

Emocje w odcinkach

Jeśli eksperyment się powiedzie, powstanie jego amerykańska wersja. Duży wpływ na wzrost produkcji seriali w ostatnich latach miał gwałtowny postęp technologiczny i związane z nim zmiany przyzwyczajzeń widzów. Kiedyś były robione dla telewizji i umieszczane w sztywnej ramówce (emisja np. raz w tygodniu). Zwrot kosztów uzależniony był od zysków z reklam. Dziś wyprodukowanie serialu czasem jest o wiele droższe niż przewidywane wpływy z reklam - np. jeden odcinek „Gry o tron” kosztuje milion dolarów. Internet umożliwił jednak powstanie platform streamingowych - instytucji telewizji na życzenie VOD, które zapewniają zyski z opłat subskrybentów. Kolejne sezony najpopularniejszych seriali sprzedawane są na płytach DVD lub Blue-ray. Ale żeby te nowe kanały dystrybucji mogły zarabiać, trzeba zapełnić je treścią.

Potentat na rynku wypożyczalni internetowych - Netflix (dostępny w Polsce od stycznia 2016) - w ciągu roku zaplanował wyprodukowanie ponad 20 seriali. Ludzie będą mieli czas, żeby je obejrzeć, bo nie są związani ramówką. Oglądają wtedy, kiedy im wygodnie albo tak jak lubią - na przykład cały sezon ciągiem i poświęcają na to noc albo dobę (to zjawisko określono mianem „binge-watching”).

- Wiem, że telewizje HBO i Canal+ planują produkować dwa seriale rocznie - mówi Piotr Dziecioł, właściciel Opus Film i Opus TV. - W naszej telewizji publicznej jest gorzej, bo brakuje pieniędzy. W TVN mamy jeden projekt. Polsat też produkuje. Pojawiło się dużo więcej nadawców. Większość miłośników seriali w ogóle nie ogląda telewizji. Korzystają z platform streamingowych, takich jak: Netflix, Showmax (dostępny w Polsce od kilku miesięcy) czy HBO Go. Moja żona nie lubi oglądać seriali emitowanych po jednym odcinku tygodniowo. Kiedy Netflix 30 maja wrzucił nowy sezon „House of Cards”, większość ludzi obejrzała go w trakcie weekendu. Nawet jeśli HBO nadaje coś raz w tygodniu, ja to nagrywam, a potem oglądam wszystkie odcinki naraz.

Bogdan Sobieszek

Pełną wersję artykułu można przeczytać w wakacyjnym numerze "Kalejdoskopu". Do kupienia w salonikach prasowych i kioskach sieci Ruch, Kolporter, Garmond-Press, salonach Empik i w recepcji Łódzkiego Domu Kultury.