

TECHNIKA & KONTENT TV

TELEPRO

9 września 2019

Rok XI Nr 9/2019(99)

ISSN 2080-4407

CENA 9,90 zł (w tym 8% VAT)

TYLKO U NAS:

10 LAT MINĘŁO JAK...

O TYM SIĘ MÓWI:

RUSZA STUDIOMED TV

WARTO WIEDZIEĆ:

KONSUMENT
W ŚWIECIE MEDIÓW

09

ISSN 2080-4407



9 772080 440106

mipcom®

14-17 October 2019
Cannes, France



The World's Entertainment Content Market

MIPCOM® and MIPJunior® are registered trademarks of Reed MIDEM. All rights reserved

mipjunior®

12-13 October 2019

mipcom.com

mip. Driving the content economy



O TYM SIĘ MÓWI

- 9** DISCOVERY NA TOKYO 2020
- 10** RUSZA STUDIOMED TV
– NOWY KANAŁ TEMATYCZNY
O ZDROWIU I MEDYCYNIE

TECHNIKA

- 18** TARGI: IBC AMSTERDAM
SONY
- 20** DO FIRMY, DO DOMU
- 22** INFO TECH
SPORT ZYSKA NA 5G
- 24** WARTO WIEDZIEĆ
TELEWIZOR I SZTUCZNA
INTELIGENCJA

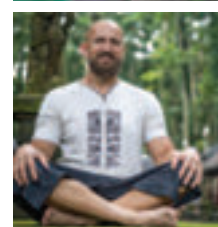


6 TYLKO U NAS 10 LAT MINĘŁO JAK...

TECHNIKA & KONTENT TV 

KONTENT

- 4** Z FRONTU WALKI O LEPSZE JUTRO
- 8** 3 PYTANIA DO...
KATARZYNY MADAJ-KOZŁOW-
SKIEJ, DYREKTOR FUNDACJI
SZKOŁA WAJDY I WAJDA STUDIO
- 12** NA CELOWNIKU
POLSKA SZKOŁA FILMOWA
– 60 LAT PÓŹNIEJ
- 14** FESTIWALE: 10. MFF ODESSA
KINO NA SCHODACH
- 26** WARTO WIEDZIEĆ
KONSUMENT W KRAINIE
MEDIÓW...
- 28** MOJA HISTORIA TELEWIZJI
ORZEŁ WYLĄDOWAŁ
- 30** TELE INFO
NA PLANIE
- 36** ZNAKI 2 (AXN)
- 37** ULTRAVIOLET 2 (AXN)
PRZED PREMIERĄ
- 38** GABINET NUMER 5 (TV4)
- 39** OPOWIEM CI O ZBRODNI
(C+I POLSAT)



Sezam

- 40** KTO TO OGLĄDA?
JAK PRZEŻYĆ
CYBERATAK?
- 41** PREMIERA MIESIĄCA
44 ŻŁOTA DWUDZIESTKA
- 46** KONIEC NAWRACAJĄCYCH
ZAPARĆ
LUDZKI PAN



*Dla duszy
dla ciała*

- 42** NO, TO LECIMY
- 43** EMIRATES W DUBAJU





- ▶ Mława atakuje na ramówkowej konferencji najlepszej z najlepszych telewizji publicznej, która wedle słów jej tymczasowego prezesa nie będzie się z nikim ścierać, bo i tak będzie zawsze najszybsza. Póki co przewodzi w stawce największego lizusostwa i wazeliniarstwa personelu wobec szefostwa, a szczególnie wobec szefa szefów. A ten na zasadzie, kto mi zabroni, bo kto szefowi zabroni, każe czekać uczestnikom ramówkowej fiesty kilka ładnych minut, aż jego aktualna partnerka ułoży strój (modowy koszmar z ulicy więzów) i sformatuje uśmiech do wersji ekranowej. I wreszcie będzie do pokazania w całej swej okazałości mocno zaskoczona, choć przecież w znakomitej większości swojej publiczności. I trzeba było jeszcze widzieć te ukłony i lejący się z ust likier prowadzącego ceremonię. Szczepański, Wojciechowski czy Braun nawet nie odważyliby się pomarzyć o takiej kłace, a co dopiero jej doświadczyć.
- ▶ PR z Bieszczad rodem. Tuż przed niechlubnym odejściem najwierniejszego pasażera rządowych samolotów, jego ziomale, przedstawiciele starostw sanieckiego i leskiego, burmistrz miasta Zagórz oraz wójtowie gmin Wircza, Cisna, Czarna, Komańcza, Lutowska, Olszanica, Solina, Trawa Wołoska wystosowali specjalne oświadczenie, które przeczytał burmistrz miasta Zagórz. Zaczęli od jasnego stwierdzenia: *Chcemy wyrazić poparcie dla pana marszałka Sejmu RP oraz dezaprobatę dla formy i treści ataków prowadzonych na jego osobę. Pan marszałek był częstym gościem w Bieszczadach, a jego wizyty były odpowiedzią na zaproszenia samorządów, organizacji społecznych oraz lokalnych społeczności.* A potem było jeszcze mocniej jak to w niewysokich górach.
- ▶ Słoneczna stacja tymczasem przygotowała dla swych kablowych partnerów wakacyjną niespodziankę. Zapowiedziała mianowicie podwyżkę opłat za retransmisję kanałów. Stawki miałyby urosnąć ponad dwukrotnie, nadawca miał też m.in. zażądać włączenia 24 z 28 retransmitowanych programów do pakietu podstawowego oraz zastrzec sobie prawo do zwiększania opłaty licencyjnej o 5 proc. co roku. Z kolei operatorzy, którzy mieliby dostać zgodę na reemisję bezpłatnych programów, musieliby podpisać umowę na minimum jeden płatny program. Zagotowało się nie tylko w sieciach, ale też w Krajowej Radzie i PIKE. Przewidziane na jesień główne uroczystości 30-lecia telewizji kablowej nad Wisłą mogą się niespodziewanie wzbogacić o „część artystyczną”.
- ▶ Premier G. w wywiadzie: – *Pamiętam zresztą tę TVP, bo jak państwo może pamiętać, do życia publicznego wszedłem w 2012 roku i natychmiast się zderzyłem z tym że media albo mnie ignorowały i absolutnie nic nie pisały, albo mnie grillowały i to równo we wszystkich trzech telewizjach. Może z wyjątkiem pojedynczych dziennikarzy. Unicestwić, zanihilować albo zabić. Takie to były media* – mówił Piotr G. Pewnie te lewacko (uwaga trudne słowo) nihilistyczne przekazywały, że to będzie Pan od kultury, który do teatru nie chodzi, książek nie czyta, a filmów nie ogląda. I nie pomyliły się.
- ▶ Cytat tygodnia: *W naszej galerii programowej nie ma podróbek, przecen, to produkcje najwyższej jakości!* I pytanie – kto to powiedział? Wśród czytelników, którzy udzielą prawidłowej odpowiedzi, rozlosujemy 100 tysięcy płyt z nagraniami występów złotoustego syna Małopolski Wschodniej.
- ▶ Uwaga nowość!!! Telewizja z Chełmskiej znana głównie z tego, że najlepiej i najintensywniej pracuje u niej dział kadr, pochwaliła się właśnie „nowym” programem typu show. Co to będzie? Coś absolutnie wyjątkowego i oryginalnego (jak wszystko w tej stacji), bo jak zapewnia nadawca: *Będzie liczyć się wiedza muzyczna – aby dojść do finału i wygrać główną nagrodę, uczestnicy będą musieli znać odpowiedzi na pytania, które będą opierać się na podaniu wykonawcy piosenki, jej tekstu, epizodu z życia gwiazd, newsów z rynku muzycznego czy o historię wielkich hitów. W każdym odcinku widzowie usłyszą największe polskie i zagraniczne hity muzyczne w nowych aranżacjach, zaproponowanych specjalnie w związku z emisją programu. W studiu pojawią się tacy goście jak: Doda, Piotr Cugowski, Alicja Majewska i Włodzimierz Korcz oraz zespoły: Weekend, Kombii, Future Folk, Varius Manx, Pectus i Feel. A gdzie Czerwone Gitary i Papa Dance?*
- ▶ *Starsza pani musi fiknąć* to program, który pokazuje, że nie egzotyczne kraje i wycieczki są najważniejsze. Najcudowniejsze są wewnętrzne podróże, przypomnianie faktów, które z rodziny wydawało się, że uleciały, a podczas podróży wracają. Święte słowa, to może w następnym odcinku ich autor wybierze się w podróż sentymentalną z bratem, filmowcem na dorobku, którego jednak krótki, ale treściwy pobyt w Cannes przeszedł kiedyś do historii. Może więc razem na Łazurowe Wybrzeże?
- ▶ A w Alei Sikorskiego cisza po jak się wydaje, oszalamiającym sukcesie serialu o nie do końca trafionym tytule i zaskakującym, in minus, finale. Ale wbrew jednym opiniom *Zasada przyjemności* nie była tak nieudana, jak wieszczono, ale też nie tak świet-



na, jak zapewniano przed premierą. Dobry, solidnie zrealizowany serial, który na spokojnie, nie w czasie walki o świadectwa szkolne, przygotowań do urlopu i wielu innych zajęć, których w każdym czerwcu nie brakuje, będzie się zapewne inaczej tzn. lepiej oglądać i dostrzegać więcej pozytywów. Pozostaje tylko pytanie: czy po odejściu ostatniego nadsekwańskiego prezesa, już nikt tam nie pracował wcześniej w branży telewizyjnej?

- ▶ Uwaga Warszawianki i Warszawiacy, dorośli i dzieci, kobiety i mężczyźni oraz nasi przyjaciele skupieni wokół flagi LGBT. Niebawem wiecznie młoda i wiecznie nieustannie utalentowana piosenkarka, której kolejnych partnerów znamy lepiej niż kolejne przeboje, rozpoczyna na ulicach stolicy naukę jazdy, stad apel o szczególną uwagę i rozwagę. Jak nie musisz, to nie wychodzź z domu! Jak nie potrzebujesz, to nie przechodzź na drugą stronę ulicy, nie przebiegaj skrzyżowania, nie leć skrótem przez dwupasmówkę. Wszędzie tam może czytać Edyta G. za szybą samochodu, wymachująca rekami, sprawdzająca mejle i wysyłająca SMS-y do milionów swych wielbicieli w Łęczycy, Elku, Bogatyni i Skarżysku-Kamiennej.

SZKOŁA WAJDY OGŁASZA NABÓR 2019/20

kurs fabularny STUDIO PRÓB

kurs dokumentalny DOK PRO

kurs scenariuszowy SCRIPT

kurs producencki DEVELOPMENT KREATYWNY

kurs internetowy ONLINE KAMERA

Masz pomysł na film?

Chciałbyś rozwinąć swój projekt pod okiem
mistrzów kina i przygotować profesjonalny debiut?

Przyjdź do nas!

POMAGAMY ROBIĆ FILMY!

zgłoszenia przyjmujemy do 30 września

szczegóły rekrutacji na

www.wajdaschool.pl/programy



WAJDA SCHOOL AND STUDIO

REKLAMA



10 LAT MINEŁO JAK...

... jak 10 lat, bo ani nadzwyczaj szybko, ani też wolno czy ślamazarnie. Po prostu normalnie, choć ta dekada dla branży telewizyjnej nad Wisłą po wieloma względami była wyjątkowa.

Na początku był wodór? słowo? myśl? jak chciałby klasyk. Niestety, a może na szczęście nie, bo była rozmowa, bardzo wiele rozmów mających dać odpowiedź na pytanie: czy na rynku prasy branżowej potrzebny jest jeszcze jeden tytuł? Odpowiedź była twierdząca, choć obwarowana wieloma zastrzeżeniami i znakami zapytania. Wśród tych pierwszych dominowała konieczność skupienia się na ofercie telewizyjnej bądź, jak to się mówi, kontencie. Nie tylko szczegółowego opisu tego, co kanały, stacje i w ogóle polscy, europejscy i światowi producenci mają do zaoferowania, ale próba usystematyzowania lawiny seriali, filmów i programów, a ponadto i przede wszystkim ich oceny merytorycznej (warsztat, poziom, jakość, oryginalność, trendy, mody). A znaki zapytania stawiali życzliwi obserwatorzy i przede wszystkim wydawcy chcący wierzyć, że *TELE PRO* wykroi z reklamowego tortu taki plaster, że nakarmi się nim redakcję, dział graficzny, drukarnię oraz kolportaż.

Nowy miesięcznik branży telewizyjnej, bo tak brzmi tytuł *TELE PRO* w całości, zadebiutował we wrześniu 2009 roku nie bez „życzliwych” komentarzy konkurentów, ale za to z życzliwym odzewem ze strony reklamodawców, którzy szybko dostrzegli różnicę między nowym tytułem, a dotychczas wydawanymi pismami branżowymi. Różnice te na szczęście dla wszystkich dostrzegli też pozostali wydawcy i mniej więcej po roku zakończyły się wojny i wojenki podjazdowe. Okazało się bowiem, że ich krytyczne uwagi są raczej wynikiem obaw o własną pozycję, niż spistem rzeczywistych niedoskonałości nowego konkurenta.

Po następnym roku sytuacja unormowała się już całkowicie. *TELE PRO* dobrze spełnia – w ocenie czytelników i branży telewizyjno-filmowej – rolę brakującego ogniwa

w procesie informacyjnym. Bo też od początku staraliśmy się nie powielać pomysłów kolegów, a oferować na łamach ten zestaw tematów, który albo był w ogóle nieobecny u innych, albo poruszany sporadycznie.

Mowa o szeroko rozumianej ocenie krytycznej oferty telewizyjnej i jej coraz mocniej odczuwalnych związków z aktualną kondycją kina polskiego i zagranicznego. Bo obserwowaliśmy, jak te kiedyś działające dość niezależnie od siebie części rynku medialnego w ostatnich dekadach zbliżyły się do siebie. Przykład? Kiedyś premierę filmu kinowego od telewizyjnej dzieliły najpierw lata, potem miesiące. Teraz to często tygodnie, a bywa, że obraz, który realizowany był przecież dla kin, od razu trafia do ramówki jednego z setek kanałów telewizyjnych, a nągminną praktyką staje się równoległa produkcja formatu fabularnego i serialu.

Stąd też nasza obecność, często jako jedynej prasowej przedstawicieli branży na festiwalach i przeglądach filmowych w kraju i na świecie, której zawsze towarzyszyła świadomość, że jakaś część prezentowanych tam tytułów prędzej niż później trafi na telewizyjne ekrany, więc warto, a może nawet trzeba na bieżąco śledzić to, co dzieje się w filmowym, a właściwie filmowo-telewizyjnym świecie.

Zostaliśmy patronem medialnym najpoważniejszych polskich festiwali (Gdynia – FPFF, Bydgoszcz/Toruń – Camerimage, Kraków – KFF, Koszalin – Młodzi i Film, Tarnów – TNF, Poznań – Ale Kino!, Zwierzyniec – LAF, Łódź – Cinergia), jak i mniejszych, ale ważnych na festiwalowej mapie (Jelenia Góra – Zoom Zbliżenia, Kołobrzeg – Sensacyjne Lato Filmowe, Toruń – Toffifest, Olsztyn – WAMA, Radom – Kameralne Lato).



Przyjęliśmy zaproszenie do udziału w wybranych festiwalach zagranicznych, prezentujących przede wszystkim seriale i formaty, filmy dokumentalne i gatunkowe fabuły. Nasi reprezentanci przygotowali więc relacje z imprez odbywających się m.in. w: Berlinie, Pradze, Genewie, Lille, Kopenhadze, Londynie, Marrakeszu, Winterthur, Zurichu, Brnie i Odessie.

Od początku też starliśmy się również brać udział w największych bądź najważniejszych światowych targach telewizyjnych, tych konwentowych (MIPCOM i MIPTV – Cannes, Cartoon Forum – Tuluza, NEM – Dubrownik, INPUT – Helsinki, Seul, Meksyk), jak i technicznych (IBC Amsterdam, NAB – Las Vegas), tych specjalistycznych, jak i prezentujących ofertę dla masowego odbiorcy (IFA Berlin). Były też okazjonalne spotkania, m.in. w: Wenecji, Londynie i Barcelonie oraz Konferencje Cable Europe w Brukseli i Amsterdamie.

Oczywiście nie mogło nas zabraknąć na branżowych konferencjach firmowanych przede wszystkim przez Polską Izbę Komunikacji Elektronicznej, ale też KIKE, EVIO i NOKIE. Dzięki nim odwiedziliśmy przy tej okazji m.in.: Jachrankę, Zakopane, Łódź, Sopot, Kraków, Osę, Toruń, Poznań, Wrocław, Wieliczkę, Gdańsk i Ałamów.

By łatwiej było wspólnie się poruszać w filmowej i telewizyjnej dżungli, uznaliśmy, że musimy naszym czytelnikom przypomnieć najważniejsze fakty z historii obu tych mediów, sięgnąć po klasyczne dzieła i filmowo-telewizyjne osobowości. Stąd cykle *Była kiedyś telewizja...* Barbary Kaźmierczak i *Moja Historia Telewizji* prof. Marka Hendrykowskiego. Mistrzów warsztatu filmowego i telewizyjnego prezentowali Andrzej Bukowiecki i Mieczysław Kuźmicki w cyklu *Ludzie telewizji*, telewizyjne dokumenty pilnie recenzował w rubryce *Moim zdaniem* Konrad J. Zarębski, zaś w *Na celowniku* Jerzego Armaty „ładowały” krakowskie i nie tylko około filmowe i quasi telewizyjne tematy. Przez kilka lat korespondencje ze Śląska przysyłał nam nieżyjący już niestety Janek F. Lewandowski, a Trzecią stroną ekranu telewizyjnego zajmował się dyrektorujący wtedy w firmie AtMedia Wojciech Kowalczyk. Nie sposób nie wspomnieć o naszej technicznej części, wielokrotnie mieliśmy tu teksty z pierwszej ręki, od osób na co dzień zajmujących się kupowaniem, testowaniem i wykorzystywaniem najnowszych urządzeń, systemów i technologii. Stale współpracuje na tym polu z nami Jerzy Bojanowicz, wcześniej wspomagany

przez kolegów Jerzego Justata i Grzegorza Morkowskiego.

Od początku istnienia *TELE PRO* przyjęliśmy jako zasadę, że wywiady w naszym magazynie pojawiać się będą tylko kilka razy w roku, ale robione wyłącznie dla nas i zawsze z bardzo konkretnego powodu. Jolanta Gajda-Zadworna przepytowała więc specjalnie dla nas klasyków polskiej reżyserii (m.in. Janusz Zaorski, Jerzy Gruza, Feliks Falk, Maciej Wojtyszek, Wojciech Adamczyk) oraz osobowości „starej” i nowej telewizji (m.in.: Barbara Borys-Damięcka, Olga Lipińska, Bronisław Cieślak, Halszka Wasilewska, Walter Chelstowski, Stanisław Janicki, Anita Werner, Michał Olszański i Katarzyna Janowska). Dzięki współpracy z portalem *Legalna Kultura* mogliśmy zamieścić rozmowy m.in. z reżyserami, Romanem Polańskim i Jackiem Bromskim oraz aktorkami Magdą Cielecką i Anną Dereszowską. Oczywiście oddawaliśmy łamy także reprezentantom branży: ważnym prezesom, kreatywnym producentom, odpowiedzialnym urzędnikom i uznanym autorytetom (prof. Wiesław Godzic i prof. Maciej Brzozowski).

Elementem, który wyróżniał – o czym słyszeliśmy wielokrotnie z ust czytelników i fachowców – nasz magazyn, był i nadal chyba jest jego poziom graficzny i edytorski. Ten „czysty”, czarno-biały layout to dzieło Anny Stępnia, naszej nadwornej i wyjątkowej graficzki, która tak jak my lubi prostotę, elegancję i pewien zauważalny szyk, znamionujący najwyższy profesjonalizm.

Jesteśmy pewni, że dzięki także jej staraniom w dbałość o kształt i formę oraz oczywiście naszym autorom i wydawcom *TELE PRO* jest pozytywnie odbierane nie tylko nad Wisłą, ale i za granicą, gdzie nierzadko i z powodzeniem funkcjonuje jako jedyny branżowy i opiniotwórczy tytuł pochodzący z Polski. Dowodem owego uznania dla poziomu i jakości niech będą liczne zaproszenia od organizatorów targów, festiwali i konferencji z całego świata, z których – ze zrozumiałych względów – możemy korzystać tylko w niewielkiej części.

