

teletemat

Zabawa w Mikołaja, czyli świąteczne promocje

Opr. AM 8

kabelmix

XXV Konferencja KIKE i Zjazd MiSOT

Wielka integracja

Opr. AK 16

Przywrócić symetrię rynkowi

z Bogdanem Łagą, wiceprezesem zarządu PIKE,
i doktorem Jackiem Wyszynskim z UMK w Poznaniu,
rozmawia Jerzy Papuga 20

kabelmix – aktualności 23

telemix

Zintegrowane badanie mediów i koncepcja KRRiT

Złoty środek w „złotym standardzie”?

„TELEKABEL & digital tv” rozmawia
z Pawłem Laskowskim, prezesem zarządu PBI
(Polskie Badania Internetu) 30

VideoWars by ScreenLovers 4.

Nowy ekranowy ład

Danuta Harenda 34

Nowe włości Wirtualnej Polski

Tekst: Wirtualna Polska 37

VOD – rynek bez dna?

„TELEKABEL & digital tv” rozmawia
z Antonino de Gregorio, managing directorem
spółki love to talk 38Teatr Pieśń Kozła i Anna Maria Jopek
w międzynarodowej superprodukcji HISTORY...

...Wikingowie

Tekst: A+E 40

wieści z platform 43

telemix – aktualności 46

warto zobaczyć

programy AXN, AXN White, AXN Black, AXN Spin 52

programy FOX, FOX Comedy 53

programy 13 Ulica, SCI FI, E! Entertainment 54

programy Kino Polska, Zoom TV 56

programy HISTORY, HISTORY2, CI Polsat, Lifetime 58

8

Świąteczna
WypzedażZABAWA W MIKOŁAJA,
CZYLI ŚWIĄTECZNE PROMOCJE

Przyznam szczerze, że można się całkowicie pogubić w gąszczu ofert, atakujących nas ze wszystkich stron i zachęcających do podpisania jakiejś umowy lub kupna czegoś. W sklepach królują wypzedaże przedsezonowe, międzysezonowe i posezonowe, co sprawia, że praktycznie przez cały rok możemy trafić na jakąś obniżkę cen. W branży telekomunikacyjnej okazji takich jest mniej, stąd intensyfikacja akcji promocyjnych w okresach przedświątecznych.

20

PIKE
BADANIE JAKOŚCI
OFERTY
PROGRAMOWEJ
Bogdan Łaga, Jacek WyszynskiUNIWERSYTET
IM. ADAMA MICHAŁOWICZA
W POZNANIU
cast
ANALIZA ZAWARTOŚCI MEDIÓW

PRZYWRÓCIĆ SYMETRIĘ RYNKOWI

„Kanałów przybywa, a unikatowych i atrakcyjnych treści nie”. Przeglądając koncesje nadawców, nabraliśmy wątpliwości, czy produkt, za który operatorzy kablowi płacą od gniazdka, jest zgodny z zapisami koncesyjnymi. A operatorzy płacą coraz więcej. PIKE jako reprezentant środowiska kablowego postanowiło rozwiązać powstałe wątpliwości i znaleźć niezależną, cieszącą się poważaniem instytucję, która przeprowadziłaby rzetelne badania zawartości kontentu nadawców. – mówi **Bogdan Łaga, wiceprezes zarządu PIKE.**

o/o Chata i... chwata o/o

grudzień 2019



Bogdan Borusewicz

Ekipa TVP chciała udowodnić, że wice-marszałek Senatu Bogdan Borusewicz lata z Warszawy do Gdańska samolotem po to, żeby wyprowadzać psa. W związku z takimi insynuacjami B. Borusewicz wystąpił przeciwko TVP do sądu. W odpowiedzi TVP wysłała pod dom marszałka dziennikarkę z reporterem, którzy mieli udokumentować jego spacer. Po czterech godzinach bezowocnego oczekiwania zaczęli sąsiadkę B. Borusewicza, od której dowiedzieli się, że pies marszałka od dawna nie żyje.

Źródło: „Gazeta Wyborcza”, 21 listopada 2019 r.

„W estetyce miasta chodzi o to, by obiekty pozostawały tym, czym są. Tu reklama niczego nie wnosi, nie jest kreatywnym ograniczeniem tej stacji. To ordynarne oklejanie niczemu nie służy” – stwierdziła Aleksandra Stępień-Dąbrowska, prezes stowarzyszenia „Miasto Moje, a w Nim”. Była to reakcja na kampanię serialu „Wataha”, w ramach której HBO okleiło materiałami reklamowymi większość powierzchni ścian stacji metra Ratusz Arsenal.



Źródło: „Gazeta Wyborcza”, 1 grudnia 2019 r.

programy Planete+ 60

programy National Geographic,
National Geographic Wild, Nat Geo People 61

programy Polsat Viasat Explore,
Polsat Viasat History, P
olsat Viasat Nature, Epic Drama 62

telekomunikacja

Czy Big Data ma sens w MŚP?

Tekst: Konica Minolta 64

telekomunikacja – aktualności 65



VIDEOWARS BY SCREENLOVERS 4

W czasach, w których głównym źródłem wiedzy specjalistycznej bywa internet i jego wyszukiwarki, konferencje – jak ta – oraz ich prelegenci wprowadzają do przypadkowego zbioru profesjonalnych haseł i pojęć, jakie czerpiemy (niekiedy dość powierzchownie) z globalnej sieci – pewien ład. Jak widać po tegorocznej, wysokiej frekwencji konferencji ScreenLovers – kadra średniego szczebla firm medialnych jest wręcz spragniona uporządkowania zjawisk otaczającej nas rzeczywistości, głównie określenia nowych trendów telewizyjnych i wideo.



VOD – RYNEK BEZ DNA?

Konsumenci treści SVOD czy VOD to zazwyczaj osoby, które nie zawsze decydują się na posiadanie telewizji linearnej. Ten trend widać szczególnie u młodych (20+), którzy wybierają płatne platformy, rezygnując z oferty operatorów kablowych i satelitarnych. Ich oczekiwania są zupełnie inne, nie są przywiązani sztywno do ramówki i nie siedzą przed telewizorem, czekając na premierę serialu, którą narzuca im nadawca. Sami decydują, kiedy i jak chcą obejrzeć dany tytuł – mówi **Antonino de Gregorio, managing director spółki love to talk.**