Waldemar Mazur
Uniwersytet Wrocławski

Sport inaczej — o wejściu na polski rynek medialny telewizji Canal+

Był początek roku 1994, kiedy do Janusza Basałaja, wówczas pracownika „Przeglądu Sportowego" oraz komentatora meczów piłkarskich w telewizji publicznej, zadzwonił Krzysztof Wyrzykowski, polski dziennikarz na stałe mieszkający i pracujący w Paryżu. W imieniu stacji Canal+ France zaproponował Basałajowi komentowanie meczu Olympique Marsylia–Paris Saint-Germain podczas zamkniętego pokazu. Miał to być element kampanii promocyjnej w trakcie ubiegania się o koncesję na nadawanie w Polsce. Basałaj na propozycję przystał, ale nawet po imprezie, która odbyła się w pałacu prymasowskim w Paryżu, nie spodziewał się, że już kilka miesięcy później jeszcze raz przyjdzie mu odebrać telefon od przedstawiciela francuskiej telewizji, tym razem proponującego kierowanie redakcją sportową nowo powstającej nad Wisłą stacji.

W dużym skrócie tak według prasowych relacji zainicjowany został proces kompletowania sportowej redakcji telewizji Canal+ Polska, która w połowie 2015 roku, jako flagowy produkt platformy cyfrowej nc+, miała prawa do transmitowania niemal wszystkich najpopularniejszych rozgrywek piłkarskich w Europie, w tym m.in.: Ligi Mistrzów, Ligi Europy oraz lig krajowych (angielskiej Premier League, hiszpańskiej Primera Division, francuskiej Ligue 1 oraz włoskiej Serie A), a w pakiecie dla abonentów dysponuje ponadto prawami telewizyjnymi do rodzimej Ekstraklasy piłkarskiej, żużla w wydaniu krajowym (Speedway Ekstraliga), jak i międzynarodowym (Grand Prix), amerykańskiej ligi koszykarskiej NBA, koszykarskiej Euroligi oraz do mniej popularnych w Polsce, ale prestiżowych dyscyplin (mowa tu chociażby o Pucharze Sześciu Narodów w rugby, golfowym cyklu European Tour, boksie zawodowym czy szybko zyskującym popularność na świecie MMA). Bogactwo oferty czyni obecnie Canal+ najbardziej prestiżowym produktem spośród wszystkich telewizji

Dziennikarstwo i Media 6, 2015
© for this edition by CNS

sportowych obecnych na rodzimym rynku, stawiając ją zarówno przed konkurencją publiczną, jak i innymi nadawcami prywatnymi.

Wstęp z historii

Początki programów sportowych w telewizji sięgają drugiej połowy lat 30. ubiegłego stulecia, a za pierwszą prawdziwą relację sportową przyjęło się uważać tę, którą faszystowska III Rzesza przeprowadziła z Igrzysk Olimpijskich w Berlinie w 1936 roku. Andrzej Ostrowski pisze w tym kontekście nawet o „historycznym początku sportu w telewizji"[1]. Relacja z wydarzeń rozgrywanych na Stadionie Olimpijskim w Berlinie odbyła się na niespotykaną wówczas skalę, przekaz można było oglądać w odbiornikach telewizyjnych, ale ze względu na małą ich dostępność, również na specjalnie w tym celu przygotowanych ekranach, które rozstawiono w największych miastach Niemiec. Chcąca zademonstrować światu swoją potęgę hitlerowska Rzesza wyemitowała łącznie materiał trwający blisko 96 godzin. Kilka miesięcy później, już bez tak dużego ideologicznego nadęcia, brytyjska BBC[2] podjęła się transmisji telewizyjnej z meczu bokserskiego (4 luty 1937), turnieju wimbledońskiego (21 czerwca 1937) oraz spotkania piłki nożnej (16 września 1937). Dwa lata później po drugiej stronie Atlantyku pierwszą transmisję sportową przeprowadziła amerykańska stacja NBC[3].