Takie podsumowanie nie może obyć się bez finałowego toastu. Bardzo więc wszystkim współpracownikom i wydawcom dziękuję, mając nadzieję, że te wspólne spędzone zawodowe lata, były również dla nich zbiorem tylko pozytywnych oraz dających poczucie dobrze pomyślanej i wykonanej pracy, doświadczeń.

JANUSZ KOŁODZIEJ





KATARZYNY MADAJ-KOZŁOWSKIEJ

DYREKTOR
FUNDACJI SZKOŁA WAJDY
I WAJDA STUDIO

– Trwa nabór do warszawskiej Szkoły Wajdy. Gdyby miała Pani zachęcić przyszłych studentów do skorzystania z Waszej oferty, to jak brzmiałby komunikat?

– Szkoła Wajdy to unikalne programy dla młodych twórców łączące edukację z produkcją filmową. Tworzymy optymalne warunki do przygotowania profesjonalnego debiutu. Doświadczeni ludzie kina /reżyserzy, scenarzyści, producenci/ pracują ze studentami nad najlepszą wizją artystyczną ich własnych projektów – od etapu scenariuszowego, poprzez produkcję, aż po prezentację filmu na rynku. Zapraszamy studentów i absolwentów szkół wyższych – filmowych i artystycznych oraz różnego rodzaju kursów filmowych; osoby zajmujące się dotychczas kinem amatorskim i offowym, a także dziennikarzy, scenarzystów, ludzi pióra, aktorów. Wszystkich wrażliwych obserwatorów życia, którzy swoją wizję chcą przełożyć na język filmu.

– Proszę o szczegóły dotyczące poszczególnych kursów.

– Kurs fabularny, czyli STUDIO PRÓB – to roczny, intensywny kurs reżyserii obejmujący analizę i rozwój treatmentów zgłoszonych przez uczestników w ramach warsztatów z wybitnymi polskimi i zagranicznymi reżyserami takimi jak: Wojciech Marczewski, Paweł Pawlikowski, Udayan Prasad, Joanna Krauze, Filip Marczewski oraz prowadzący kurs Maciej Sobieszczański. Tutaj można pogłębić swoją wiedzę o dramaturgii, montażu, pracy z aktorem, pracy na planie czy o analizie filmu, wejść na prawdziwy plan zdjęciowy i zrealizować sceny ze swojego scenariusza z udziałem zawodowych aktorów i profesjonalnej ekipy. W ramach kursu organizowane są także specjalne gościnne wykłady z udziałem wybitnych twórców kina z całego świata.

DOK PRO to – kurs dokumentalny pomagający rozwinąć projekt filmowy, wspólnie wypracować najlepsze

rozwiązania. Swoim doświadczeniem i wiedzą dzielą się znakomici dokumentaliści, – Marcel Łoziński, Vita Želakeviciute czy Maciej Cuske.

Praca nad stworzeniem własnego, średnio lub pełnometrażowego scenariusza to zadanie kursu scenariuszowego SCRIPT. Zaczynamy od pomysłu, który przez rok rozwija się z pomocą doświadczonych filmowców tj. Leszek Dawid, Sławomir Fabicki i Katarzyna Klimkiewicz pod kierunkiem prowadzącego kurs Denijala Hasanovića.

Projekty rozwijane podczas kursów Studio Prób i Script prezentujemy potencjalnym producentom w formie publicznego czytania performatywnego z udziałem znakomitych aktorów jak np.: Aleksandra Konieczna, Bartłomiej Topa, Marta Nieradkiewicz czy Arkadiusz Jakubik.

– Jest także program międzynarodowy i propozycja dla producentów.

– EKRAN+ – to międzynarodowy program dla reżyserów i scenarzystów na poziomie masterclass. Ten 22-dniowy bezpłatny i prowadzony w języku angielskim projekt pozwala na znalezienie i dopracowanie właściwego tonu oraz wizualnego języka przyszłego pełnometrażowego filmu fabularnego we współpracy ze scenarzystą, operatorem i producentem. W ramach kursu realizowane są dwie sceny ze zgłoszonego projektu we współpracy z profesjonalistami zaangażowanymi w powstawanie filmu.

Z kolei DEVELOPMENT KREATYWNY – to kurs dla producentów, który pomaga w praktycznym przygotowaniu i profesjonalnym prowadzeniu procesu developmentu filmu. Wzmacnia umiejętności biznesowe, negocjacyjne i marketingowe oraz uczy twórczej współpracy z ekipą filmową. Profesjonaliści z branży dzielą się swoją wiedzą o prezentacji projektu, negocjacjach, wystąpieniach publicznych, dystrybucji – i budowaniu strategii festiwalowej.



DISCOVERY NA TOKYO 2020

Na rok przed rozpoczęciem XXXII Letnich Igrzysk Olimpijskich Tokio 2020 Discovery, właściciel Eurosportu, zapowiada przeniesienie widzów w świat olimpijskich zmaganiań w niespotykany do tej pory sposób.

Nadawca zaoferuje innowacyjne, przekrojowe i kompleksowe działania w przestrzeni cyfrowej i telewizyjnej w całej Europie.

Po ogromnym sukcesie, jakim był wielokrotnie nagradzany projekt dotarcia do jak największej liczby osób na każdym ekranie w Europie podczas Zimowych Igrzysk Olimpijskich Pyeongchang 2018, Discovery przygotowuje się intensywnie do letnich igrzysk olimpijskich w Tokio.

Eurosport dotrze do fanów, wykorzystując wszystkie możliwe platformy – TV, streaming na żywo, w Internecie i mediach społecznościowych. Wyłącznie w Eurosport Playerze, sportowym serwisie OTT, będzie można obejrzeć każdą minutę startu każdego sportowca w każdej dyscyplinie, na żywo i na żądanie. Sportowe transmisje będą uzupełnione realizowanymi w czasie rzeczywistym produkcjami cyfrowymi i w mediach społecznościowych, dzięki czemu każdy kibic będzie mógł po raz pierwszy w historii całkowicie dostosować przekaz do swoich preferencji i oglądać pasjonujące go dyscypliny oraz ulubionych sportowców i ekspertów.

– Olimpijska podróż Discovery rozpoczęła się wraz z Pyeongchang 2018, kiedy nasze wyjątkowe podejście do igrzysk pozwoliło przyciągnąć rekordową widownię, zbudować niespotykany wcześniej zasięg i zaangażowanie w całej Europie. Ambicje Discovery na Tokio 2020 są jeszcze większe. Chcemy zaoferować kibicom najbardziej innowacyjne i dogłębne relacje z igrzysk

w przestrzeni cyfrowej dostarczone na niespotykaną do tej pory skalę. Nasze działania będą jeszcze bardziej śmiałe i rozbudowane – wszystko po to, żeby dotrzeć do jeszcze większej liczby osób, wykorzystując wszystkie możliwe platformy, bo tylko u nas można będzie zobaczyć każdą minutę igrzysk, każdą dyscyplinę, każdego sportowca i wszystkie 321 finałów rywalizacji o olimpijskie złoto – powiedział JB Perrette, Prezydent i CEO Discovery International.

Aby uczcić „rok do igrzysk”, Eurosport pokazywał w czasie letnich miesięcy spot promocyjny, zapowiadający kampanię, mającą na celu zbudowanie świadomości marki, jako jedynego miejsca, w którym widzowie mogą obejrzeć każdą minutę startu wszystkich sportowców we wszystkich dyscyplinach. Przez cały rok Eurosport pokaże tysiące godzin transmisji, relacjonując na żywo najważniejsze wydarzenia w ponad 70% dyscyplin z letnich igrzysk olimpijskich. Kampania promocyjna „Droga do Tokio” będzie prowadzona wokół transmisji wszystkich sportów olimpijskich aż do ceremonii otwarcia igrzysk, która będzie miała miejsce 24 lipca 2020 roku w Tokio.

W trakcie dni, które dzielą nas od rozpoczęcia największej sportowej imprezy 2020 roku, Discovery będzie sukcesywnie odsłaniać kolejne elementy strategii programowej i w zakresie produkowanych treści, prezentować innowacyjne technologie produkcyjne, a także listę ekspertów, z którymi będzie współpracować. (os)

RUSZA



– NOWY KANAŁ TEMATYCZNY O ZDROWIU I MEDYCYNIE

Kluczem do skutecznej profilaktyki zdrowotnej jest bez wątpienia odpowiednia wiedza. Jednym z najpopularniejszych źródeł jej czerpania jest dla Polaków telewizja. Niestety, popularne programy często nie dostarczają w tym zakresie kompleksowych informacji, a merytoryczne formaty telewizyjne z udziałem specjalistów to w dalszym ciągu rzadkość.

W odpowiedzi na rosnącą potrzebę edukacji społeczeństwa w tematach związanych ze zdrowiem powstał STUDIOMED TV. Telewizja o tematyce medycznej skierowana do szerokiej widowni ruszyła 27 sierpnia.

WIĘCEJ NIŻ ROZRYWKA

Choć telewizja to dziś w dużej mierze sposób na dostarczanie rozrywki, badania potwierdzają, że doceniaamy także jej wartość edukacyjną. Aż 46 proc. Polaków deklaruje oglądanie telewizji w celu poszerzenia swojej wiedzy. Co ciekawe, większość z nas chętnie ogląda programy o tematyce medycznej. W odpowiedzi na oczekiwania społeczeństwa powstał właśnie nowy kanał telewizyjny – STUDIOMED TV, czyli projekt, którego celem jest popularyzacja wiedzy związanej z profilaktyką i leczeniem.

– Przewagą naszej telewizji będzie bliska współpraca ze środowiskiem medycznym. STUDIOMED TV jest platformą komunikacji pomiędzy lekarzami, pacjentami i wszystkimi instytucjami odpowiedzialnymi za zdrowie Polaków. W tym celu stworzyliśmy Radę Programową, w składzie której znajdują się wybitni i niezależni eksperci – mówi Dominik Tzimas, pomysłodawca i założyciel telewizji.

Wydawcą programu została Małgorzata Wiśniewska – dziennikarka z ponad 20-letnim doświadczeniem

w zakresie informowania Polaków o zdrowiu. W STUDIOMED TV jako wydawca odpowiada ona za strategię programową, dobór tematów i audycji. Przygotowuje również własny program, o szczegółach którego nadawca poinformuje wkrótce.

Nowa telewizja to cenna platforma wiedzy, z której widzowie dowiedzą się m.in., jak zapobiegać chorobom, jak żyć z przewlekłą chorobą, poznają najnowsze metody leczenia oraz odpowiedzi, jak radzić sobie w realiach systemu opieki oraz jakie są prawa pacjenta. Nie zabraknie również audycji o charakterze rozrywkowym.

Jak tłumaczy Małgorzata Wiśniewska: *nie zapominamy o tym, że telewizja w pierwszej kolejności ma dostarczać rozrywkę, dlatego wybieramy i produkujemy programy, które w ciekawy, zrozumiały i tam, gdzie to możliwe, rozrywkowy sposób edukują i doradzają.*

LEKARZE, EKSPERCI I SPECJALIŚCI

W ofercie kanału pojawią się cykle programów edukacyjnych i poradniczych oraz dokumenty. Eksperski контент STUDIOMED TV będą współtworzyć wybitni przedstawiciele środowiska lekarskiego. Wśród wykorzystywanych formatów znajdują się reportaże, rozmowy i wywiady oraz magazyny informacyjne. STUDIOMED TV ma się odróżniać od innych telewizji wysoką jakością prezentowanych treści oraz ich dopasowaniem



Pielęgniarki na oddziale

do różnych odbiorców. Nadawca chce dotrzeć przede wszystkim do widzów zainteresowanych zdrowiem i medycyną, dlatego stawia na programy merytoryczne i ważne z punktu widzenia edukacji zdrowotnej Polaków.

W planach STUDIOMED TV jest współpraca przy programach z ekspertami medycznymi z całej Polski. Na wsparcie merytoryczne projektu STUDIOMED TV już zdecydowała się m.in. firma Medcover Polska. Dzięki nawiązaniu współpracy stacja będzie miała także możliwość skorzystania z szerokiego zaplecza wiedzy, infrastruktury medycznej oraz licznych ekspertów firmy.

– Zdecydowaliśmy się zaangażować w ten projekt, ponieważ uważamy, że misja edukacyjna, jaką realizuje STUDIOMED TV, jest bardzo ważna. Nie ingerujemy w zawartość merytoryczną stacji. Zależy nam na tym, aby programy nadawane na kanale były wiarygodne i rzetelne. Do dyspozycji nadawcy pozostawiamy naszych ekspertów oraz know-how – mówi John Stubbington, COO Healthcare Services, Medcover.

STUDIOMED TV będzie dostępna u operatorów telewizji kablowych oraz platform satelitarnych. Pierwszymi, którzy udostępnią kanał swoim abonentom są platforma satelitarna nc+ oraz operator telekomunikacyjny JMDI*. Głównym źródłem przychodów mają być opłaty abonamentowe od operatorów, a nie reklamy, choć te również będą obecne. (dt)



Gotowe na start



Operacja życie

POLSKA SZKOŁA FILMOWA – 60 LAT PÓŹNIEJ

Polska szkoła filmowa, ta spod znaku Andrzeja Wajdy, Andrzeja Munka i Jerzego Kawalerowicza, to bez wątpienia najważniejsza formacja artystyczna w dziejach rodzimej kinematografii, która rozstawiła nasze kino na całym świecie.

Nie mniej ważna i równie honorowana okazała się polska szkoła animacji, w której rej wodzili Jan Lenica, Walerian Borowczyk, Daniel Szczechura czy Witold Giersz. Termin polska szkoła animacji wymyślili zachodni krytycy na określenie istnej lawiny znakomitych filmów zrealizowanych nad Wisłą w latach 60. i 70. ubiegłego wieku, które zaczęły zgarniać najwyższe laury na wielu prestiżowych festiwalach na całym globie. Trudno było znaleźć wiele cech wspólnych łączących te dzieła, więc stwierdzono, że znakiem rozpoznawczym polskiej szkoły animacji jest... różnorodność. Termin polska szkoła filmowa nie wymyślili – jak powszechnie sądzono – zachodni krytycy, a – co udowadnia Marek Hendrykowski w swej nowej, jakże odkrywczej książce, zatytułowanej po prostu *Polska szkoła filmowa* – Antoni Bohdziewicz oraz Aleksander Jackiewicz, i to właśnie ich koncepty przyjęte [zostały] przez zachodnich krytyków i publicystów filmowych, żywo zainteresowanych nowym fenomenem w kinie za żelazną kurtyną.

Polska szkoła filmowa i polska szkoła animacji. Przypadkowa zbieżność terminów. Tak przynajmniej do tej pory sądzono. Nic podobnego! Już we wstępie do swej książki Hendrykowski wśród twórców formacji artystycznej, której ją poświęcił, obok Wajdy, Munka, Kawalerowicza, Hasa, Kutza, wymienia Lenicę, a w dalszych partiach pisze także o dokonaniach Borowczyka, Szczechury, Bielińskiej i Haupego, zaś pośród arcydzieł polskiej szkoły filmowej stawia *Labirynt* Lenicy.

Hendrykowski w swojej książce przyjął opcję podwójnego spojrzenia, to – jak sam pisze we *Wprowadzeniu* – ponowne rozpoznanie fenomenu polskiej szkoły filmowej, uwzględniające zarówno historyczne konteksty, jak i dzisiejszą perspektywę spojrzenia na to zjawisko. Podobnie postąpił Tadeusz Lubelski, w wydanej niemal w tym samym czasie, swej nowej książce, zatytułowanej *Nowa fala 60 lat później. O pewnej przygodzie kina francuskiego* (nawiasem mówiąc, książka Hendrykowskiego mogłaby nosić tytuł *Polska szkoła filmowa 60 lat później. O pewnej przygodzie kina polskiego*). Obaj ci nie tylko filmowi krytycy, historycy, teoretycy, a po prostu fantastyczni pisarze

– nie waham się użyć tego terminu – od dawna zajmują się wnikliwie opisywanymi zjawiskami, ich aktualne dokonania to swoiste résumé, niezwykle odkrywcze résumé.

Jakie są te rewolucyjne konstatacje Hendrykowskiego? Niektóre tak ewidentne, że wręcz... wcześniej niedostrzegalne (*U licha! Już przeszło czterdzieści lat mówię prozą, nic o tym nie wiedząc* – zauważył pan Jourdain, bohater Molierowskiego *Mieszczanina szlachcicem*). Po pierwsze, „szkoła” nie była „szkołą”, a formacją ideowo-artystyczną, po drugie, nie była i nie jest (jej refleksy można przecież odnaleźć w wielu produkcjach ostatnich lat, np. *Idzie i Zimnej wojnie*

Pawła Pawlikowskiego, *W ciemności* Agnieszki Holland, *Domu złym* i *Wołaniu* Wojciecha Smarzowskiego) zjawiskiem ani monogłosowym, ani monotematycznym, a wieloautorskim (resp. polifonicznym) projektem tego, czym ambitne kino i odkrywczo uprawiana sztuka filmowa powinny się stać, czym mają one być dla swoich widzów i jaka rola społeczna przypada w tym filmowcowi jako odpowiedzialnemu twórcy, po trzecie, wspomniani twórcy to nie tylko wspomniani reżyserzy, a aktorzy,

operatorzy, scenografowie i przedstawiciele innych, równie twórczych filmowych profesji (*Było kiedy tyłu fajnych chłopców i dziewcząt, co* – pyta Maciek Chelmicki, swego przyjaciela Andrzeja w legendarnej sekwencji z płonącymi kieliszkami spirytusu w *Popiele i diamentcie*), po czwarte, arcydzieła tej formacji to nie tylko głośne kinowe pełne metraże, a również kilkuczy kilkunastominutowe „dodatki”, jak choćby *Ambulans* Janusza Morgensterna, *Przy torze kolejowym* Andrzeja Brzozowskiego, *Piwo* i *Na melinę* Stanisława Różewicza czy animowany *Labirynt* Jana Lenicy, po piąte... Książka Hendrykowskiego jest frapującą, godną polecenia lekturą, zwłaszcza na wrzesień, kiedy podczas gdyńskiego festiwalu ma premierę wiele nowych rodzimych filmów. Czy „szkolne” tropy odnajdziemy w którymś z nich?

JERZY ARMATA



Labirynt

FILMTERACTIVE

FILMTERACTIVE FESTIVAL 2019

Czy digital zmienia przemysły kreatywne na lepsze?

FILMTERACTIVE WARSZAWA

4 października 2019
MS Mermala
ul. Wioślarska 8/1
Warszawa

FILMTERACTIVE ŁÓDŹ

7-8 października 2019
Szkoła Filmowa w Łodzi
ul. Targowa 61/63
Łódź

NASI PRELEGENCI:



SINA STIEDING

CULTURE AND TRENDS
MANAGER, GOOGLE



SANAM GHARAGOZLOU

INTERNATIONAL MARKETING
MANAGER, MUBI



MACIEJ GOZDOWSKI

DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY,
PLAYER.PL

www.filmteractive.eu

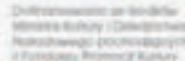
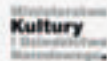
ORGANIZATOR



WSPÓŁORGANIZATORZY



INSTYTUCJA FINANSUJĄCA



PARTNER STRATEGICZNY



PARTNERZY



PATRONI MEDIALNI



PATRONAT HONOROWY





10. MFF ODESSA

KINO NA SCHODACH

I to nie były jakichś, bo legendarnych Schodach Potiomkinowskich, uwiecznionych na kadrach klasycznego *Pancernika Potiomikina* Siergieja Eisensteina, które dzięki filmowi z 1925 roku szybko znalazły się na czele długiej listy miejsc, z których słynie czarnomorska Odessa.

Dzisiaj monumentalna budowla, mająca ponad stu lat, jest żelaznym punktem nie tylko na turystycznej, ale także filmowej mapie miasta. W ramach odbywającego się od dziesięciu lat w Odessie Międzynarodowego Festiwalu Filmowego wybrany wieczór po uroczystej inauguracji imprezy zmienia słynne schody w wielką salę kinową na świeżym powietrzu. W programie zawsze archiwalny film związany z miejscem, miastem czy Ukrainą, albo z historią światowego kina (w przeszłości m.in. *Światła miasta* Chaplina i *Metropolis* Langsa). Zawsze też z muzyką na żywo, co sprawia, że ponad tysiąc osobowa widownia bierze udział w prawdziwym widowisku, przeżywa niemal aktywnie wydarzenia na ekranie i poza nim. W tym roku pokazano w ciepły, sobotni wieczór amerykańskich *Kozaków* George'a W. Hilla i Clarence'a Browna z Johnem Gilbertem i Renée Adorée w rolach głównych. Wrażenia niezwykle, pewnie podobne do seansu *Kleopatry* pod piramidami!

