

Niezależna grupa operatorów oraz firma KRAWARKON zorganizowała kolejną edycję, odbywających się już od wielu lat spotkań kilkudziesięciu firm – operatorów telewizji kablowych z całej Polski z przedstawicielami organów regulacyjnych, mediów oraz dostawcami i producentami sprzętu telekomunikacyjnego.

Konferencja MEDIA FORUM pod hasłem „Świat nowoczesnych technologii” odbyła się w dniach 3–6 kwietnia 2011 w Starych Jabłonkach.

WSTĄPIŁEM NA CYFROWY PRZESTWÓR OCEANU...

„... wóz nurza się w zieloność i jak łódka brodzi...”

Adam Mickiewicz, „Stepy Akermańskie”...

Artur Mościcki

W przestworze mazurskiego oceanu, na wyspie Stare Jabłonki rozlega się tubalny głos rozsądku. Prof. Andrzej Zieliński – niewątpliwy autorytet w dziedzinie telewizji cyfrowej wrzuca w sam środek Niezależnego Forum Operatorów Kablowych granaty retorycznych pytań, które rozrywają na strzępy całą mieliznę działań legislacyjnych i praktycznych, którym na imię cyfryzacja.

Ta pełzająca na horyzoncie nieunikniona rewolucja, której – jak się wkrótce okaże – najmniej istotnym celem jest prawdziwy przewrót, już teraz grzęźnie w bloku niejasnych, a w dodatku często sprzecznych ze sobą przepisów i permanentnego puczu na korytarzach Woronicza. Europejscy zawodnicy dotarli do mety cyfryzacji już cztery lata temu. Nasz bieg po cyfrę niedawno wystartował – i to jego jedyna zaleta. Na dobrą sprawę nie miał prawa się rozpocząć – „zabrakło armat” – nie wystartował nawet pierwszy multiplex. Zdaniem Profesora Zielińskiego wszystkie polskie instytucje powołane do przeprowadzenia tego procesu są w stanie zapaści na skutek sprzeczności prawnych zmierzających w prostej linii do klinczu powszechnego. Tymczasem brakuje nie tylko armat. Praktycznie nie wiadomo do kogo strzelać. Nikt nie jest w stanie przewidzieć ilu odbiorcom ma służyć naziemna transmisja cy-

frowa. Czy w ogóle tacy się znajdują?... Równie prawdziwa może być liczba 50 tysięcy, jak i milion. Coraz trudniej wyobrazić sobie widza, który nie korzysta z transmisji kablowej, ani satelitarnej i w spokoju ducha oczekuje wyników kolejnych przewrotów legislacyjno-korytarzowych, aby nasycić swój wygłodniały telewizor naziemnym sygnałem cyfrowym.

Także telewizja internetowa, systemy wysokiej rozdzielczości i telewizja trójwymiarowa nie będą chciały czekać, aż z popiołów dymiącego prawa i uścisków splecionej śmiertelnej biurokratycznej niemocy wyłaniać się pocznie Polski Feniks Cyfrowy. Z jego gorejących piór spłyną na nasze ekrany całe 22 programy telewizyjne, ale w tym samym czasie nadawcy kablowi i satelitarni zaproponują nam ich kilkadziesiąt – w większości w języku polskim.

HULAJ DUSZA, PIEKŁA NIE MA

Oparty siarką z cyfryzacyjnego piekielka delikatnie owiewają wiosenne grono nadawców kablowych. Dla nich „rynek jest wzięty”. Polska stała się potęgą na rynku telewizji kablowej w Europie. Sygnał satelitarny odbiera aktualnie w przybliżeniu 7 milionów widzów, transmisje kablową – ok. 5 milionów. Można więc spokojnie przeżywać pierwsze nieśmiało, nieporadne jesz-

cze zapachy mazurskiego lata, które przyjdzie tu przecież na pewno... Krótkie łopatki urzędników, pracownicy kopiujących swoje małe dołki pracując wprowadzić coraz sprawniej i ponury Cumulonimbus Megaustawy i niekorzystnych zmian w prawie autorskim nadciąga nieuchronnie, ale Mazurskie jeziora mają moc łagodzącego balsamu. Pozwalają zapomnieć, że urzędnik w stolicy „never sleeps”.

