

Paweł Nowak

TELEWIZJA LAT 90. VS TELEWIZJA XXI WIEKU

TELEVISION IN THE NINETIES VERSUS TELEVISION IN THE 21ST CENTURY

STRESZCZENIE

Telewizja na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat uległa znaczącym zmianom i przeobrażeniom. Przede wszystkim mamy do czynienia z ciągłym rozwojem technologicznym tego medium, który jednocześnie powoduje wprowadzanie kolejnych udogodnień dla odbiorców. Zmienia się sposób produkcji i nadawania kanałów telewizyjnych, a także pozycja widza w świecie mediów telewizyjnych. Artykuł w sposób syntetyczny opisuje rozwój telewizji od momentu jej wynalezienia do czasów współczesnych. Analiza skupia się na okresie od lat 90. XX wieku do 2019 roku. Stosując perspektywę medialno-materialistyczną proponowaną przez Denisa McQuaila, opisano proces przejścia od telewizji analogowej do emisji cyfrowej połączonej z dystrybucją programów w internecie. Autor podjął także próbę zdefiniowania i opisanego aktualnego etapu rozwoju telewizji, nawiązując do podziału zaproponowanego w latach 90. ubiegłego wieku przez Elżbietę Kindler-Jaworską, a także analizując aktualne trendy w rozwoju technologicznym tego medium.

Słowa kluczowe: telewizja, cyfryzacja, nowe media, historia telewizji, DVB-T, VOD

SUMMARY

In the last several dozen years television has undergone significant changes and transformations. Primarily we are dealing with the continuous technological development of this medium, which at the same time lead to the introduction of further features for viewers. The way of production and broadcasting of television channels is changing, but also the position of tv viewers in the world of television media. The article in a synthetical way describes the development of television since its invention to modern times. The analysis focuses on the period from the nineties to the year 2019. The transition from analog to digital television with network distribution was described using the media-materialist approach from media-centric media theory by Dennis McQuail. The author tries to define and describe the current stage of television development referring to the division proposed in the nineties by Elżbieta Kindler-Jaworska, also analyzing the current trends in the technological development of this medium.

Keywords: television, digitalisation, new media, television history, DVB-T, VOD

WPROWADZENIE

Inspiracją do powstania artykułu jest zaproponowany przez Elżbietę Kindler-Jaworską (2000, s. 3) podział historii telewizji na cztery etapy, które – jak obrazują czasy współczesne – już się wyczerpały i wymagają uzupełnienia. Zdaniem Kindler-Jaworskiej pierwszym etapem rozwoju telewizji była telewizja czarno-biała. Drugi etap przenosi nas – w zależności od analizowanego regionu świata – do lat 30. lub 40. XX wieku. Było nim wynalezienie telewizji kolorowej, która w Polsce została wprowadzona dość późno. Jak proponuje Kindler-Jaworska, za trzeci etap rozwoju telewizji można uznać rozpoczęcie wykorzystywania transmisji satelitarnej do wielokanałowej emisji programów. W roku 2000 E. Kindler-Jaworska zakończyła swoją klasyfikację na czwartym etapie, którym jej zdaniem było wprowadzenie telewizji cyfrowej¹.

Celem niniejszego artykułu jest zidentyfikowanie zmian w telewizji, które posłużą do zaproponowania nazwy i opisu piątego etapu rozwoju tego medium.

Jedenasta muza², której historia sięga lat 70. XIX wieku (Bajka 2008, s. 194), miała zagrozić istniejącym już wcześniej mediom – prasie i radiofonii. Jednak tak się nie stało, co więcej, stare i nowe media wspólnie czerpią z jej osiągnięć. Czym różni się telewizja lat 90. od współczesnej i jakie perspektywy w XXI wieku rysują się przed medium, w którego powstaniu mieli udział również Polacy? (Bajka 2007, s. 35).

Telewizja podlegała i podlega nieustannym przemianom na przestrzeni ostatnich kilku dekad. Mamy do czynienia z dużą zmianą w rozpowszechnianych treściach i trendach programowania telewizyjnego

1 Proces wprowadzania Naziemnej Telewizji Cyfrowej opisałem w artykule: *Multipleksy – nowe (ale czy wykorzystane?) możliwości*. Zeszyty Prasoznawcze, 2018, nr 3 (235), s 404–428.

2 Słownik języka polskiego PWN, www.sjp.pwn.pl/sjp/jedenasta-muza;3028269.html (dostęp: 8.04.2019). Należy zaznaczyć, że istnieje także opinie, zgodnie z którymi jedenastą muzą jest radio, a telewizja dwunastą – zob. Nitroblog, XI muza, www.blog.nitrofilm.pl/2011/12/xi-muza (dostęp: 8.04.2019).

(Wawer 2018, s. 91). Przede wszystkim na przestrzeni minionych 30 lat obserwujemy ogromny, równie istotny, rozwój technologiczny przekazu telewizyjnego.

Niniejszy artykuł jest podsumowaniem rozważań prowadzonych z wykorzystaniem dwóch metod badawczych. Pierwsza z nich – analiza źródeł zastanych – posłużyła do pozyskania informacji o najważniejszych – zdaniem autora – innowacjach technologicznych, wprowadzanych na przestrzeni lat a dotyczących funkcjonowania telewizji. Druga – studium przypadku – umożliwiła głębszą analizę wpływu i perspektyw, które powstały przed omawianym medium w wyniku wprowadzonych zmian technicznych. Autor próbuje uzyskać odpowiedzi na pytania postawione we wstępie, przyjmując zaproponowaną przez Denisa McQuaila perspektywę medialno-materialistyczną, która jest skoncentrowana m.in. na aspekcie technologicznym mediów w komunikowaniu masowym (McQuail 2012, s. 30–33). Należy również podkreślić, że ze względu na ograniczoną objętość autor skupia się na zmianach technologicznych, które zachodziły i zachodzą w funkcjonowaniu telewizji w Polsce, jednakże są one tożsame, a w niektórych przypadkach bogatsze od tych obecnych na europejskich i światowych rynkach mediów.

TELEWIZJA DO KOŃCA LAT 90. XX WIEKU

Przyjmując klasyfikację zaproponowaną przez Elżbietę Kindler-Jaworską (2000, s. 3), możemy wyróżnić co najmniej cztery etapy rozwoju telewizji na przestrzeni historii mediów. Pierwszym z nich jest okres od momentu wynalezienia telewizji do emisji pierwszego programu. Mowa w tym przypadku przede wszystkim o przesyłaniu czarno-białego, monofonicznego obrazu na odległość za pośrednictwem analogowej telewizji naziemnej.

Drugi etap rozwoju popularnego medium to wprowadzenie telewizji kolorowej, które zarówno na świecie, jak i w Polsce poprzedzone było szeregiem eksperymentów i następowało stopniowo. Po raz

pierwszy audycję telewizyjną w kolorze z wykorzystaniem systemu SECAM zaprezentowano w Polsce 21 kwietnia 1966 roku w Instytucie Łączności w Miedzeszynie (Kronika Polskiej Telewizji 1). Natomiast widzowie Telewizji Polskiej wybrane pozycje programowe w kolorze mogli oglądać dopiero od 6 grudnia 1971 roku (Kolor – rewolucja w telewizji).

Po uruchomieniu telewizji kolorowej przez niemal dwie dekady nie wprowadzano żadnych istotnych zmian technologicznych w działalności tego medium na świecie. Kolejny przełom, tym razem nakierowany jeszcze bardziej na aktywnego widza, miał miejsce 1 stycznia 1989 roku. Telewizja w Polsce zyskała wtedy darmową, elektroniczną „gazetę”, czyli teletekst. Odbiorcy wyposażeni w odpowiednie odbiorniki telewizyjne zyskali dostęp do początkowo dwustustronicowego, stale aktualizowanego dodatku do sygnału telewizyjnego, a nadawcy dodatkowe pole do przekazywania informacji i kontaktu z widzem. Pięć lat później Telewizja Polska wprowadziła dodatkową funkcję do swojej „Telegazety”. Była nią emisja napisów listy dialogowej przeznaczona dla osób niesłyszących i niedosłyszących (Świerczyńska-Głównia 2017, s. 250; TVP Tygodnik).

