rynku telekomunikacyjnego w latach 2010-2013. Badanie ankietowe jest przeprowadzane każdego roku i ma na celu poznanie preferencji konsumentów w sposobie korzystania z usług telekomunikacyjnych w Polsce i przedstawienie kształtowania się zmian w sposobie korzystania z usług telekomunikacyjnych przez klientów indywidualnych na przestrzeni lat 2010-2013.

Analiza obejmuje badania konsumenckie, które przeprowadzone zostały na reprezentatywnej grupie osób w wieku 15 lat (i więcej), metodą wywiadu bezpośredniego (CAPI). Uzyskane wyniki zostały następnie zważone w taki sposób, aby można je było odnieść do całej populacji kraju.

Opracowanie dotyczy najważniejszych wskaźników dla trzech kluczowych segmentów rynku telekomunikacyjnego, tj.: dostępu do internetu, telefonii ruchomej, telefonii stacjonarnej, a także zmian dostrzeżonych w funkcjonowaniu rynku telekomunikacyjnego.

WNIOSKI Z ANALIZY:

- Rynek telekomunikacyjny wchodzi w okres stabilizacji. Wiele wskaźników zbliża się do wartości granicznych, w związku z tym takie wartości jak penetracja poszczególnymi usługami nie będą już tak szybko rosnąć.
- Poprzednia analiza preferencji konsumentów wskazywała na dynamiczną zmianę wielu wskaźników, dotyczących wszystkich opisanych segmentów telekomunikacji. Rok 2013 pokazał ustabilizowanie się wielu gałęzi rynku telekomunikacyjnego.
- W odniesieniu do usługi dostępu do internetu, nadal kluczową rolę ogrywa dostęp stacjonarny, jednak już niemal 25% ankietowanych korzysta z internetu mobilnego. Popularyzacja usługi przyczynia się do zmiany zachowania abonentów. Coraz więcej osób korzysta z sieci codziennie, a odsetek tych którzy łączą się z siecią rzadziej maleje.
- Pojawienie się nowych ofert obniżających koszty, popularyzacja smartfonów oraz rozwój mobilnego internetu powodują, że klienci coraz rzadziej wykazują chęć rezygnacji z usług telefonii ruchomej. Jednocześnie, szczególnie klienci usług post-paid, nie są skłonni zmieniać operatora, co świadczy o dojrzałości rynku.
- Telefonnia stacjonarna to usługa telekomunikacyjna ciesząca się najmniejszą popularnością. Jako główną przyczynę posiadania telefonu w stałej lokalizacji wskazywane jest przyzwyczajenie. Klienci są również coraz bardziej świadomi możliwości substytucji telefonii stacjonarnej przez inne usługi, w tym telefonię VoIP.

PREMIERA MIESIĄCA



Darren McMullen wśród Outsiderów

Darren McMullen podróżuje po Europie, by odkryć najdziwniejsze i najciekawsze wspólnoty kulturowe, tradycyjne klany i współczesne subkultury naszego kontynentu. Będzie zapoznawał się z ich tradycjami, zwyczajami i wierzeniami. Weźmie też udział w ich ceremoniach, a wszystko to, by poznać je najlepiej jak to tylko możliwe.

Dzięki swojej docieklivości otworzy widzom drzwi zarówno do świata prostytutek z dzielnicy czerwonych latarni w Amsterdamie, jak i największego fanklubu kucyków *My Little Pony* w Manchesterze. Darren zabierze nas także do Chorwacji na spotkanie z realianami, religijną społecznością, która wierzy, że rasa ludzka została stworzona przez istoty pozaziemskie. Wspólnie z nim czeka nas wiele barwnych podróży, spotkań z szaleńcami oraz ogrom niesamowitych ludzkich historii. Zobaczmy, jak wygląda intensywne szkolenie, które trzeba przejść by zostać „wojownikiem” radykalnej organizacji feministycznej Femen. Przekonamy się też, że wikingowie żyją i mają się całkiem dobrze.