ZAPOMNIJMY SIĘ...

3 kwietnia 2011 roku. Hotel Anders w Starych Jabłonkach. Nie słychać odgłosów cyfrowego pola walki. Jest cicho, nieśmiało, przedwiosennie. Hotelowy parking powoli zapełnia się samochodami. W holu i recepcji coraz mocniej napięte żagielki bannerów nadawców, operatorów, sponsorów, firm technologicznych. Teraz, gdy cała ta fregata zacumowała już bezpiecznie w pokojach hotelowych, ze wszystkich stron nadciągają ci, którzy przyjechali tu, by spotkać starych i młodych, dawnych i nowych znajomych – bo jak wiadomo „trzeba pogadać”.

A pogadać można w bardzo ciekawych okolicznościach przyrody – pobliska Ostróda kwitnie w przededniu rozstrzygnięcia konkursu na miastospialnię Euro 2012. W senny pejzaż





warmińskiego miasteczka wdziera się Europa ze swoimi designerskimi hotelami.

Ciekawe czy w tym bogactwie biznesowego przepychu mógłby tu jak przed laty rozkwitnąć słynny warmiński romans Napoleona i Pani Walewskiej? Czemu nie?

Mógłby być tylko kłopot z dojazdem, bo dzisiejsza Pani Walewska żeby odbyć współczesny romans oczekiwałaby zapewne współczesnych autostrad, którymi mógłby ją poprowadzić jej współczesny, choć nieco głośny, przyjaciel Ferrari...

WEHIKUŁ CZASU I PRZESTRZENI

Jak się wkrótce okazać miało, atmosfera krzyżujących się w powietrzu i w kablach sygnałów cyfrowych i analogowych z całego świata sprzyja przenikaniu się czasu i przestrzeni. Sekretarz Ostródy przypomina, że 150 lat temu zbudowano tu Kanał Elbląski. W przedwojennych przewodnikach po Prusach Wschodnich zapisany jako jeden z trzech „cudów świata”. A były to wędrujące wydmy na Mierzei Kurońskiej, odbudowany zamek Wielkich Mistrzów Krzyżackich w Malborku i właśnie Kanał Elbląski, w którym statki nie tylko pływały, ale także jechały przez wzgórza, pokonując stumetrową różnicę wzniesień.

Pani Walewska, żeglująca wzgórzami warmińskimi wprost do superdizajnerskich wnętrz hotelowych Ostródy mogłaby zapewne spotkać po drodze zespół bębniarzy ludowych z Czarnej Afryki – wystarczyłoby tylko dziś wieczorem zajrzeć do Starych Jabłonek.

W tym samym czasie warmiński zespół ludowy ze Starych Jabłonek koncertowałby zapewne na Wybrzeżu Kości Słoniowej. Ten zerwany z łańcucha szalejący wehikuł czasu to przecież nasz chleb powszedni – najbardziej absurdalna i niemożliwa zabawka współczesnego człowieka – telewizja i Internet.

I oto w Starych Jabłoncek rozpoczyna się koncert zespołu afrykańskich bębniarzy. Wyruszamy w magiczną podróż przez noc kwietniową AD. 2011...

STRZEŻ SIĘ CZARNEGO PSA

Wieczór Frankofoński z TV 5 Monde. W sali bankietowej niespodziewane poruszenie wywołuje pojawienie się czarnego psa. Sprawna akcja ochroniarki trwa kilka chwil, ale ten drobny incydent nie pozwala zapomnieć, że tu wszystko może się zdarzyć – rzeczy małe i wielkie – zwykłe i zaczarowane – bardzo poważne i bardzo zabawne – że tak właśnie ma być...

