

Marcin Koszałka
podkreca piłkę → 58

Tomáš Sedláček ujawnia
mystyfikacje ekonomistów → 24

Wróżka prawdę ci powie
(za dwa miliardy) → 42

PRZE KRÓJ

nr 1 (3520), 7 stycznia 2013, cena: 3,99 zł (w tym 8% VAT)
www.przekroj.pl

Nie mówcie mi, co mam robić

Wywiad z Moniką Brodką → 6

INDEKS
371424

9 770033 248304



ISSN 0033-2488

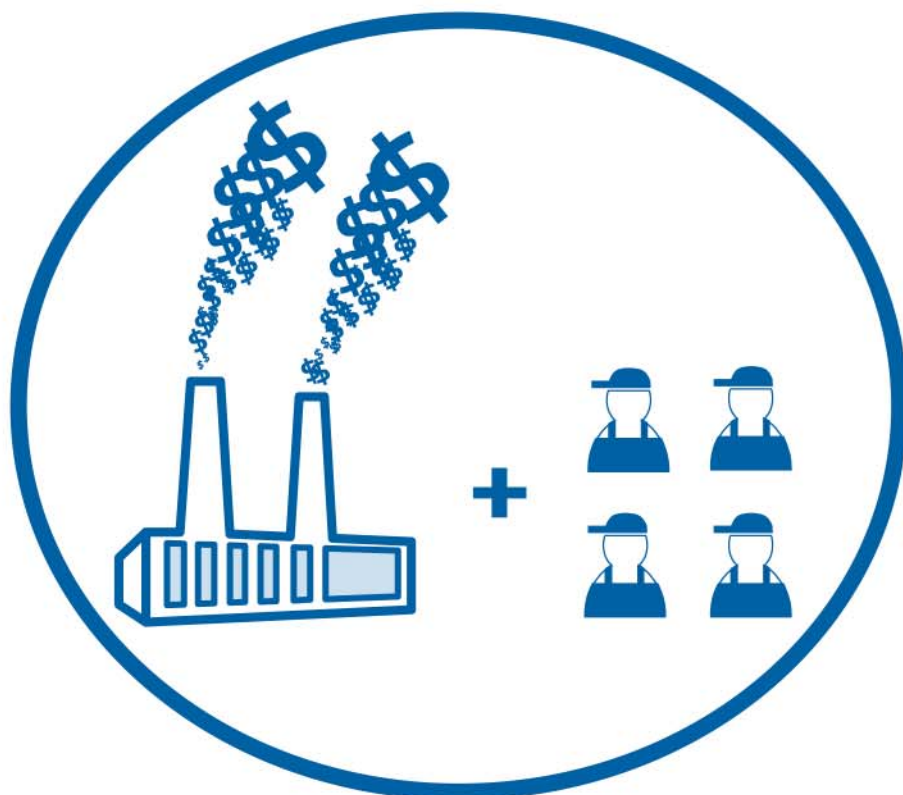
01 >

Mały biznes w małych miejscowościach

Konkurs na najlepszy Biznes Plan

Mieszkaś w miejscowości do 50 tys. mieszkańców, jesteś przedsiębiorczy i masz 20-35 lat?
Potrzebujesz funduszy na rozwinięcie swoich pomysłów, chcesz być własnym szefem.

Stwórz własny biznes i wygraj **50 000zł** na start działalności



**START:
5.01.2013**



www.rp.pl/malybiznes


Bank Pocztowy

 **RZECZPOSPOLITA**

ATKEARNEY

 **IBS**

Lewiatan

NZA

Studenckie Forum
Business Centre **Club**

 **PARKIET**

**PRZE
KROJ**



W tym tygodniu nie piszemy...



...o „Gangnam Style”. Ani tym sylwestrowym, w wykonaniu Maryli Rodowicz, ani tym politycznym, w interpretacji polskiego ambasadora w Pekinie. Już lepszy byłby krakowiaczek.



...o tym, że Beata Kempa wraca do PiS. Jak nie wróci, też o niej nie napiszemy.



...o zespole Weekend. Bo o nim w kolejnym numerze.