Po oczywistym wyhamowaniu rozwoju telewizji na początku lat 40., w pierwszej dekadzie lat powojennych nastąpił dynamiczny jej rozwój, a znaczące miejsce w ramówkach bardzo szybko zaczęły odgrywać właśnie transmisje sportowe. Zrujnowana II wojną światową Polska miała pod tym względem duże zaległości, chociażby do krajów zachodnich, stąd też na pierwszą sportową transmisję „na żywo" musieliśmy czekać aż do 13 stycznia 1957 roku, kiedy to telewizja publiczna pokazała mecz bokserski Skra Warszawa–Gwardia Łódź. Z kolei pierwszy mecz piłkarski — spotkanie warszawskich drużyn Gwardii i Polonii — transmitowano 10 marca 1957 roku. W kolejnym roku polscy widzowie mogli cieszyć się pierwszym bezpośrednim przekazem sportowym zza granicy, a mowa tu o Mistrzostwach Świata w Łyżwiarstwie Figurowym. W roku 1960 już blisko ćwierć miliona abonentów w kraju miało możliwość śledzenia przez 80 godzin relacji z Igrzysk Olimpijskich w Rzymie. To historyczne wydarzenie — pomimo fatalnie wypełniających swoje obowiązki komentatorów — cieszyło się ogromnym zainteresowaniem widzów, co rozpoczęło błyskawiczny rozwój telewizyjnych relacji sportowych w PRL, a tym samym wywołało wzrost zapotrzebowania na dziennikarzy sportowych, którzy mogliby pracować w tym młodym medium. Na porządku dziennym stały się transfery dziennikarzy

[1] A. Ostrowski, *Telewizyjna transmisja sportowa, czyli największy teatr świata*, Wrocław 2007, s. 32.
[2] BBC — funkcjonujący od 1922 roku brytyjski publiczny nadawca radiowo-telewizyjny.
[3] NBC — amerykańska sieć telewizyjna wchodząca w skład koncernu medialnego NBC Universal.

© for this edition by CNS

radiowych do telewizji, w tym m.in. Jana Ciszewskiego, który zanim uznany został za legendę srebrnego ekranu (relacjonował choćby sukcesy piłkarskiej reprezentacji Kazimierza Górskiego) — pracował w Radiu Katowice.

Andrzej Ostrowski za przełomowy w historii dziennikarstwa sportowego w Telewizji Publicznej uznaje okres przemian ustrojowych. Po obiecujących latach 80., kiedy na Woronicza pojawiły się nowe nazwiska (m.in. uznawany za następcę zmarłego Ciszewskiego Dariusz Szpakowski, ale także Włodzimierz Szaranowicz, Krzysztof Miklas czy Andrzej Zydorowicz), kapitalistyczna rzeczywistość postawiła redakcję sportową TVP przed wieloma wyzwaniami, z którymi ta w wielu wypadkach nie potrafiła sobie poradzić. Zmieniono model zarządzania sportem w telewizji, likwidując Naczelną Redakcję Programów Sportowych, dziennikarzy niemających większego pojęcia o zarządzaniu obarczano pracą *stricte* urzędniczą, a świetnie rozwijającą się jeszcze w poprzedniej dekadzie publicystykę sportową zepchnięto na margines. Telewizja publiczna trwoniła swój potencjał (kanały TVP 1 i TVP 2 docierał wówczas do ponad 99% gospodarstw domowych[4]) oraz niejako na własne życzenie traciła przewagę nad nowo powstającymi nadawcami prywatnymi, którzy wówczas dopiero wchodzili na rynek. Wśród nich była także prestiżowa, zaliczana do segmentu premium płatna stacja Canal+, która niebawem miała zadać TVP bardzo bolesny wizerunkowo cios, zagarniając rozgrywki piłkarskiej Ekstraklasy.

Francuski kapitał

Canal+ France swoją działalność rozpoczął w 1984 roku, stając się pierwszą płatną telewizją nad Sekwaną. Już po niespełna dwóch latach funkcjonowania stacja doczekała się milionowego abonenta, a systematyczny wzrost popularności w ojczyźnie spowodował, że z końcem lat 80. zarząd Canal+ podjął decyzję o wkroczeniu na rynki zagraniczne. Polska była piątym — po Holandii, Belgii, Hiszpanii i krajach Maghrebu — kierunkiem inwestycyjnym. 23 listopada 1994 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła decyzję o przyznaniu Canal+ koncesji nadawczej, a od lutego 1995 stacja rozpoczęła emisję sygnału. Od samego początku polski Canal+ przyjął tę samą strategią, co stacja macierzysta, kładąc nacisk na wysokiej jakości filmy, seriale oraz sport. Pod względem pasm sportowych w pierwszym roku funkcjonowania oferta nie wyglądała imponująco, ale już od końca sezonu piłkarskiego 1994/95 Canal+ podjął rozmowy z Polskim Związkiem Piłki Nożnej w celu uregulowania rynku praw transmisyjnych. Do tamtego momentu PZPN nie korzystał ze swoich przywilejów, pozostawiając klubom wolną rękę w kwestii wyboru podmiotu, któremu te sprzedadzą prawa do transmisji własnych meczów. W połowie 1995 roku możliwość pokazywania spotkań rozdzielono jeszcze pomiędzy TVP, Canal+ i firmę Go&Gol, ale już po

[4] A. Ostrowski, *op. cit.*, s. 40.