Od tej pory tak właśnie będzie. Na korytarzach pojawią się klauni i iluzjoniści, którzy nieoczekiwanie wpiszą się w atmosferę spotkań biznesowych, jako pełnoprawny element pejzażu hotelowego. Można z nimi pogadać, bo nie dzieli nas od nich sceniczna rampa ani bieżnia cyrkowej areny, można się na nich natknąć wychodząc z windy i ze śniadania, pijąc kawę w przerwie prezentacji, czy najzwyczajniej w świecie przeglądając poranną gazetę... Sami powoli stajemy się aktorami tego samego spektaklu – czy to biorąc udział w konkursie na najlepszą solówkę na bębnach czy też próbując swoich sił jako wokaliści karaoke...

Media Forum to wielkie zawodowe spotkanie przyjaciół... i coraz wyraźniej widać, że tak naprawdę te wszystkie warsztaty, dyskusje panelowe i wykłady są wydarzeniami towarzyszącymi temu co jest tu najważniejsze – spotkaniom „face to face”.

W PASZCZY LWA...

W programie konferencji pojawiają się wykłady i dyskusje, pozwalające postawić suchą stopę na grząskim gruncie coraz bardziej niespójnych przepisów i to, prócz „pytania do głuchej publiczności” (na Wiejskiej), jest naszym „ostatnim kołem ratunkowym” w drodze do wymarzonego „Milionu”.

Można się więc dowiedzieć, co tak naprawdę wnosi „ustawa o wspieraniu rozwoju usług i sieci telekomunikacyjnych” i jakie są nowe obowiązki

nadawców, wynikające z nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji, a także nowe regulacje prawne dotyczące łączności, zasad lokalizacji sieci i prawa własności, wynikające z Megaustawy.

W dyskusjach i wykładach pojawiają się coraz bardziej skomplikowane zagadnienia, związane z ochroną informacji niejawnych – w tym sensacyjne doniesienia przedstawiciela Komendy Głównej policji o przestępstwach, w których broń palną zastępuje coraz skuteczniej „złoto XXI wieku” – informacja.

Są także liczne prezentacje branżowe. Swoje usługi proponują m.in.: MTV Network Polska, Netia, Telekomunikacja Blżej, MSG Media czy Ericsson. Ale clue programu okazują się warsztaty poświęcone skuteczności i satysfakcji lidera w biznesie przygotowane przez Discovery Polska.

TESTAMENT MISTRZA

Z wielu w naszym życiu „szepców i krzyków” pozostaje często coś, co wydawało się z pozoru najmniej efektowne. Witkacy, kończąc jeden ze swoich dramatów, zwrócił się do czytelników – teraz mam dla was to, co naprawdę ma wartość nieprzemijającą – co jest wam naprawdę potrzebne do szczęścia – i uważam to za największy dar, jaki mogę wam zaproponować – przepis na środek przeczyszczający. Znany ze swego cynizmu i prześmiewczej duszy błazna spodziewał się zapewne, że nikt jego testamentu nie potraktuje zbyt serio. I cała przewrotka polegać miała na tym, że tym razem mówił całkiem poważnie.

Bardzo poważnie chciałbym, aby z całej tej radosnej medialnej agory, z wielu cennych kontraktów i kontaktów, z koncertów i gorących rytmów Czarnej Afryki, z godzin spędzonych na gorących dyskusjach zawodowych i towarzyskich, z szalonych tanecznych klimatów wieczoru jazzowego ocalało również to, co zaproponowała Discovery Polska, a więc...

... ŚWIAT WEDŁUG DARIUSZA DUMY

Czyli zaskakująca biblia lidera biznesu dotycząca praktycznie każdego ludzkiego działania. (wybrane wersety).

Może to nie są prawdy objawione... tylko czy na pewno o nich pamiętamy?...

Mamy obowiązek być młodzi... ilu z nas o tym zapomina. Szczególnie w branży medialnej zaskorupienie się w sprawdzonych tendencjach i technologiach to śmierć. Rutyna to grabarz działania.