...o tym, że SLD rozpoczęły dopiero 2013 r. chce ogłosić Rokiem Edwarda Gierka. Nasze typy: Feliks Dzierżyński, Róża Luksemburg, Pawka Morozow.



...o Ludwiku Sobolewskim, zawieszonym prezesie Giełdy Papierów Wartościowych. CBA sprawdza, czy – by wspierać swoją dziewczynę aktorkę – nie został samozwańczym producentem filmowym. Miał być Oscar, będą Maliny.



...o cięciach w alternatywnych stacjach radiowych. O cięciach we wszystkich mediach. Postulujemy, żeby w tym sezonie pochować nożyczki.

MARCIN PROKOP



Pierwszy raz zobaczyłem ją na scenie dekadę temu, jako juror programu „Idol”. Miała 16 lat, niewyparzony język oraz talent i charyzmę, którymi mogłaby obdzie-

lić dwukrotnie bardziej doświadczone wokalistki. Program wygrała. I co z tego? – pomyślałem wtedy gorzko – skoro w najlepszym wypadku i tak skończy jako niedroga oferta handlowa w laptopach paru niekompetentnych cwaniaków, nazywających siebie menedżerami, promotorami czy producentami. Jak większość mniej lub bardziej uzdolnionych ludzi, naiwnie pukających w naszym kraju do drzwi wielkiej kariery.

Wiele się nie pomyliłem. Ale kiedy wydawało się, że Monika Brodka już na stałe zasiłki ligę wykonawców z gatunku niekoniecznych, stał się cud. Podśpiewująca panienska z okładek plotkarskich pism zamieniła się w dojrzałą, świadomą siebie artystkę, w której na równi zakochały się komercyjne radia, jak i wymagająca „alternatywna” publiczność. Nam opowiada, jak doszło do tej transformacji (s. 6).

Literacki baron Münchhausen szczylił się tym, że potrafił sam wyciągnąć się z bagna za włosy. Brodka twierdzi podobnie. Tylko że jej to się udało naprawdę.

ZUZANNA ZIOMECKA



Nie ufam liczbom. Może to humanistyczna fobia, ale gdy podziela ją „jeden z najciekawszych mózgow ekonomicznych naszych czasów”, to coś musi być na rze-

czy. To dobry moment na wywiad z byłym doradcą Havla Tomášem Sedlačkem (s. 24), który opowiada nam o fałszywej rzeczywistości, jaką przedstawiają jego koledzy po fachu, gdy modelują przyszłość i oceniają wartość państw przez pryzmat płaskich wartości liczbowych.

Warto jego przewrotny pogląd na temat ograniczeń liczb przyłożyć do nakazu puszczenia określonej ilości polskiej muzyki na antenach radiowych. Najpierw ustalono, że polska muzyka zajmie jedną trzecią czasu antenowego. Teraz okazuje się, że 60 proc. nakazanej muzyki musi zostać puszczone w godzinach największej słuchalności. Co to za dziwaczny pomysł? Gdyby ustalono, że w kinach mają nam serwować wieczorami konkretną porcję polskich filmów, najpewniej wpędziłoby to nas w objęcia pirackich serwisów. Choć dokumenty Marcina Koszałki (s. 58) się obronią, częściej trafiłyby się efekciarskie obrazy typu „Bejbi Blues”. A gdyby do tego w księgarniach rozpoczęto wielkie liczenie polskich książek, a w lumpeksach narzucono procent polskich butów, mała żelazna kurtyna oddzieliłaby nas na nowo od świata. Nawet w języku liczbowym ten nakaz wyje absurdem. Stanowimy pół złamanego procenta populacji tej planety! W dodatku, jak podkreśla Brodka w rozmowie z Hanią Rydlewską (s. 6), żyjemy w czasach wielkiego muzycznego rozmnożenia i gatunkowej różnorodności.

