



**Krzystian Mrozek**

# **Seriale internetowe – nowa siła e-rozrywki?**

## Dane adresowe

Symetria  
Agencja e-biznes i dom mediowy  
ul. Wyspiańskiego 10/4  
60-749 Poznań

## Kontakt

tel.: 061 864 36 55  
Faks: 061 864 36 55  
e-mail: [symetria@symetria.pl](mailto:symetria@symetria.pl)  
[www.symetria.pl](http://www.symetria.pl)

## Spis treści:

<b>Pierwsze kroki .....</b>	<b>3</b>
<b>Krótką lekcją historii .....</b>	<b>3</b>
<b>A u nas... ..</b>	<b>6</b>
<b>Czas na wielką konfrontację .....</b>	<b>10</b>
<b>Co dalej?.....</b>	<b>10</b>
<b>Kilka słów o Symetrii .....</b>	<b>12</b>

## Pierwsze kroki

**Polski rynek seriali internetowych budzi się do życia. Mamy kilka rodzimych produkcji, wokół których utworzyły się większe lub mniejsze społeczności fanów. Pierwsze kroki zostały postawione, laury odebrane, słowa zachwytu wypowiedziane lecz pozostaje jedno pytanie: „ Co dalej?”. Czy nasz rynek rozwinie się tak samo jak amerykański i czy w ogóle możemy porównywać się do amerykańskich produkcji?**

## Krótką lekcją historii

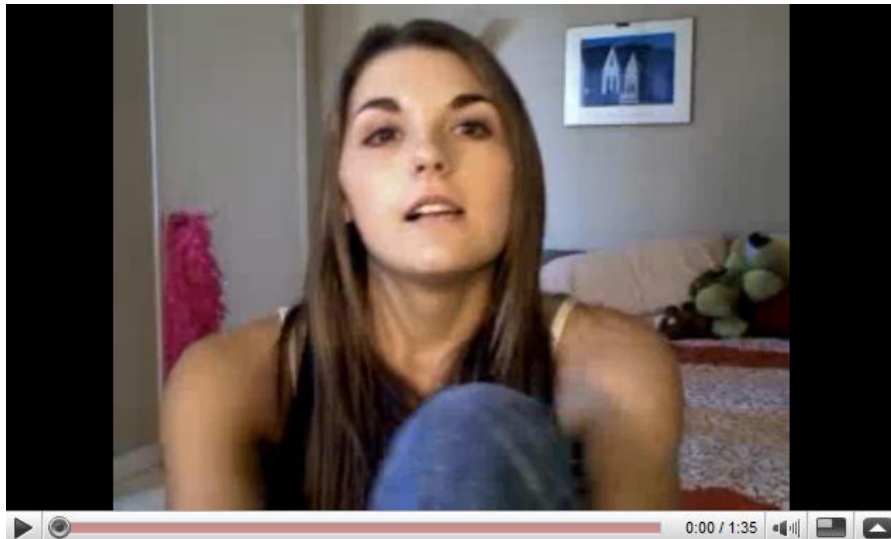
Krótką, bo swój początek ma w roku 2006. Wtedy to pojawiły się w Internecie dwa seriale internetowe: „lonelygirl15” oraz „SamHas7Friends”. Czym różniły się od zwykłych seriali? Przede wszystkim formą - były to maksymalnie 2-minutowe odcinki, stylizowane na amatorskie produkcje, przekazujące treść w skrótowy sposób. Co więcej, każdy na świecie miał do nich darmowy dostęp, gdyż odcinki były udostępniane w serwisie YouTube. I choć zaczęło się niewinnie, od nieśmiałych prób, zakończyło się ogromną popularnością, wielkim sukcesem i narodzinami nowej gałęzi internetowego showbiznesu.

### „lonelygirl15”

Chyba żaden z ojców „lg15” ( Ramesh Flinders, Miles Beckett oraz Greg Goodfried) nie przypuszczał, że ich dzieło wywoła tak ogromny odzew wśród internautów. Oczywiście można opisać sukces „lonelygirl15” liczbami (3 sezony, 547 odcinków, łączna liczba odsłon na YouTube - 130 mln.), lecz tak naprawdę mamy tu do czynienia z ogromną społecznością internautów aktywnie działających w stworzonym dla nich fikcyjnym świecie „lg15 universe”.