KINO I OKOLICE

Pokazy konkursu głównego odbywały się w wielkiej (blisko 1300 miejsc) Sali Pałacu Festiwalowego (na co dzień

Teatru Komedii i Baletu) oraz w kompleksie kinowym Rodina i właśnie oddanym do użytku Multiplexie. Wszędzie z więcej niż zadowalającą frekwencją, bo miejscowi lubią kino nie tylko oglądać, ale warto dodać, że odesyccy twórcy mają niemały udział w jego historii i świetnej przeszłości. To w działającej tu od ponad stu lat wytwórni pracowali Eisenstein, Dowżenko czy Dziga Wiertow, a potem pokolenia reżyserów, operatorów i producentów.

Jak podano, po zakończeniu festiwalu na wszystkich pokazach (poza konkursowymi, seriali telewizyjnych, retrospektywnych, specjalnych i towarzyszących wykładom mistrzowskim oraz sekcji przeznaczonej dla najmłodszych widzów) zaprezentowano blisko 100 filmów (wybranych spośród 1100 pozycji zgłoszonych z 40 krajów świata), które obejrzało 165 tysięcy widzów. Liczby imponujące, które muszą robić wrażenie i potwierdzać sens powołania do życia przed dekadą nowego, dużego festiwalu filmowego.

Oczywiście Odessa, dzięki swej historii „skazana” była na festiwal i teraz w wersji jubileuszowej potwierdza tylko słuszność tej decyzji. Potwierdza też prawdę, że Ukraina jest kobietą, bo mężczyźni zajęci są tu



poważniejszymi – jak im się przynajmniej wydaje - sprawami niż kultura. Kierowana przez Julię Synkevicz grupa dynamicznych i sympatycznych pań daje nadzieję, że impreza odeska z czasem awansuje do grona najlepiej zorganizowanych i najbardziej oczekiwanych.

Trzeba zauważyć, że w gronie firm i organizacji wspierających OIFF w Odessie znalazły się po raz kolejny m.in. Polski Instytut Sztuki Filmowej oraz Instytuty Adama Mickiewicza i Kultury Polskiej w Kijowie. To oczywiście niejedynie polskie ślady w filmowej Odessie. W jury konkursu narodowego pracowała Joanna Kos-Krauze, swój serial *Zasada przyjemności* pokazał Dariusz Jabłoński, także członek komisji kwalifikującej scenariusze (w tym *Podarunek* Olgi Hajdas) z Europy Wschodniej do konkursu projektów serialowych, organizowanego wspólnie z festiwalem telewizyjnym SeriesMania w Lille. Jeden z kursów mistrzowskich poprowadził Danil Hasajnowicz z warszawskiej Szkoły Wajdy.

Tak się złożyło, że tym razem zabrakło polskiego reprezentanta w konkursie głównym, ale w drugim co do ważności konkursie narodowym pokazano m.in. dwie ukraińsko-polskie produkcje, *U311 Cherkasy* Timura Jaszczenko (rekonstrukcja dramatycznych wydarzeń z udziałem ukraińskiego okrętu wojennego podczas rosyjskiej aneksji Krymu) oraz dokument Jurija Szyłowa *Panorama* (bardzo zabawna opowieść o życiowych i zawodowych perypetiach operatora najstarszego kina panoramicznego w Kijowie).

KINO I KINO

Konkurs główny nieco zaskoczył, bo obok tytułów ważnych i poważnych, znalazły się w nim dwie komedie, poprawnie zrealizowane i w miarę śmieszne, ale – przyznajmy – zupełnie nie festiwalowe, bo pochodzące z masowej, corocznej produkcji, jaką firmują kinematografie francuska czy włoska. Ale publiczność była zachwycona zarówno *Okiem na delikwenta* Quentina Dupieux, jak i *The Man Who Bought the Moon* Paolo Zuccy. Swoją nagrodę przyznała zaś ukraińskiemu filmowi Antonio Lukicha *My Thoughts Are Silent*.

Jury pracujące pod kierunkiem belgijskiego reżysera Petera Brosensa, jak się wydaje do końca nie było zdecydowane, co do ostatecznego faworyta, stąd salomonowy werdykt przyznający Grand Prix dwóm tytułom. Główną nagrodę rocznicowego OIFF zdobyły więc dwa filmy – ukraiński *Homeward* (reż. Nariman Aliyev) oraz gruzińsko-szwedzki *And Then We Dancer* (reż. Levan Akin). Pierwszy z nich to przejmująca opowieść o niezwyklej podróży,





jaką odbywają ojciec i syn, wioząc trumnę z ciałem starszego syna i brata z Kijowa na okupowany przez Rosjan Krym. Tradycja muzułmańska nakazuje pochówek w ziemi ojców, więc geneza eskapady jest czytelna, ale jest także dobrym tłem do ilustracji skomplikowanych relacji, jakie łączą parę podróżników.

Film *Levana Akina* ma za sobą premierę w Cannes i udział w kilku znaczących festiwalach oraz dobre recenzje międzynarodowej krytyki. To historia z cyklu: dwóch chłopców jedna dziewczyna, a w tle konkurs na etat w zespole prestiżowego Gruzińskiego Narodowego Teatru Tańca. Dla jednego z bohaterów to po morderczym treningu życiowa szansa wyrwania się z biedy, dla drugiego może chwilowy kaprys, bo talentu ma ponad miarę. Piękna i utalentowana dziewczyna może ich poróżnić, ale może też... zbliżyć do siebie.

Bardzo dobre wrażenie pozostawił po sobie *Monos* Brazylijczyka Alejandra Landesa, który za kolumbijsko-argentyńsko-holendersko-urugwajsko-niemieckodniśko-szwedzkie pieniądze zrealizował dającą do myślenia historię paramilitarnego oddziału nastolatków. Szkoleni gdzieś wysoko w górach otrzymują zadanie, które przerasta ich możliwości, a ponadto odśladania pokłady skrywanego wcześniej okrucieństwa.

GOŚCIE, GOŚCIE...

Urok, blask, niesamowite gwiazdy i podekscytowana publiczność... Wszystko to i jeszcze więcej znajdziecie – jak zapewniali organizatorzy – na czerwonym dywanie OIFF. I mieli dużo racji, bo ceremonie otwarcia i zamknięcia odbyły się w niesamowitym budynku Opery w Odessie, jednym z najwybitniejszych zabytków tego typu w Europie Wschodniej i najstarszej operze na Ukrainie. Zbudowany w wiedeńskim stylu barokowym, był świadkiem występów największych artystów XX wieku, m.in.: Piotra Czajkowskiego, Sergieja Rachmaninowa, Fedora Szalapina, Enrico Caruso, Anny Pawłowej i Isadory Duncan. Dzisiaj długi czerwony dywan gromadzi tysiące bezpośrednich obserwatorów, a przed ekranami jednego z głównych kanałów publicznej telewizji ukraińskiej miliony miłośników kina i jego gwiazd.

A byli to w latach ubiegłych m.in.: Christopher Hampton, Peter Greenaway, Krzysztof Zanussi, John Malkovich, Roger Corman, Claudia Cardinale, Daryl Hannah, Darren Aronofsky, Emir Kusturica, Peter Webber, Jos Stelling, Jim Sheridan, Michael Winterbottom, Jiří Menzel, Sergei Loznitsa, Kira Muratova, Todd Solondz, Stephen Frears, Geraldine Chaplin, Aidan Turner, Timur Bekmambetov. W tym pojawili się m.in. Mike Leigh pokazujący poza konkursem wybrane tytuły ze swego bogatego dorobku oraz wielka gwiazda francuskiego i światowego kina Catherine Deneuve, która podczas ceremonii zamknięcia festiwalu odebrała statuetkę Złotego Księcia za wkład w kino światowe. Wcześniej spotkała się ze swymi licznymi fanami i pracownicy odpowiadała na pytania oraz rekomendowała swój ostatni film *L'adeieu a la nuit* Andre Techine. Jej bohaterka Muriel nie tylko hoduje konie, ale jest również właścicielką plantacji migdałów. Kiedy jej wnuk przyjeżdża odwiedzić ją po raz ostatni przed wyjazdem do Kanady, kobieta dowiaduje się, że ma mroczne sekrety.

A NA DESER...

Podpisany przez Pedro Almodovara *Ból i blask* światową premierę miał 22 marca i od tego czasu nie schodzi z ust uczestników wszystkich filmowych festiwali. Zachwycił także na Odessa International Film Festival 2019, jednocząc w reakcjach zarówno krytykę, jak i publiczność w ocenie – to jeden z najlepszych filmów Almodóvara i być może najlepszy w karierze Antonia Banderasa.

W sekcji Festiwal festiwali pokazano także świetną rosyjską *Wysoką dziewczynę* (premiera polska w październiku) Kantemira Galagowa, wyróżnioną przez jury Fipresci podczas tegorocznego festiwalu w Cannes oraz nagrodzony Złotym Niedźwiedziem podczas tegorocznego Berlinale *Synonyms* Izraelczyka Nadava Lapida.

Swą ukraińską premierę miał w Odessie najnowszy film Jima Jarmuscha *Truposze nie umierają*, bardzo zabawna prowokacja wobec fanów kina grozy i zombi oraz znakomity dokument Ursuli Macfarlane *Untouchable* o „życiu i twórczości” hollywoodzkiego producenta, Harveya Weinsteina.

JANUSZ KOŁODZIEJ



44. FESTIWAL POLSKICH FILMÓW FABULARNYCH GDYNIA

16-21.09.2019

www.festiwalgdynia.pl
@FPFFGDYNIA #44FPFF

ORGANIZATORZY

Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego



POLSKI INSTYTUT Sztuki i Filmowej
POLISH FILM INSTITUTE



Stowarzyszenie
Filmowców
Polskich



PREZYDENT
MIASTA
GDYNI



MARSZAŁEK
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO

WSPÓŁORGANIZATORZY



Bank Polski



Mercedes-Benz
BMG Goworowski



GDYŃSKIE
CENTRUM
KULTURY

Dr Irena Eris

OGÓLNOPOLSCY PATRONI MEDIALNI



LOKALNI PATRONI MEDIALNI



Dofinansowano ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego / Współfinansowanie Polski Instytut Sztuki Filmowej



IBC AMSTERDAM

SONY

Firma Sony zaprezentuje na targach IBC 2019 najnowsze produkty i usługi, które pomogą klientom zwiększać efektywność działań, uzyskiwać większy zwrot z inwestycji i urzeczywistniać wizję „Go Make Tomorrow”.

– Przez ostatnich 12 miesięcy w naszej branży zaszły poważne zmiany, których motorem był nieustanny rozwój technologii i usług chmurowych, wirtualizacja usług dla mediów oraz rosnące zainteresowanie sztuczną inteligencją i rozwiązaniami IP Live – mówi Stuart Almond, dyrektor jednostki Intelligent Media Services w Sony Professional Solutions Europe. Podczas targów IBC zamierzamy ogłosić szereg nowych produktów i usług, które powstały pod wpływem opinii i uwag naszych klientów oraz potrzeb branży. Pozwolą one mierzyć się z wyzwaniami, wyzwalać kreatywność i osiągać większą szybkość, elastyczność i wydajność.

Większa efektywność dzięki rozwiązaniom IP Live. Wobec rosnącego popytu na rozwiązania do wydajnej produkcji na żywo, Sony zaprezentuje na targach IBC szereg rozwiązań IP Live. Pomogą one klientom zwiększać produktywność poprzez stosowanie systemów REMI (Remote Integration) oraz lepsze wykorzystanie ludzi i zasobów technicznych w procesie produkcji. Aby dostarczać jeszcze bardziej zaawansowane, spójne rozwiązania do zdalnej integracji, Sony podejmie też strategiczną współpracę z firmą Nevion, będącą czołowym dostawcą zwirtualizowanych rozwiązań produkcyjnych dla mediów. Połączone doświadczenie obu firm w dziedzinie rozwiązań IP umożliwi klientom sprawniejsze przechodzenie do środowisk IP.

Na stoisku Sony znajdzie się szereg produktów zgodnych z technologiami IP, 4K/HD i HDR, od serwerów i mikserów z serii XVS po kamery, w tym ogłoszony na kwietniowych targach NAB model HDC-5500 z przetwornikiem CMOS 4K typu 2/3" z technologią globalnej migawki. Goście targów będą mogli zobaczyć działanie tych produktów w różnych środowiskach pracy, od rozwiązania IP/REMI, przez zastosowania UHD i HDR, po w pełni zautomatyzowaną produkcję z użyciem systemu ELC.

Sony zademonstruje także rozwiązanie Live Element Orchestrator (LEO), będące kompletnym ekosystemem do produkcji na żywo IP Live, zgodnym ze standardem SMPTE ST 2110 w HD i 4K. W ramach oferty rozwiązań dostosowanych do różnych skali produkcji, Sony pokaże system Virtual Production: dostępny na życzenie, chmurowy serwis z pełnym zestawem narzędzi do tworzenia treści i ich dostarczania na różne platformy.

DOCIERANIE DO ODBIORCÓW I ZWIĘKSZANIE ZWROTU Z INWESTYCJI

Na stoisku Sony znajdą się rozwiązania Intelligent Media Services (IMS) oferowane przez nowo powstały dział Sony Professional Solutions Europe. Pomogą one klientom docierać do właściwej widowni we właściwym

momencie i wprowadzać nową wartość do organizacji pracy.

Jednym z elementów IMS jest VEN.UE: pakiet usług przekształcających tradycyjne łańcuchy dostaw i umożliwiających całościowe zarządzanie mediami cyfrowymi i ich dystrybucję. Oferta obejmuje też chmurowy system produkcji wiadomości XDCAM air oraz chmurową platformę Ci. Oba te rozwiązania pozwalają mediom wykorzystywać skalowalność i elastyczność metod produkcji w chmurze. Kolejnym prezentowanym rozwiązaniem będzie Media Backbone Hive: nagradzany system do produkcji wiadomości, który pomaga usprawnić pracę ekip produkcyjnych, zwiększyć efektywność i obniżyć koszty działalności.

WIĘKSZA ELASTYCZNOŚĆ I KREATYWNE MOŻLIWOŚCI DLA TWÓRCÓW TREŚCI

Producenci treści w coraz większym zakresie inwestują w elastyczne i twórcze narzędzia, jakich potrzebują do rejestracji wspaniałych obrazów, dzięki którym przyciągną i utrzymają widzów. Na stoisku Sony na targach IBC 2019 znajdzie się więc cały szereg rozwiązań wspomagających wszystkie etapy procesu tworzenia treści, w tym cenione na całym świecie kamkordery PXW-FS5M2, PXW-FS7M2, PXW-Z190 i PXW-Z280.

Wśród prezentowanych na targach IBC produktów znajdzie się również cyfrowa kamera filmowa CineAlta VENICE z wewnętrznym oprogramowaniem w wersji 4.0. Odpowiadając na uwagi i oczekiwania klientów, firma Sony ogłosiła także prace nad nową wersją 5.0.

– Targi IBC zawsze są dla nas wymarzoną okazją do spotkań z klientami, nie tylko w celu zaprezentowania naszych produktów i usług, lecz także głębszego zrozumienia ich potrzeb i problemów – podsumowuje Stuart Almond. – Dążymy do budowania długoterminowych relacji, w których w pełni wykorzystujemy własne doświadczenie i pomagamy klientom dostosować się do zmian na rynku. Dostarczamy im więc najnowocześniejsze rozwiązania i oczekiwane usługi wpisujące się w wizję „Live Your Vision”. (oro)



CAMBO



CAMBO

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

Oferujemy szeroki zakres specjalistycznego sprzętu do kamer wideo.

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

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

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



REKLAMA

www.cambo.pl



Stowarzyszenie EISA powstało w 1982 r. podczas spotkania redaktorów naczelnych z pięciu europejskich magazynów fotograficznych, którzy wspólnie wybrali „Aparat Fotograficzny Roku”. Nagrody w róż-

nych kategoriach zaczęto przyznawać od 1989 r. Obecnie do stowarzyszenia należy 57 specjalistycznych magazynów z 29 krajów, w tym z USA, Australii, Kanady, Hongkongu, Indii i Japonii. Dlatego w ub.r. jego nazwę zmieniono z European Imaging and Sound Association na Expert Imaging and Sound Association. W II połowie lat 90. ub. wieku członkami EISA zostały polskie *Audio* i *Foto Kurier*.

Do 20 maja br. magazyny zgłaszają do nagród wybrane produkty, które do 1 października muszą być dostępne w co

najmniej 10 krajach. Wytłonionych już pod koniec czerwca laureatów tradycyjnie poznajemy 15 sierpnia.

Nagrody EISA 2019-2020 wręczono podczas Gali inauguracyjnej targi IFA. W kategorii Photography otrzymały je 22 produkty, po 11 w kategoriach Mobile Devices, Hi-Fi i Home Theatre Audio, 10 – w Home Theatre Display & Video i 9 – w In-Car Electronics. Warto dodać, że niektóre firmy zdobyły kilka nagród.

Natomiast od kilku lat EISA Photo Maestro (Europejskie Stowarzyszenie Obrazowania i Dźwięku) zachęca amatorów i półprofesjonalnych fotografów do tworzenia tematycznych fotoreportaży. W tegorocznej edycji 3. miejsce zajęła Izabela Urbaniak z Łodzi.

Przedstawiam kilku laureatów z uzasadnieniem EISA, niekiedy rozszerzonym o dane techniczne.

Jerzy Bojanowicz

ZAAWANSOWANY SMARTFON



Zbudowany przy użyciu najnowocześniejszego sprzętu OnePlus 7 Pro naprawdę pokazuje, co trzeba, aby zdobyć opinię najbardziej zaawansowanego smartfona na rynku. Do ośmiordzeniowego chipsetu Qualcomm Snapdragon 855 dołączono do 12 GB pamięci RAM i 256 GB pamięci wewnętrznej, aby zapewnić niezrównaną wydajność. Potrójny tylny aparat tworzą: główny o rozdzielczości 48 MP (4K wideo; 30/60 fps), z teleobiektywem z potrójnym zoomem (8 MP) i ultra-szerokim obiektywem (16 MP). Szukających lepszych selfie nie zawiedzie 16 MP kamera wyskakująca z przodu telefonu. 6,67" ekran AMOLED (19,5:9; 3120 x 1440 px) zajmuje 88,1% powierzchni.

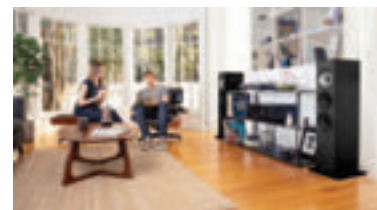
Produkt chińskiej formy OnePlus pokazuje, w jaki sposób innowacje mogą pojawić się w najbardziej praktycznych pakietach.

PROJEKTOR KINA DOMOWEGO



Wierne odwzorowanie kolorów, szczegółowość obrazu, odtwarzanie HDR oraz łatwość i elastyczność instalacji – to powody rekomendowania flagowego projektora BenQ W5700 do tworzenia własnego kina domowego. Wyposażony w wiele wejść wyświetla obraz o przekątnej 60" – 200" / 300" (Clear Focus / Maximum). Całkowicie szklany 11-elementowy obiektyw jest zoptymalizowany pod kątem rozdzielczości 4K i zapewnia ostry obraz. Podobnie niestandardowe koło kolorów i lampa BenQ zapewniają 100% odwzorowanie palety DCI-P3, co idealnie pasuje do odtwarzania treści HDR. Projektor jest również łatwy do zainstalowania w domowej sali projekcyjnej. Dzięki dużemu zoomowi (x1,6) oraz regulacji przesunięcia obiektywu w poziomie i pionie (Lens Shift) możliwe jest dokładne pozycjonowanie i wyrównanie obrazu. Dopelnieniem imponującego pakietu możliwości jest dbałość o design: antyrefleksyjna matowa obudowa i wzorzysty pierścień soczewki pochłaniają rozproszone światło, pozwalając pozostać skupionym na oszałamiających efektach wizualnych.

HI-FI ZESPOŁY GŁOŚNIKOWE



Seria 600 Bowers & Wilkins już dawno temu ustanowiła standard przystępnych cenowo zespołów głośnikowych, wraz z każdą kolejną wersją podnosząc poprzeczkę. Najlepszy w najnowszej edycji jest wolnostojący model 603, przedstawiający uderzającą kombinację zaawansowanej techniki, możliwości brzmieniowych i wymienionej relacji jakości do ceny. Wiele rozwiązań zostało zapożyczonych z referencyjnej serii 800 Diamond, „zracjonalizowanych” i sprowadzonych do cech zasadniczych. Głośnik wysokotonowy z kopułką Decoupled Double Dome, średniotonowy z membraną „Continuum”, niskotonowe z membranami celulozowymi, w obudowie bas-refleks z tunelem „Flowport” tworzą zgrany team dostarczający dźwięk bogaty, wyrazisty, detaliczny. Wyjątkowo zaawansowana konstrukcja w tej klasie cenowej.