Dlatego ten nakaz, choć pozornie wspierający polską muzykę, paradoksalnie znokautuje same rozgłośnie radiowe. Kto będzie wyczekiwał do nocy, by usłyszeć muzykę ze świata, która gra całą dobę w necie? Szkoda, bo radio i tak jest na ostatnich nogach. Zabierając temu dziadkowi wolność, nie uratujemy rodzimej branży muzycznej. Przygotowujemy za to grunt pod kreatywną księgowość i intrygantny handel procentami. Bo matma bez filozofii służy cwaniakom o wiele wierniej niż humanistom.

RACZKOWSKI



AKTUALNOŚCI

- 6** → **TEMAT TYGODNIA** Brodka jest szczęściarą
Z piosenkarką rozmawia Hanna Rydlewska
- 12** → **NOWE MEDIA** Facebook: kryzys zaufania
Pisze Marianna Saska
- 16** → **WSPOMNIENIE** Ona Teresę Torąńską wspomina Karolina Sulej
- 22** → **EWOLUCJE** Telefon przeciw inwazji Wojciech Mikołuszko

GRUBE SPRAWY

- 24** → **EKONOMIA** Uwolnijmy się od dyktatu liczb Tomáš Sedláček
w rozmowie z Grzegorzem Siemionczykiem obala mit o wszechwiedzy ekonomistów



DAREK GOLIK

- 30** → **FACHOWCY** Światła, kamera, aplauz! Polskich animatorów publiczności przedstawia Patryk Chilewicz
- 34** → **MEDIA** Telewizja totalna Andrzej Godlewski o Majewskim, Lisie i Wojewódzkim w jednej osobie
- 36** → **GENDER** Żołnierz bez względu na płeć Edyta Żemła

RACZKOWSKI



- 42** → **EZOTERYKA** Czas wróżbitów Biznes nie z tego świata
opisuje Grażyna Raszowska
- 48** → **ŚWIAT** Z Internetem do amazońskiej dżungli Aleksandra Stanisławska
- 52** → **SPORT** Szachy i show Norweski arcymistrz pod lupą
Jerzego Ziemackiego
- 56** → **PRZODOWNICY** Strasznie tłukłem Z Wojciechem Mannem
rozmawiają Bartosiak & Klinka

KULTURA

- 58** → **FILM** Wszyscy jesteśmy Perquisami Marcina Koszałkę,
autora dokumentu o polskiej reprezentacji na Euro 2012,
przeputuje Hanna Rydlewska
- 64** → **ARCHITEKTURA** Wykolejeni Mike Urbaniak przypomina
twórców warszawskich dworców
- 68** → **FANTY I FETYSZE** Wybiera Tomek Rogalik
Monika Brzywczy



- 72** → **KINO** Reinkarnacja w limuzynie O nowym filmie Leosa
Caraxa pisze Dorota Chrobak
- 74** → **MUZYKA** Pop z przyszłości Angelika Kucińska
- 75** → **POPATRZ** Złotoręki Kuba Dąbrowski
- 76** → **RETRO/FUTURO** Litory w starej i nowej szacie
Marta Mach i Agata Napiórka

ROZMAITOŚCI

- 78** → **KUCHNIA** Powrót polskiej ambrozji Miodosytnia Cezara
Polaka
- 80** → **WINO** Francja, karton i róż Wojciech Bońkowski
raz jeszcze o tym, co się będzie piło w tym roku

FELIETONY

- 21** → **MARIUSZ ZIOMECKI:** Łotry z galerii i krakacze
- 41** → **ASIA BRONISŁAWSKA GOŚCINNIE:** Role,
które odgrywamy, sami powinniśmy reżyserować
- 70** → **MACIEJ NOWAK:** Pan od obiadów

PRZEKROJ

ADRES REDAKCJI
ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa,
22 463 03 00, www.przekroj.pl,
e-mail: doredakcji@przekroj.pl

Redaktorzy naczelni:
Zuzanna Ziomecka
Marcin Prokop

Zastępcy redaktorów naczelnych:
Hanna Rydlewska
Monika Brzywczy
(redaktor działu Kultura)

