



## SYNDROM ŁADOWARKI

Na wstępie dygresja. Przynajmniej dla mnie – miła. Otóż zawiadamiam, że od tego numeru TopGuitar nasze spotkania będą częstsze – będę dla Państwa pisał co miesiąc. Jakby nie patrzeć – awansowałem...

Ale do rzeczy. Znowu muszę powołać się na mój idealizm. W dzisiejszych czasach to cecha anachroniczna, przeszkadzająca, a niejednokrotnie wręcz uniemożliwiająca normalne funkcjonowanie w społeczeństwie.

Na początku będzie temat zupełnie niezwiązany z muzyką, później jednak dokonam zwrotu akcji pozwalającego per analogiam wyciągnąć – mam nadzieję, brzemienne w skutkach wnioski.

I teraz tak. Wszyscy pamiętamy nie tak dawne czasy, kiedy do niemal każdego telefonu komórkowego zmuszeni byliśmy używać ładowarki z inną końcówką. Nawet modele tej samej firmy różniły się tym istotnym szczegółem. „Nie zapomnieć ładowarki” – to było nasze przedwyjazdowe motto. Każdy z nas choć raz znalazł się w sytuacji, że wyjechał z domu bez tego maleństwa i był kłopot. Akurat nie miał nikt znajomy, modelu nie było w też hotelowej recepcji. Znamy to. Po prostu, powodowani bezgraniczną pazernością producenci telefonów, jakby im było mało, chcieli jeszcze trochę przyciąć na ładowarkach. I przycinali... A przecież to oczywiste, że od początku powinny być jednakowe. Większość z nas o tym myślała, aż wreszcie ktoś się zdenerwował i nadał bieg sprawie. Unia Europejska od 2009 roku z producentami walczy, jak widać skutecznie. Nie chcę słuchać, że unifikacja to coś złego. En bloc tak, ale od tego mamy rozum, żeby wybierać.

Tak nawiasem, może ktoś pamięta, że jednolite dziś wtyczki typu jack na początku nie były identyczne. Też był bałagan. Teraz jak jest, przykładowo,

gniazdo footswich, to wiedzie do niego normalny jack. A kiedyś (choćby w pierwszych mini moogach) były identycznie zbudowane gniazda, miały jednak mniejszą średnicę. Trzeba było przyciąć... Jak ktoś chciał mieć mooga, musiał płacić...

Nie wspomnę też, że przecież normalne gniazda sieciowe pozostawiają jeszcze sporo do życzenia nawet w Europie (jak zawsze na inność silą się Brytyjczycy). Poza tym są przecież poważne różnice interkontynentalne. Nie wiem, czy da się to kiedyś uprościć, aby ludziom było wygodniej i „aby żyli dostatniej”. To przecież oczywiste.

A co to ma wspólnego z felietonem w muzycznym miesięczniku? Zaraz wszystko wyjaśnię. O tę oczywistość mianowicie mi chodzi.

Wyobraźmy sobie taką sytuację: chcemy zorganizować festiwal. Gatunek muzyki czy dyscyplina artystyczna – bez znaczenia. Co trzeba zrobić? Dwie rzeczy. Pierwsza – to pomysł, co na tym festiwalu ma być prezentowane. Artystów teraz jest wielu i jak się ktoś zna, to można wybrać tych najlepszych. Wówczas wysoki poziom gwarantowany. Druga – zorganizować pieniądze. I udaje się! Mamy sponsora lub – marzenie – kilku. Podpisujemy stosowne umowy, że oni nam przekazują środki, zaś my w zamian dbamy o ich dobry wizerunek i prezentujemy logotypy: na scenie, w foyer, w programie, na plakatach, na stronach, biuletach i gdzie tam jeszcze... Wszędzie, gdzie się tylko da. I zaczynamy działać. Organizujemy, często bardzo długo. Dobrzy artyści są zajęci, więc trzeba ich zaprosić z odpowiednim wyprzedzeniem.

Jak już wszystko mniej więcej jest zapięte na ostatni guzik, rozpoczynamy kampanię medialną. Mamy patronów: gazety, rozgłośnie radiowe. Telewizje niezmiernie rzadko zgadzają się być patronami. Jeśli

już – jest to odwrotnie proporcjonalne do kalibru artystycznego. Ciekawa prawidłowość, że im impreza bardziej wartościowa, tym mniejsze zainteresowanie władców szklanego ekranu (dziś chyba trzeba powiedzieć plazmowego albo LCD, bo młodzież nie rozumie). Muszą się znać i odrzucać konsekwentnie to najlepsze... Pewnie mają specjalnie zatrudnionych i wysoko opłacanych ekspertów.

No i czasem się zdarzy cud, że przyjedzie telewizja, choćby na chwilę, na krótki reportaż (o transmisji nawet nie ma co marzyć...). I co się wtedy dzieje? Trzeba usuwać logo sponsorów ze sceny. Nie mogą one bowiem znaleźć się w kadrze. To wymaga osobnych umów i opłat, takich jak za reklamę... A przecież z takim trudem pozyskany sponsor już groszem sypnął. To może ten przejazd kamerą po nazwie jego firmy by mu się należał? Rozumiem jeszcze taką postawę telewizji prywatnych. Ale publicznych? O co chodzi? Gdzie misja? Gdzie kulturotwórcza rola mediów? To przecież oczywiste! Jak z ładowarkami. Wszyscy o tym wiedzą i nie grzmia...

Niech się ktoś wreszcie zdenerwuje i zacnie. Może powinniśmy tak razem. My, muzycy, z aktorami, filmowcami, plastykami? Słowem, polscy artyści. Sport już to sobie załatwił... Kupa, mości panowie, w jedności siła! Przecież wszyscy organizujemy festiwale, koncerty, wernisaże. A może członkowie KRRiT o tym po prostu nie pomyśleli? (sic!)

Tyle się gada o „dziejowej roli”. Tak jak w *Balu w operze* Tuwima. I nic z tego nie wynika, a to przecież proste. Wystarczy jeden zapis w ustawie.

Takie przesłanie na nowy rok. Będzie dobrze! Pozdrowiam!

Mariusz Bogdanowicz

Na stronie [www.mariuszbogdanowicz.pl](http://www.mariuszbogdanowicz.pl) znajdziecie archiwum felietonów Mariusza Bogdanowicza opublikowanych do tej pory na łamach TopGuitar. Polecamy!