Choć ostatni odcinek „lonelygirl15” został wyemitowany 1 sierpnia 2008 roku, historia tajnej organizacji „The Order” i młodych dziewczyn przez nią ściganych nie ustała i ma swój dalszy bieg. Główna bohaterka „lg15” - Bree, grana przez aktorkę Jessicę Rose, wspomina o Kate Modern, dziewczynie z Wielkiej Brytanii, która jest w niebezpieczeństwie z powodu organizacji „The Order”. W ten oto sposób przechodzimy do brytyjskiego spin-offu „lg15” pod nazwą „KateModern”. Serial ten odniósł sukces ale ogromną w tym rolę odegrali amerykańscy

fani, z zapartym tchem śledzący przygody brytyjskiej odpowiedniczki Bree. Z analogiczną sytuacją spotykamy się w tej chwili w Polsce, gdzie 26 stycznia br. ruszył polski spin-off zatytułowany „n1ckola”. Także u nas liczną grupę fanów Oli stanowią Amerykanie i Brytyjczycy. Wszystkie powyższe produkcje są częścią „lg15 universe”, w którym można ponadto oglądać australijski spin-off "Lg 15: The Last" a także amerykański sequel „lg 15” o tytule: "LG15: The Resistance". Dodatkowo powstała LGPedia dzięki której można odnaleźć wszystkie informacje związane z „lg15 universe”.



„lg15” <http://www.youtube.com/watch?v=-goXKtd6cPo&feature=Playlist&p=F1BED25959F378B7&index=12>

## „SamHas7Friends”

Serial został stworzony i w całości zrealizowany przez Big Fantastic. Kryminalna historia opowiada losy ambitnej aktorki mieszkającej w Los Angeles, Samantha Breslow, która 15 grudnia 2006 (wtedy też został wyemitowany ostatni 80 odcinek serialu) zostaje zabita przez jednego ze swoich siedmiu przyjaciół. O sukcesie serialu może świadczyć nominacja tego tytułu do nagrody Emmy.

W 2007 roku prawa do tego serialu nabył Michael Eisner, studio Vuguru.



„SamHas7Friends” <http://www.youtube.com/samhas7friends>

Lata 2007 i 2008 to bardzo dynamiczny rozwój seriali internetowych. Nowo powstałe studio Vuguru sfinalizowało i zajęło się dystrybucją stworzonego przez Big Fantastic serialu „Prom Queen”. Serial został nominowany do nagrody Emmy. Marshall Herkovitz stworzył serial internetowy „Quarterlife”. Powstaje również niezależna produkcja, „The Guild” – komedia, w której jedną z głównych ról gra Felicia Day. Produkcja ta zdobywa w 2007 YouTube Video Award za najlepszy serial online. Wszystkie powyższe tytuły można zaliczyć do nisko budżetowych, w przeciwieństwie do serialu „Sanctuary” (podobnie jak „Prom Queen” został nominowany do nagrody Emmy), którego produkcja wyniosła 4,3 miliony dolarów,

Wielkie sieci telewizyjne, widząc nowy trend wprowadziły własne produkcje. NBC zamówiło 50 3-minutowych odcinków serialu science fiction „Gemini Division” (w roli głównej Rosario Dawson). Serial został stworzony i wyprodukowany przez Electronic Farm Entertainment. Warner Brothers uruchamia wytwórnię online „The WB” i wypuszcza na rynek swój pierwszy serial „Sorority Forever” stworzony i wyprodukowany przez Big Fantastic. Ponadto na stronie HBOlab.com można śledzić losy bohaterów serialu „Hooking Up” główną rolę gra w nim Jessica Rose, znana już wszystkim z serialu „lonelygirl15”. Do walki o widzów rusza też koncern Sony, który na crackle.com udostępnia swoje produkcje internetowe.