W ramach swojej europejskiej podróży, szkocki prezydent pojawi się również w Polsce. Już w pierwszym odcinku serii Darren odwiedzi okolice Warszawy, gdzie będzie miał możliwość sprawdzić się w średniowiecznej rycerskiej walce (od 2011 r. walki te są oficjalnie uznawane za międzynarodową dyscyplinę sportową).

Pobyty Darrena w naszym kraju rozpocznie się od spotkania z Hubertem Filipiakiem, prezesem Polskiego Stowarzyszenia Walk Rycerskich i kapitanem polskiej reprezentacji podczas Bitwy Narodów, czyli rycerskiego odpowiednika mistrzostw świata. Przybliży on Darrenowi historię polskiego rycerstwa, opowie o dokonaniach swojej drużyny oraz zapozna ze strojem i bronią. Profesjonalny strój nie czyni jednak zawodnika, w kolejnym etapie przygotowań Darren będzie musiał się poddać wycieńczającemu treningowi poprowadzonemu przez jednego z najlepszych zawodników w Polsce – Marcina Waszkielisa.

Nowy serial na antenie NGC już od soboty, 10 maja.

ELŻBIETAŃSKIE WOJNY SZPIEGÓW

W świecie monarchii trudno o lojalność, która często zależy od bogactwa w skarbach. Jednak w tej opowieści poznamy człowieka, który udaremnił zamach na królową Elżbietę I.



EMISJA: 7 kwietnia, godz. 20.00

POLICJA STYLU

Wywiady, najnowsze plotki i nowinki ze świata mody. Grupa krytyków uważnie oceni kreacje gwiazd, które pojawiły się na czerwonym dywanie podczas tegorocznej ceremonii.



EMISJA: od 24 maja, godz. 21.00

DEMONY

Demony – młoda kobieta jedzie do Watykanu, aby nakręcić film o egzorcyzmach i odwiedzić matkę, która od dwudziestu lat przebywa w słynnej, rzymskiej klinice psychiatrycznej.



EMISJA: 16 maja, godz. 20.00

NAJEMNICZY

Jakie oczekiwania, nadzieje i obawy mają ludzie, którzy z własnej woli angażują się w konflikty. Ci żołnierze to współczesny odpowiednik renesansowych kondotierów.



EMISJA: od 2 maja, godz. 21.00

24: JESZCZE JEDEN DZIEŃ

Cztery lata temu Jack uciekł przed wymiarem sprawiedliwości. Dzisiaj ponownie wychodzi z ukrycia by po raz kolejny obronić świat przed globalną katastrofą.



EMISJA: od 10 maja, godz. 22.00

KAMPEROWE WYZWANIA

Henry i Amanda goszczą pięć dwuosobowych drużyn, które na tle zachwycających nowozelandzkich krajobrazów walczą o miano najdoskonalszych poszukiwaczy przygód.



EMISJA: od 26 maja, godz. 21.00

PIĘKNO DO POPRAWKI

Dziwacznie przekute uszy odstrasza, a zbyt duże implanty piersi przeszkadzają w życiu? Specjaliści pomogą ofiarom nieprzemyślanych decyzji odzyskać normalny wygląd.



EMISJA: od 20 maja, godz. 21.30

TAJEMNICZY MILIONER – AUSTRALIA

Co tydzień jeden zamożny przedsiębiorca rezygnuje na pewien czas z wygodnego życia i przez 10 dni pod przybranym nazwiskiem mieszka w ubogiej dzielnicy lub miejscowości.



EMISJA: od 19 maja, godz. 22.00

WIĘZIENIA

Bezpośrednie relacje zza krat, wprost z zakładów karnych w Teksasie, Las Vegas, Kalifornii, na Florydzie i w wielu innych miejscach na terenie Stanów Zjednoczonych.



EMISJA: od 19 maja, godz. 22.00

M.I. High 1

Zdobywca czarnego pasa w karate Blane, posiadająca zdolność wtapiania się w tłum i odgrywania różnych ról Daisy i specjalistka od technologii Rose walczyć z siłami zła.



EMISJA: od 5 maja, godz. 20.20

BATALION VI

Amerykański oddział pod dowództwem pułkownika Henry'ego Mucciego wyrusza w 1944 roku z misją ratunkową na Filipiny, gdzie Japończycy przetrzymują ponad 500 jeńców.