Zmiany geopolityczne, a także gospodarcze przełomu lat 80. i 90. XX wieku spowodowały niewątpliwie przyśpieszenie rozwoju mediów prywatnych i komercyjnych w Polsce. Jeszcze przed uchwaleniem przez Sejm ustawy o radiofonii i telewizji, która powoływała Krajową Radę Radiofonii i Telewizji

jako organ państwowy właściwy w sprawach radiofonii i telewizji. Krajowa Rada stoi na straży wolności słowa w radiu i telewizji, samodzielności dostawców usług medialnych i interesów odbiorców oraz zapewnia otwarty i pluralistyczny charakter radiofonii i telewizji” (Ustawa o radiofonii i telewizji 1992, poz. 34)

w Polsce rozpoczęła działalność pierwsza telewizja komercyjna. 5 grudnia 1992 roku nadawanie zainaugurowała telewizja Polsat. Sygnał po raz pierwszy w historii polskich mediów był przesyłany drogą satelitarną z Holandii. Takie rozwiązanie wynikało z ówczesnych

uregulowań prawnych w Polsce. Emisja satelitarna pozwoliła objąć sygnałem nowej telewizji nie tylko całą Polskę, lecz także kontynent europejski. Wprowadzenie przekazu satelitarnego było początkiem „otwartej walki o rynek mediów, zwłaszcza audiowizualnych” (Filas 2010, s. 27–54) w Polsce.

Mając na uwadze wspomnianą wcześniej perspektywę medialno-materialistyczną, a także aspekt technologiczny, za kolejny ważny etap w rozwoju telewizji można uznać wprowadzenie emisji satelitarnej w formacie cyfrowym. Co ciekawe, pionierem w tym zakresie na polskim rynku mediów była ponownie telewizja prywatna. Taką drogę dosyłu swojego programu do nadajników naziemnych wybrała Telewizja Wisła 20 grudnia 1995 roku (Dębicka 1995, s. 2; Lepak 1995). Pierwszym ogólnodostępnym polskim kanałem tematycznym, emitowanym w systemie cyfrowym, był program Tylko Muzyka, którego nadawanie 19 kwietnia 1997 roku rozpoczęła Telewizja Polska. Jednakże cyfrowa „rewolucja” w ofercie Telewizji Polskiej była niezgodna z przepisami i pierwszy w historii TVP kanał tematyczny został ostatecznie zamknięty 15 lutego 1998 roku. Powodem było krytyczne stanowisko KRRiT. To pokazuje, że przeszkodę w dynamicznym rozwoju nowych technologii telewizyjnych w Polsce stanowiła nie tylko ekonomia. KRRiT podkreśliła, że zadaniem nadawcy publicznego jest „przede wszystkim wypełnienie misji telewizji publicznej zgodnie z wymogami zawartymi w ustawie o radiofonii i telewizji” (Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji 1998, s. 70). Polski regulator rynku zaznaczył, że zarówno ówczesny statut TVP S.A., jak również ustawa o radiofonii i telewizji nie przewidywały możliwości nadawania przez TVP kanałów tematycznych w jakiegokolwiek formie. Należy podkreślić, że Tylko Muzyka miała być początkiem pakietu kanałów tematycznych emitowanych w systemie cyfrowym, które pozwoliłyby nadawcy publicznemu na skuteczniejszą konkurencję ze stacjami prywatnymi, jednocześnie nie wykorzystując w tym celu finansów pochodzących z abonamentu radiowo-telewizyjnego (Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji 1998, s. 70; Rożyński 1997).

Programy rozrywkowe z telefonicznym udziałem widzów, polegające na rozwiązywaniu mniej lub bardziej wyszukanych zagadek, obecnie odchodzące powoli do przeszłości, miały swój początek w Polsce na przełomie marca i kwietnia 1996 roku. W tym właśnie okresie rzeszowski oddział TVP wprowadził do swojej oferty program *Granie na ekranie*. Był to niezwykle innowacyjny pomysł na audycję telewizyjną. Widzowie prowadzili rozgrywkę na ekranie telewizora, sterując komputerem znajdującym się w studiu telewizyjnym za pośrednictwem klawiszy własnego telefonu stacjonarnego (Kronika Polskiej Telewizji 2).

POLSKA TELEWIZJA WCHODZI W ERĘ CYFROWĄ

Pierwsze transmisje satelitarne w systemie cyfrowym stanowiły prelude do rozwoju tej technologii w Polsce. Nadawcy, pomimo konieczności ponoszenia kosztów na inwestycje w nowoczesny sprzęt, byli bardzo przychylnie nastawieni, ponieważ jej wprowadzenie wiązało się z oszczędnością pasma radiowego i pojemności satelitarnych, a co za tym idzie – możliwością emisji większej liczby programów w tej samej przestrzeni. Do emisji cyfrowej przygotowywano również telewizję naziemną.

Koniec lat 90. XX wieku był jednocześnie początkiem prac nad zmianami w naziemnej emisji radia i telewizji w Polsce. Dynamiczny rozwój rynku mediów oraz wzrost liczby nadawców, a tym samym – emitowanych lub planowanych kanałów telewizyjnych, a także zmiany na rynku europejskim spowodowały konieczność rozpoczęcia działań mających na celu przejście na cyfrową emisję naziemną. Na całym świecie istnieje jedna, wspólna, ograniczona pula częstotliwości w paśmie radiowym, wykorzystywanych do naziemnej emisji sygnałów telewizyjnych bądź radiowych. W systemie telewizji analogowej w jednym kanale mógł być emitowany sygnał tylko jednej stacji telewizyjnej. Emisja cyfrowa znosi to ograniczenie i w miejsce jednego programu telewizyjnego, w zależności od stosowanej rozdzielczości,

pozwala emitować nawet siedem stacji (Świerczyńska-Głownia 2014, s. 71–73). Pierwszym krokiem do cyfryzacji telewizji naziemnej w Polsce było podpisanie 17 maja 1997 roku w Gdańsku z inicjatywy TVP dokumentu o nazwie *Porozumienie w Sprawie Telewizji Cyfrowej w Polsce – Polskie Forum DVB*³. Wzorem podobnych inicjatyw rozwijanych w innych krajach europejskich do projektu przyłączyły się podmioty, takie jak KRRiT, agendy rządowe, operatorzy telekomunikacyjni, nadawcy prywatni, uczelnie wyższe, a także producenci sprzętu telewizyjnego.

Rok 1998 stanowi ważny okres w rozwoju rynku telewizyjnego w Polsce, jeśli analizujemy go w aspekcie technologicznym. Powstały wówczas pierwsze plany utworzenia wspólnej satelitarnej platformy cyfrowej, której jednym z uczestników miała być także TVP. Jednakże finalnie pierwszą usługę tego typu w Polsce uruchomiła oficjalnie pod nazwą Wizja TV 18 września 1998 roku amerykańska spółka @Entertainment. Natomiast 16 listopada 1998 roku rozpoczęła świadczenie swoich usług należąca do Canal+ platforma Cyfra+ (Cyfra+, Historia Cyfry+), która według ówczesnych planów miała działać wspólnie z TVP, co zaakceptowała także KRRiT (Paro 1997; Rożyński i wsp. 1998).

Powstałe wówczas platformy cyfrowe stały się nie tylko nowym kanałem dystrybucji dla istniejących stacji telewizyjnych, lecz także pozwoliły na produkcję nowego typu treści dla widzów. W ramach

3 W różnych oficjalnych dokumentach, a także publikacjach specjalistycznych inicjatywa ta jest nazywana wymiennie „Polskim Forum DVB” lub „Polską Platformą DVB”. Należy zaznaczyć, że projekt składał się z sześciu zespołów: prawnego, zarządzania i kontroli dostępu usług cyfrowych, promocji oraz dwóch zespołów technicznych. Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z rocznego okresu działalności, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Warszawa marzec 1998 roku, s. 121; G. Umiński, *Polskie media publiczne a bezpieczeństwo w państwie*, [w:] *Biuletyn Edukacji Medialnej*, 2/2017, s. 59–81; Wprowadzanie telewizji cyfrowej w Polsce. Polityka państwa a polskie i zagraniczne inicjatywy gospodarcze, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Warszawa, marzec 1999; Strategia Państwa Polskiego w dziedzinie mediów elektronicznych na lata 2005–2020, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Warszawa, sierpień 2005. http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/pliki/publikacje/strategie/strategia_050826.pdf (dostęp: 8.04.2019).

Cyfra+ w listopadzie 1999 roku udostępniono m.in. interaktywne gry na ekranie telewizora oraz elektroniczną wersję magazynu dla abonentów, dostępnego z poziomu dekodera platformy. Na przełomie kwietnia i maja 2001 roku do listy serwisów dołączył interaktywny magazyn informacyjny Wirtualnej Polski (Gry z satelity 1999). W sierpniu 2002 roku polscy widzowie po raz pierwszy mogli zobaczyć w działaniu kolejną nową funkcję telewizji cyfrowej. Na platformie Cyfra+ kilkakrotnie wykorzystano tzw. *pop-up* reklamy – mechanizm wcześniej znany praktycznie tylko z reklam na stronach internetowych. Po naciśnięciu przycisku OK na pilocie dekodera widz przenoszony był do komunikatu reklamowego znajdującego się w aplikacji dekodera (Debiut nowej formy reklamy...).