Redaktor działu Grube Sprawy:
Anna Gwozdowska

Redaktorzy:
Grażyna Raszowska
Grzegorz Sobaszek

Sekretarz redakcji:
Katarzyna Czarnecka

Współpracownicy:
Kamil Antosiewicz, Wojciech Bońkowski, Kuba Dąbrowski, Mateusz Farenholz, Paweł T. Felis, Karolina Kotowska, Angelika Kucińska, Marta Mach, Monika Maciejewska, Wojciech Mikołuszko, Katarzyna Nowakowska, Agata Napiórka, Agata Nowicka, Cezary Polak, Marek Raczkowski, Marianna Saska, Karolina Sulej, Stach Szablowski, Mike Urbaniak

Projekt graficzny: Magdalena Piwowar

Pracownia graficzna:
Andrzej Figatowski

Fotoedycja: foto@przekroj.pl,
Karolina Sekuła, Katarzyna Serek

Obrobka zdjęć: Bogumiła Kreczmańska, Bartosz Wójcik,
Tomasz Kieras, Krzysztof Rzeszotek

Korekta: Ling Brett

Strona internetowa: KRCMedia.pl

Wydawca: Presspublica sp. z o.o.
ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa

Promocja i marketing: Cezary Piernikowski – p.o. Dyrektora Marketingu i Rozwoju, Paulina Berska (p.berska@grp.pl)

Biuro reklamy:
Presspublica sp. z o.o.
ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa;
faks: 22 621 46 58, 22 625 61 57

Dyrektor działu agencyjnego:
Filip Weichert – 22 463 01 88
(reklamainfo@presspublica.pl)



PRENUMERATA TYGODNIKA „PRZEKROJ”

Prenumerata redakcyjna:
Cena prenumeraty 2013 r.:
Roczna: 175 zł, kwartalna: 46,80 zł
Zamówienie na prenumeratę należy składać e-mailem:
prenumerata@przekroj.pl
Dodatkowe informacje
tel. 800 120 195; 22 463 00 87

Prenumerata kolporterka
Oddziały Ruch S.A., tel. 801 800 803
lub 22 717 59 59 – telefoniczne Biuro Obsługi Klienta czynne w godz. 7-18,
www.prenumerata.ruch.com.pl,
urzędy pocztowe

Prenumerata na e-Wydania:
www.przekroj.pl, www.sklep.rp.pl,
www.egazety.pl, www.e-kiosk.pl

Dostęp na stronę www i wersję na iPad
Prenumerata na iPad przez App Store:
tydzień – 0,79 €, miesiąc – 1,59 €,
rok – 19,99 €

Prenumerata na Android
przez Google Play: tydzień – 3,49 zł,
miesiąc – 6,89 zł, rok – 78,99 zł
Dostęp do serwisu oraz e-wydania
przez przekroj.pl: tydzień – 2,89 zł,
miesiąc – 8,89 zł, rok – 89,00 zł
Informacje: serwisy@p.pl,
tel. 22 46 30 066

Zdjęcie na okładce:
Yulka Wilam



PRENUMERATA 2013

Teraz Twój ruch!

Zamów roczną
prenumeratę
elektroniczną
z tabletem
Lark Freeme 10.4
tańszym o 23%!



OFERTA TYLKO DLA PRENUMERATORÓW!

~~896 zł~~ netto
690 zł netto
+ CENA PAKIETU

Ekran 9.7 cala, matryca IPS, Full HD, Procesor 1.2GHz,
modem 3G, WiFi, 8GB, 1GB DDR3, akcelerator 3D,
G-Sensor, HDMI, microSD, kamera, Android 4.0,
bateria 5.6 godzin pracy

TRANSPORT GRATIS

Zadzwoń pod **800 120 195**
lub wejdź na www.rp.pl/prenumerata

Pobudzamy myślenie  **RZECZPOSPOLITA**



ROZMAWIA HANNA RYDLEWSKA, ZDJĘCIA YULKA WILAM

Brodka jest szczęściarą

Udowodniła, że nie trzeba grać obciachowych piosenek, żeby osiągnąć komercyjny sukces, ani siedzieć w awangardowej niszy, by zyskać uznanie krytyków oraz wymagającej publiczności. Przyznaje, że każdy artysta jest produktem, ona też, ale równolegle stara się uwolnić od terroru muzycznych formatów. Na dobry początek tego roku **Monika Brodka** opowiada nam o tym, za co kocha Michaela Jacksona, czemu nie przepada za Grimes i dlaczego ciągnie ją do punk rocka.