EMISJA: 11 maja, godz. 20.15

KONKURS EUROWIZJI DLA MŁODYCH TALENTÓW

Przed katedrą w Kolonii i publicznością z całej Europy wystąpią młodzi muzycy, a wśród nich polski akordeonista, Łukasz Kołsut, który zwyciężył w krajowych eliminacjach.



EMISJA: 31 maja, godz. 20.00

WILEKI BRAT – AUSTRALIA

Każdego dnia ponad 2 miliony kamer śledzi mieszkańców Australii. Zarejestrowano mrożące krew w żyłach sytuacje na drodze i zupełnie nieodpowiedzialne zachowania na torach.



EMISJA: od 3 maja, godz. 17.00

DOWODY ZBRODNI (SEZON 6)

Kulisy pracy inspektorów z wydziału zabójstw z Filadelfii, który zajmuje się rozwiązywaniem niewyjaśnionych zagadek z przeszłości. Tym razem z lat 70-tych XX wieku.



EMISJA: od 22 maja, godz. 20.00

WRAKI – SKŁADAKI Z LAS VEGAS

Niecodzienna praca Steva Darnella, który z pasją zajmuje się ratowaniem, czyli przywracaniem do życia i swoistą restauracją starych, klasycznych samochodów.



EMISJA: od 2 kwietnia, godz. 21.30

SYLWESTER I TWEETY NA TROPIE

Weekend z dociekliwą Babunią, wiecznym głodnym Sylwestrem i sprytnym Tweetym. Każda przygoda to nowa tajemnica i nowa sposobność, by próbować pożreć słodkiego kanarka.



EMISJA: 17-18 maja, godz. od 10.00 do 13.45

ZAKLINACZE KONI

Opowieść o przygodach piętnastoletniej Amy Fleming i jej rodziny, żyjącej na ranczo Hearland w Kanadzie, gdzie równie istotnymi mieszkańcami są konie.



EMISJA: od 23 maja, godz. 14.05

DOLINA KRZEMOWA

Świat startupów, technologicznych innowacji i społecznie nieprzystosowanych młodych programistów; jego twórcą jest Mike Judge, który kiedyś pracował w Dolinie Krzemowej.



EMISJA: od 5 maja, godz. 23.00

DYNASTIA KACZORÓW (SERIA 2)

Brodacze z mokrądeł Luizjany, realizujący własny wariant „amerykańskiego marzenia”, zajmują się na co dzień pozyskiwaniem drewna z bagien oraz produkcją wabików na kaczki.



EMISJA: od 27 maja, godz. 22.00

TROY – POTĘGA MAGII

Troy jest jednym z najlepszych brytyjskich iluzjonistów! W jego pełnym magii świecie prozaiczne przedmioty i sytuacje z codziennego życia nabierają zupełnie nowego znaczenia.



EMISJA: 8 maja, godz. 22.00

A miało być tak pięknie!

Zaczął się jak u klasyka od trzęsienia ziemi, a skończył na... Ale po kolei. Za górami, za lasami w kraju średniej wielkości, o średnim zaludnieniu i ze średnią stolicą dorastał czerpiąc garściami z życia ulicy pewien zdolny Patryk. Z trudem łączył praktykę z teorią, bo doświadczenie cenił najbardziej, a na lektury nie miał czasu. Ale że w obserwacji codzienności był niezły i do filmu ciągnęło go od zawsze, to jako dwudziestolatek napisał scenariusz o tym, jak się zdobywało w Nowej Polsce *Pierwszy milion*. Serial chwalono i chwalono młodego scenarzystę, który gruntował wiedzę i doświadczenie obserwując z bliska, a nawet bardzo bliska świat policjantów i złodziei. Zamarzył sobie bowiem młody V., że choć nie ma za sobą Filmówki (ani nawet Serialówki), nakręci film, jakiego jeszcze w Polsce nie było, o prawdziwych bandytach i prawdziwych policjantach, bez pudru, lakieru i ściemy. Praktykę odbył i termin zaliczył na planie dwóch cykli dokumentalnych, które się oglądało i się komentowało. Pozytywnie! Nim jednak Patryk został mianowany nowym cudownym dzieckiem polskiego kina (po Januszu K. i Juliuszu M.) musiał przerobić wszystkie możliwe uroki działania w ramach rodzimej kinematografii z wielomiesięcznym poszukiwaniem pieniędzy na dokończenie zdjęć włącznie. Kiedy w końcu naród zobaczył pierwsze odcinki *Pitbulla*, to część co bardziej wrażliwych widzów pognęła natychmiast do okulisty i laryngologa, bo nie