Przenoszą pasmo 48 Hz – 28 kHz z mocą 30 – 200 W.

KONSUMENCKIE SŁUCHAWKI Z REDUKCJĄ SZUMÓW



Wśród słuchawek z redukcją szumów, nauszne JBL LIVE 650BTNC to zdecydowany faworyt, jeśli chodzi o stosunek jakości do ceny. Ich dźwięk jest harmonijny i dobrze zbalansowany, a dzięki obsłudze standardu Bluetooth 4.2 nawet audiofile nie będą kręcić nosem. Funkcja redukcji szumów wiąże się ze znikomym spadkiem jakości dźwięku, co wśród konkurencyjnych produktów jest rzadkością. Przenoszące pasmo 16 Hz – 20 kHz słuchawki są dostępne w trzech kolorach, a ich opaska i wygodne, elastyczne muszle są z najnowocześniejszych materiałów. Po pełnym naładowaniu możesz cieszyć się 30 godzinami użytkowania lub 20 godzinami przy włączonej redukcji szumów; a jeśli wyczerpie się bateria, będziesz mógł skorzystać ze 120-cm kabla i słuchać dalej. Co więcej, lekko uderzając w muszlę, można uruchomić asystenta głosowego Google lub Alexa Amazon i wykonać szybkie połączenie telefoniczne.



UNIWERSALNY ODTWARZACZ

UDP-LX500 firmy Pioneer to maszyna o wielu talentach: najwyższej klasy Blu-ray 4K oraz pierwszorządny odtwarzacz audio, odpowiedni do każdego systemu kina domowego.

Dzięki zastosowaniu układu wewnętrznego składającego się z trzech bloków, ultra-sztywnej konstrukcji i dwuwarstwowej ramy zapewniającej solidną budowę, 6-warstwowej głównej płytki drukowanej, wstępnie ustawionego trybu SDR/HDR oraz obsługi trybów HDR10/Dolby Vision w celu zapewnienia wysokiej jakości obrazu, a także zastosowaniu najwyższej jakości dźwięku DAC, odtwarzacz pozwala cieszyć się najwyższą rozdzielczością wideo.

Szczegółowe informacje o płycie można wyświetlać, naciskając i przytrzymując przycisk DISPLAY na pilocie oraz sprawdzić informacje o przetwarzaniu jak MaxFALL i MaxCLL, dostępne w niektórych treściach HDR, a także o wyjściu HDMI.

Audiofile będą kręcić płytami CD, SACD i DVD-Audio, odczytują też pliki hi-res, w tym DSD. Brzmienie jest dokładne i detaliczne, a płyty UHD imponują ostrością i kolorami.

TELEWIZOR KINA DOMOWEGO

Dzięki 65" ekranowi i niesamowitemu dźwiękowi najwyższej klasy telewizor 65OLED+984 firmy Philips zapewnia niezapomniane wrażenia kinowe. Kluczem do sukcesu jest zaprojektowany przez Bowers & Wilkins system dźwiękowy wykorzystujący technologię głośnika wysokotonowego (tweeter-on-top) w połączeniu z lewym/środkowym/prawym układem głośników w celu uzyskania dynamicznych dźwięków pełnozakresowych rozszerzonych przez przetwarzanie Dolby Atmos. Żaden inny telewizor z płaskim ekranem tak nie brzmi!

Przełomową jakość dźwięku łączy wyrafinowana jakość obrazu Philips, dzięki procesorowi P5 trzeciej generacji, z obsługą zarówno formatów Dolby Vision, jak i HDR10+. Efekt. Jednym słowem? Oszałamiający!



ZAAWANSOWANY APARAT PEŁNOKLATKOWY

Panasonic LUMIX DC S1R jest wyjątkowo solidnym profesjonalnym aparatem fotograficznym, ze skuteczną ochroną przed żywiołami. Szybkość działania połączone w nim z bardzo wysoką rozdzielczością 47,3

MP, co zapewnia niezwykłą jakość obrazu, nawet na tle najlepszych konkurencyjnych modeli. Ponadto funkcja multi-shot w wysokiej rozdzielczości pozwala uzyskać ogromne, 187 MP obrazy z niewiarygodnie dokładnym odwzorowaniem szczegółów. Dzięki dużemu elektronicznemu wizjerowi, który wyznacza nowe standardy szczegółowości oraz ekranowi dotykowemu odchylanemu w trzech kierunkach, pierwszorządna jest również ergonomia aparatu. Wraz z pełnym zestawem funkcji wideo sprzęt ten zaspokaja wszystkie potrzeby profesjonalnych użytkowników.



KOMPAKTOWY SYSTEM STEREO

Łącząc styl, łatwą obsługę, wszechstronność i zaawansowanie, seria kompaktowych systemów Melody firmy Marantz od dawna cieszy się uznaniem, a M-CR612, znany też jako Melody X, jest najlepszym, jaki do tej pory powstał. Dostępny w dwóch wersjach kolorystycznych – błyszczącej czerni i klasycznym dla Marantza „szampańskim złocie” – odtwarza płyty CD, muzykę z sieci i serwisów, w tym Spotify, Tidal, Deezer, TuneIn Radio, z eteru FM/DAB+, ma wejścia analogowe i cyfrowe, LAN, Wi-Fi, Bluetooth, AirPlay 2. Nie zabrakło wyjścia słuchawkowego, jest nawet subwooferowe. Melody X, kompatybilny z systemem HEOS, może zostać użyty jako część bezprzewodowego systemu strefowego. Jest też sterowany przez asystentów głosowych (Amazon Alexa, Google Assistant, Apple Siri). Dwie pary zespołów głośnikowych (2 x 60 W lub 4 x 30 W dla głośników A/B z indywidualnym ustawieniem głośności), które podłączymy, będą miały niezależną regulację głośności, opcjonalnie będzie można podwoić moc dostarczaną do jednej pary. System jest więc wybitnie elastyczny, a jego brzmienie soczyste i przyjemne. Przenosi pasmo 10 Hz – 40 kHz.

JERZY BOJANOWICZ

SPORT ZYSKA NA 5G

Technologia 5G oznacza zmiany, które wpłyną na weryfikację wyników sportowych, jak również sposób, w jaki kibicujemy naszym ulubionym sportowcom.

Korzyści będą zauważalne dla tysięcy fanów na stadionie i tych, którzy śledzą rywalizację sportową przez sieć. Technologia 5G jest już dostępna w Polsce, a jednym z pierwszych miejsc z ultraszybkim internetem, dzięki wsparciu Ericssona i Play, będzie stadion Legii Warszawa.

Pierwszą wielką imprezą sportową transmitowaną na żywo przez telewizję były igrzyska olimpijskie w Berlinie 1936 r. Z kolei zmagania sportowców z Tokio 1964 r. śledziliśmy już dzięki łączności satelitarnej, a z Los Angeles 1984 r. za pomocą światłowodu. Z biegiem lat technolo-

Z roku na rok liczba ta niemal się podwaja. Szacuje się, że za pięć lat przesyłać będziemy co miesiąc już 131 EB.

INTERAKTYWNY STADION DLA KAŻDEGO

Technologia 5G to także udogodnienia dla kibiców. Nie działająca sieć komórkowa na stadionie czy w hali sportowej może irytować. Wszystko dlatego, że tysiące ludzi w jednym miejscu chce się połączyć z jedną anteną. Ten problem zniknie po uruchomieniu sieci nowej generacji.

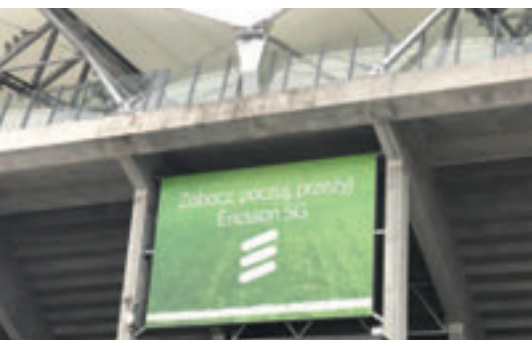
– 5G na stadionach pozwoli wykorzystać możliwości nowych aplikacji i rozwiązań, które umożliwią kibicom np. oglądanie powtórek akcji w 360° lub śledzenie na żywo statystyk zawodników. Pracujemy nad tym, żeby tego typu rozwiązania były dostępne jak najszybciej, także dla kibiców w Polsce – tłumaczy Marcin Sugak z firmy Ericsson.

Ericsson w porozumieniu z operatorem sieci Play wprowadzi technologię 5G na sta-

dia Legii Warszawa. Po zakończeniu projektu Legia będzie dysponowała jednym z najnowocześniejszych stadionów w Europie. Pierwsze usługi cyfrowe oparte na standardzie 5G mają być dostępne na stadionie Legii już jesienią 2019 roku.

– Wyobraźmy sobie, że oglądamy finał Mistrzostw Świata w piłce nożnej z perspektywy trenera, a gdy akcja przenosi się pod pole karne, widzimy ją oczami ruszającego do ataku napastnika. Dzięki okularom VR i czujnikom rozsianym po boisku możemy rozejrzeć się czy nadbiega obrońca, sprawdzić kondycję dowolnie wybranego zawodnika, jego prędkość i statystyki. Informacja o spalonym lub nawet milimetrowym aucie jest natychmiast przekazywana do sędziego przez analizującą mecz sztuczną inteligencję. Takie rzeczy są możliwe dzięki technologii 5G i dalszemu rozwojowi internetu rzeczy – mówi Marcin Sugak, dyrektor ds. rozwoju w firmie Ericsson.

Wprowadzeniu 5G będzie towarzyszyć dalszy wzrost transferu danych. Według Ericsson Mobility Report w 2018 roku na świecie przez połączenia mobilne przesyłanych było miesięcznie średnio 28 egzabajtów (EB).



dia Legii Warszawa. Po zakończeniu projektu Legia będzie dysponowała jednym z najnowocześniejszych stadionów w Europie. Pierwsze usługi cyfrowe oparte na standardzie 5G mają być dostępne na stadionie Legii już jesienią 2019 roku.

POLSKA U PROGU 5G

Sama technologia 5G jest już w Polsce dostępna, ale konieczne jest jeszcze przydzielenie odpowiednich pasm i częstotliwości. Komisja Europejska oczekuje, że do 2025 r. kraje członkowskie będą posiadać szerokie pokrycie siecią 5G, a w Polsce pierwszym miastem z niej korzystającym będzie Łódź. W sytuacji, gdy plany wprowadzenia nowej technologii będą realizowane bez większych przeszkód, to sieć komercyjna 5G zacznie działać nad Wisłą około 2022 roku.

Od 2015 r. Ericsson zainstalował już ponad 3 mln stacji bazowych gotowych obsłużyć 5G, które czekają na zdalne uruchomienie. Spora część z tych stacji znajduje się w Polsce, a gotowa technologia nie została jeszcze wprowadzona ze względu na uwarunkowania prawne. (kap)

46



MIĘDZYNARODOWA KONFERENCJA I WYSTAWA PIKE 2019

46th International Conference and Exhibition PIKE

Hotel Warszawianka, Jachranka, 7-9 października 2019 r.

30-LECIE TELEWIZJI KABLOWEJ W POLSCE
30 YEARS OF THE CABLE TELEVISION IN POLAND

PATRONAT HONOROWY/HONORARY PATRONAGE

KRRiT



Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego



MINISTERSTWO
PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
I TECHNOLOGII

UKE



PARTNERZY STRATEGICZNI/STRATEGIC PARTNERS

Discovery



PARTNERZY/PARTNERS

A+E
NETWORKS



NASK

NETIA



VIACOM
INTERNATIONAL
MEDIA NETWORKS



WSPÓŁPRACA/COOPERATION

PATRONAT MEDIALNY/MEDIA PATRONAGE



konferencjepike.pl



TELEWIZOR I SZTUCZNA INTELIGENCJA

Dziś telewizor to coś więcej niż telewizja. Podłączając największy w domu ekran do Internetu, widzowie zyskują dostęp do treści, która znacząco wykracza poza klasyczną ramówkę.

To przyniosło nowe wyzwania związane z jakością wideo.

Czy wykorzystanie sztucznej inteligencji do poprawy jakości obrazu w telewizorze rozwiązuje ten problem?

Sztuczna inteligencja zastosowana w telewizorach QLED 8K i tegorocznych QLED 4K poprawia jakość obrazu w czasie rzeczywistym, niezależnie od źródła: Internet, własne nagrania, telewizja cyfrowa, konsola do gier.

W procesie Inteligentnego Skalowania do 8K lub 4K obraz jest automatycznie korygowany za pomocą algorytmów stworzonych w oparciu o analizę ogromnej bazy danych, która powstała dzięki porównaniu tych samych materiałów w wysokiej i niskiej rozdzielczości. Sztuczna inteligencja, uczenie maszynowe i zaawansowany procesor pozwalają zobaczyć ulubione filmy czy archiwalne nagrania w nowej odsłonie – z większą liczbą szczegółów, lepszymi kolorami i kontrastem.

TYLKO WIDZ DECYDUJE

Wraz z pojawieniem się pierwszych Smart TV, czyli telewizorów podłączonych do Internetu, jako widzowie dość szybko dostrzegliśmy korzyści, jakie daje taki sposób konsumpcji treści. Obecnie już 80 proc.

nowych telewizorów Samsung QLED podłączonych jest do sieci. Klasyczna ramówka przestała być ograniczeniem – sami decydujemy o tym, co i kiedy oglądamy.

To zrodziło nowe wyzwania – o ile mamy pełną swobodę, co do wyboru treści, to ich jakość nie zawsze jest zadowalająca. Jeśli weźmiemy pod uwagę to, że kupujemy obecnie telewizory z coraz większymi ekranami – najczęściej 4K UHD – niska rozdzielczość materiałów wideo czasami odbiera przyjemność z oglądania. Wprowadzając w ubiegłym roku pierwszy telewizor QLED 8K, Samsung zaproponował rozwiązanie tego problemu. Poprzez zastosowanie technologii poprawy jakości obrazu, która bazuje na sztucznej inteligencji i uczeniu maszynowym, rozdzielczość materiału wejściowego przestała stanowić ograniczenie.

– *Dziś treści, które oglądamy, pochodzą z różnych źródeł: ze smartfona, Internetu, dysku czy konsoli do gier. Z kolei możliwości streamingu, który pozwalałby na osiągnięcie jakości 8K, są mocno ograniczone ze względu na przepustowość łącz. Właśnie dlatego*



jedynym sensownym rozwiązaniem jest korekta i podniesienie jakości obrazu bezpośrednio na telewizorze. Co więcej, wiele urządzeń, za pośrednictwem których rejestrujemy obraz nie ma możliwości nagrywania w tak wysokiej rozdzielczości. Teraz, dzięki sztucznej inteligencji, treści rejestrowane w niższej jakości możemy później obejrzeć nawet w 8K – tłumaczy dr inż. Piotr Bigaj, specjalista ds. AI.

KROK PO KROKU

Telewizory Samsung, takie jak QLED 8K i tegoroczne modele QLED 4K, do poprawy jakości obrazu wykorzystują Intelligentne Skalowanie do 8K/4K*. W uproszczeniu ten upscaling polega na wypełnieniu wolnych przestrzeni pomiędzy pikselami w materiale o niższej rozdzielczości oraz ich uzupełnieniu za pomocą specjalnych algorytmów tak, aby pasowały one do dużego ekranu z większą rozdzielczością. Poprawiana jest też kolorystyka pikseli, a obraz jest wyostrozany.

Do poprawy jakości obrazu w czasie rzeczywistym wykorzystywana jest baza danych wyjściowych. Samsung zaangażował do tego technologię uczenia maszynowego, która porównuje wersje tych samych materiałów wideo w niskiej oraz wysokiej rozdzielczości i uczy się różnic między nimi. Następnie analizowane są miliony fragmentów treści wideo i odnajdowane są odpowiednie matematyczne przekształcenia, które podwyższają rozdzielczość. Na bazie tych danych wybierane

są również optymalne filtry korygujące błędy poziomu jasności, czerni czy proporcji. W efekcie widzowie zyskują obraz w znacznie wyższej jakości.

DYLEMATY

Zastosowanie sztucznej inteligencji w telewizorach to początek ewolucji. Z technologicznego punktu widzenia przyniosła ona rozwiązanie kwestii związanej z jakością wyświetlanych treści. Warto jednak spojrzeć na nią w wymiarze społecznym czy wręcz historycznym. Możliwość podniesienia rozdzielczości otwiera wiele nowych możliwości w zakresie wykorzystania archiwalnych materiałów wideo, także tych prywatnych.

Jak zauważa dr inż. Piotr Bigaj – *Mamy wiele materiałów w jakości SD, które na 65 czy 75- calowym ekranie nie wyglądają doskonale. Pochodzą one z różnych źródeł, takich jak serwisy internetowe, smartfony czy amatorskie kamery domowe, za pośrednictwem których nagrywaliśmy np. nasze dziecko w latach 90-tych. Jest także sporo materiałów archiwalnych, dla których AI jest szansą na nowe życie. Coraz ważniejsze będzie także wykorzystanie AI do analizy i poprawy dźwięku oraz personalizacji treści.* (ok)

- **Efekty mogą się różnić w zależności od typu materiałów oraz ich formatu. Skalowanie może nie działać na materiały przesyłane z komputera oraz w niektórych przypadkach przy włączonym Trybie Ambient lub Gra.**



KONSUMENT W KRAINIE MEDIÓW...

..., czyli ewolucja zachowań konsumenckich w zmieniającym się krajobrazie rynku mediów. Mając większy wybór, władzę i informacje na wyciągnięcie ręki bardziej niż kiedykolwiek wcześniej, dzisiejsi konsumenci podejmują szybsze decyzje na różnych płaszczyznach, począwszy od tego, jak wydawać pieniądze, do tego, które media wybrać.

Zmusiło to marki do stosowania technologii nie tylko po to, by uczynić wszystko szybszym, łatwiejszym, bardziej produktywnym, ale także po to, by odbiorcy poczuli się częścią czegoś znaczącego. Dla dzisiejszych marek ważne jest, aby doświadczenia konsumentów były „osobiste” i dostarczane w momentach, w których będą one najbardziej intensywnie odczuwane.

ŻYCIE W TELEFONIE

Kiedy i gdzie treść będzie najbardziej chłonna dla odbiorców ulega ciągłym zmianom, o czym świadczy gwałtowna transformacja tego, jak konsumenci w ciągu ostatnich pięciu lat spędzają swój czas. Ludzie poświęcają średnio ponad 11 godzin dziennie konsumując media w jakiejś formie na różnych platformach; oznacza to 10% wzrost konsumpcji w porównaniu z 2012 rokiem.

Telewizja nadal pozostaje ważną częścią tego mixu, ale, co nie jest zaskoczeniem, obserwujemy zmianę w liczbie osób korzystających z Internetu – zwłaszcza w krajach nie anglojęzycznych. Obecnie czas spędzony w telefonie wynosi średnio ponad 3 godziny i 15 minut.

Te zmiany w zachowaniu konsumentów mają wpływ na to, gdzie i jak często ludzie wyszukują informacje, przy czym smartfony stają się wiodącym urządzeniem i punktem wyjścia dla ich konsumpcji. Generalnie 67%

odbiorców korzysta ze stron internetowych/aplikacji w celu przesyłania wiadomości, z serwisów społecznościowych (58%) i wyszukiwarek (42%). Telewizja ogólnokrajowa (61%) i kanały tematyczne (55%) jednakże nadal odgrywają kluczową rolę przy konsumpcji treści. Wszystko to świadczy o szybkiej zmianie "cyklu informacyjnego", ale także o potrzebie skupienia się marek i wydawców na dostarczaniu odbiorcom treści, które mają dla nich znaczenie.

Kierując się obawami o dezinformację w 2019 r. zaczynamy również dostrzegać ludzi (zwłaszcza młodszych odbiorców), którzy w mniejszym stopniu korzystają z Facebooka, aby zapoznać się z newsami. Potwierdzają to wyniki naszych własnych badań, które wykazały, że podczas gdy 68% odbiorców wiadomości ze świata korzysta z Facebooka w celach informacyjnych, to tylko mniej niż jedna czwarta z nich ufa newsom z platformy.