© for this edition by CNS

wygaśnięciu tej trzyletniej umowy francuska stacja od początku sezonu 1998/99 stała się samodzielnym nadawcą rozgrywek polskiej Ekstraklasy[5]. Był to jednak dopiero wstęp do podpisania tzw. kontraktu stulecia. Z inicjatywy Zbigniewa Bońka, ówczesnego wiceprezesa PZPN ds. marketingu, obecnie prezesa Związku, w roku 2000 w życie weszła nowa, pięcioletnia umowa między francuską stacją a Ekstraklasą. Na jej mocy kluby otrzymały do podziału zawrotną jak na polskie realia piłkarskie sumę 100 milionów dolarów.

Od początku XXI wieku Canal+ za każdym razem wygrywał przetarg na transmisję rozgrywek Ekstraklasy, przez co w środowisku futbolowym uchodzi za największego dobroczyńcę polskiej piłki klubowej. Wszystko przez to, że zapewnia piłkarskim firmom stały dopływ gotówki i w wielu przypadkach — mowa zwłaszcza o uboższych klubach — staje się ich głównym sponsorem. W zamian stacja wymusiła na PZPN wprowadzenie wymogów licencyjnych, które zobowiązują kluby chcące grać w najwyższej klasie rozgrywkowej do spełnienia szeregu kryteriów, w tym m.in.: posiadania podgrzewanej murawy oraz oświetlenia umożliwiającego grę po zmroku, dysponowanie stadionem przynajmniej na 4,5 tys. miejsc siedzących czy specjalnie wydzielonymi sektorami dla kibiców przyjezdnych i osób niepełnosprawnych. A wszystko w trosce o to, by produkt sprzedawany przez Canal+ miał jak najlepsze opakowanie.

Przyglądając się ruchom Canal+ Polska na rynku praw transmisyjnych wyłania się zupełnie odmienna strategia niż ta, którą stosuje TVP. Przede wszystkim Canal+ — choć od pojawienia się na polskim rynku medialnym dysponował pokaźnym kapitałem finansowym — nigdy nie był zainteresowany pozyskaniem praw do dużych imprez sportowych, takich jak igrzyska olimpijskie czy mistrzostwa świata w piłce nożnej. Walkę o nie pozostawiał nadawcy publicznemu bądź prywatnemu Polsatowi. Francuzi preferowali i wciąż preferują inwestowanie w wydarzenia może o mniejszym wymiarze marketingowym i sportowym (mowa tu o rozgrywkach sezonowych), ale pozwalające im zacieśnić relacje z abonentami poprzez zapewnianie regularnej dostawy rozrywki sportowej (w tygodniach, gdy gra Liga Mistrzów i Liga Europy, na kanałach Canal+ każdego dnia transmitowanych jest kilka meczów piłkarskich). Tym, co wyróżnia je na tle telewizji publicznej, jest także przemyślana strategia, która przejawia się w sposobie wprowadzania do oferty kolejnych dyscyplin. TVP zdaje się podążać za modą, inwestując często w dyscypliny, na które koniunkturę nakręca chwilowa popularność polskiego reprezentanta (tak jest obecnie z kobiecym tenisem ziemnym, który w ofercie telewizji publicznej znalazł się po sukcesach Agnieszki Radwańskiej, wcześniej z podobnych powodów zakupiono prawa do kobiecych biegów narciarskich). Stacja o francuskim rodowodzie dotychczas zdaje się odległa od tego typu ruchów, nowe dyscypliny wprowadza na swoją antenę stopniowo, edukując nie-

[5] Z umowy ostatecznie wyłamała się Legia Warszawa i Wisła Kraków, które prawa do transmisji własnych meczów odsprzedały innym telewizjom.

© for this edition by CNS

zapoznanych z egzotycznymi zmaganiami widzów (za przykłady mogą posłużyć od lat obecne w ofercie Canal+ niszowe w Polsce dyscypliny, jak rugby czy golf).