28 marca 2009 roku, po zaledwie 3 latach seriale internetowe z małego brzydkiego kaczątka przeobrażają się w pięknego łąbędzia. Właśnie tego dnia w Los Angeles International Academy of Web Television (IAWTV) rozdała nagrody „Streamy Awards” za rok 2008. Wśród wielu kategorii konkursowych znalazły się między innymi: najlepszy serial komediowy, najlepszy serial dramatyczny, najlepszy/a aktor/ka, najlepszy reżyser, montaż. Dopiero dokładne przyjrzenie się pełnej liście nominowanych pokazuje, jak wielka jest konkurencja na tym rynku. Widzowie wymagają od seriali coraz więcej, historie muszą być nie tylko oryginalne, dobrze opowiedziane i zabawne - muszą również być realizowane na wysokim poziomie technicznym. Nie ma już miejsca dla amatorskich występów i kiepskiego montażu.

## **A u nas...**

Choć nasz rynek seriali internetowych jest młody, możemy pochwalić się kilkoma ciekawymi produkcjami. Na seriale natrafimy oczywiście w serwisach YouTube oraz Tivi.pl. Ten ostatni należy do spółki A2 Multimedia i tak się składa, że to grupa ludzi z A2 Multimedia stoi za większością polskich produkcji. To ich dziełem są seriale „Klatka B”, „PituPitu”, „BlogObok” czy „Waga”. Dodatkowo grupy A2 Multimedia i Agory wspólnie przygotowały polski spin-off „lonelygirl15” pod tytułem „n1cola”.

Na rodzimym rynku jest tylko jedna firma, mogąca pochwalić się wyprodukowaniem serialu internetowego. Jest to Mindshare - twórca serialu „Citylajf.pl”.

## „Klatka B”

Sukces tego serialu jest porównywalny do sukcesu „Ig15”. Przez dłuższy czas widzowie byli przekonani, że mają do czynienia z autentycznymi bohaterami i przedstawiane im są prawdziwe wydarzenia. Podobnie do sytuacji w Stanach Zjednoczonych, kiedy okazało się, że wszystko jest fikcją popartą świetną grą aktorów, fani nie uznali tego za afront, uznając, że nadal chcą uczestniczyć w zabawie. Siłą napędową całego projektu okazała się Pani Basia, mieszkająca na 4 piętrze wrocławskiego bloku, gdzie rozgrywa się akcja serialu. Serial liczy sobie 67 odcinków i odnotował 15 mln. odsłon.



„Klatka B” <http://www.youtube.com/watch?v=BIOlhZDegh4>

## „PituPitu”

Serial animowany, który został powiązany z marką Winiary, co sprawiło, że pierwsze 12 odcinków jest mocno obrandowane. Produkty nie pojawiają się jedynie na planszach początkowych i końcowych, są bowiem widoczne przez cały czas trwania odcinka. Postacie niejednokrotnie nawiązują w swoich dialogach do produktu i używają go. Serial posiada swój urok, a postacie charakteryzują się specyficznym poczuciem humoru. Dotychczas powstały 62 odcinki. W ostatnim reklamowany był serwis plotkarski Plotek.pl.



„PituPitu” <http://www.youtube.com/watch?v=ATid-d0pUVU&feature=related>

## „Citylajf.pl”

Serial składa się z 10, mniej więcej 7-minutowych, odcinków. Od samego początku wiemy, że mamy do czynienia z serialem stricte komercyjnym. Nie ma tutaj miejsca stylizacja na amatorskie filmy, pojawiają się natomiast znani aktorzy. Ciekawa historia okraszona dużą dawką dobrego humoru, przyciągnęła sporą grupę fanów. Serial zanotował bowiem 6,7 mln. odsłon. Istotnym elementem serialu była promocja produktów LG i Mazdy. Produkty te stanowiły integralną częścią serialu i były umiejętnie wkomponowanym elementem akcji, treści reklamowe natomiast w przystępny sposób serwowano widzom co przełożyło się na sukces marketingowy serialu.