Należy podkreślić, że koniec lat 90. XX wieku to również moment, w którym tuż po uruchomieniu własnego serwisu internetowego⁴ TVP rozpoczęła prace związane z wprowadzaniem nowych technologii do swojej działalności. Opracowywana w latach 1998–2002 *Strategia rozwoju spółki Telewizja Polska S.A. 2002–2006* (2002) zakładała m.in., że TVP będzie prowadzić działania zmierzające do określenia jej mianem nadawcy multimedialnego. W tym celu planowała uatrakcyjnić swoją ofertę poprzez stosowanie nowych technologii, pozyskiwać prawa do wszystkich pól eksploatacji w odniesieniu do produkowanego i kupowanego kontentu, przejść całkowicie na produkcję i emisję programu w systemie cyfrowym, a także wspierać agendy państwowe w budowie infrastruktury naziemnej telewizji cyfrowej (Nierenberg 2007, s. 135–137).

Jak zauważa Weronika Świerczyńska-Głownia, pomimo wskazanych powyżej założeń, na początku XXI wieku działania „nadawcy publicznego w mediach interaktywnych okazały się ciągiem przypadkowych decyzji” (2017, s. 250). W opinii autorki, co poparte zostało analizą wielu dokumentów i strategii, wyraźnie widoczny był brak

⁴ Pierwszy serwis internetowy TVP S.A. został uruchomiony 30 marca 1995 roku. Witryna powstała pod kierunkiem Zygmunta Kościelskiego. Telewizja Polska była drugim w Europie nadawcą publicznym po BBC, który posiadał własny serwis internetowy. T. Pikulski, *Prywatna historia telewizji publicznej*, Muza SA, Warszawa 2002, s. 457 i nast.

synergii w działaniach TVP, a także całościowego podejścia do kwestii wykorzystania potencjału technologii cyfrowej na każdym etapie produkcji i dystrybucji oferty telewizji. Co więcej, jeśli obserwacje i analizy autorki zostaną zestawione ze zmianami personalnymi w zarządzie i kierownictwie nadawcy publicznego, może to sugerować, że o rozwoju TVP nie zawsze decydowała technologia, ale również działania polityczne.

TELEWIZJA ROZSZERZA SWÓJ ZASIĘG O INTERNET

Analizując rynek w aspekcie technologicznym, za bardzo istotny punkt w historii mediów elektronicznych w Polsce, a zwłaszcza nadawców telewizyjnych, należy uznać datę 3 czerwca 2002 roku, kiedy zainaugurowano transmisję strumieniową TVN24 w internecie. Od tej pory każdy internauta po uiszczeniu opłaty⁵ może oglądać ten kanał linearny „na żywo” w sieci (Świerczyńska-Głównia 2010).

Telewizja Polska jako pierwszy nadawca w Polsce rozpoczęła w 2003 roku dystrybucję swojego kanału linearnego za pośrednictwem telewizji mobilnej. Klienci jednego z operatorów komórkowych mogli, korzystając z telefonów z systemem Symbian, oglądać „na żywo” kanał TVP3 Regionalna, a także w modelu VOD serwisy informacyjne z anten TVP1 i TVP2 (Świerczyńska-Głównia 2017, s. 251; TVP S.A. Centrum Prasowe, Programy TVP przez telefon).

Jednak *streaming* wideo to dopiero początek. W XXI wieku widz oczekuje pod względem technologicznym nadal czegoś więcej, co wyróżnia internetową wersję kanału telewizyjnego od telewizji konwencjonalnej. Właśnie dlatego, realizując wspomnianą wcześniej *Strategię Rozwoju* TVP w 2005 roku rozpoczęła pracę nad projektem badawczo-wdrożeniowym iTVP, czyli Telewizji Interaktywnej TVP. Oficjalna prezentacja iTVP odbyła się 11 października 2005 roku.

5 Transmisja jest dostępna wszędzie poza terenem Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej. Ponadto użytkownicy w Polsce mogą za darmo korzystać z przekazu audio TVN24.

Patrząc z perspektywy czasu, było to rozwiązanie innowacyjne i uwzględniające ówczesne wyzwania technologiczne, chociażby w zakresie wymagań technicznych. TVP, realizując ten projekt, współpracowała z prototypową siecią internetu światłowodowego Pionier, co miało umożliwić bezproblemową dystrybucję materiałów wideo oraz transmisji strumieniowej w skali ogólnopolskiej. W ciągu kilku miesięcy użytkownicy iTVP zyskali dostęp do wielu treści dodatkowych, takich jak nieemitowany w telewizji linearnej odcinek serialu *Oficerowie*, czy możliwość wyboru alternatywnego zakończenia serialu. Ponadto Telewizja Interaktywna TVP pozwoliła zaprezentować transmisję wszystkich zawodów rozegranych podczas Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Turynie, podczas gdy linearne kanały TVP pokazały tylko 180 godzin transmisji. Dodatkowo platforma Telewizji Polskiej oferowała również wideoblogi znanych dziennikarzy czy rozszerzenia internetowe w postaci czatów z bohaterami wybranych programów z różnych anten TVP, bezpośrednio po ich emisji (Świerczyńska-Głownia 2010, 2017, s. 251; Łupak 2006, s. 17). Warto podkreślić, że w 2006 roku nadawca publiczny sprawiał wrażenie, jakoby doskonale rozumiał zmiany zachodzące na rynku mediów, a także w nawykach widzów i użytkowników mediów: „W całej Europie młodzi ludzie coraz więcej czasu spędzają w internecie kosztem klasycznej telewizji – mówi kierownik redakcji iTVP Andrzej Szewczyk – iTVP stara się zagospodarować tworzący się rynek” (Łupak 2006, s. 17). Finalnie w 2008 roku treści oferowane w ramach iTVP zostały jednak przeniesione i zintegrowane z głównym serwisem internetowym TVP.

TELEWIZJA Z SATELITY PO NOWEMU

Przypomnijmy, że trzecim etapem w historii rozwoju telewizji w podziale zaproponowanym przez Kindler-Jaworską było wprowadzenie wielokanałowej telewizji satelitarnej (2000, s. 3). W tym kontekście możemy uznać, że w 2006 roku nastąpiło zintensyfikowanie

tęgo etapu w Polsce. 12 października komercyjne świadczenie usług rozpoczęła należąca wtedy do Grupy ITI, trzecia w Polsce satelitarna platforma cyfrowa – Telewizja Nowej Generacji N. Jako nowy podmiot na już dość zagospodarowanym przez dwie konkurencyjne platformy cyfrowe rynku platforma N zaproponowała rewolucyjne usługi i funkcje dekodowników (Myśliński 2012, s. 163).

Polscy użytkownicy po raz pierwszy otrzymali dostęp do kanałów telewizyjnych emitowanych w standardzie HD (wysoka rozdzielczość), który zapewnia pięciokrotnie większą rozdzielczość oraz ostrość obrazu niż dotychczasowy system PAL (Teluk 2008, s. 14; Astra, Telewizja HD).

Drugą nowością na polskim rynku, która pojawiła się wraz z nową platformą, był VoD (wideo na życzenie).

Termin wideo na żądanie lub wideo na życzenie (ang. *video on demand* – VoD) obejmuje różne technologie pozwalające dokonać wyboru i wypożyczenia lub kupna na odległość treści audiowizualnej w celu natychmiastowego lub późniejszego obejrzenia za pomocą różnych urządzeń (np. komputera, telewizora, telefonu i innych przenośnych urządzeń) na czas określony lub nieokreślony. (...) Pierwsze eksperymenty z wideo na żądanie przypadają na pierwszą połowę lat 90. ubiegłego wieku. W Wielkiej Brytanii pierwszą komercyjną usługę VoD wprowadziła firma Kingston Communications w 1998 roku. Popularyzacja usług tego rodzaju przyczyniła się do zmiany paradygmatu konsumpcji mediów (Stępka 2009, s. 1–2).