Zabawmy się sloganem „Bądź sobą”, mocno wyeksploatowanym przez świat reklamy, ale też intrygującym, bo trudnym do zdefiniowania. Co to znaczy „być sobą” w twoim przypadku?

Polegam na swoim instynkcie. Kiedy wchodziłam do show-biznesu, nie miałam niczego więcej. Ani kontaktów, ani wiedzy, jak radzić sobie z ludźmi. Rozmaite trudne doświadczenia z początków mojej kariery tylko utwierdziły mnie w przekonaniu, że muszę wierzyć samej sobie. Jeżeli czuję, że ktoś lub coś mi nie pasuje, nie próbuję tego tłumić. Los mi sprzyja, skoro jestem dzisiaj tu, gdzie jestem, bez wielkiego wysiłku. Staram się, żeby moje życie prywatne oraz zawodowe sprawiało mi przyjemność. Wyznaczam sobie nowe cele, kolejne zadania i dążę do satysfakcji. Powiedzmy, że to zdrowy egoizm.

Mówisz, że sukces osiągnęłaś bez wielkiego wysiłku. A ja myślę, że to cholernie ciężka praca zawiodła cię na szczyt.

Samo wejście do show-biznesu było proste. Nie oszukujmy się – w Polsce

bardzo łatwo jest stać się osobą rozpoznawalną, zaistnieć w kolorowych pismach. Wystarczy po prostu trzy razy pojawić się w telewizji, najlepiej w programie śniadaniowym. Jeżeli tylko twoje nazwisko z czymś kojarzy się ludziom, to już jesteś w tym kraju celebrytą. Poniekąd przeżyłam taką drogę sama, bo najpierw byłam osobą rozpoznawalną, „znaną twarzą”, a dopiero potem z moim nazwiskiem zaczęto łączyć moją twórczość, jakieś pomysły i talent. To była ostra walka o to, żebym była oceniana ze względu na muzykę, a nie plotki i intymne wynurzenia. Wymagało to ode mnie ogromnej asertywności.

Czyli z jednej strony zdajesz się na instynkt, a z drugiej prowadzisz jednak świadomą politykę, jeśli chodzi o swój wizerunek?

Polityka zaczęła się tak naprawdę w momencie, w którym osiągnęłam świadomość tego, co chcę robić. Moje życie zawsze było związane z muzyką, ale nie sądziłam, że będę znaną piosenkarką, to nie był mój cel. Kiedy znalazłam sposób na to, żeby się z tego cieszyć, pojawi-

ła się konsekwencja co do tego, jak chcę być postrzegana.

Planując swoją karierę, myślałaś o antyprzekładach, czyli o ludziach, którzy posiadali wielki talent, ale zmarowali go w głupi sposób?

Byłam naznaczona antyprzekładami, głównie w związku z kiepskimi historiami żywotnymi zwycięzców „Idola”. Gdy wygrałam ten program, czułam strach, a nie szczęście, bałam się, że źle skończę. Tak naprawdę niczym się nie różniłam od moich poprzedników w momencie zwycięstwa. Oni – tak jak ja – byli młodzi, nie wiedzieli, jak zawiadywać osiągniętym nagle sukcesem, i nie mieli pomysłu na siebie.

Ale nie miałaś parcia na szkło, nie chciałaś grać na festiwalach tańca i kielbasy, jak niektórzy laureaci „Idola”. Nie robiłaś takich rzeczy chyba nigdy?

Robiłam, każdy to robił. Grałam na rozmaitych świętach miast, festynach do kotleta. Tak wyglądają nasze polskie realia. Jeśli chodzi o koncerty plenero-

MONIKA BRODKA

W lutym skończy 26 lat. Pochodzi z góralskiej rodziny o muzycznych tradycjach. Popularność zdobyła w 2004 r., po wygranej w programie „Idol”. Jest autorką czterech płyt studyjnych: „Album” (2004), „Moje piosenki” (2006), „Granda” (2010) oraz „LAX” (2012).