wierzyła w to co widzi i słyszy. A widziała i słyszała w akcji galerie pysznych typów i na zawsze zapamiętała Despero, Gebelsa, Metyla i spółkę.

Serial dekady, ba całej Nowej Polski miał potem nowych autorów, którzy trzymali poziom i jakość prologu, a świeżo namaszczony mistrz sensacji po kolejnym, ale już mniej udanym serialu, postanowił sprawdzić się w temacie komediowym, co miało mu zapewnić pieniądze, bo sławę zyskał dzięki *Pitbullowi*. I tak zaopatrzony miał zaatakować Hollywood, które jak wiadomo czeka na nowe cudowne dzieci kina i telewizji z całego świata, nawet z pszenno-buraczanego średniej wielkości kraju nad Wisłą... Ze sprzedaży *Ciacha*

pieniędzy wielkich jednak nie było, były za to pretensje widzów, że Patryk idzie w komercję, a kiedy odgrzewane przygody Klossa i Brunera też okazały się śmieszne jak d... w mydlinach, publiczność zgodnie orzekła, że PV się skończył. A on wręcz przeciwnie zakwitł ponownie fundując spragnionej tandety publiczności wyrób komediopodobny *Last Minute*, który poziomem zabawy i humoru mógłby śmiało konkurować z czołowymi dziełami kina NRD-owskiego czy nawet rumuńskiego z czasów geniusza Karpat. A miało być tak pięknie?

P.S. Może jeszcze będzie, bo bohater opowieści wraca do starych policyjno-przestępczych tematów realizując cykl dokumentalny *Ciemna strona miasta!*?

WD-40

TECHNIKA & KONTENT TV
TELEPRO
MIESIĘCZNIK BRANŻY TELEWIZYJNEJ

WYDAWCA:
VITULUS AUREUS s.c.

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

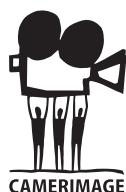
REDAKCJA:
Janusz Kołodziej
(red. naczelny)
i zespół
e-mail: jk@telepro.com.pl

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

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

ZDJĘCIA: FOX INT. CHANNELS POLAND
(okładka), EVIO POLSKA, MESSE BERLIN
GmbH, PIOTR MACHUL, NAB CORP., REED
MIDEM, SONY POLAND, LG ELECTRONICS
POLSKA, AOC, SAMSUNG POLSKA, SanDisc,
NIKON POLSKA, BanQ POLSKA, WD, mmc
conferences, SOPLOPAN POLSKA, TCK/
PAWEŁ TOPOLSKI, DIGITAL ONE oraz zespoły
prasowe i PR dystrybutorów filmowych, stacji
telewizyjnych, kanałów tematycznych i platform
satelitarnych.

Festiwale, targi i nagrody, którym patronujemy



Zaskakujemy różnorodnością



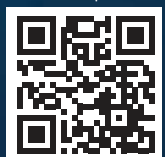
Zawsze blisko widza

- Bogate portfolio kanałów reprezentowanych
- Usługi VOD
- Kanały w wersji HD*
- Aplikacje na urządzenia mobilne*



Kontakt:
 Michał Nieckarz: michal.nieckarz@chellocentraleurope.com

Zeskanuj kod



swaim smartfonem

NAJWIĘKSZE HITY FILMOWE **HBO®**



NAJSŁYNNIEJSZE GWIAZDY

NAJWYŻSZA JAKOŚĆ

OGŁĄDAJ W **HBO®** | **HBO GO™**