Również w 2006 roku użytkownicy platformy N otrzymali dostęp do dekodowników wyposażonych w funkcję PVR (ang. *personal video recorder*). To rozwiązanie pozwala widzowi – w zależności od konfiguracji i modelu sprzętu – na rejestrację od kilkudziesięciu do nawet kilkuset godzin nagrań z kanałów telewizyjnych i radiowych dostępnych w jego abonamencie. Co ważne, w odróżnieniu od stosowanych wcześniej rozwiązań, w tym przypadku nagranie niczym nie różni się pod względem technicznym (jakość obrazu i dźwięku)

od obejrzenia danej audycji w telewizji linearnej. Oferowany PVR, pod warunkiem posiadania odpowiedniej instalacji antenowej, udostępnia także funkcję *time shifting*, czyli zatrzymywania i przewijania programu w telewizji linearnej.

Oprócz usług, takich jak VOD i PVR, dekodery wyposażono w kartę sieciową pozwalającą na podłączenie do internetu, co w 2006 roku było także nowością na rynku platform satelitarnych. Dostęp do sieci powodował aktywację usług, jak radio internetowe oraz specjalny portal internetowy z serwisem informacyjnym (także treści wideo), prognozą pogody oraz prywatną galerią zdjęć, które użytkownik mógł wprowadzać za pośrednictwem portalu Onet.pl. Docelowo dekodery zyskały również funkcję dostępu do internetowej biblioteki VOD, zawierającej inne treści niż te przesyłane za pośrednictwem satelity. Ponadto podłączenie dekodera do internetu pozwala na zdalne programowanie nagrań w ramach PVR oraz ich usuwanie.

28 sierpnia 2007 roku rozpoczął się nowy okres dla polskiej telewizji. Uruchomiono emisję kanału TVN w standardzie HD (Grzeszczak 2007). Był to pierwszy przypadek, gdy polska, ogólnotematyczna telewizja udostępniła swój sygnał w wysokiej rozdzielczości. Początkowo w tym standardzie emitowano jedynie część audycji – te, które oryginalnie powstały w wysokiej rozdzielczości, pozostałe były przeskalowywane do wyższej rozdzielczości. 6 sierpnia 2008 roku swój pierwszy kanał w standardzie HD uruchomiła TVP.

REGULATORZY POWOLI UZUPEŁNIAJĄ RYNEK TELEWIZJI CYFROWEJ⁶

Jak wykazano powyżej, z analizy rozwoju telewizji w Polsce z perspektywy technologicznej wynika, że pod koniec 2006 roku polscy nadawcy mieli do dyspozycji praktycznie wszystkie istniejące wówczas

⁶ Szczegółowo proces wprowadzania Naziemnej Telewizji Cyfrowej w Polsce został przeze mnie omówiony w artykule: *Multipleksy – nowe (ale czy wykorzystane?) możliwości*. Zeszyty Prasoznawcze, 2018, nr 3 (235), s. 404–428.

kanały dystrybucji i odbioru treści, poza jednym. Brakującym elementem była Nziemna Telewizja Cyfrowa (DVB-T). Z upływem czasu wydaje się to nieco abstrakcyjne, ponieważ – jak wspomniano wcześniej – już w 1997 roku powołano Polskie Forum DVB, którego zadaniem było m.in. przygotowanie założeń cyfryzacji naziemnej telewizji w Polsce. W tym miejscu warto wspomnieć, że testy nowej technologii emisji naziemnej w systemie cyfrowym rozpoczęto 9 listopada 2001 roku (Łódzki 2006). Natomiast 4 maja 2005 roku Rada Ministrów przyjęła dokument o nazwie *Strategia przejścia z techniki analogowej na cyfrową w zakresie telewizji naziemnej*, który został opracowany przez Międzyresortowy Zespół do Spraw Wprowadzenia Telewizji i Radiofonii Cyfrowej w Polsce⁷. Długotrwałe prace związane z przygotowywaniem odpowiednich zapisów prawa, a także uwarunkowania ekonomiczne i konsultacje z nadawcami spowodowały, że pierwszy element cyfryzacji – ogłoszenie przewodniczącego KRRiT o konkursie na miejsca w ramach pierwszego multipleksu Nziemnej Telewizji Cyfrowej – został opublikowany dopiero 27 lutego 2009 roku⁸.

Warto przywołać jeden z ważniejszych faktów z okresu formowania się Nziemnej Telewizji Cyfrowej w Polsce. Ze względu na to, że nziemna emisja cyfrowa, podobnie jak jej analogowa poprzedniczka, nie zawsze obejmuje zasięgiem cały kraj, to w niektórych

7 Międzyresortowy Zespół do Spraw Wprowadzenia Telewizji i Radiofonii Cyfrowej w Polsce (2005), *Strategia przejścia z techniki analogowej na cyfrową w zakresie telewizji naziemnej*. Przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 4 maja 2005 r., Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/radiofonia%20i%20telewizja%20cyfrowa/cyfr_strategia.pdf; dostęp: 1.03.2017).

8 Ogłoszenie Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 3 lutego 2009 r. o możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego. Monitor Polski (<http://www.monitorpolski.gov.pl/MP/2009/s/12/153>; dostęp: 1.03.2017); Komunikat w związku z opublikowaniem w Monitorze Polskim nr 12 z 27 lutego 2009 roku, poz. 153, Ogłoszenia Przewodniczącego KRRiT z 3 lutego 2009 roku. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (<http://www.krrit.gov.pl/krrit/aktualnosci/news,116,komunikat-w-zwiazku-z-opublikowaniem-w-monitorze-polskim-nr-12-z-27-lutego-2009-roku-poz-153-oglosze.html>; dostęp: 1.03.2017).

państwach europejskich jest uzupełniana za pośrednictwem satelitarnych platform cyfrowych. Oczywiście w zakresie tych kanałów, które są emitowane na multipleksach ogólnokrajowych. Przykładem może być rozwiązanie łączące naziemną platformę Freeview i satelitarną Freesat w Wielkiej Brytanii. W Polsce nad takim przedsięwzięciem od 2005 roku pracowała TVP. Pomysł był niejednoznacznie oceniany przez specjalistów. W 2009 roku ówczesny prezes zarządu TVP Piotr Farfał w obliczu opóźniających się prac nad wprowadzeniem Naziemnej Telewizji Cyfrowej postanowił uruchomić projektowaną Platformę Cyfrową TVP. Przekaz satelitarny został udostępniony 15 września 2009 roku i zawierał w sobie pierwszy segment planowanej oferty, czyli pełny, niekodowany zestaw kanałów TVP. Takie działanie wywołało powszechną krytykę ze strony wszystkich uczestników rynku medialnego w Polsce: KRRiT, nadawców komercyjnych, operatorów sieci kablowych i platform satelitarnych. Ostatecznie przekaz został zakodowany 9 października 2009 roku. Należy podkreślić, że sam pomysł i założenia wzorowane na wspomnianych przykładach brytyjskich wprowadzonych przez BBC były bardzo obiecujące (Świerczyńska-Głównia 2017, s. 252; Lemańska i Zajac 2009; Szewczyk i Ratusznia 2009).

Niepowodzenie planów utworzenia platformy satelitarnej TVP chwilowo odciągnęło uwagę widzów od prac prowadzonych przez regulatorów rynku medialnego w Polsce, związanych z cyfryzacją telewizji naziemnej. Oficjalnie Polska wkroczyła w erę Naziemnej Telewizji Cyfrowej 30 września 2010 roku. Tego dnia uruchomione zostały pierwsze nadajniki w ramach multipleksu pierwszego (MUX1). Pierwszą część cyfryzacji zakończono 23 lipca 2013 roku. Jej efektem było uruchomienie trzech multipleksów ogólnopolskich. Widzowie zyskali ostatecznie dostęp do 23 kanałów niekodowanych, w tym trzech nadawanych w wysokiej rozdzielczości (HD)⁹.

⁹ Od 1 sierpnia 2016 roku do 24 lipca 2017 roku uruchomiono wszystkie nadajniki ogólnopolskiego multipleksu ósmego (MUX8). Dzięki temu widzowie zyskali dostęp do kolejnych pięciu niekodowanych kanałów telewizyjnych oraz usług internetowych. Docelowo na tym multipleksie mają zostać udostępnione także inne serwisy multimedialne.

W wyniku przejścia na naziemną emisję cyfrową nadawcy zyskali większy zasięg kanałów naziemnych, możliwość wprowadzenia nowych stacji na rynek oraz wzbogacenia emitowanych audycji o treści dodatkowe. Odbiorcy mają dzięki cyfryzacji dostęp do programów o lepszej jakości obrazu i dźwięku, z możliwością wyboru ścieżki dźwiękowej, napisów lub audiodeskrypcji (oczywiście, jeśli nadawca udostępnia takie opcje). Ponadto użytkownicy mogą korzystać z elektronicznego przewodnika po programach, a także wprowadzonych przez niektórych nadawców usług typu VOD, rozpowszechnianych za pośrednictwem platformy HbbTV – jeśli podłączą swój odbiornik do internetu¹⁰.