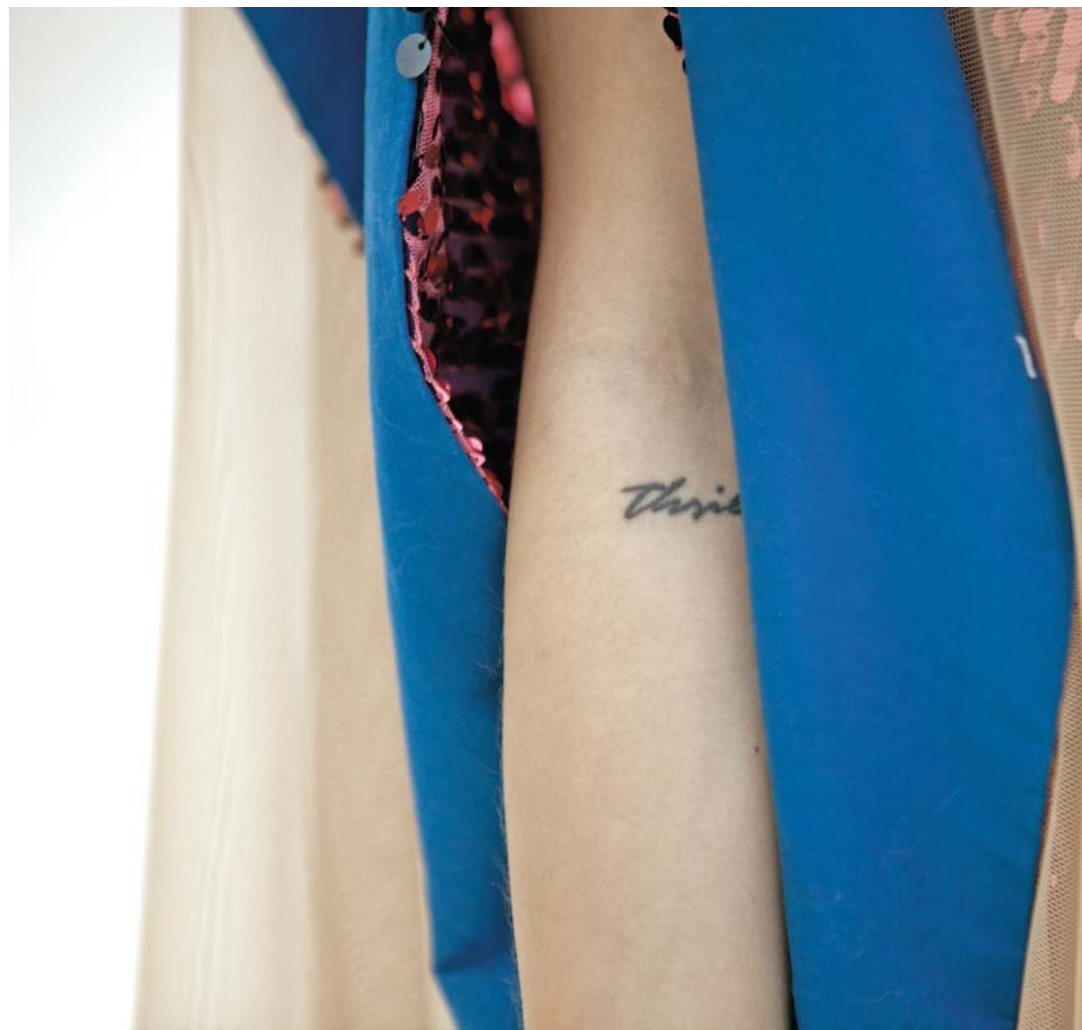
MUZYKA



we, na początku kariery byłam artystką, którą łatwiej było zobaczyć na jakiejś otwartej imprezie niż na biletowanym koncercie. Dlatego – zapytana ostatnio o to, co uważam za swój największy sukces zawodowy – przywołałam obrazek spod pewnego klubu we Wrocławiu, w którym zagraliśmy z zespołem koncert tuż po wydaniu „Grandy”. Pamiętam, że podjechaliśmy wtedy pod klub, zobaczyliśmy kilometrową kolejkę do wejścia i odpadliśmy. Nikt nie wróżył mi sukcesu, nie wierzył, że tak szybko mogę zdobyć zaufanie ambitniejszej publiczności, podbić odbiorców, którzy wykryją każdą nieszczerłość czy artystyczną kalkulację. Uważam to za swój ogromny sukces. Oczywiście nadal gram plenerowe koncerty, ale bardzo selekcyjnie otrzymywane propozycje – nie gram w centrach handlowych, w miejscach, które kojarzą mi się z obciachem. A równolegle jeżdżę w trasy biletowane, które świetnie się sprzedają. Cieszę się, że ludzie chcą chodzić cały czas na nasze koncerty.

Twój przykład pokazuje, że komercyjny sukces nie musi być wcale okupiony bolesnym artystycznym kompromisem. Udowadniasz, że alternatywa „albo dobra nisza, albo kiczowata masówka” jest fałszywa, że ambitne piosenki mogą bić rekordy popularności.

Cieszę się, że można pożenić pop z ambicjami muzycznymi, mam nadzieję, że takich przykładów będzie u nas więcej i więcej. Kiedy nagrywałam „Grandę”, czułam, że polska muzyka jest niestety rozpięta pomiędzy skrajnościami, bo albo jest alternatywa, która jest bardzo niszowa, siedzi w piwnicy i nie może z niej wyjść, albo polski mainstream, w którym nie można odróżnić od siebie wykonawców, gdyż są kompletnie bezpłciowi. Siłą faktu należałam do tej masy, co mi doskwierało, bo czułam, że jestem indywidualistką. Nie chciałam stać w jednym rzędzie z 15 innymi dziewczynami, które śpiewają podobne piosenki, a których nazwiska wszyscy przekreślają. Po prostu miałam więcej do powiedzenia i mam wrażenie, że od płyty „Granda” to się