Nowe wzorce dziennikarskie

Jest oczywiste, że wybór Janusza Basałaja na dyrektora ds. sportowych w nowo powstającej stacji nie był przypadkowy. Istotne zdawały się tu zwłaszcza jego związki z TVP. Z jednej strony dziennikarz znał środowisko sportowe, miał doświadczenie w komentowaniu meczów piłkarskich, ale jednocześnie nie był on jedną z „twarzy" redakcji sportowej przy Woronicza. Fakt ten był o tyle istotny, iż Canal+ miała stanowić przeciwwagę dla dziennikarstwa, jakie uprawiano w telewizji publicznej. Jednym z pierwszych haseł reklamowych wchodzącego na polski rynek francuskiego nadawcy było „telewizja inaczej".

Po dziś dzień w środowisku dziennikarskim krążą legendy, w jaki sposób Basałaj rekrutował swoich podwładnych. Wielokrotnie nie sposób zweryfikować autentyczności tych historii, zwłaszcza jeśli w przekazach medialnych pojawiają się relacje nie do końca spójne. Zakładając jednak, że nawet część z tych opowieści została w najlepszym wypadku podkoloryzowana, aby zyskać na atrakcyjności — chociażby ta, jakoby Andrzej Twarowski miał zostać zatrudniony ze względu na to, że w pewnym lokalu głośno krytykował sposób komentowania meczów na antenie Canal+ — to nie ulega wątpliwości, że w redakcji nie bano się stawiać na ludzi młodych, niekiedy bez jakiegokolwiek doświadczenia w pracy telewizyjnej czy dziennikarskiej[6]. Spośród takich pracowników wyróżniał się Jacek Laskowski. Był to jedyny transfer Basałaja z TVP, który przeprowadzono tuż po zakończeniu Mundialu we Francji w 1998 roku. Ruch ten poczyniono tuż przed startem pierwszego sezonu Ekstraklasy, który Canal+ miał transmitować na wyłączność. Stąd też można mieć podejrzenia, że w ostatnim momencie zarządzający sportem w tej młodej wciąż stacji odeszli, przynajmniej częściowo, od pierwotnych założeń i postanowili zaproponować widzom przynajmniej jeden świetnie znany i sprawdzony już na antenie publicznej komentatorski głos.

Czym różnił się wówczas sposób komentowania meczów w Canal+ od relacji płynących z TVP? W licznych wywiadach prasowych dziennikarze z pierwszej stacji podkreślali, że ich zadaniem jest przede wszystkim nieprzeszkadzanie widzowi, przy jednoczesnym przekazywaniu jak najbardziej fachowej wiedzy na temat futbolu. Basałaj po dziś dzień z kolei powtarza, że zależało mu, aby nikt w jego zespole nie mówił „Szpakowskim"[7]. Styl proponowany przez wciąż najpopularniejszego komentatora TVP, niezwykle dynamiczny i żywiołowy, ale też pełen patosu, lapsusów językowych

[6] http://www.przegladsportowy.pl/pilka-nozna/ekstraklasa,20-lat-canal-plus-w-polsce,artykul,550222,2,381.html [dostęp: 10 maja 2015].

[7] Mowa o Dariuszu Szpakowskim.

© for this edition by CNS

czy wreszcie błędów merytorycznych, choć wciąż spotyka się w Polsce z ciepłym przyjęciem widzów, to w środowisku sportowym coraz głośniej jest krytykowany, zarówno przez komentatorów z konkurencyjnych stacji, jak i dziennikarzy prasowych.

Tym, co zwraca uwagę widza Canal+ już od pierwszych minut transmisji, jest specyficzny humor, który towarzyszy komentatorom. Wielokrotnie można odnieść wrażenie, że im mniejsza ranga sportowego widowiska, tudzież im mecz okazuje się słabszy, tym więcej relacjonujący go dziennikarze dają od siebie, pozwalając sobie na częstsze wtrącenia czy przytaczanie anegdot. Zaznaczyć jednak należy, że informacje, jakie w trakcie takiego meczu przekazywane są widzom, zawsze są powiązane z relacjonowanym wydarzeniem. Andrzej Twarowski, zajmujący się w stacji komentowaniem ligi angielskiej, przypominał w prasie, że sport to rozrywka, a transmisję z meczu należy traktować przede wszystkim w takich kategoriach[8].