CZEGO, KIEDY I GDZIE

Dzisiejsi konsumenci mają większe oczekiwania i jednocześnie zwracają mniejszą uwagę na content. Co więcej, w erze Amazona, czyli łatwego dostępu i szybkiej dostawy, odbiorcy liczą na to, że media i marki informacyjne będą spełniały ich wymagania co do tego, czego chcą, kiedy tego chcą i gdzie tego potrzebują. Różne dostępne badania, jak i nasze własne pokazują, że jest to napędzane przez trzy czynniki:



1. Budowanie wiarygodności i przychylności poprzez dokładność oraz zaufanie – bycie odpowiedzialnym nie tylko za przechowywane dane odbiorców, ale także za jakość dostarczanych im treści.
2. Posiadanie głębokiej i bogatej wiedzy na temat konsumentów – rozumienie i traktowanie ich jako ludzi o rzeczywistych zainteresowaniach i zachowaniach, a nie jako zbiór mający jakieś cechy demograficzne.
3. Dostarczanie odbiorcom istotnych i znaczących treści – identyfikacja kluczowych momentów, w których dany news będzie rezonował najbardziej.

Z przeprowadzonych na początku tego roku badań na zamówienie nt. postrzegania marki wynika, że 55% respondentów ocenia CNN jako medium godne zaufania – jest to o 4,6 razy więcej niż średnia dotycząca wiarygodności marek. Wśród tych, którzy oglądają CNN co tydzień, nasze wyniki wzrastają nawet do 72%. Te dane nasuwają jeden bardzo ważny wniosek, że zaufanie przekłada się na lojalność wobec stacji.

O znaczeniu zaufania w mediach można przeczytać także w ostatnim raporcie Reuters Institute Digital News, który wykazał, że konsumenci uważają za bardziej wiarygodne „renomowane marki”. Szczególnie w kontekście wzrastającej niepewności wobec czytanych informacji – fake newsów czy przeładowanych treścią wiadomości. Według wspomnianego badania, prawie jedna czwarta ankietowanych (24%) stwierdziła, że przestanie śledzić źródła o renomie „mniej dokładnych”.

LICZY SIĘ ŚWIADOME DZIENNIKARSTWO

Bezpośrednio związane z tematem zaufania jest niewątpliwie świadome dziennikarstwo. To stwierdzenie potwierdzają badania CNN, według których respondenci najbardziej cenią dziennikarzy wykazujących się „wiedzą i pasją”, chęcią dążenia do prawdy, a także rzetelnością w pozyskiwaniu informacji z pierwszej ręki. Odbiorcy wybierają CNN z następujących powodów:

- ▶ 79% twierdzi, że lepiej rozumie to, co dzieje się na świecie
- ▶ 84% poszukuje wyjątkowych treści, których nie mogą dostać nigdzie indziej
- ▶ 83% ze względu na treści, które są dla nich istotne
- ▶ 72% z uwagi na wiadomości, które są dla nich ważne osobiście

Najważniejsze dla CNN i innych stacji informacyjnych jest spełnianie powyżej wymienionych oczekiwań, aby utrzymać zainteresowanie widowni na tym samym poziomie i dążyć do wzrostu oglądalności. Zarówno reklamodawcy, jak i odbiorcy mają tyle samo do zyskania dzięki oferowaniu głębszych doznań, ponieważ konsumenci oczekują dwustronnych relacji z markami, oraz liczą, że kontakt ten będzie spójny we wszystkich touchpointach. Wsluchiwanie się w oczekiwania konsumentów, próba zrozumienia ich zachowań, a także interakcje z nimi oraz właściwe reagowanie na ich potrzeby, to jedyny sposób, w jaki można osiągnąć ten cel.

TINI SEVAK

Vice President, Audiences & Data, CNN International Commercial



Kadr z transmisji. Pierwsze kroki zarejestrowała niewielka kamera telewizyjna, która była umieszczona na module księżycowym.



Zdjęcie z księżycy



ORZEŁ WYLĄDOWAŁ

Telewizja, choć nieporównywalnie młodsza od kina, też ma swoje okrągłe rocznice. Jedną ze szczególnie pamiętnych jest to, co wydarzyło się w pewną lipcową noc przed półwieczem...

Najpierw Mercury, potem Gemini, wreszcie Apollo. Po pamiętnej wizjonerskiej zapowiedzi Johna Fitzgeralda Kennedy'ego w 1961 roku, iż w ciągu dekady amerykańska ekspedycja poleci na Księżyc i zostanie stamtąd bezpiecznie sprowadzona na Ziemię, sprawy potoczyły się bardzo szybko. Lądowanie na Srebrnym Globie stanowiło pierwszorzędnie istotny element zimnej wojny z Rosjanami. Komunizm ery Breżniewa tracił inicjatywę w kosmosie z okresu rządów Chruszczowa. Łajka, Strielka, Gagarin i Wala Tierszkowa na krótko pozwolili wyjść ZSRR na prowadzenie i zdystansować rywala. Ten jednak nie próżnował. Rozmach supertechnologii zdolnej wyrzucić na orbitę potężną rakietę o długości 111 metrów i wadze trzech tysięcy ton, zapewniał oczywisty prymat. Druga dekada lat 60., niczym kolejna runda w pojedynku wagi ciężkiej, należała już do Ameryki.

Zatknięcie gwiazdzistego sztandaru na Księżycu samo w sobie oznaczało wielki triumf psychologiczno-propagandowy. Należało jednak koniecznie pokazać epokowy wyczyn świata. Jeśli nie całemu (ChRL, ZSRR, Korea Północna i inne kraje obozu komunistycznego), to wszystkim, którzy zechcą ów fenomenalny show oglądać.

Latem 1969 władze PRL stanęły przed nie lada dylematem. Pokazać, czy nie pokazać swoim obywatelom transmitowaną na cały świat amerykańską relację telewizyjną z Księżycy? Ponoć sam Władysław Gomułka po długich wahaniach miał w końcu postanowić, że owszem. W dzisiejszych komentarzach tej decyzji nie brak domysłów, co do propagandowych skutków niepokazania, ale też przewidywał ewentualnej klapy. A nuż księżycowa misja się nie powiedzie. Ryzyko misji Apollo 11 było bowiem ogromne. W każdym razie wiadomość o możliwości transmisji z Księżycy rozeszła się lotem błyskawicy i zelektryzowała miliony Polaków w oczekiwaniu na ekscytujący koniec tygodnia.

Start z poligonu Cape Canaveral nastąpił we wtorek rano 16 lipca 1969. Rakieta Saturn V wyniosła na orbitę statek kosmiczny Apollo 11 z modulem dowodzenia Columbia oraz modulem księżycowym, lądowikiem Eagle i załogą na pokładzie. Mało kto dzisiaj pamięta, że astronautów było nie dwóch, lecz trzech. Dwaj z nich, Neil Armstrong i Edwin „Buzz” Aldrin, odbyli wielogodzinny spacer po Księżycu i o nich się wie. Trzecim, „niewidocznym” uczestnikiem ekspedycji był Michael Collins, który pilotował na orbicie okołoksiężycowej Columbię (tzw. moduł dowodzenia) i dbał o bezpieczeństwo wyprawy.

To jego głos i głos jego rozmówcy w centrum NASA w Houston Charlesa Duke'a słyszeć najczęściej w połączeniach. A trzeba dodać, że z bazą na Ziemi astronauta mieli kontakt zarówno radiowy, jak i telewizyjny.

TRANSMISJA Z KOSMOSU, RELACJA TELEWIZYJNA Z KSIĘŻYCA...

Dziś wydaje się to czymś w miarę prostym i oczywistym, wtedy – na tamtym etapie rozwoju telewizji – przenosiło ponad pół miliarda widzów w inny wymiar. Byłem jednym z nich i, mimo że wszystko rozegrało się pół wieku temu, zachowałem czarno-białą telewizyjną gorączkę tamtej sobotniej nocy w żywej pamięci. Dziś wiemy na ten temat znacznie więcej niż wtedy.

Lunarny seans łączności z Ziemią zaczął się od meldunku załogi *Contact light!*. Czujnik świetlny sygnalizatora potwierdzał zetknięcie lądownika z powierzchnią Księżyca. Chwilę później Neil Armstrong przekazał kolejny komunikat: *The Eagle has landed* (Orzeł wylądował).

Właściwa transmisja telewizyjna rozpoczęła się jakiś czas później. Aby w ogóle stało się to możliwe, najpierw wyszedł na zewnątrz kapsuły Aldrin, który zbudował przewidziany plan relacji, instalując kamerę w odległości około 20 metrów od miejsca mającego nastąpić epokowego wydarzenia. Astronauci mieli z sobą zarówno małe kamery filmowe, jak i standardowe kamery telewizyjne. Notabene sygnał szedł na Ziemię nie wprost do Ameryki, lecz do Sydney, gdzie był najlepiej odbierany i stamtąd na cały świat.

Na mocy drobiazgowo opracowanego scenariusza główne zadanie aktorskie przypadło Neilowi Armstrongowi. To on zszedł na naszych oczach po drabince na powierzchnię Srebrnego Globu. Słynne wypowiedziane przez niego słowa: *That's one small step for man, one giant leap for mankind* (To mały krok dla człowieka, wielki skok dla ludzkości) nie były zbyt dobrze słyszalne. Zakłócał je szum transmisji z odległości, bagatelą!, 384 tysięcy kilometrów. Tamtej lipcowej nocy wzruszało nas wszystkich zgromadzonych przed telewizorami co innego: poczucie współobecności, a wraz z nim audiowizualne współuczestnictwo w wielkim wydarzeniu.

Dramaturgia wylądowania, choć starannie wyreżyserowana przed lotem (nie bez wpadek, flagę zatknęła w księżycowym gruncie wyrócił podczas powrotu podmuch silnika), nie miała w sobie nic z kina akcji. Niespiesznie wykonywane działania astronautów momentami dłużyły się. A jednak nikt z milionów ludzi ani w Polsce, ani na świecie nie narzekał. Kiedy telewizyjna relacja ze Srebrnego Globu dobiegła końca, dyskusje po niej trwały w wielu domach do białego rana.

Wnioski dla siebie wyciągnęli też Rosjanie. Nagle okazało się, że wykluczona dawniej współpraca i wrogie nastawienie nie są wcale konieczne. Program Sojuz-Apollo otworzył nowy rozdział. Sześć lat później, w lipcu 1975 roku pilot-kosmonauta Aleksiej Leonow i astronauta Thomas Stafford podali sobie ręce w Kosmosie.

MARK HENDRYKOWSKI

REKLAMA

SPECIAL
IFA NEXT
ALL ABOUT TMRRW

ALL ABOUT INNOVATION



#COINNOVATION

IFA Contact

ProMesse

Tel. +48 22 215 47 69

promesse@targiberlinskie.pl

KALENDARIUM

5-15.09	TORONTO, 43. TIFF
17-20.09	TULUZA, 31. Cartoon Forum
16-22.09	GDYNIA, 44. Festiwal Polskich Filmów Fabularnych
20-28.09	SAN SEBASTIAN, 67. International Film Festival
25-29.09	BRNO, Serial Killer TV Festival



CENTRALNY DOM TECHNICZNY JUŻ DZIAŁA

Angażujące zajęcia dla dzieci i młodzieży, warsztaty dla dorosłych, seniorów i całych rodzin oraz cykliczne wystawy dotyczące najnowszych trendów i pionierskich rozwiązań – to wszystko czeka na odwiedzających w Centralnym Domu Technologii. CDT to miejsce, w którym otwarty umysł, nauka, technologia i biznes przenikają się wzajemnie. Nowo otwarta przestrzeń edukacyjno-technologiczna dla wszystkich pokoleń mieści się w tętniącym życiem sercu Warszawy, w jednym z najbardziej symbolicznych budynków stolicy o bogatej historii – zabytkowym Centralnym Domu Towarowym (następnie znanym jako „Smyk”) przy ul. Kruczej 50.

Zajęcia edukacyjne, wystawy i wydarzenia specjalne Centralnego Domu Technologii łączą wiedzę teoretyczną z kreatywnością i praktycznym działaniem. CDT będzie popularyzować metodykę STEAM (od ang. słów Science, Technology, Engineering, the Arts, Mathematics), czyli nurt w edukacji rozwijający interdyscyplinarne kompetencje w dziedzinach: nauki ścisłe, technologia, inżynieria, sztuka i matematyka. Oferta CDT będzie uzupełniać programy szkolne, jednak to miejsce nie tylko dla dzieci i młodzieży, ale dla każdego, kto chce dowiedzieć się więcej o trendach z pogranicza technologii, nauki i biznesu.

Powołując do życia Centralny Dom Technologii, zależało nam nie tylko na stworzeniu fizycznej przestrzeni, ale przede wszystkim na zbudowaniu wokół CDT zaangażowanej społeczności osób, niezależnie od tego, czy miały one wcześniej do czynienia z innowacjami, czy też są technologicznymi zapaleńcami, którzy chcą dzielić się swoją wiedzą. Odwiedzając CDT, uczeń staje się zmotywowanym odkrywcą, a nauczyciel, dziadek czy rodzic – prawdziwym mentorem – powiedziała Agata Nałęcz, prezes zarządu Fundacji PFR.

CDT otwiera swoje podwoje z jednej strony dla szkolnych wycieczek, grup zorganizowanych, rodzin i innych gości, z drugiej – dla start-upów i wynalazców, z którymi będzie realizował wystawy i warsztaty, a także tematyczne spotkania.

Dla wszystkich odwiedzających zespół Centralnego Domu Technologii przygotował bogatą ofertę edukacyjną w duchu STEAM. Przez cały wrzesień w CDT odbywać będą się darmowe zajęcia tematyczne dla osób indywidualnych oraz warsztaty międzypokoleniowe dla całych rodzin. Oprócz tego CDT zaprasza grupy szkolne, a także nauczycieli i edukatorów na cykle dedykowanych zajęć. Pełna oferta CDT będzie na bieżąco publikowana na stronie internetowej cdt.pl. ▣

ODEJŚCIA/POWROTY/AWANSE

► Zbigniew Pruski objął stanowisko Commercial Director, Branded Services na Europę Środkowo-Wschodnią. W nowej roli będzie odpowiedzialny za dostarczanie przychodów i generowanie zysków poprzez rozwój marek BBC Studios w całym regionie CEE zgodnie ze strategią i założonymi celami biznesowymi.



► A+E Networks Poland poszerzyło zespół programowy o 4 menedżerów, a stanowisko szefa zespołu ds. programowych w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej objął Bartłomiej Major. Odpowiada za działania programowe HISTORY i HISTORY2 w regionie EMEA oraz Crime+Investigation, oraz Lifetime w Polsce. ▣



DISCOVERY LIFE W NOWEJ ODSŁONIE

Już 22 sierpnia kanał Discovery Life zadebiutuje w odświeżonej formule! Stacja postawi na szeroko pojętą tematykę zdrowotną. Ambasadorkami Discovery Life zostały Ewa Drzyzga oraz Agata Młynarska.

– Coraz więcej Polaków zaczyna świadomie dbać o siebie i swoje zdrowie. Poszukują informacji na temat zabiegów medycznych, zdrowego stylu życia czy diet. Chcą wiedzieć, jak zadbać o zdrowie i urodę nie tylko swoją, ale i całej rodziny. Odświeżając formułę kanału Discovery Life, wychodzimy im naprzeciw. Mam nadzieję, że dzięki naszym ekspertom i programom dostarczymy im w przystępny sposób sprawdzone informacje, które poprawią jakość ich życia – uzasadnia Małgorzata Łupina, Dyrektor Działu Kanałów Tematycznych Lifestyle'owych.

Discovery Life to kanał, dzięki któremu dbałość o zdrowie staje się pasją i naturalną częścią stylu życia całej rodziny. W swoich programach rozwieje wszelkie medyczne mity i przedstawi niezwykle historie ludzi, mierzących się z najdziwniejszymi, często trudnymi przypadłościami. Widzowie zobaczą też lekarzy dokonujących cudów oraz zapoznają się z gadżetami ułatwiającymi pełnowymiarową troskę o dobrą kondycję.

W ofercie programowej znajdują się również dokumenty poruszające ważne problemy współczesnego świata, takie jak otyłość wśród dzieci czy uzależnienia. Stacja będzie ściśle współpracowała z portalem Zdrowie TVN. ▣

SAMSUNG DOMINUJE

Według najnowszych danych firmy badawczej IHS Markit udział firmy Samsung w globalnym rynku telewizorów za II kw. 2019 roku wyniósł 31,5 procent. To najlepszy kwartalny wynik od 2013 roku. W Polsce Samsung niezmiennie zajmuje pozycję lidera z ponad 25 proc. udziałem ilościowym w pierwszym półroczu br.

W II kw. 2019 r. Samsung osiągnął 31,5 proc. udziału w globalnym rynku telewizorów. To najwyższy kwartalny wynik od 6 lat. Dane za pierwsze półrocze 2019 r. są również dobre – ponad 30 proc. udział w rynku globalnym to najlepszy wynik od 2013 r.

Ponad 53 proc. to globalne udziały Samsunga w Q2 br. zarówno w segmencie telewizorów wielkoekranowych – 75 cali i więcej – jak i modeli premium w cenie od 2,5 tys. dolarów.

Według danych Samsung, w Polsce po pierwszym półroczu firma jest liderem zarówno w ujęciu ilościowym (ponad 25 proc.), jak i wartościowym (ponad 32 proc.).

Tak dobre wyniki w dużej mierze są zasługą konsekwentnej realizacji strategii firmy, która postawiła na rozwój telewizorów QLED. Dzięki zastosowaniu nowych technologii, wraz z kolejną generacją tych produktów, widzowie mogą liczyć na coraz lepsze wrażenia wizualne.

– *Telewizory QLED to dla nas kolejny etap rozwoju technologii LCD, która stanowi solidną podstawę. Tego typu ekrany cechują się wysoką trwałością, a dzięki zastosowaniu dodatkowych rozwiązań, takich jak Bezpośrednie Strefowe Podświetlenie, Ultra Szeroki Kąt Widzenia, 100% Natężenia Kolorów czy Inteligentne Skalowanie Obrazu do 4K lub 8K dajemy widzom gwarancję, że będą mogli cieszyć się świetną jakością obrazu i to w każdych warunkach oświetleniowych* – komentuje Grzegorz Stanisław, szef działu RTV Samsung Electronics Polska.

W drugim kwartale 2019 roku firma Samsung wprowadziła do sprzedaży, także w Polsce, już drugą generację telewizorów QLED 8K, które



nie tylko zaoferowały tak wysoką rozdzielczość, ale przyniosły również rozwiązanie kwestii słabszej jakości materiałów źródłowych. Dzięki zastosowaniu Inteligentnego Skalowania do 8K i wielu najnowszych technologii, widzowie mogą cieszyć się bardziej szczegółowym i wyrazistym obrazem, bowiem do poprawy jego jakości wykorzystana została sztuczna inteligencja i uczenie maszynowe. W tym roku ta technologia trafiła także do modeli QLED 4K (Inteligentne Skalowanie Obrazu do 4K). ■

ZAGRANICZNA EKSPANSJA TVN DISCOVERY POLSKA



Pakiet TVN International, dostępny za pośrednictwem Player.pl, rozszerzono właśnie o dostęp do treści TVN Discovery Polska w opcji VOD. Z oferty mogą korzystać mieszkańcy sześciu kolejnych państw: Holandii, Danii, Szwecji, Finlandii, Irlandii i Hiszpanii. Z okazji 15. urodzin stacji ITVN usługę można wypróbować za darmo przez 15 dni.

Pakiet TVN International to pierwsza oferta umożliwiająca legalny i bezpośredni dostęp online do portfolio TVN Discovery Polska za granicą. Do tej pory obejmował on wyłącznie dostęp do treści z trzech kanałów na żywo: ITVN, ITVN Extra oraz TVN24. Wraz z rozszerzeniem dostępu o kolejne rynki ofertę wzbogacono o bibliotekę VOD z programami i serialami TVN Discovery Polska. Oznacza to, że widzowie za granicą będą mogli oglądać swoje

ulubione programy i serie w dowolnym momencie. Jeszcze do niedawna z pakietu korzystać mogli jedynie mieszkańcy Wielkiej Brytanii. W kwietniu tego roku listę państw z dostępem do usługi poszerzono o 11 nowych terytoriów. Teraz trafiło na nią 6 kolejnych: Holandia, Dania, Szwecja, Finlandia, Irlandia oraz Hiszpania. Z pakietu można korzystać dziś w aż 18 krajach Europy.

Potrzeby i oczekiwania widzów naszych kanałów zmieniają się dynamicznie. Taka musi być też oferta TVN International. Rozszerzenie jej o możliwość korzystania z opcji VOD było dla nas naturalnym kierunkiem. Już dziś użytkownicy mogą oglądać filmy, serie i programy wybrane spośród naszych najlepszych produkcji, jednak wkrótce zamierzamy rozszerzyć bibliotekę także o produkcje zewnętrzne, zakupione specjalnie dla zagranicznej widowni.