zmieniło, że teraz już mojego nazwiska nikt nie myli.

Bywasz cyniczna w pracy? Kalkulujesz: „Do brze, zrobię to, bo to się ludziom spodoba”?

Nie, absolutnie tak nie działałam. Dbam tylko o to, żeby nie popaść w rutynę. Jeżeli czuję, że coś mnie zaczyna nudzić, to robię tak, żeby odświeżyć sytuację, żeby praca znowu sprawiała mi przyjemność. A cynizmu we mnie nie ma. Zresztą w przypadku nagrywania „Grandy” miałam łatwiej, bo płyta nie była obciążona żadnymi oczekiwaniami – ani moich fanów, ani wytwórni.

W przypadku EP-ki „LAX” oczekiwania już były, i to wyśrubowane.

Oczywiście mogłam pójść na łatwiznę i nagrać kolejną „Grandę”. Ale kogo by to cieszyło? Na przykład nowa płyta The XX jest powieleniem poprzedniej, która się świetnie sprzedawała. Nuda! Fakt, że ludzie oczekują ode mnie kopii samego siebie, sprawia, że mam

ochotę zagrać im na nosie i zrobić coś odwrotnego. Nigdy nie lubiłam, jak ktoś mi mówił, co mam robić. Czasem dopada mnie nieprzyjemne uczucie, że ludzie chcą mi wejść na głowę i już mi następną płytę sami komponują.

W muzyce, tak jak w modzie, obowiązują trendy?

Myszę, że na pewno widać sezonowość zjawisk w muzyce. Muszę przyznać, że jakiś czas temu byłam przerażona wizją, że moja twórczość, razem ze mną, stała się elementem mody, kolejnym modnym hipsterskim projektem. Bałam się, że po kilku miesiącach ludzie się mną zmęczą i totalnie mnie odrzucą. A nie chciałam być artystką modną, „z pewnych kręgów”, tworzącą dla wybranych. Czy fajerwerkiem jednego sezonu.

Jesteś modną artystką. Wiesz o tym?

Być może. Będę robić tak, żeby tych hipsterów ciągle wyprzedzać i zaskakiwać (śmiech).