W czerwcu 2012 roku, z okazji rozgrywanych w Polsce i na Ukrainie Mistrzostw Euro 2012, Telewizja Polska po raz pierwszy udostępniła w ramach Naziemnej Telewizji Cyfrowej aplikację telewizji hybrydowej – HbbTV. Widzowie uzyskali dostęp do aktualizowanych na bieżąco statystyk meczowych, informacji o zawodnikach, a także mogli wyrazić swoje zdanie w przeprowadzanych ankietach.

TELEWIZJA 3.0?

Po tym, jak polski rynek medialny wzbogacił się już o wszystkie znane obecnie modele i technologie dystrybucji sygnału telewizyjnego, należy zadać pytanie o to, jaki będzie kolejny krok w rozwoju tego medium.

Można zidentyfikować co najmniej cztery kierunki rozwoju:

- media immersyjne
- dalszy rozwój i uatrakcyjnianie serwisów internetowych nadawców
- rozwój aplikacji smart TV
- odważniejszy rozwój rynku HbbTV.

¹⁰ Szerzej zalety Naziemnej Telewizji Cyfrowej oraz dostępne funkcje opisałem w artykule: *Multipleksy – nowe (ale czy wykorzystane?) możliwości*. *Zeszyty Prasoznawcze*, 2018, nr 3 (235), s. 404–428.

TELEWIZJA ZMIENIA POZYCJĘ WIDZA

Stosunkowo nowym zjawiskiem są prace i badania związane z mediami immersyjnymi. Jacek Kołodziej w *Słowniku terminologii medialnej* definiuje immersję jako

wrażenie polegające na niemal kompletnym „zanurzeniu się: w otaczającej nas, komputerowo symulowanej rzeczywistości wirtualnej, w której podejmujemy „realnie odczuwane” działania, wywierające „realnie odczuwane” skutki (2006, s. 81).

Jednym z przykładów medium immersyjnego jest „telewizja swobodnego punktu widzenia” (Stankiewicz i wsp. 2018, s. 397–400). W tym rozwiązaniu widz może zdecydować o tym, z którego punktu widzenia chce oglądać daną scenę. Wybiera swoje położenie w przestrzeni i kierunek patrzenia. Taka telewizja wykorzystuje obrazy wielowidokowe oraz mapy głębi. Audycja lub film są rejestrowane jednocześnie za pośrednictwem specjalnie ustawionych kilku bądź kilkunastu kamer, a obraz jest wiązany z mapami głębi. Jednakże tak naprawdę widz może „poruszać się” po ograniczonym obszarze determinowanym przez pole, jakie zarejestrowały kamery. Doświadczalny model telewizji swobodnego punktu widzenia został zbudowany między innymi na Politechnice Łódzkiej.

W 2017 roku pierwszy polski serial zrealizowany w technologii immersyjnej – 360 stopni – *Para nie do pary* został udostępniony w ofercie serwisu Player (tvn.pl). Produkcja obejmowała pięć odcinków i jest dostępna tylko w internecie. W listopadzie 2018 roku serwis Player udostępnił kolekcję materiałów w technologii wirtualnej rzeczywistości (Player rozwija bibliotekę materiałów...). Użytkownicy mogą obejrzeć w ten sposób wybrane produkcje z kanałów TVN oraz Discovery (Player.pl). Trudno jednak jednoznacznie ocenić, czy ta technologia będzie przyszłością telewizji.

SERWISY INTERNETOWE STACJI TELEWIZYJNYCH MAJĄ POTENCJAŁ

W przypadku serwisów internetowych można zaobserwować, że praktycznie wszyscy polscy nadawcy w mniejszym lub większym stopniu zintegrowali już w swoich witrynach internetowych ofertę audycji w różnych modelach VOD. Są to najczęściej treści oferowane bezpłatnie w zamian za obejrzenie reklam lub w wersji płatnej – dostępne jeszcze przed premierą w telewizji linearnej. Należy podkreślić, że w przypadku największych nadawców mamy do czynienia także z odrębną ofertą VOD dystrybuowaną również w samodzielnych serwisach. Telewizja Polska oferuje obecnie swoje treści w serwisie VOD TVP.PL, Polsat w Ipla TV, a TVN w serwisie Player. Wszystkie serwisy są dostępne na wielu platformach: komputery osobiste, smart TV, urządzenia mobilne. Dodatkowo serwisy nadawców komercyjnych wzbogacono o możliwość logowania i powracania do już obejrzanych materiałów na innym urządzeniu. Użytkownik może wznowić oglądanie dokładnie od tego momentu, w którym je zakończył na innym urządzeniu.

Nadawcy z różną częstotliwością aktualizują i udoskonalają swoje aplikacje przeznaczone na urządzenia smart TV. Oczywiście różnią się one między sobą, a także pomiędzy poszczególnymi systemami, w zależności od producenta danego odbiornika telewizyjnego.

HBBTV NAJWIĘKSZĄ SZANSĄ DLA TELEWIZJI

Obecnie (I kwartał 2019 r.) można przyjąć, że największy potencjał zmian i rozwoju w przyszłości w odniesieniu do polskiego rynku telewizyjnego oferuje technologia HbbTV. Posiada ona wszelkie zalety, które cechują łatwe do zastosowania rozwiązania. Wystarczy, że widz wybierze kanał telewizyjny, którego nadawca oferuje usługę

telewizji hybrydowej, a odbiornik powiadomi go o dostępności serwisu, który zawsze uruchamiany jest czerwonym przyciskiem na pilocie (Zalewski i wsp. 2013).

Na stosowaniu technologii HbbTV zyskują wszyscy uczestnicy rynku medialnego, co podkreśla Stowarzyszenie HbbTV (HbbTV, HbbTV Masterclass Materials 1) zrzeszające ponad 70 podmiotów, w tym nadawców, producentów sprzętu, dostawców technologii i operatorów telekomunikacyjnych. Obecnie jest to kompletny ekosystem dzielący się wiedzą i umiejętnościami związanymi z projektowaniem i udostępnieniem aplikacji telewizji hybrydowej. Członkowie stowarzyszenia otrzymują m.in. dostęp do stale aktualizowanych narzędzi umożliwiających sprawdzenie zgodności danej aplikacji ze standardem HbbTV, zanim zostanie ona udostępniona użytkownikom.

Powstały w 2008 roku standard telewizji hybrydowej jest stale rozwijany i dynamicznie odpowiada na zapotrzebowania rynku medialnego. Dla użytkownika oznacza łatwy dostęp do treści wzbogacających przekaz telewizyjny oraz materiałów premium bez konieczności korzystania z dodatkowych urządzeń. Nadawcy zyskują możliwość budowy własnych serwisów OTT, a także zwiększania przychodów i pomiaru widowni w czasie rzeczywistym. Dla operatorów sieci cyfrowych telewizja hybrydowa stanowi możliwość zwiększenia pojemności sieci. Z kolei dla operatorów telewizji płatnej HbbTV jest dodatkowym miejscem promocji kontentu i obsługi klienta.

Opublikowana 16 lutego 2018 roku wersja 2.0.1 standardu HbbTV posiada zaimplementowane najnowsze technologie z pogranicza telewizji i internetu. Znajdują się wśród nich: obsługa HTML5, rozdzielczości 4K dla materiałów wideo wraz z technologiami HR, HFR i NGA, a także funkcja pozwalająca na analizę widowni i adresowanie reklam do określonych grup odbiorców. Ta ostatnia opcja oznacza, że różni odbiorcy kanału nadawcy udostępniającego telewizję hybrydową mogą oglądać różne spoty reklamowe (HbbTV, HbbTV Masterclass Materials 2).

Na polskim rynku telewizyjnym w pierwszym kwartale 2019 roku z technologii telewizji hybrydowej korzystali następujący nadawcy: TVP S.A., Grupa ZPR, Stopklatka TV, Zoom TV. W ramach HbbTV

w Polsce dostępne są także usługi nie pochodzące od nadawców telewizyjnych. 8 grudnia 2016 roku swoją aplikację udostępniła firma Emitel – operator techniczny wszystkich multipleksów Nziemnej Telewizji Cyfrowej w Polsce. EmiTV oferuje dostęp do prognozy pogody, serwisu informacyjnego, programu telewizyjnego oraz radia internetowego obejmującego programy Polskiego Radia, Grupy RMF, Eurozet i innych. 7 grudnia 2018 roku w ramach multipleksu ósmego wprowadzono aplikację Legii Warszawa. Użytkownicy otrzymali dostęp do materiałów wideo przygotowywanych przez klub, a w przyszłości będą mogli oglądać m.in. transmisje meczów sparingowych. 25 lutego 2019 roku swoją aplikację telewizji hybrydowej wprowadziła telewizja TVN, oferując wzbogacone EPG oraz interaktywne sondy związane z emitowanymi audycjami.