Tomasz Parfienowicz, dyrektor działu strategii komercyjnej i międzynarodowej dystrybucji – *Niedawno rozszerzyliśmy dostęp do serwisu player.pl o 11 krajów, teraz – o kolejne 6. Zależy nam, aby sukcesywnie rozwijać usługę i poszerzać grono państw, w których jest ona dostępna. Pakiet TVN International obejmuje teraz nie tylko kanały na żywo, ale także bogatą bibliotekę treści na żądanie. Dzięki naszej platformie Polacy za granicą dostają dostęp do najlepszych filmów, seriali i programów rozrywkowych z rodziny TVN Discovery Polska w dowolnym miejscu i czasie* – komentuje Maciej Gozdowski, dyrektor zarządzający player.pl. ■

FILMINTERACTIVE FESTIVAL 2019

Biznes, sztuka i technologia nie są już samowystarczalne... aby wszyscy mogli odnosić sukcesy i przejść przez ciągle trwającą transformację cyfrową, muszą powstawać nowe modele współpracy.

Od 2011 roku, FilmInteractive jest miejscem dyskusji na tematy z pogranicza nowatorskiego marketingu, kreatywności i nowych technologii. To tutaj można otworzyć swój umysł na nowe idee i trendy, nauczyć się jak sprawnie funkcjonować w teraźniejszości i jak dobrze przewidzieć zmiany nadchodzące w przyszłości.

FilmInteractive Festival jest od 2018 roku częścią Dni Kreatywności organizowanych i współfinansowanych przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. A od bieżącego roku, FilmInteractive współpracuje z fundacją Digital Poland w ramach Tygodnia Cyfryzacji.

Podczas FilmInteractive 2019 chcemy – jak zapewniają organizatorzy – porozmawiać o tym, jaki wpływ ma rewolucja cyfrowa na przemysł kreatywny. I dalej o tym: jakie nowe możliwości otwiera dla twórców? Jak zmienia uwarunkowania biznesowe?

- ▶ Jakie stwarza nowe możliwości współpracy pomiędzy biznesem a twórcami?
- ▶ Jak wpływa na zwyczaje i potrzeby odbiorców?
- ▶ Czy daje nowe możliwości rozwoju?
- ▶ Co trzeba zrobić aby wykorzystać potencjał digitalowego świata?
- ▶ Jak będą wyglądały przemysły kreatywne za 10 lat?

Część konferencyjna FilmInteractive odbędzie się w Warszawie, 4 października 2019 roku. W dniach 7-8 października w Łodzi, w Łódzkiej Szkole Filmowej, odbędzie się Strefa Innowacji oraz Strefa Networkingu.

TELE PRO jest, jak od początku imprezy, jednym z patronów medialnych. ■

ISL W EUROSPORCIE

Eurosport pozyskał wyłączne prawa telewizyjne, cyfrowe i sublicencyjne do dwóch pierwszych edycji International Swimming League. To rewolucyjna forma pływackiego współzawodnictwa. Najlepsze pływaczki i pływacy świata będą mierzyć się w organizowanych naprzemiennie w Stanach Zjednoczonych i Europie meczach, a wielki finał pierwszej edycji odbędzie się w Las Vegas. W cyklu weźmie udział 8 zespołów – po 4 z Europy i USA. W barwach amerykańskiego Cali Condors wystąpi czworo Polaków: Katarzyna Wasick, Radosław Kawęcki, Kacper Majchrzak i Jan Świtkowski. W meczach ISL zobaczymy także takie sławy jak Adam Peaty, Katie Ledecky, Cate Campbell, Federica Pellegrini czy Florent Manaudou.

Eurosport pozyskał ekskluzywne, pełne prawa telewizyjne, cyfrowe oraz do sublicencji International Swimming League na całym świecie w latach 2019-2020. Na niecały rok przed igrzyskami olimpijskimi w Tokio zawody ISL będą ostatnią okazją, aby oglądać w akcji pływacką czołówkę. Eurosport i Eurosport Player pokażą wszystkie mecze i zaoferują widzom produkcję najwyższej jakości z wykorzystaniem przełomowych technologii, a także wciągające historie prezentowane przez znakomitych ekspertów.

– Porozumienie z ISL ma dla Eurosportu znaczenie strategiczne, bo wzmacnia nasze bogate portfolio praw, które obejmuje ponad 70% dyscyplin z letnich igrzysk olimpijskich. Transmisje emocjonującej serii meczów pływackich znakomicie wpiszą się w naszą drogę do Tokio. ISL będzie także wspaniałą okazją dla pływaków, aby rywalizować i pokazywać się regularnie milionom fanów na całym świecie – powiedział Laurent Prud'homme, SVP Rights Acquisitions and Syndication w Eurosporcie. ■

KANAŁ FOOT TRUCK WPROWADZA FOOT TRUCK LIVE



Piłkarski kanał Foot Truck poszerza swoją ofertę treści programowych o audycje na żywo.

Od 19 sierpnia br., od poniedziałku do piątku, na kanale udostępniane będą programy live poświęcone rozgrywkom czołowych lig europejskich. Po emisji wszystkie będą również udostępniane w formie podcastu. Tak jak do tej pory regularne odcinki Foot Truck będą się pojawiały na kanale przynajmniej raz w tygodniu. Foot Truck należy do portfolio Abstra – największego producenta treści wideo na polskim YouTube.

– Rosnące grono widzów »Foot Trucka« przyzwyczało się już do jakościowych i »insiderskich« treści, jakie im oferujemy na naszym kanale. Audycje na żywo to kolejny etap naszego rozwoju i jednocześnie pomysł, jakiego jeszcze nie było na polskim

YouTube. Dzięki nim dostarczymy widzom aktualnych informacji na temat rozgrywek czołowych lig europejskich, okraszonych komentarzem na temat występów naszych kadrowiczów i nie tylko. Z kolei dzięki podcastom nasi widzowie będą mogli odsłuchać audycje w dowolnym miejscu i czasie – powiedział Kuba Polkowski z kanału Foot Truck.

Autorzy kanału Foot Truck, Łukasz Wiśniowski i Kuba Polkowski, poza publikacją regularnych odcinków na kanale, poprowadzą również podcast poświęcony ogólnie futbolowi co piątek. W pozostałe dni tygodnia rozgrywki najsilniejszych lig Europy na żywo na YouTube skomentują eksperci. W poniedziałek zmaganiom w Serie A przyjrzą się Piotr Dumanowski i Dominik Guziak, we wtorek wyniki Bundesligi omówią Sebastian Chabiniak, Mateusz Majak i Tomasz Urban, w środy o Premier League porozmawiają Michał Zachodny i Tomasz Zieliński, a w czwartek walką o tytuł mistrza hiszpańskiej La Liga zajmą się Marcin Gazda i Piotr Urban.

Audycje z cyklu Foot Truck Live będą realizowane w studio znajdującym się w siedzibie Abstra. ■



NC+ Z KINO ŚWIAT

ITI Neovision S.A., operator platformy nc+, zawarł przedwstępną umowę nabycia 70 proc. udziałów w spółce Kino Świat, wiodącego dystrybutora filmów w Polsce. Dzięki planowanej transakcji platforma nc+ stanie się dystrybutorem katalogu Kino Świat zawierającego ponad 2000 godzin filmów kinowych i telewizyjnych (1200 produkcji).

Kino Świat to największy dystrybutor filmów w Polsce, aktywny na najważniejszych polach dystrybucji, takich jak kino, video (DVD/Blu-ray), video na życzenie (VOD) i telewizja. W jego katalogu znajdują się niekwestionowani liderzy w kategorii frekwencji, jak np. *Kler* Wojciecha Smarzowskiego – film z najlepszym otwarciem wśród polskich filmów w historii i najwyższą widownią kinową od 19 lat (5,2 miliona widzów), a także rekordowe *Listy do M. 3* (ponad 3 miliony widzów) oraz największe hity Patryka Vegi, w tym *Pitbull. Niebezpieczne kobiety* (2,9 miliona widzów).

Oferta Kino Świat to również filmy zbierające największe światowe laury artystyczne, które stały się też dużymi sukcesami komercyjnymi, w tym – koprodukowana przez CANAL+, nagrodzona Złotą Palmą, nominowana do trzech Oscarów i czterech Nagród BAFTA – *Zimna wojna* Pawła Pawlikowskiego (ponad milion widzów), nagrodzony czterema najważniejszymi Oscarami obraz *Jak zostać królem* (blisko milion widzów), czy 11 filmów Woody'ego Allena, w tym *O północy w Paryżu* (ponad 700 tysięcy widzów). Oprócz dystrybucji Kino Świat zajmuje się również koprodukcją polskich i zagranicznych filmów.

Mniejszościowy pakiet udziałów pozostanie w rękach dotychczasowych właścicieli – Tomasza Karczewskiego i Marcina Piaseckiego, którzy pozostaną w zarządzie spółki i będą brali aktywny udział w kierowaniu i dalszym rozwijaniu Kino Świat.

Zawarcie końcowej umowy jest warunkowane pozyskaniem zgody Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. ▣

NOWY ŚWIAT ZWYCIĘŻA

Ponad 44 tysiące osób głosowało w plebiscycie *Twoje miasto z góry*, który towarzyszył premierze trzeciego sezonu *Polski z góry*. Zwyciężyła mała wieś Nowy Świat, położona w malowniczym Górznieńsko-Lidzbarskim Parku Krajobrazowym. Oddano na nią 2762 głosy. Jeszcze w tym roku, widzowie Planete+ zobaczą tę krainę dzikiej przyrody w specjalnym odcinku serii.

Tegoroczne wyniki plebiscytu są rekordowe. Ponad 44 tysiące głosujących i ponad 112 tysięcy oddanych głosów to dowód na to, że z roku na rok plebiscyt *Twoje miasto z góry* cieszy się coraz większą popularnością. Do trzeciej edycji zgłoszonych zostało 686 lokalizacji. Głosy oddane na każdą miejscowość zostały przeliczone proporcjonalnie do liczby jej mieszkańców, dlatego nawet najmniejsza wieś miała szansę zwyciężyć. W tegorocznej edycji plebiscytu oddano ponad 25 tysięcy głosów więcej, a głosujących było 10 tysięcy więcej niż rok temu. Zwycięska lokalizacja, wieś Nowy Świat i jej okolice, zostanie przedstawiona jeszcze w tym roku w odcinku specjalnym serii. Będzie można go obejrzeć w internecie na stronie programu <https://www.planetepius.pl/polska-z-gory> oraz na antenie Planete+.

Polska z góry to oryginalna seria Planete+, pierwszy serial dokumentalny, który pokazuje Polskę z lotu ptaka. Dotychczas zrealizowane zostały trzy serie, w których podziwiać można bogactwo natury oraz kultury sfilmowane z nowej perspektywy. Na trasie twórców znalazły się malownicze miejscowości z różnych rejonów Polski, a wśród sfilmowanych krain znalazły się m.in. poprzecinany siecią kanałów Park Krajobrazowy Dolina Dolnej Odry, największy w Europie pas ruchomych wydm nad Morzem Bałtyckim czy najpiękniejsze szlaki Karkonoszy. W trzeciej serii programu kamery odwiedziły m.in. Małopolskę – region UNESCO, Śląsk Cieszyński, Łużyce Górne czy Powiat Tatrzański. ▣

REKLAMA

PROJEKTOWANIE WNETRZ

WWW.KOŁODZIEJSZMYT.COM

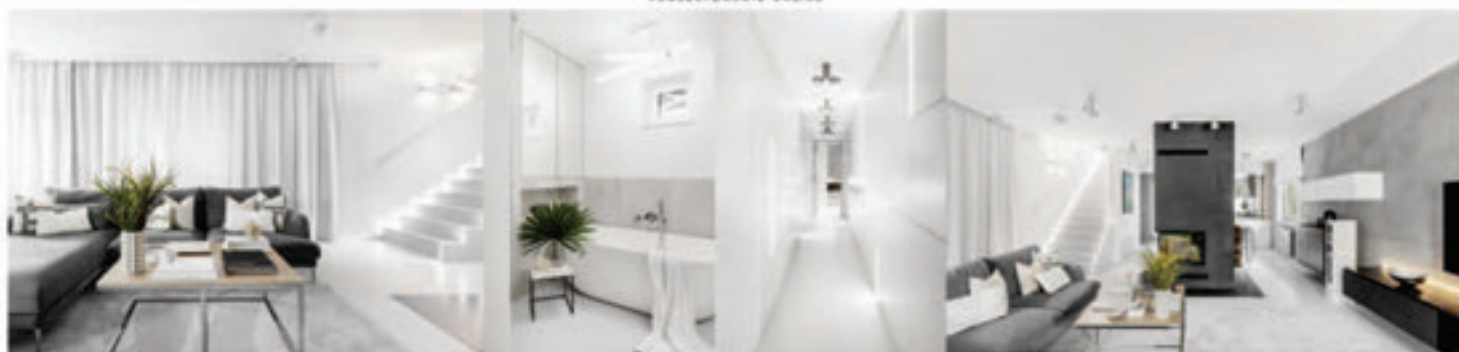
BIURO@KOŁODZIEJSZMYT.COM



KOŁODZIEJ & SZMYT

UL. MAZOWIECKA 12, WARSZAWA

+ 503 046 918



PÓŁFINALIŚCI UPC THINK BIG

Ponad 100 przedsiębiorców i innowatorów społecznych zgłosiło się do tegorocznej VI edycji programu UPC Polska THINK BIG: Grow Smarter. Znamy już 18 półfinalistów, którzy staną do walki o udział w ścisłym finale.

THINK BIG to program UPC Polska, który wspiera przedsiębiorców oraz innowatorów społecznych rozwijających się w oparciu o nowe technologie. W tegorocznej VI edycji UPC Polska szuka rozwiązań wspierających transformację cyfrową, zarówno dla klientów indywidualnych, jak i biznesowych. Dodatkowo, wraz z Fundacją Polskiego Funduszu Rozwoju, tych które w oparciu o nowe technologie odpowiadają na wyzwania społeczne w Polsce.

Do półfinału VI edycji programu THINK BIG: Grow Smarter zakwalifikowali się:

Kategoria THINK CUSTOMER: Cluify – kompletne narzędzie do monitoringu offline, które łączy sferę online z rzeczywistością offline, a tym samym pozwala na lepsze zrozumienie potrzeb klientów. Quantum.cx – sensor, który potrafi wykryć uśmiechy klientów i pracowników. Dzięki ich analizie motywuje pracowników do pozytywnej postawy, a uśmiechy klientów wymieniane są na środki wspierające cele charytatywne. SentiSquare – rozwiązanie pozwala na szybką analizę dużej ilości nieustrukturyzowanych danych tekstowych. Powstało jako akademicki spin-off skupiający się na najnowocześniejszych rozwiązaniach NLP stworzonych dla sektora biznesowego. Vindicat – aplikacja do odzyskiwania należności online, która umożliwia przedsiębiorcom samodzielne monitorowanie i odzyskiwanie zaległych płatności. Napoleon Cat – platforma do analityki i obsługi kanałów social media. To kompletny zestaw narzędzi do social media marketingu dla firm, niezależnie od ich rozmiaru. Salesbook – to innowacyjne narzędzie prezentacyjne dla zespołu sprzedaży. Pomaga w dotarciu do klienta, analizie jego potrzeb oraz konfiguracji produktu.

Kategoria THINK TRANSFORMATION: Querona – narzędzie do wirtualizacji danych, umożliwiające stworzenie wirtualnej bazy danych, będącej jednym, dedykowanym miejscem służącym do wyszukiwania wszystkich źródeł danych korporacyjnych. Technologia pozwala na zbudowanie własnego modelu danych i narzędzi raportowania, umożliwiając szybszy rozwój i większą wydajność. Cognitum

– oprogramowanie, które dzięki wykorzystaniu big data i sztucznej inteligencji (AI), wyciąga wnioski na podstawie dużej ilości danych. CarrotSpot – platforma do wzrostu zaangażowania pracowników przez ideę tokenizacji nagród. System, w ramach którego wszystko może okazać się nagrodą. SentiOne – narzędzie do monitorowania internetu i mediów społecznościowych oraz automatyzacji obsługi klienta. Umożliwia zarządzanie komunikacją marki dzięki chatbotom nowej generacji. Sherlock Waste – aplikacja, która wspiera zaangażowanie pracowników we wspólne doskonalenie firmy i sprawia, że frustracja wynikająca z nieefektywności zmienia się w innowacyjne pomysły. Edward.ai – to wirtualny asystent przedstawicieli handlowych B2B. Dzięki automatyzacji zadań i raportowania pozwala na zwiększenie efektywności sprzedawców.

Kategoria THINK SOCIAL: Goldies by The Social Wise – platforma do aktywizacji seniorów poprzez sprzedaż akcesoriów i odzieży ich ręcznej produkcji. Bin-E – inteligentny kosz na śmieci automatycznie segregujący odpady. Technologia w raka – projekt fundacji „Znajdź Pomoc”, mający na celu poprawę zdrowia psychicznego osób obłożnie chorych i przebywających w hospicjach poprzez wykorzystanie technologii VR. ACTIDOTE – aplikacja aktywizująca osoby cierpiące na depresję stworzona przez zespół Proxi. Cloud. Gluco-active – bezinwazyjny glukometr pozwalający na monitorowanie poziomu glukozy bez pobierania krwi. Leżę i Pracuję – Zdalniacy – projekt, którego misją jest zapewnienie zdalnej pracy osobom sparaliżowanym i z zaawansowaną niepełnosprawnością ruchową.

Przed półfinalistami programu THINK BIG: Grow Smarter kolejne ekscytujące etapy programu. Jest o co walczyć. Pula nagród finansowych tej edycji to 105 000 zł – zwycięzca każdej kategorii otrzyma 35 000 zł. Dodatkowo, zwycięzcy kategorii biznesowych otrzymają możliwość pilotażowego wdrożenia swojego rozwiązania we współpracy z UPC Polska lub innym partnerem programu oraz możliwość znalezienia się w raporcie „TOP 40 Enterprise Tech. Technologie, które zmieniają korporacje” przygotowanym przez The Heart i UPC Polska THINK BIG: Grow Smarter.

Ogłoszenie finalistów odbędzie się 16 września, zaś Gala Finałowa, w trakcie której zostaną ogłoszeni zwycięzcy – 1 października. ■

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 WPŁAÇAĆ 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



MMP Insight Day 2019

**„Młoda generacja – gaming, streaming,
marki, social media”**

Zapraszamy!

23 października 2019, Warszawa

Wszystko co chciałbyś wiedzieć o młodym konsumencie i jego otoczeniu

- * wejdź w świat Fortnite, TikToka, Twitcha, Netfliksa i Spotify i innych nowych platform**
- * spójrz na influencer marketing z innej strony**
- * poznaj ulubione marki i nowe pasje młodych konsumentów**

www.insightday.pl

KONTAKT:

bilety:

Beata Bartoszewicz

881 400 430

beata.bartoszewicz@media.com.pl

partnerstwo/sponsoring

Marta Gajowniczek-Gogłóza

602 108 030

marta.gajowniczek@media.com.pl

Paweł Balcerek

602 674 030

pawel.balcerek@media.com.pl

Patroni medialni:



handel

handel
extra.pl

MMP²⁴



Wydawca:



COMMUNICATIONS
a company of dv media group

Organizator:

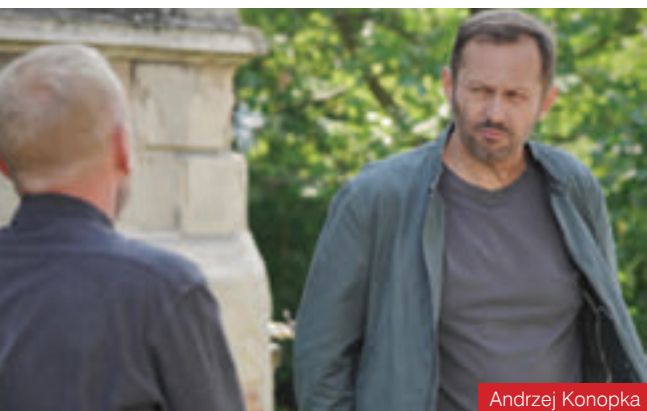
MMP



ZNAKI 2 (AXN)

Helena Englert (na pierwszym planie)

W sierpniu ruszyły zdjęcia do drugiego sezonu serialu *Znaki*, produkowanego dla Sony Pictures Television, właściciela kanału AXN, przez ATM Grupa.