Canal+ od TVP różnił i wciąż różni jeszcze jeden element. W relacjach na antenie telewizji publicznej możemy się dopatrzyć pewnej przypadkowości w doborze komentatorów, natomiast na antenie Canal+ praktycznie nigdy taka sytuacja nie ma miejsca. Dziennikarze tej prywatnej stacji przypisani są konkretnym ligom (z wyjątkiem polskiej, przy której pracują w zasadzie wszyscy), co więcej, w ogromnej większości uchodzą oni za znawców futbolu z danego kraju. Istotne jest to tym bardziej, że po zakończonym meczu z roli komentatora wchodzą zazwyczaj w rolę reportera, opuszczając stanowiska dotychczasowej pracy i przeprowadzając wywiady z zawodnikami i trenerami, które niekiedy już po kilkunastu minutach od zakończenia spotkania transmitowane są w pomeczowych studiach.

Jednak to nie sposób pracy komentatorów stacji Canal+ wywołał największą rewolucję w sportowym dziennikarstwie telewizyjnym w Polsce. Pierwszą nowinką zaszczepioną na grunt krajowy wprost z Francji było wprowadzenie funkcji tzw. eksperta, w którego rolę zazwyczaj wciela się były piłkarz, trener bądź inna osoba związana ze środowiskiem piłkarskim. W połowie drugiej dekady XXI wieku ktoś taki, partnerujący dziennikarzowi w trakcie komentowania meczu bądź występujący w magazynie sportowym jako interlokutor prowadzącego studio, wydaje się oczywistym uczestnikiem spektaklu telewizyjnego, ale jeszcze dwadzieścia lat temu funkcja eksperta sportowego w rodzimym dziennikarstwie telewizyjnym była nieznana. Canal+, zapraszając do współpracy byłych piłkarzy, nie tylko odkrył nowe osobowości telewizyjne — chociażby Tomasza Wieszczyckiego, Kazimierza Węgrzyna czy Rafała Murawskiego — ale też odkłamał wiele stereotypów narosłych wokół polskich piłkarzy, którzy powszechnie uważani byli za osoby nieciekawe, mało elokwentne, niemające zbyt wiele do zaoferowania poza boiskiem.

Za flagowy i najpopularniejszy obecnie program publicystyczny w ofercie Canal+ uznać należy cotygodniowy magazyn „Liga+ Extra", który zadebiutował na antenie w lutym 2002 roku. Od początku istnienia ukazuje się on w niedzielne wieczory, tuż

[8] http://ofensywni.przegladsportowy.pl/2014/02/11/rozmowa-ofensywna-andrzej-twarowski-i-rafal-nahorny-stare-dobre-malzenstwo/ [dostęp: 10 maja 2015].

© for this edition by CNS

po zakończeniu ostatniego weekendowego spotkania Ekstraklasy. Pomysłodawca programu, Janusz Basałaj, tłumaczył w filmie dokumentalnym, który nakręcono z okazji dziesiątej rocznicy funkcjonowania magazynu, że głównym celem, który mu przyświecał podczas tworzenia formuły nowej telewizyjnej pozycji, było zerwanie z dotychczasowym sposobem prowadzenia magazynów piłkarskich. Chciał on przekazać widzom więcej informacji niż tylko to, jak przebiegało spotkanie, oraz wprowadzić element rozrywkowy. Program mający być swoistym połączeniem telewizyjnego show ze studiem sportowym okazał się strzałem w dziesiątkę, zyskując liczne grono oddanych widzów. Na uwagę zasługuje sposób prowadzenia magazynu, w trakcie którego gospodarze (obecnie Andrzej Twarowski i Tomasz Smokowski) nie mają obiekcji przed zadawaniem zaproszonym gościom trudnych i niewygodnych pytań, co wielokrotnie prowadzi do słownych utarczek, rzadziej kłótni. We wciąż ewoluującym programie bierze udział też ekspert analizujący pracę sędziów (niegdyś Wit Żelazko, skazany za udział w aferze korupcyjnej, obecnie Sławomir Stempniewski), zaproszeni dziennikarze prasowi, piłkarze bądź trenerzy, a od kilku lat stałym punktem magazynu jest „Turbo Kozak", czyli konkurs mający sprawdzić umiejętności techniczne ligowych zawodników.