W pierwszym kwartale 2019 roku najbogatsza treściowo była aplikacja HbbTV udostępniana przez TVP. Platforma Hybrydowa TVP oferuje m.in.:

- TVP VOD – nawigacja i zawartość jest spójna z ofertą na pozostałych urządzeniach
- 16 linearnych kanałów regionalnych TVP, które można oglądać „na żywo” niezależnie od miejsca zamieszkania
- TVP Parlament – transmisje obrad Sejmu i Senatu na czterech kanałach
- serwis informacyjny TVP Sport
- rekomendacje audycji z różnych anten TVP
- serwisy informacyjne z głównych anten TVP
- Regionalny System Ostrzegania.

W opublikowanym 15 marca 2019 roku *Sprawozdaniu abonamentowym TVP za 2018 r.* zawarto informacje dotyczące popularności aplikacji HbbTV nadawcy publicznego. W 2018 roku każdego miesiąca z Platformy Hybrydowej TVP korzystały średnio ponad 2 miliony użytkowników. Łącznie zanotowano ponad 2 miliony odsłon wszystkich aplikacji HbbTV TVP. To pokazuje, jak wielki jest potencjał rozwoju aplikacji HbbTV dostępnych dla użytkowników Nziemnej Telewizji Cyfrowej. W 2018 roku działało ponad 300 aplikacji HbbTV w 36 krajach na świecie. Według danych Stowarzyszenia

HbbTV, aktywnych było już ponad 44 miliony odbiorników smart TV umożliwiających korzystanie z telewizji hybrydowej (HbbTV, HbbTV Masterclass Materials 1). Należy podkreślić, że jednocześnie rozwijany jest standard Operator Applications (OpApps). Pozwoli on na udostępnianie na bazie telewizji hybrydowej zaawansowanych usług telewizyjnych przez tych dostawców kontentu, którzy nie są nadawcami telewizyjnymi. Dodatkowo standard ten umożliwi oferowanie jednolitych aplikacji niezależnie od urządzenia, na którym są użytkowane (HbbTV, HbbTV Masterclass Materials 3).

PODSUMOWANIE – PRÓBA SYNTEZY

Powracając do wspomnianej we wstępie klasyfikacji etapów rozwoju telewizji, zaproponowanej przez Elżbietę Kindler-Jaworską, należy zaznaczyć, że wymaga ona rozszerzenia o kolejny etap. Analizując współczesny rozwój telewizji, a także jej obecną pozycję na rynku mediów, niełatwo znaleźć jedno określenie, które precyzyjnie opisywałoby ten moment w historii medium. Jednakże autor proponuje hasło „telewizja transmedialna”. Przymiotnik ‘transmedialny’ jest obecny od co najmniej kilku lat w analizach i opracowaniach z różnych dziedzin nauki. Zdaniem autora doskonale oddaje on aktualną sytuację i pozycję telewizji w pierwszym 20-leciu XXI wieku.

Trzeba zauważyć, że każdy z omawianych etapów rozwoju telewizji miał przynajmniej jeden ważny punkt, który zmieniał sposób funkcjonowania tego medium lub znacząco je wzbogacał. W pierwszym etapie było to powstanie telewizji, która zrewolucjonizowała rynek mediów i – pomimo że dla odbiorców była znacznie droższa niż radio – dość dynamicznie poszerzała grono widzów. Z kolei wprowadzenie emisji kolorowej przybliżyło świat widziany na ekranie telewizora do tego realnego, a to spowodowało już pierwsze zatarcie granicy pomiędzy światem, w którym żyjemy, a tym kreowanym przez media elektroniczne. Trzeci etap wymieniony w opracowaniu Kindler-Jaworskiej – wprowadzenie wielokanałowej telewizji satelitarnej – dał początek

zjawisku, które obecnie medioznawcy określają fragmentaryzacją oferty i widowni, czyli kanałom tematycznym. Spowodował również, jak pisze Tomasz Goban-Klas, że „coraz częściej programy oglądane są wybiórczo, mało uważnie, »prześlizgująco«” (Goban-Klas 2016, s. 59). Natomiast czwarty etap – telewizja cyfrowa – stał się nie tylko kolejną rewolucją w historii telewizji, ale także jej nowym początkiem. Umożliwił bowiem dalszą multiplikację kanałów, a co za tym idzie – treści, a także jest zjawiskiem korzystnym dla nadawców ze względów ekonomicznych, ponieważ obniża koszty tworzenia zawartości medialnej. Etap czwarty był również pierwszym, w którym telewizja mogła odczuć konkurencję ze strony internetu. Jednakże, jak wykazano w powyższej analizie, telewizja odkryła swoje miejsce w nowym medium i znalazła sposoby na jego zagospodarowanie, co powoduje, że jest ono kolejnym nowym początkiem.

Przedstawione aktualne osiągnięcia technologiczne telewizji w Polsce, a także działania różnych nadawców w kontekście nowych możliwości oferowanych poprzez szerokie wykorzystywanie internetu do dystrybucji treści stanowią podstawę wspomnianej wcześniej propozycji nazwania piątego etapu rozwoju telewizji mianem telewizji transmedialnej.

Co więcej, opisane powyżej działania nadawców stanowią zdaniem autora dobry przykład opisywanego przez Tadeusza Kowalskiego (2017, s. 2–29) i Karola Jakubowicza pluralizmu wewnętrznego. Polscy nadawcy telewizyjni – zarówno publiczni, jak i komercyjni – pokazują, że działają także według tej koncepcji. Oferują bowiem różnorodną zawartość i usługi, a także łączą w swojej ofercie kontent od różnych dostawców. Nie tylko produkują różne kanały, lecz także stawiają na dywersyfikację kanałów dystrybucji, a ponadto nierzadko udostępniają w swoich mediach internetowych treści, których nie prezentują w telewizji linearnej.

Jak wynika z powyższych rozważań, nie ulega wątpliwości, że przyszłością tradycyjnej, linearnej telewizji są nowe media oraz jej ścisła integracja z nimi. Oczywiście należy podkreślić, że nawet w 2019 roku medioznawcy nadal nie są zgodni, czym tak naprawdę są nowe media, a także, gdzie przebiega granica pomiędzy nimi a „nowymi” nowymi

mediami (Szpunar 2009). Największy potencjał rozwoju wykazuje technologia telewizji hybrydowej HbbTV. Analiza jej możliwości oraz otwarty charakter projektu pozwalają przypuszczać, że możliwe będzie bezproblemowe implementowanie do jej rdzenia kolejnych rozwiązań, o których jeszcze dzisiaj nie mamy pojęcia.

Mówiąc o przyszłości telewizji oraz zastanawiając się nad jej kolejnymi kierunkami rozwoju, należy pamiętać o wymaganiach, które stawia przed tym medium współczesny marketing. Jak zauważa Weronika Świerczyńska-Głownia, jednym z największych wyzwań, z którymi zmagają się obecnie tradycyjne media oraz dostawcy kontentu jest „skuteczna i efektywna promocja produktów medialnych” (Świerczyńska-Głownia 2019, s. 60), a „rynek medialny wciąż ewoluuje w kierunku głębokiej fragmentaryzacji i indywidualizacji odbioru” (Świerczyńska-Głownia 2019, s. 60). Zdaniem autorki obecnie od nadawców wymaga się wchodzenia w ciągłą relację i interakcję z widzami oraz użytkownikami treści medialnych. Nie bez znaczenia jest również promocja audycji oraz aktywność nadawców na różnorodnych platformach społecznościowych, a także rekomendacja poszczególnych treści przez samych użytkowników. Właśnie taki kontekst udostępniania programów przez nadawców doskonale wpisuje się w ideę HbbTV, gdyż telewizja hybrydowa jako jedyne takie rozwiązanie dysponuje algorytmami behawioralnymi, co pozwala nadawcom na proponowanie użytkownikowi kolejnych treści na podstawie tych już przez niego obejrzanych.