Andrzej Konopka



Dobromir Dymecki

Z*naki* to serial kryminalny, którego akcja rozgrywa się w malowniczych plenerach Gór Sowich. Po latach od tajemniczego zabójstwa studentki dochodzi do kolejnych zbrodni. W 2. sezonie podążamy za historią zaginięcia córki komisarza Treli, a później także jej przyjaciółki. W niewyjaśnionych okolicznościach znika również para podróżników. Prowadzone są ciągłe poszukiwania. Śledztwo jednak zbacza z torów, gdy komisarz dowiaduje się, kto odpowiada za zaginięcie jego jedyne dziecko. Zło w Sowich Dolach nie śpi, a dziwnymi zdarzeniami żyją ogarnięci strachem mieszkańcy miasteczka. Serial to gatunkowe połączenie kryminału z elementami mistery i thrillera obyczajowego. W drugim sezonie ponownie grają m.in.: Andrzej Konopka, Helena Sujecka, Małgorzata Hajewska-Krzysztofik, Mirosław Kropielnicki, Michał Czernecki, Andrzej Mastalerz i Rafał Cieszyński.

Serial reżyserują Jakub Miszczak (*Sprawiedliwi – Wydział kryminalny*, *Licencja na wychowanie*) i Monika Filipowicz (*Przyjaciółki*, *Linia życia*). Za scenariusz drugiego sezonu odpowiadają Wojciech Miłoszewski, Błażej Przygodzki, Katarzyna Berenika Miszczuk i Marzena Podgórska.

Jak zapewniają zleceniodawcy, drugi sezon *Znaków* kontynuuje zaangażowanie AXN w produkcję wysokiej jakości seriali lokalnych, których fabuła skupia się na wyjątkowych historiach. Pierwszy sezon *Znaków* swoją premierę miał w październiku 2018 roku w AXN. W lipcu 2019 roku był emitowany również w telewizji Polsat.

Premiera drugiego sezonu planowana jest na 2020 r. w AXN.



Paweł Wilczak



Joanna Opozda



Wojciech Błach

ULTRAVIOLET 2 (AXN)

Do obsady serialu *Ultraviolet 2* dołączyli kolejni aktorzy. Obok Marty Nieradkiewicz, Sebastiana Fabijańskiego, Piotra Stramowskiego i Agaty Kuleszy widzowie zobaczą m.in. Pawła Wilczaka, Wojciecha Błacha i Joannę Opozdę.

Postać, którą zagra Paweł Wilczak to Andrzej Brejdel – znany reżyser i dawna miłość matki głównej bohaterki, Anny (w tej roli Agata Kulesza). Z kolei Wojciech Błach wcieli się w postać Jana Szeląga, brata jednego z głównych bohaterów, Kuby (w tej roli Piotr Stramowski). Joanna Opozda pojawi się w odcinku, w którym grupa UV prowadzi śledztwo w sprawie śmierci w klinice medycyny estetycznej.

Ultraviolet opowiada historię trzydziestoletniej Oli Serafin, którą osobiste przeżycia zmusiły do opuszczenia Londynu i powrotu do rodzinnej Łodzi. Pewnej nocy, prowadząc samochód, jest świadkiem tragicznego zdarzenia. Policja uznaje je za samobójstwo i zamyka sprawę. Kobieta decyduje się podjąć prywatne śledztwo. Rozpoczyna współpracę z grupą *Ultraviolet*, internetową społecznością detektywów amatorów, rozwiązujących sprawy, których nie jest w stanie wyjaśnić policja.

W drugim sezonie *Ultravioletu* Ola musi zmierzyć się z niebezpieczeństwem zagrażającym jej rodzinie, co sprawia, że zaangażowanie bohaterki w rozwiązywane sprawy staje się bardzo osobiste.

Pierwszy sezon *Ultravioletu* swoją premierę miał w październiku 2017 roku w AXN. W sierpniu 2018 roku zadebiutował również w serwisie Netflix.



Viet Anh Do



Tomasz Sobczak (z prawej)



Natalia Lesz

GABINET NUMER 5 (TV4)

Gabinet numer 5 to nietypowa historia o lekarzach i pacjentach, z dużą dozą humoru i sytuacji dramatycznych zarazem. Każda z postaci skrywa jakąś tajemnicę i drugą twarz, która często również okazuje się nie do końca prawdziwa, a w miarę rozwoju fabuły i odkrywania kolejnych kart poszczególne wydarzenia nabierają nowych, zaskakujących znaczeń.

Akcja *Gabinetu numer 5* rozgrywa się w małym miasteczku Bolesna, gdzie w miejscowej przychodni przecinają się drogi bohaterów – lekarzy, pracowników ośrodka, pacjentów i okolicznych mieszkańców.

Opowieść rozpoczyna się w dniu, gdy bezrobotny lekarz, Adam Domański – w tej roli Tomasz Sobczak – ścigany przez męża swojej kochanki, Magdy (Natalia Lesz), dostaje propozycję nie do odrzucenia z urzędu pracy i mimo woli zmuszony jest objąć wakat w przychodni w Bolesnej – pełnej sfrustrowanych pacjentów, zmęczonych lekarzy i odległych terminów oczekiwania na wizyty u specjalistów. Domański szybko daje się poznać jako świetny diagnosta o ogromnej wiedzy i... bezceremonialnie szczery arogant, który oddziela troskę o zdrowie pacjentów od konwenansów, a relacje służbowe od towarzyskich uprzejmości, budząc konsternację wśród pacjentów i pracowników ośrodka. Ironią, ciętym językiem i sarkastycznym poczuciem humoru Domański skutecznie trzyma wszystkich na dystans, niechętnie wpuszczając innych do swojego życia i starając się ukryć prawdę o swoich problemach.

Nic dziwnego, że już na wstępie zraza do siebie swojego nowego szefa, Dyrektora Żyłkę (Sylwester Maciejewski) i że różnie wyglądają jego interakcje z resztą zespołu: pediatrą – Basią Targalską (Marta Król) całym

sercem oddaną swoim pacjentom i spodziewającą się wkrótce własnego dziecka, młodym ambitym lekarzem – Mieszkim Małeckim (Damian Kulec), ujmującą i empatyczną pielęgniarką – Anią (Anna Szymańczyk) oraz opryskliwą i wygadaną recepcjonistką – Grażyną (Jolanta Niedźwiecka). Śledząc zawodowe i prywatne perypetie każdego z nich, poznajemy historie ich pacjentów i ich własne, a jednocześnie widzimy ich w realiach doskonale nam znanych z życia – choć rzadko pokazywanych w serialach – źle wyposażonych gabinetów, zatłoczonych korytarzy i kolejek, gdzie toczą się niekończące się rozmowy o chorobach i o życiu.

Sytuację w przychodni i losy bohaterów dodatkowo komplikuje śmierć tajemniczego pacjenta (Cezary Szczygielski) oraz morderstwo, do jakiego dochodzi w mieszkaniu Domańskiego, które daje początek dwóm pełnym zagadkowym wątków i nieoczekiwanych odkryć śledztwom.

Wśród twórców *Gabinetu numer 5* znaleźli się autorzy sukcesu hitu *Czwórki Sprawiedliwi – Wydział Kryminalny*: scenarzysta – Przemysław Hoffmann, reżyser – Wojciech Todorow i producentka – Monika Galliot Salińska.

Za produkcję *Gabinetu numer 5* w ATM Grupie S.A. odpowiadają Monika Galliot Salińska i Elżbieta Szafrąńska.

OPOWIEM CI O ZBRODNI (C+I POLSAT)

A+E Networks realizuje nowy sezon cyklu dokumentalnego, w którym najpopularniejsi polscy pisarze pochylają się nad prawdziwymi sprawami kryminalnymi.

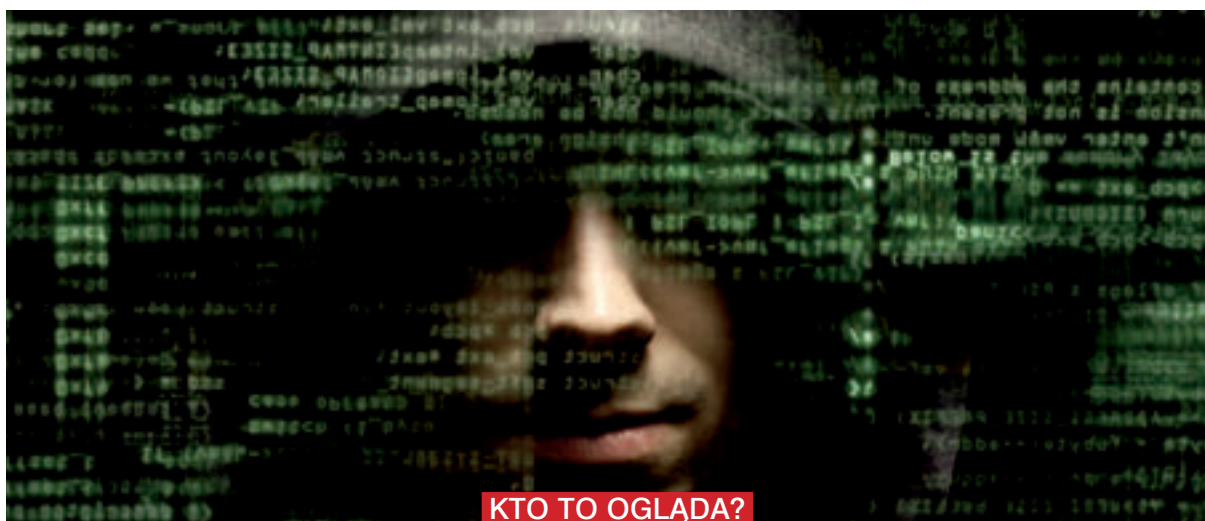
Nowa seria programu będzie liczyła 7 odcinków – emisja w telewizji Crime+Investigation Polsat (CI Polsat) w piątki od 20 września. Za produkcję programu odpowiada Kompania Mediowa, a ze strony A+E Networks producentem nadzorującym jest Agnieszka Kubiak, dyrektor ds. lokalnych produkcji i kreacji.

Na plan powracają czołowi polscy twórcy kryminałów znani z pierwszego sezonu: Igor Brejdygant, Wojciech Chmielarz, Marta Guzowska, Małgorzata i Michał Kuźmiński oraz Katarzyna Puzyńska. Do obsady serii dołączają także Joanna Opiat-Bojarska i Max Czornyj. W nowym sezonie *Opowiem ci o zbrodni* czołowi polscy pisarze przyjrzą się siedmiu prawdziwym zbrodniom, które wstrząsnęły Polską. W każdym z odcinków pisarze stają się narratorami, którzy opowiadają o wybranym przez siebie morderstwie w charakterystyczny dla siebie sposób. Podobnie jak przy pracy nad pierwszym sezonem, pisarze otrzymali dostęp do akt sądowych, dzięki którym starają się dokonać dogłębnej analizy

działań morderców. Zdjęcia studyjne wzbogacone zostaną nie tylko rekonstrukcjami przebiegu zbrodni i okoliczności, jakie do nich doprowadziły. Pisarze udali się także w miejsca kluczowe dla przebiegu zbrodni, rozmawiali z osobami zaangażowanymi w sprawy, z rodzinami ofiar. Wśród spraw poruszanych w najnowszych odcinkach znalazły się między innymi historia wampira ze Stefanowic, który mordował starsze kobiety, sprawa rytualnego mordu w bunkrze w Halembie oraz historia 24-letniego Patryka z Gdańska, którego ciało znaleziono po trzech tygodniach od momentu, gdy wyruszył w samotny rejs.

Serii będzie towarzyszyć nowy zbiór opowiadań oraz audobook przygotowany przez platformę Storytel. Przypomnijmy, że *Opowiem ci o zbrodni* był jedną z najchętniej oglądanych lokalnych produkcji A+E Networks. Cykl premierowo pokazywany na antenie Crime+Investigation Polsat w okresie od 17 października 2018 roku i w ciągu ostatniego roku dotarł do 2,6 miliona widzów, w tym 1,1 miliona w grupie 16-49.





KTO TO OGLĄDA?

JAK PRZEŻYĆ CYBERATAK?

Z badania ankietowego przeprowadzonego przez Business Centre Club pod koniec czerwca br. wśród firm członkowskich wynika, że ponad 60% respondentów doświadczyło ataku hackerskiego (61,76%).

Pomimo występowania przestępczości na tak dużą skalę, polski przedsiębiorca, który stał się ofiarą ataku hackerskiego, nie może liczyć na skuteczną pomoc państwa, prowadzącą do ustalenia i ukarania sprawcy cyberataku, na co wskazało 90,91% respondentów.

Zdaniem 75,76 % respondentów ani prokuratura, ani Biuro ds. Cyberprzestępczości Komendy Głównej Policji wraz z podległymi jednostkami (biurami) ds. cyberprzestępczości nie prowadzą skutecznej walki z cyberprzestępczością. Zdaniem respondentów, skuteczność w walce z cyberprzestępczością mogłoby poprawić przede wszystkim zwiększenie skuteczności działania organów ścigania (Policji, prokuratury) w wykrywaniu sprawców cyberprzestępstw (odpowiedziało tak 63,64% respondentów) oraz wprowadzenie rzeczywistej, a nie iluzorycznej odpowiedzialności funkcjonariuszy państwa (policjantów, prokuratorów) z tytułu niewykonywania bądź nienależytego wykonywania swoich obowiązków służbowych (30,3%). Zaledwie 6,06% respondentów odpowiedziało, że w zwalczaniu cyberprzestępczości mogłoby pomóc zwiększenie kar za popełnienie cyberprzestępstwa.

Polscy przedsiębiorcy uważają, iż funkcjonariusze państwa polskiego (policjanci, prokuratorzy) zwalczający cyberprzestępczość powinni podlegać odpowiedzialności służbowej – dyscyplinarnej (odpowiedziało

tak 79,41 %) z tytułu niewykonywania bądź nienależytego wykonywania swoich obowiązków służbowych. W dodatku zdaniem blisko 1/3 respondentów (32,35%), funkcjonariusze powinni podlegać odpowiedzialności cywilnej (odszkodowawczej) wobec ofiary cyberprzestępstwa, jak również odpowiedzialności karnej (29,41%). Jedynie 2,94% ankietowanych jest zdania, iż policjanci i prokuratorzy nie powinni podlegać jakiegokolwiek odpowiedzialności.

Komentarz Kamila Radkiewicza, eksperta BCC ds. prawa gospodarczego:

Cyberprzestępstwo jest przestępstwem przeciwko poufności, integralności oraz dostępności danych (nielegalny dostęp do systemu informatycznego, nielegalne przechwytywanie transmisji danych komputerowych, niszczenie danych oraz zakłócanie systemów komputerowych). Polskie prawo (Kodeks karny) przewiduje karalność m.in. takich cyberprzestępstw jak: niszczenie bądź uszkodzenie danych informatycznych oraz zakłócenie systemu komputerowego. Ustawodawca, próbując wzmocnić tzw. cyberbezpieczeństwo wprowadził ustawę o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa z 5 lipca 2018 r., która określa organizację krajowego systemu cyberbezpieczeństwa oraz zadania i obowiązki podmiotów wchodzących w jego skład. Co więcej, Policja posiada w swojej strukturze wyspecjalizowane

PREMIERA MIESIĄCA

komórki organizacyjne mające się zajmować rozpoznawaniem, zapobieganiem i zwalczaniem cyberprzestępczości oraz ujawnianiem i ściganiem jej sprawców – Biuro do Walki z Cyberprzestępczością Komendy Głównej Policji wraz z podległymi jej jednostkami (biurami) ds. cyberprzestępczości funkcjonującymi w ramach komend wojewódzkich.

Nasuwa się pytanie: dlaczego, w opinii polskich przedsiębiorców, walka z cyberprzestępczością jest w Polsce nieskuteczna i co należałoby uczynić, żeby sytuacja w tej materii uległa poprawie?

Bez wątplenia rację mają przedsiębiorcy, którzy twierdzą, że policjanci i prokuratorzy powinni ponosić rzeczywistą, a nie iluzoryczną odpowiedzialność z tytułu niewykonywania bądź nienależytego wykonywania swoich obowiązków służbowych. Nie do zaakceptowania jest bowiem sytuacja, w której funkcjonariusze umarzają postępowanie w sprawie dotyczącej popełnienia cyberprzestępstwa bez podjęcia nawet próby ustalenia sprawcy cyberprzestępstwa. Zwłaszcza że można obecnie zaobserwować tendencję do przekazywania spraw z zakresu cyberprzestępczości przez Biuro do Walki z Cyberprzestępczością Komendy Głównej Policji oraz podległe jej jednostki ds. cyberprzestępczości do komisariatów rejonowych, czyli jednostek nieposiadających specjalistycznej wiedzy w sprawach tzw. cyberprzestępstw. Taka praktyka z pewnością nie służy skutecznemu wykrywaniu sprawców cyberprzestępstw.

W sytuacjach zaniechania wykonywania swoich obowiązków służbowych wobec funkcjonariusza powinny być wyciągnięte konsekwencje służbowe. Funkcjonariusz otrzymuje bowiem wynagrodzenie z podatków i – podobnie jak każdy pracownik w sektorze prywatnym – powinien być rozliczany z efektów swojej pracy. Jeśli Policja nie jest w stanie powołać do służby zdolnych specjalistów ds. cyberprzestępczości pracujących z zaangażowaniem, powinna zlecać wykonywanie czynności eksperckich firmom z sektora prywatnego, wyspecjalizowanym w zakresie cyberbezpieczeństwa.

Konkludując, należy wskazać, iż nawet najlepsze ustawodawstwo nigdy nie zwiększy ochrony przedsiębiorców w zakresie cyberbezpieczeństwa, jeżeli organy ścigania nie będą prowadziły postępowań przygotowawczych w sposób całkowicie rzetelny i kompetentny, w razie potrzeby zlecając wykonywanie czynności eksperckich firmom z sektora prywatnego wyspecjalizowanym w zapewnianiu cyberbezpieczeństwa.

Nie ulega wątpliwości, iż zmniejszenie skali zjawiska cyberprzestępczości byłoby korzystne dla gospodarki, ponieważ straty ponoszone przez polskie firmy na skutek cyberprzestępczości z roku na rok rosną. Notabene, rozmiary cyberprzestępczości na świecie porównywalne są już obecnie z wartością całego rynku narkotykowego i szacowane są na poziomie 388 miliardów dolarów rocznie (źródło: Norton Cybercrime Report).



CIĘŻARÓWKĄ PRZEZ INDONEZJĘ

Rajskie plaże, przepiękne pola ryżowe, góry pokryte niedostępnymi lasami tropikalnymi oraz....korki! A to wszystko w przeżywającej niebywały boom Indonezji.

Charyzmatyczny Dawid Andres przemierzył już ciężarówką wzdłuż i wszerz Stany Zjednoczone oraz Wietnam. Czas ruszyć w kolejną obfitującą w niezwykle przygody podróż. Dawid ponownie wraca do Azji. Tym razem za kierownicą 18-kołowca przejedzie zatłoczoną i przepiękną Indonezję.

Kolejnym kierunkiem podróży najbardziej znanego kierowcy ciężarówką jest Indonezja. Przemierzając kraj od Dżakarty po Bali, Dawid Andres pozna tamtejsze zwyczaje i tradycje. Wystawi też na próbę swoją cierpliwość. Jak zniesie niepisane zasady ruchu drogowego, wszechpanujący zgilek i wielogodzinne korki?

Jednym z pierwszych przystanków na indonezyjskiej drodze Dawida jest trzydziestomilionowa stolica kraju, Dżakarta. Ruch w tym mieście nie podlega żadnym przepisom i ograniczeniom. Pobocza pełnią natomiast funkcję straganów, na których można kupić dosłownie wszystko – od przedmiotów użytkowych po jedzenie. Czy Dawidowi uda się tak sprawnie manewrować między samochodami a pieszymi, aby nie zrobić nikomu krzywdy i dowieźć ładunek do celu? Jak poradzi sobie z lokalnymi współpracownikami, nie znając języka?

W tym sezonie programu Dawid będzie poruszał się nie tylko ciężarówką. Zachodnią Jawę przemierzy lokalnym pociągami, a na Bali dopłynie promem. Czeką go także wiele niespodzianek – zwiedzi czynne wulkany, przekona się, jak smakują serce i krew kobry, a także spróbuje swoich sił w medytacji oraz surfing. Gdzie jeszcze zaprowadzi go ciekawość, otwartość i poczucie humoru?

Seria *Ciężarówką przez Indonezję* już od 20 sierpnia na antenie Discovery Channel.