Big Brother na stadionie

Andrzej Ostrowski w swojej książce zastanawia się, czy relacje sportowe mają cechy wojerystyczne, a z kolei kibicowi śledzącemu widowisko sportowe przed telewizorem można przypisać za Johnem Fiskem rolę podglądacza[9]. Wątpliwości w tej kwestii może rozwiać obserwowanie na antenie Canal+ transmisji z meczów piłkarskiej Ekstraklasy. Jeszcze w latach 90. od strony technicznej nie odbiegały one od sposobów prezentacji meczów piłkarskich na antenie TVP. Poza komentarzem i obrazem przekazywanym z kilku kamer do dyspozycji widza był jeszcze przebywający w pobliżu murawy reporter, który w przerwie i po meczu mógł zadać kilka pytań zawodnikom bądź trenerowi. W XXI wieku, także za sprawą stosowania lepszego technicznie sprzętu, rozpoczął się proces coraz większego przybliżania widzowi wydarzeń, zarówno tych, które mają miejsce na płycie boiska, jak i poza nią.

W pierwszej kolejności zaczęto używać mikrofonów kierunkowych, które pozwalały wyłapywać rozmowy mające miejsce wśród zawodników i sztabów trenerskich. Były to początkowo okazjonalne incydenty, stosowane w wyjątkowych okolicznościach, które w międzyczasie przeistoczyły się jednak w stałą praktykę. Obecnie w Polsce ławki trenerskie znajdują się pod ciągłym podglądem, a w ten sposób zdobyte materiały wielokrotnie wykorzystywane są w trakcie magazynu „Liga+ Extra", gdzie analizowane jest także to, w jaki sposób podczas meczu zachowują się trenerzy, jak komunikują się z zawodnikami, a nawet jak często wspomagają swój przekaz wulgaryzmami.

[9] A. Ostrowski, *op. cit.*, s. 231–232.

© for this edition by CNS

Prywatności zawodnicy nie uświadczą także w drodze do szatni, gdzie również czekają na nich kamery i mikrofony. Stałym punktem pomeczowych skrótów serwowanych przez Canal+ stały się kłótnie i przepychanki, do których bardzo często dochodzi właśnie na klubowych korytarzach, z dala od oczu zgromadzonych na trybunach kibiców. Uwagę mogą przykuwać zwłaszcza częste i zazwyczaj wulgarne ataki na sędziów, jakich notorycznie dopuszczają się piłkarze. Obecnie jedynym miejscem, do którego reporterzy Canal+ wciąż nie mają pełnego dostępu, są szatnie piłkarskie. Filmowane wyłącznie zza progu, często są przed wścibskim okiem kamery zamykane (choć nawet wtedy dziennikarzom zdarza się nagrywać dochodzące zza drzwi rozmowy). Jak nietrudno jest się domyślić, odstępstwa od tej reguły mają miejsce w chwilach euforii spowodowanych zwycięstwem, a jeszcze częściej zdobyciem któregoś z piłkarskich trofeów. W takich momentach telewizyjna kamera zdaje się w piłkarskiej szatni przedmiotem wręcz pożądanym.

Uczestnicy spektaklu sportowego, w tym przypadku piłkarze, trenerzy i sędziowie, nagrywani są często bez ich wiedzy (choć za zgodą), co niejednokrotnie czyni ich bohaterami przekazu, w którym zdani są na łaskę osób pracujących przy realizacji materiałów telewizyjnych. W tym ujęciu ci drudzy stają się odpowiednikami twórców kinowych. Podobnie jak filmowcy mogą uczynić z bohaterów swoich transmisji herosów bądź w razie potrzeby ośmieszyć ich na oczach tysięcy widzów. W Canal+ z tej drugiej możliwości korzysta się nader oszczędnie, choć znane są przypadki, kiedy oko kamery skupiało się na piłkarzu, któremu akurat pękła guma w spodenkach, bądź kibicach, którzy wbrew stadionowym przepisom raczyli się na trybunach napojami alkoholowymi. Tego typu zabiegi przekierowują uwagę odbiorcy z obszaru poznawczego na emocjonalny, nadając transmisjom nowy, wielokrotnie pozasportowy wymiar.

Sport differently — about the entry of Canal+ television into the Polish media market

Summary

Canal+ television was the first fully paid and non-public premium broadcaster which appeared on the Polish television market. The article is an attempt to explain the circumstances under which Canal+ sports desk was established, and identify the solutions enabling private stations to dominate the market of TV sports coverage, especially football.

© for this edition by CNS