Syndrom samotności szefa – właściciel firmy to jedyna osoba, która już nie ma komu dalej się wypląkać – jest ostatnim ogniwem w biznesowym łańcuchu pokarmowym. Trzeba uważnie się rozejrzeć, żeby zobaczyć co jest naprawdę jego siłą... I skąd brać tę siłę? Samo słowo *przedsiębiorczość* jest tak zbudowane, że sugeruje działanie „przed sobą” – czyli dla przyszłości.

Dariusz Duma każe nam zastanowić się „skąd wzięłem się ja i moja firma?”. Odpowiedzi są różne – to często przypadek, ale także niezgoda na bylejakość, chęć pokazania jak to się powinno robić – mimo, że wciąż jeszcze podejrzane pojęcie ambicji skazane jest u nas na społeczny ostracyzm.

PIĘKNA I DOBRA?

Rzadko oceniamy ją w kategoriach moralnych czy estetycznych, ale w świecie według Dariusza Dumy firma może być piękna i dobra. Może przecież służyć dostarczaniu ludziom pracy – zaskakujący to opis przedsiębiorstwa, ale firma to przecież także cel naszych prywatnych marzeń i aspiracji. „Dobro” jako kategoria moralna, stosowana w odniesieniu do firmy to pojęcie dość oczywiste w tak rozwiniętych kulturach przemysłowych jak choćby Japonia. Firma istnieje tam przede wszystkim dlatego by dać ludziom pracę i pieniądze. To jest prawdziwy jej zysk. Bywa, że trudno nam w to uwierzyć, gdy ulegamy wymuszaniu przez pracodawcę w naszym kręgu kulturowym przekonaniu, że firma jest po to żeby ją karmił swoim życiem i pracą.

NIHIL NOVI... ale jak ładnie powiedziane...

Biznes powinien tworzyć wartości, za które ludzie chcą płacić. Filozofia biznesu zmierza do tego, by stworzyć taką sytuację rynkowo-psychologiczną,

aby klient „musiał” kupić nasz produkt – głównie po to, by zaspokoić żmudnie wyhodowane przez działania marketingowe potrzeby – „po prostu płacze i płaci”. Nikt nie negocjuje cen luksusowych samochodów i kosmetyków – klienci „płacą i płaczą”, choć z pewnością udałoby im się bez tych produktów jakoś przeżyć – tylko „co to za życie...”.

Trzeba pamiętać, że towar wart jest tyle ile klient chce za niego zapłacić – jak w anegdocie z Beatą Tyszkiewicz, która, aby uniknąć reklamowania odkurzaczy, zaproponowała zaporową cenę swojego występu w reklamie i... niespodziewanie uzyskała zgodę – okazało się, że dla reklamodawcy wartość jej występu okazała się całkowicie umowna.

Warto także uświadomić sobie, że każdy z nas ma w swoim działaniu, nawet najbardziej wymarzonemu, zarówno to, co go uskrzydla, jak i to, co go dołuje. Warto przyjrzeć się bliżej tym dobrym składnikom.

Inaczej także patrzmy teraz na szklankę, która według pesymisty jest do połowy pusta – teraz powinna być taka jak słynna definicja konia z encyklopedii początku naszego stulecia:

„szklanka jaka jest – każdy widzi” – do połowy pełna, do połowy pusta...

Zmieniło się postrzeganie roli lidera. Przykazanie „reagować na zmiany” zastąpiło nowe: „stać się kreatorem pozytywnych zmian”.

A MY NA TO JAK NA LATO

To kardynalne przykazanie wzięliśmy sobie mocno do serca. Jako główny partner branżowy magazyn „TV lider” zastosował algebraiczny wzór na sukces. Prawdziwy cel (ale tylko prawdziwy) razy wiara w jego realizację (ale tylko wiara prawdziwa).

Tegoroczne Media Forum w Starych Jabłonkach udowodniło matematycznie, że nad jeziorem Szelaż Wielki spotkali się ludzie, którym towarzyszyły „poważne zamiary” i wiara prawdziwa, a magia mazurskiej wiosny sprawiła, że w gąszczu wijących się podstępnie całek i matrixów legislacyjnych, najprostszy wzór algebraiczny na sukces nie zawiódł... ■