NO, TO *lecimy*



Z kolejnym modelem szwedzkiej, pardon chińskiej, marki jest tak, jak z filmami klasyka komedii Billy'ego Wildera (dla przypomnienia urodzonego jeszcze pod zaborami, ale w naszej, galicyjskiej Węgierskiej Górze). Arcymistrz nigdy nie zeszedł poniżej swego wysokiego, ba najwyższego poziomu, nigdy nie rozczarował, ani nie zawiodł.

Podobnie Volvo, które od dawna, ale konsekwentnie buduje swój wizerunek firmy innowacyjnej, nowoczesnej i niezawodnej, dla której bezpieczeństwo użytkownika jest nie tylko w deklaracjach najważniejsze. Bo jest!

Kolejny dowód owej praktyki to nowy V60 Cross Country, mniejsza wersja świetnej limuzyny V90. Klasyczne kombi, które dostosowano do jazdy w terenie pozamiejskim, co z powodzeniem sprawdzają jego użytkownicy w górach i na nieutwardzonych drogach. Przypomnijmy, że samochody typu CC Volvo produkuje od blisko 20 lat, a ich znakiem wspólnym są: bezpieczeństwo, użyteczność i wszechstronność.

Z zewnątrz wszystko jakby znajome, choć zwraca uwagę prześwit

między osiami (aż 75 mm więcej od zwykłego V60). Właśnie o około siedem i pół centymetra różni się Volvo V60 Cross Country od „zwykłego” V60. Dokładniej: tyle wynosi różnica prześwitu w tych autach. Uteronowiona wersja ma aż 21 centymetrów miejsca między jezdnią a najniższym położonym punktem podwozia. Nie poraża za to jak w starszej i większej siostrze, długość samochodu. Oczywiście nie sposób nie zauważyć trochę inny zderzak, progi i nadkola, przypominające o terenowym charakterze modelu za sprawą plastikowych nakładek.

Wnętrze także wygląda znajomo. Znajomo też niestety przeszkadza przeciwsłoneczna maska nad głową kierowcy. Jeśli ktoś, jak piszący te słowa, nie należy do wielkoludów i musi dość blisko przesunąć fotel do przodu, to podczas korzystania z daszka zawsze zahaczać będzie o swoje czoło. Ni by mała rzecz, a dość dokuczliwa. Pozostałe elementy, jak w innych modelach firmy, tak samo praktycznie rozmieszczone, a w centrum ergonomiczne fotele, pozwalające przejechać bez zmęczenia wiele kilometrów. Do korzystania z centrum

multimedialnego zaprasza znajomy „jęzor” z wszystkimi niezbędnymi pokrętkami, wskaźnikami, dużym ekranem.

Wnętrze robi wrażenie przestronnego i takie w rzeczywistości jest. Z tyłu wygodna, obszerna kanapa, na korzystanie z której nie będą narzekać nawet posiadacze ponadprzeciętnego wzrostu. A za nimi bagażnik o pojemności 529 litrów. Duży? Duży, ale trudno, żeby w prawdziwym kombi nie mieściły się cztery postawione pionowo walizki i cała masa mniejszych pakunków.

Jazda na każdej nawierzchni nie pozostawia złudzeń co do tego, że mamy do czynienia z dużym, dobrze wyważonym i bezpiecznym samochodem. O ten ostatni element dbają rozliczne systemy, których wymienienie zajęłoby kilkanaście następnych akapitów, ale wszystkie one nie są wynikiem działania oszałamiających specjalistów, ale świadomym zabiegiem, których efekt ma zminimalizować, albo wręcz wykluczyć kolizję lub jej skutki.

I tylko o dwóch więcej. Tzw. Pilot Assist, który niewątpliwie robi duże wrażenie. Nie tylko utrzymuje auto

na właściwym pasie, w odpowiedniej odległości od innych pojazdów, ale też wykonuje niewielkie skręty.

Wart zauważyć, nawet za dodatkową dopłatą jest Cross Traffic Alert, który jest nie tyle czujnikiem parkowania, co asystentem podczas wyjeżdżania z parkingu. Gdy cofasz się i nie widzisz nic z lewej ani prawej strony, system monitoruje, czy z boku nie zbliża się auto i ostrzega o tym kierowcę.

V60 CC świetnie radzi sobie na nieutwardzonych drogach. Ma standardowy napęd na cztery koła we wszystkich odmianach silnikowych. Jazdę ułatwią także systemy elektroniczne: Hill Descent Control (wspomagający pokonywanie stromych zjazdów), system kontroli trakcji, Corner Traction i tryb jazdy Off-Road. Tym sposobem V60 Cross Country kontynuuje tradycję uterenowionych kombi, którą rozpoczął model V70 Cross Country w 1997 roku.

Testowany model nie sprawił zawodu jako pożeracz paliwa, przy spokojnej jeździe i świadomym unikaniu kosmicznych prędkości jego zbiornik zapewnia ponad sześćset-kilometrową jazdę bez konieczności wizyty na stacji benzynowej. Oczywiście przy tej masie nie ma mowy o rekordach małego spalania, ale trochę ponad 7 litrów oleju napędowego na sto kilometrów poza miastem i litr więcej w mieście to nie powód do dramatu.

Automatyczna skrzynia biegów działa płynnie i niezauważalnie. Słychać znajome przy dieslu „klekotanie”, ale i do niego można się przyzwyczaić.

Podobnie, jak do nieco głośniejszej pracy silnika i „uczulenia” na boczny wiatr, ale tu kłania się ów wspomniany na wstępie prześwit. V60 Cross Country jest o włos głośniejsze i bardziej podatne na boczny wiatr od wersji „zwykłej”.

Po niewyczerpującej jeździe, w której może nam towarzyszyć znajoma muzyka ze świetnie działającego systemu audio, docieramy bezpiecznie do celu podróży z poczuciem, że oto mamy do dyspozycji samochód, którego wysoka cena znajduje uzasadnienie w każdej minucie użytkowania. (jk)



EMIRATES w Dubaju

Linie Emirates, partner kategorii Premier i oficjalna linia lotnicza Expo 2020 w Dubaju, zaprezentowały projekt i planowane atrakcje niezwykle nowoczesnego pawilonu szykowanego na wielkie wydarzenie, które potrwa pół roku. Projekt pawilonu Emirates i program dla zwiedzających wykorzystuje interaktywne technologie i koncepcje, których motywu przewodnim jest przyszłość lotnictwa komercyjnego. Przewoźnik rozpoczął już budowę pawilonu – prace ruszyły w marcu tego roku.

– Z ogromną dumą prezentujemy pierwsze szczegóły dotyczące pawilonu Emirates, który odzwierciedla motywy przewodnie Expo 2020 w Dubaju. Cele naszego pawilonu zasadniczo pokrywają się z celami całej wystawy – to rozwój połączeń, tworzenie doświadczeń oraz sprzyjanie kreatywności i innowacyjności, co ma inspirować do działania na rzecz lepszej przyszłości. Wizjonerski program zaprezentuje najbardziej obiecujące rozwiązania w dziedzinie lotnictwa i będzie okazją do podkreślenia roli mobilności w dzisiejszym i przyszłym świecie – komentuje Jego Wysokość Szejk Ahmed bin Saeed Al Maktoum, prezes zarządu Grupy Emirates.

Wystawa światowa Expo 2020 w Dubaju potrwa od 20 października 2020 do 10 kwietnia 2021 roku. To wydarzenie, którego nie można przegapić – na zwiedzających czekają wyjątkowe atrakcje w pawilonach 190 krajów, a także bogaty program rozrywkowy składający się między innymi z codziennych imprez na żywo, parad, festiwali muzycznych i kulturalnych oraz inspirujących wykładów i warsztatów. Smakosze poszukujący innowacyjnych koncepcji kulinarnych będą mieli okazję spróbować kuchni z każdego zakątka świata, mając do wyboru ponad 200 różnych dań z food trucków i 34 unikalnych potraw nigdy wcześniej nieserwowanych w Dubaju.

Nawiązując do trzech motywów przewodnich Expo 2020: mobilności, możliwości i zrównoważonego rozwoju, pawilon Emirates przypomina kształtem dynamiczne linie skrzydeł samolotu wznoszącego się w przestrzeń. W 26 pochylonych żebrach nośnych podtrzymujących fasadę pawilonu umieszczonych zostanie ponad 800 metrów świetlówek LED, które stworzą multimedialne efekty i wrażenie przemieszczania się po konstrukcji podczas pokazów światła organizowanych każdego wieczora w trakcie Expo. Do budowy zostaną wykorzystane najnowsze technologie produkcyjne, techniki budowlane i ekologiczne elementy konstrukcyjne, takie jak: zintegrowane panele słoneczne, ekologiczna produkcja poza terenem budowy, zautomatyzowane osłony przeciwsłoneczne, czy zieleń na zewnątrz i wewnątrz pawilonu.

Trzykondygnacyjny, wielofunkcyjny obiekt o powierzchni 3300 m² będzie znajdował się w sąsiedztwie pawilonu Zjednoczonych Emiratów Arabskich i w niewielkiej odległości od pawilonu Al Wasl – samego centrum wystawy. Podczas Expo 2020 pawilon Emirates będzie mógł przyjąć ponad 56 tys. gości miesięcznie.



NASZ NOWY DOM (140)

Wola Starogrodzka koło Garwolina. Wdowiec pan Zbigniew mieszka tu z trojgiem dzieci. Za dom służy zaadoptowany budynek gospodarczy. Niestety, nie spełnia on żadnych wymogów.



EMISJA: 7 września, godz. 14.00

ŚLEDZCY DO PARY (SEZON 3)

Były hokeista Matt Shade oraz jego partnerka Angie po raz kolejny wykażą się sprytem, odwagą i logicznym myśleniem podczas rozwiązywania kryminalnych zagadek.



EMISJA: od 13 września, godz. 20.00

UCHO PREZESA

A w nim m.in.: zaskakujące pomysły Mariusza, złote myśli Pani Basi, rewolucyjne inicjatywy Ministra Wojny oraz przede wszystkim godne pozazdrosczenia opanowanie Prezesa.



EMISJA: od 16 września, godz. 20.00

TAJMENICE II WOJNY ŚWIATOWEJ

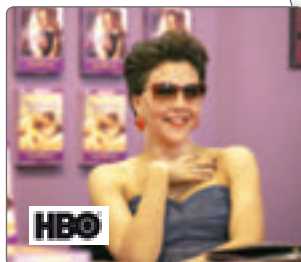
Seria niezwykłych dokumentów, odsłaniających nieznane lub słabo dotąd rozpoznane kulisy wybranych epizodów i postaci ostatniej wojny, w 80. rocznicę jej wybuchu.



EMISJA: od 1 września, godz. 21.00

KRONIKI TIME SQUARE III

Trzeci sezon obrazoburczego serialu z doskonałym duetem: James Franco oraz Maggie Gyllenhaal opowiadający o początkach pornobiznesu w Nowym Jorku lat 60/70-tych.



EMISJA: od 10 września, godz. 21.00

ROZPUSTNICE

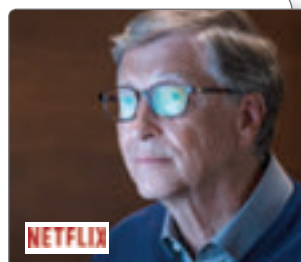
Margaret Wells ma być zesłana do Ameryki, a Lydia Quigley marnieje w Bedlam. Wszystko wskazuje na to, że Charlotte i Lucy mogą wreszcie uwolnić się od problemów swojej matki...



EMISJA: od 18 września, godz. 22.30

W GŁOWIE BILLA GATESA

Współzałożyciel Microsoftu, Bill Gates, niezwykle otwarcie opowiada o swoim dzieciństwie, karierze i pragnieniu poprawiania jakości życia w rozwijających się krajach.



EMISJA: 20 września, godz. 20.00

GÓRY: ŻYCIE NAD CHMURAMI

Wyprawa na sam szczyt szczytów gwarantuje zapierające dech w piersiach widoki oraz ekstremalne warunki, które panują w najbardziej majestatycznych górach na świecie.



EMISJA: od września, godz. 11.00

SKANDALE HOLLYWOOD

Ciemna strona amerykańskiej fabryki snów. Historie Charliego Sheena, oskarżanego o wiele przestępstw oraz Mela Gibsona, giganta showbiznesu, człowieka instytucji oraz... skandalisty.



EMISJA: od 11 września, godz. 20.00

SHERLOCK HOLMES: GRA CIENI

Druga odsłona przygód genialnego detektywa Sherlocka Holmesa i jego przyjaciela dr Johna Watsona. Tym razem bohaterowie są na tropie profesora Jamesa Moriarty'ego.



EMISJA: 8 września, godz. 17.40

AMELIA EARHART

Ameryka, lata 20. XX wieku. Młoda Amelia Earhart nie chce, jak swoje rówieśniczki spędzić całego życia u boku męża i gromadki dzieci. Jej marzeniem jest zdobycie licencji pilota.



EMISJA: 7 września, godz. 18.10

GRZMOTOMOCNI: SAMI W DOMU

Phoebe Grzmotomocna i jej brat Max tylko z pozoru są zwykłymi nastolatkami. Tak naprawdę należą do rodziny superbohaterów i mają oczywiście nadnaturalne moce.



EMISJA: od 7 września, godz. 19.30

POLICJANTKI I POLICJANCI (SEZON 11)

Radykalne zmiany i zwroty akcji w życiu bohaterów. Najbardziej szokującą decyzję podejmie ten, grany przez Mariusza Węglowskiego – byłego antyterrorystę, obecnie muzyka i aktora.



EMISJA: od 2 września, godz. 19.00

NEFRYTOWA GORĄCZKA

Jeśli rodzina Bunce'ów nie znajdzie szybko najwyższej jakości nefrytu, będzie musiała wycofać się z interesu. Claudia ma nadzieję, że jeszcze raz uśmiechnie się do nich szczęście.



EMISJA: od 2 września, godz. 18.00

FUKUSHIMA – KRAJOBRAZ PO KATASTROFIE

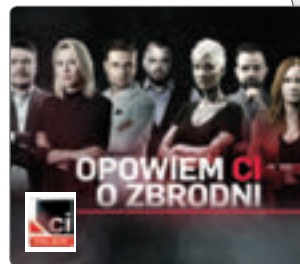
Po katastrofie w Fukushima byli żołnierze marynarki wojennej Joel Lambert odwiedza ten teren ze specjalną misją. Jak wygląda sytuacja w elektrowni jądrowej od czasów tsunami?



EMISJA: od 9 września, godz. 20.45

OPOWIEM CI O ZBRODNI

W najnowszym sezonie powracają czołowi polscy twórcy kryminałów, m.in.: Igor Brejdygant, Małgorzata i Michał Kuźmiński oraz Joanna Opiat-Bojarska i Max Czornyj.



EMISJA: od 20 września, godz. 22.00

CHARLIE ST. CLAUD

Charlie St. Cloud jest świetnym żeglarzem. Życi z sobą chłopcy osiągają sukcesy w wyścigach żagliwek. Pewnego wieczoru dochodzi do tragedii. Sam ginie na miejscu w wypadku samochodowym.



EMISJA: 7 września, godz. 15.15

PARAS: JEDNOSTKA SPECJALNA

Parachute Regiment – piechota spadochronowa Brytyjskiej Armii zwana potocznie Paras – jest uważana za jedną z najlepiej wyszkolonych i elitarnych jednostek sił lądowych na świecie.



EMISJA: od 16 września, godz. 22.30

AGENCI NCIS (SEZON 13)

Grupa dochodzeniowa NCIS rozwiązuje zagadki kryminalne dotyczące Marynarki Wojennej i Korpusu Marines. Kieruje nią agent specjalny Leroy Jethro Gibbs, były komandos.



EMISJA: od 5 września, godz. 21.00

WSPANIAŁE FILIPINY: DZIEWICZY RAJ

Kolejne spotkanie z dziką przyrodą pięknych i tajemniczych Filipin zaczyna się od podziwiania żółwi, rekinów i mant, a kończy – próbą złapania jadowitego węża.



EMISJA: od 7 września, godz. 16.00



LUDZKI PAN

Za górami, za lasami... w środku zjednoczonej Europy leży miasto P. Ani duże, ani małe, ani nadmierne bogate, ani skrajnie biedne, ale za to pięknie położone na wzgórzach z widokiem na zalesioną okolicę i rwącą rzekę. Historia zostawiła w nim liczne ślady, kilka wspaniałych świątyń różnych wyznań, mieszane narodowościowo społeczeństwo, a bliskość granicy, kiedyś z Sowietami, a teraz z Ukrainą, zawsze dawało miastu i jego mieszkańcom poczucie ważności, a nawet wyjątkowości.

W P. urodził się przed kilkudziesięcioma laty pewien chłopak. Ani mały, ani duży, ani przesadnie obdarzony przez naturę wianuszkami talentów, ani też naznaczony piętnem najgorszego w klasie. Ot, taki zwykły szary „Polak z PRL-u”, jakich miliony zaludniały ten piękny kraj. Młody Marek bardziej niż do edukacji garnął się do długowłosych przebiegaczy, dzięki czemu poznał smak dostępnych wtedy w dużym asortymencie win owocowych i innych używek. Udało mu się jednak jakoś skończyć szkołę średnią, zdać maturę, a nawet trochę postudiować to i owo. Ze wskazaniem na OWO.

Wiatr historii po latach błędów i wypaczeń, bo jak inaczej nazwać teraz działalność w pewnym niezależnym i samorządnym związku zawodowym, powiał mu pod skrzydła w stronę Jarosława K. i zaraz potem jego dotąd smutne i nudne życie nabrało tempa i kolorów.

Piorunem dostał się na Wiejską, sumiennie wypełniał wszystkie polecenia władz partyjnych, nie zabierał po próżnicy głosu, siedział w kącie i się dosiedziało. Nie spodziewanie dla samego siebie i wstrząsu, jaki musieli przeżyć jego krajanie, pamiętający niezbyt błyskotliwe dzieciństwo i młodość bohatera opowieści, został pewnego listopadowego dnia Dwójką – drugą osobą po prezydencie w państwie. A potem, o czym teraz już wie każde europejskie dziecko, rozlała się niczym Żwirko & Wigura i Skalski razem wzięci, zabierając w swe podniebne podróże rodzinę i kolegów. I byłby tak latał i latał, gdyby nie jedne uparte pismaki z ulicy Czerskiej.

Kiedy się wypełniły dni... – jak pisał klasyk – i nadejsza pora egzekucji, koło ratunkowe próbowali

mu rzucić lokalsi, urządzając wiece i konferencje poparcia dla „naszego kochanego pana marszałka”. Że taki był ludzki, że przyjeżdżał, otwierał, przecinał i chwalił. Że za zjedzone pierogi sam płacił, panie całował w ręce, a panów poklepywał po odzianych w wyjściowe marynarki plecach. Cały ten śmieszny, niczym posłanka P. w kąpiel, happening relacjonował z pełną powagą i na żywo kanał informacyjny państwowej telewizji, co nikogo nie zdziwiło, bo od dawna specjalizuje się z politycznych horrorach klasy G. A Dwójce i tak nie pomógł!

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

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

REKLAMA: reklama@telepro.com.pl

ZDJĘCIA: Ciężarówką przez Indonezję/
Discovery Channel (okładka), Szkoła Wajdy,
10 OIFF, Sony Professional Solutions Europe,
OnePlus, Bowers & Williams, BenQ GmbH,
LBL Corp., Pioneer/Panasonic Polska,
Philips Polska, Marantz Europe,
Ericsson Polska, CNN Int. Communications,
CDT, Depositphotos Inc. oraz zespoły
prasowe i PR dystrybutorów filmowych, stacji
telewizyjnych, kanałów tematycznych i platform
satelitarnych.

Festiwale, targi i nagrody, którym patronujemy



POLSKI PROGRAM

PRAWDZIWE HISTORIE



OPOWIEM **CI** O ZBRODNI

NOWY SEZON

CRIME+
INVESTI
GATION
POLSAT

PIĄTKI 22:00
OD 20 WRZEŚNIA

DYSTRYBUCJA:

Karol Bek
Senior Commercial Director Poland + CEE
tel. +48 784 347 852
e-mail: karol.bek@aenetworks.co.uk

Tomasz Wysocki
Communications and Business
Development Manager, CEE
tel. +48 784 347 246
e-mail: tomasz.wysocki@aenetworks.co.uk

MIĘDZYNARODOWY KANAL INFORMACYJNY, 24H NA DOBĘ

LIBERTÉ • ÉGALITÉ • ACTUALITÉ

**FRANCE
24**

Dostępny w wersji angielskiej, francuskiej i arabskiej.

Dystrybucja w Polsce: Delegata
Kontakt: k.kolodziej@delegata.pl



@FRANCE24