„Citylajf.pl” <http://www.youtube.com/user/citylajf>

## Czas na wielką konfrontację

Konfrontację, do której nigdy nie powinno dojść i nie dojdzie. Porównywanie naszego rynku z amerykańskim jest bowiem nieadekwatne. Nie dość, że jesteśmy o 2 lata spóźnieni, to budżety którymi dysponują nasze agencje są nieporównywalnie niższe od tych które mają za oceanem. Tak więc trzeba obserwować, uczyć się i umiejętnie adaptować dobre amerykańskie praktyki na rodzimy grunt. Bardzo dobrym tego przykładem jest serial „n1ckola”. Fakt, że jest to druga tego typu produkcja na świecie (tylko w Wielkiej Brytanii pojawił się wcześniej spin-off „lg15”) powinien napawać dumą. Świetnie przygotowana produkcja, duża promocja oraz odpowiednio przeprowadzone akcje PR-owe, pozwoliły zaciekawić i wciągnąć do zabawy dużą grupę internautów, dla których często był to pierwszy kontakt z serialem internetowym.

## Co dalej?

Monopol nigdy nie służył rozwojowi rynku. Aby stymulować głównych graczy do jeszcze większego wysiłku muszą pojawić się nowe agencje z nowymi, świeżymi produkcjami. Optymizmem może napawać fakt, że polski showbusiness dobrze ocenił potencjał seriali internetowych i coraz większa liczba ludzi związanych z branżą filmową planuje rozszerzyć swoje działania o Internet.

Może już niedługo doczekamy się akcji reklamowej, wykorzystującej mini serial jako główne narzędzie, tak jak to miało miejsce podczas promocji książki Robina Cooka „Foreign Body”. Nakręcono serial o takim samym tytule, złożony z 50 2-minutowych odcinków, który opowiadał historię sprzed wydarzeń opisanych w książce. Ostatni odcinek serialu został wyemitowany dzień przed premiera powieści R. Cooka.

Dość ciekawym zjawiskiem jest również przechodzenie seriali internetowych do innego kanału nadawczego - telewizji. W Stanach Zjednoczonych tego typu działania zakończyły się co prawda katastrofą (Amerykanie za to dość skutecznie przenoszą swoje nieudane produkcje telewizyjne do sieci, gdzie odrodzone zdobywają coraz większą rzeszę fanów), lecz nie jest wcale przesądzone, że w miejscu, gdzie inni polegli, my odniesiemy zwycięstwo. Porażka Amerykanów może być naszą przestrogą - to nie pomysł był zły, lecz najprawdopodobniej

„diabeł tkwił w szczegółach”, które należałoby dopracować. Pomysł pomysłem, lecz to realizacja wieńczy dzieło. Czas pokaże, jak odrobiliśmy tę lekcję - od marca kanał Polsat Play emituje odcinki serialu „Klatka B”.

Reasumując, przed rynkiem polskim wielkie możliwości rozwoju, nowe wyzwania i nieprzerwana walka o uwagę internauty. Choć w chwili obecnej trudno zaobserwować istotne zmiany (np. w postaci pojawiania się nowych tytułów), można przypuszczać, że i ten stan rzeczy ulegnie niedługo zmianie.

Zanim jednak na rynku pojawią się nowi gracze, już teraz możemy wypatrywać drugiego sezonu „Citylajf.pl” oraz całkiem nowego w polskim Internecie wydarzenia jakim będą „Akademiki 2009”, szeroko zapowiadany projekt A2 Multimedia.

## Kilka słów o Symetrii

Symetria od 1998 roku specjalizuje się w planowaniu i kompleksowej obsłudze projektów związanych z szeroko pojętym e-commerce. Firma ma tym polu bardzo duże osiągnięcia, poparte wymiernymi sukcesami.

Doświadczenie Symetrii, kompetencje oraz szerokie kontakty z największymi polskimi firmami internetowymi gwarantują profesjonalizm i kompleksowość dostarczanych rozwiązań.

Z naszych usług korzystają największe firmy, m.in.:



Więcej na temat użyteczności oraz badań z użytkownikami dowiesz się na stronie **Symetrii**: <http://www.symetria.pl> oraz na blogu: <http://www.symetria.pl/blog>.