W pierwszej dekadzie XXI wieku znacząco zmienił się także sposób, w jaki widzowie korzystają z telewizji linearnej, a także ich oczekiwania. Zdaniem Macieja Mrozowskiego sukces serwisów VOD tkwi właśnie w sposobie działania. Współcześni widzowie „potrzebują telewizji, która dostosuje się do nich” (Stodolak 2014). To nadawca musi obecnie w jeszcze większym stopniu zadbać o widza, aby przyciągnąć jego uwagę. Nie wystarczy już atrakcyjna treść, musi ona być jeszcze podana w sposób umożliwiający widzowi dostęp w dowolnym miejscu i czasie. Jak podkreśla Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek: „Mi-gracja audytoriów odbiorczych do mediów internetowych widoczna jest we wszystkich sektorach rynku” (Dzierżyńska-Mielczarek 2018,

s. 266). A „na skutek wysokiej dynamiki wzrostu liczby osób oglądających treści audiowizualne *online* przewidywać można spadek liczby tradycyjnych telewidzów” (Dzierżyńska-Mielczarek 2018, s. 267). Jak zauważył już w 2013 roku Tomasz Plata, twórca serwisu Player, *Strategia dotycząca obecności telewizji w internecie jest dziś wymogiem* (Plata 2013, s. 152), a telewizja przyszłości „będzie pewnego rodzaju hybrydą łączącą w sobie cechy klasycznych transmisji na żywo, VOD, telewizyjnego catch-up’u czy kablówki” (Plata 2013, s. 154).

Na koniec należy podkreślić, że obecna pozycja telewizji w systemie mediów otwiera kolejne obszary do badań. Jednym z nich jest na pewno rola algorytmów w „medialnym cyberekosystemie”, o której pisze Jan Kreft (2018, s. 23). Kontent telewizyjny, jak każda treść, która trafia do internetu, dostaje się pod władzę algorytmów. To właśnie one, oprócz wspomnianych wcześniej działań marketingowych nadawców, decydują o tym, co trafia do nas podczas poszukiwania informacji w sieci. Jak podkreśla Kreft, algorytmy są odpowiedzialne m.in. za „kształtowanie doświadczenia medialnego oraz nadawanie znaczenia” (Kreft 2018, s. 23). Decydują o tym, które treści w przeciwieństwie do pozostałych docierają do większego audytorium. Oczywiście nadawca telewizyjny może sam decydować o tym, które z nich są bardziej widoczne w obrębie jego własnego serwisu internetowego, aplikacji HbbTV czy aplikacji mobilnej, ale najpierw użytkownik musi dotrzeć do miejsca, w którym znajduje się poszukiwany przez niego kontent i właśnie na tej drodze ma do czynienia z algorytmem. Jak można zauważyć, niektórzy polscy nadawcy telewizyjni już w 2017 roku podjęli działania, które mogą być odczytywane jako próba połączenia marketingu i przeciwstawiania się wspomnianej władzy algorytmów. We wrześniu 2017 roku Cyfrowy Polsat (Ipla) oraz TVN (Player) zdecydowały o udostępnieniu swoich treści także za pośrednictwem należącej do portalu Onet platformy Vod.pl (Dyjak i Kozielski 2018, s. 130–134). To działanie można określić mianem konkuperacji. Niewykluczone, że jest to również jedna z cech, która będzie charakterystyczna w XXI wieku dla nadawców telewizyjnych, którzy będą chcieli maksymalizować zasięg swojego kontentu w internecie.

BIBLIOGRAFIA

- Bajka Z. (2007), *Media w rozwoju historycznym*, [w:] E. Chudziński (red.), P. Andrusiewicz (aut.), *Słownik wiedzy o mediach*, Warszawa–Bielsko-Biała: Wydawnictwo Park Edukacja, s. 35.
- Bajka Z. (2008), *Historia mediów*, Kraków: Towarzystwo Słowaków w Polsce.
- Castells M. (2009), *Communication power*, New York: Oxford University Press.
- Dębicki M. (1995), *Telewizyjny nurt Wisły*. *Gazeta Telewizyjna*, nr 292, wydanie waw z 16–22 grudnia 1995, s. 2.
- Dyjak G. i Kozielski M. (2018), *Czas sojuszy*. *Press*, 09–10/2018, s. 130–134.
- Dzierżyńska-Mielczarek J. (2018), *Rynek mediów w Polsce: zmiany pod wpływem nowych technologii cyfrowych*, Warszawa: Wydawnictwo ASPRA.
- Filas R. (2010), *Dwadzieścia lat przemian polskich mediów (1989–2009) w ujęciu periodycznym*. *Zeszyty Prasoznawcze*, R. LIII, nr 3–4 (203–204), s. 27–54.
- Goban-Klas T. (2016), *Diagnoza medialna jako fundament opisu stanu mediów*, [w:] T. Bielak i G. Ptaszek (red.), *Media.pl: badania nad mediami w Polsce*, Kraków: Wydawnictwo Libron, s. 59.
- Jarco M. i Rożyński P. (1998), *Cyfrowy klinch*. *Gazeta Wyborcza*, nr 21, wydanie z 26 stycznia 1998, s. 24.
- Jcs, Tb. (1999), *Gry z satelity*. *Gazeta Wyborcza*, nr 48, dodatek Komputer, nr 279, wydanie z 30 listopada 1999, s. 6.
- Kindler-Jaworska E. (2000), *Przewodnik po telewizji cyfrowej*, Warszawa: Biblioteka Akademii Telewizyjnej, TVP S.A. Ośrodek Szkolenia – Akademia Telewizyjna
- Kowalski T. (2017), *Koncepcje pluralizmu mediów i polityki mediowej w warunkach rozwoju platform cyfrowych*. *Studia Medioznawcze*, 2 (69) 2017, 2–29.

- Kreft J. (2018), *Władza algorytmów mediów – między reifikacją a rynkiem*. Zarządzanie w Kulturze, 2018, 19, z. 1, s. 23.
- Lepak G. (1995), *Popłynęła Wisła w eter*. Gazeta Wyborcza Kraków, 22.12.1995. <http://classic.wyborcza.pl/archiwumGW/203270/Poplynela-Wisla-w-eter> (dostęp: 8.04.2019).
- Łódzki B. (2006), *Television markets in the age of digitalisation and development of new technologies – The case of DVB-T in Germany and Poland*, [w:] K. Konarska i A. Szynol (red.), *Media and Journalism in the Digital Era*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, s. 62.
- Łupak S. (2006), *Telewizja krojona na miarę widza*. Gazeta Wyborcza, wydanie z dnia 23 października 2006, s. 17.
- MAG. (1998), *Telewizja bez Muzyki*. Gazeta Wyborcza, nr 39, wydanie z 16 lutego 1998, s. 21.
- Manovich L. (2006), *Język nowych mediów*, Warszawa: Wydawnictwo Łośgraf.
- McQuail D. (2012), *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mysłiński J. (2012), *Kalendarium polskiej prasy, radia i telewizji*, Warszawa: Bel Studio.
- Nierenberg B. (2007), *Publiczne przedsiębiorstwo medialne: determinanty, systemy, modele*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego
- Nowak P. (2018), *Multipleksy – nowe (ale czy wykorzystane?) możliwości*. Zeszyty Prasoznawcze, nr 3 (235), s. 404–428.
- Paro (1997), *Umowa trzech*. Gazeta Wyborcza, nr 285, wydanie z 8 grudnia 1997, s. 24.
- Pikulski T. (2002), *Prywatna historia telewizji publicznej*, Warszawa: Wydawnictwo MUZA S.A.
- Pisarek W. (red.) (2006), *Słownik terminologii medialnej*, Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- Plata T. (2013), *Zaloguj się do telewizji 2.0*. Nowe media pod redakcją Eryka Mistewicza, 4 (2)/2013.

- Rożyński P. (1997), *Tylko cisza*. Gazeta Wyborcza, nr 251, wydanie z 27 października 1997, s. 29.
- Rożyński P. i wsp. (1998), *Fuzja na wizji*. Gazeta Wyborcza, nr 91, wydanie z 18 kwietnia 1998, s. 30.
- Stankiewicz O. i wsp. (2018), *Nowe media immersyjne*. Przegląd Telekomunikacyjny – Rocznik XCI – Wiadomości Telekomunikacyjne – Rocznik LXXXVII – nr 6/2018, s. 397–400.
- Szpunar M. (2008), *Czym są nowe media – próba konceptualizacji*, *Studia Medioznawcze*, 4 (35) 2008, s. 33.
- Świerczyńska-Głownia W. (2010), *Telewizja internetowa czy telewizja w internecie? Nowe usługi medialne*, [w:] K. Wolny-Zmorzyński i W. Furman (red.), *Internetowe gatunki dziennikarskie*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Świerczyńska-Głownia W. (2014), *Ewolucja rynku telewizyjnego w Polsce*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Świerczyńska-Głownia W. (2017), *Działalność programowa telewizji publicznej: kluczowe determinanty programowania i dystrybucja oferty*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Świerczyńska-Głownia W. (2019), *Multiplatformowa promocja treści. Prasa, Radio i telewizja na sfragmentaryzowanym rynku mediów*. *Zeszyty Prasoznawcze*, t. 62, nr (237), s. 60.
- Teluk T. (2008), *Cyfrowa Polska – Raport Instytutu Globalizacji*, Warszawa–Gliwice.
- Umiński G. (2017), *Polskie media publiczne a bezpieczeństwo w państwie*. *Biuletyn Edukacji Medialnej*, 2/2017, s. 59–81.
- Wawer M. (2018), *Badania nad telewizją. Kilka perspektyw*, [w:] A. Szymańska i wsp. (red.), *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*, Kraków: Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, s. 91.

AKTY PRAWNE, DOKUMENTY URZĘDOWE

- Komunikat w związku z opublikowaniem w Monitorze Polskim nr 12 z 27 lutego 2009 roku, poz. 153, Ogłoszenia Przewodniczącego KRRiT z 3 lutego 2009 roku. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji. <http://www.krrit.gov.pl/krrit/aktualnosci/news,116,komunikat-w-zwiazku-z-opublikowaniem-w-monitorze-polskim-nr-12-z-27-lutego-2009-roku-poz-153-oglosze.html> (dostęp: 1.03.2017).
- Międzyresortowy Zespół do Spraw Wprowadzenia Telewizji i Radiofonii Cyfrowej w Polsce (2005). Strategia przejścia z techniki analogowej na cyfrową w zakresie telewizji naziemnej. Przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 4 maja 2005 r., Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/radiofonia%20i%20telewizja%20cyfrowa/cyfr_strategia.pdf (dostęp: 1.03.2017).
- Ogłoszenie Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 3 lutego 2009 r. o możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego. Monitor Polski <http://www.monitorpolski.gov.pl/MP/2009/s/12/153> (dostęp: 1.03.2017).
- Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z rocznego okresu działalności, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Warszawa, marzec 1998 roku, s. 70.
- Stępka P. (2009), *Rynek wideo na żądanie (VoD) w Polsce*. Analiza Biura KRRiT nr 1/2009, Warszawa, s. 1–2.
- Strategia Państwa Polskiego w dziedzinie mediów elektronicznych na lata 2005–2020, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Warszawa, sierpień 2005. http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/pliki/publikacje/strategie/strategia_050826.pdf (dostęp: 8.04.2019).
- Strategia Rozwoju Spółki Telewizja Polska S.A. 2002–2006 (2002), Telewizja Polska S.A., Warszawa.

- Sprawozdanie abonamentowe TVP za 2018 r., Telewizja Polska S.A., <https://centruminformacji.tvp.pl/41761209/sprawozdanie-abonamentowe-tvp-za-2018-r> (dostęp: 13.04.2019).
- Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, tekst ujednolicony, Dz.U. 1993, Nr 7, poz. 34.
- Wprowadzanie telewizji cyfrowej w Polsce. Polityka państwa a polskie i zagraniczne inicjatywy gospodarcze (1999), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Warszawa.
- Zalewski K. i wsp. (2013), *Telewizja hybrydowa: szanse, zagrożenia i wyzwania regulacyjne*. Analiza Biura KRRiT nr 4/2013.

ŹRÓDŁA INTERNETOWE

- Astra, *Telewizja HD*. <https://pl.astra.ses/oferta-astry/telewizja-hd> (dostęp: 11.04.2019).
- Biuro Prasowe TVN i Discovery Polska, *Player rozwija bibliotekę materiałów w technologii wirtualnej rzeczywistości (VR)*. <https://prasa.tvn.pl/informacje-prasowe/player-rozwija-biblioteke-materialow-w-technologie-wirtualnej-rzeczywistosci-vr,279009.html> (dostęp: 14.04.2019).
- Cyfra+, *Historia Cyfry+*. <http://web.archive.org/web/20070215085947/http://www.cyfraplus.pl/cyfraplus.php?menu=9&rok=1998> (dostęp: 11.04.2019).
- Grzeszczak J. (2007), *TVN HD od 31 sierpnia*, 30.08.2007, satkurier.pl. <https://satkurier.pl/news/37692/tvn-hd-od-31-sierpnia.html> (dostęp: 11.04.2019).
- HbbTV w Polsce, *Wersje HbbTV*. <http://hbbtnv.pl/2018/05/26/wersje-hbbtnv/#more-1715> (dostęp: 13.04.2019).
- HbbTV, *HbbTV Masterclass Materials* (1). <https://www.hbbtnv.org/resource-library/hbbtnv-masterclass-material/> (dostęp: 13.04.2019).
- HbbTV, *HbbTV Masterclass Materials* (2). https://www.hbbtnv.org/wp-content/uploads/2019/03/HbbTV-Masterclass-@-DVB-World-2019_MODULE-II_Core-Specifications.pdf (dostęp: 13.04.2019).

- HbbTV, *HbbTV Masterclass Materials* (3). https://www.hbbtv.org/wp-content/uploads/2019/03/HbbTV-Masterclass-@-DVB-World-2019_MODULE-III_OpApps.pdf (dostęp: 13.04.2019).
- Lemańska M. i Zajac M. (2009), *sport.pl, TVP bardziej cyfrowa, na razie za darmo*, 16.09.2009, rp.pl. <http://www.rp.pl/artykul/364093-TVP-bardziej-cyfrowa--na-razie-za-darmo-.html#ap-1> (dostęp: 4.06.2017).
- Mediarun, *Debiut nowej formy reklamy – Pop up Toyoty w Cyfrze+*. <https://mediarun.com/pl/media/tv/debiut-nowej-formy-reklamy-pop-up-toyoty-w-cyfrze.html> (dostęp: 11.04.2019).
- Nitroblog, *XI muza*. <http://blog.nitrofilm.pl/2011/12/xi-muza> (dostęp: 8.04.2019).
- Player.pl, *Kolekcja Świat w 360*. <https://player.pl/playerplus/kolekcje/swiat-w-360,1025332> (dostęp: 14.04.2019).
- Słownik języka polskiego PWN. <https://sjp.pwn.pl/sjp/jedenastamuza;3028269.html> (dostęp: 8.04.2019).
- Stodolak S. (2014), *Koniec telewizji, jaką znamy?* <https://www.newsweek.pl/biznes/netflix-telewizja-internetowa-tv-newsweekpl/pxk87t9> (dostęp: 15.04.2019).
- Szewczyk Ł. i Ratusznia B. (2009), *media2.pl, Ruszyła satelitarna platforma TVP*, 15.09.2009. <https://media2.pl/media/56152-Ruszyła-satelitarna-platforma-TVP.html> (dostęp: 4.06.2017).
- Telewizja Polska SA, *Kolor – rewolucja w telewizji*. <http://web.archive.org/web/20170315053322/http://www.tvp.pl/retro/aktualnosci/kolor-rewolucja-w-telewizji/3553621> (dostęp: 8.04.2019).
- tvn.pl, „*Para nie do pary*”, *serial 360 stopni w player.pl*. <https://www.tvn.pl/aktualnosci/para-nie-do-pary-serial-360-stopni-w-player-pl,238672,n.html> (dostęp: 14.04.2019).
- TVP S.A. Centrum Prasowe, *Programy TVP przez telefon*. <http://web.archive.org/web/20031128013324/http://ww2.tvp.pl/tvpl/86,2003082152657.strona> (dostęp: 11.04.2019).
- TVP Tygodnik, *Telegazeta – jedyna gazeta bez zwrotów*. <https://tygodnik.tvp.pl/8548913/telegazeta-jedyna-gazeta-bez-zwrotow> (dostęp: 8.04.2019).

TVP.pl, *Kronika Polskiej Telewizji* (1).

<http://web.archive.org/web/20021227235339/http://www.tvp.pl/historia/lata/1966.asp> (dostęp: 8.04.2019).

TVP.pl, *Kronika Polskiej Telewizji* (2).

<http://web.archive.org/web/20021228000232/http://www.tvp.pl/historia/lata/1996.asp> (dostęp: 11.04.2019).

Wirtualne Media, *TVN24 w internecie i w Aster City*. <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/tvn24-w-internecie-i-w-aster-city> (dostęp: 11.04.2019).