

Disco polo
a sprawa polska → 22

Pokazujemy piersi
popkultury → 40

Powrót
Kapitana Żbika → 50

PRZE KROJ

nr 3 (3522), 21 stycznia 2013, cena: 3,99 zł (w tym 8% VAT)
www.przekroj.pl

Niekryty Krytyk odkrywa twarz

Wywiad z Maciejem Frączykiem → 6

INDEKS
371424

9 770033 248304



ISSN 0033-2488

03 >

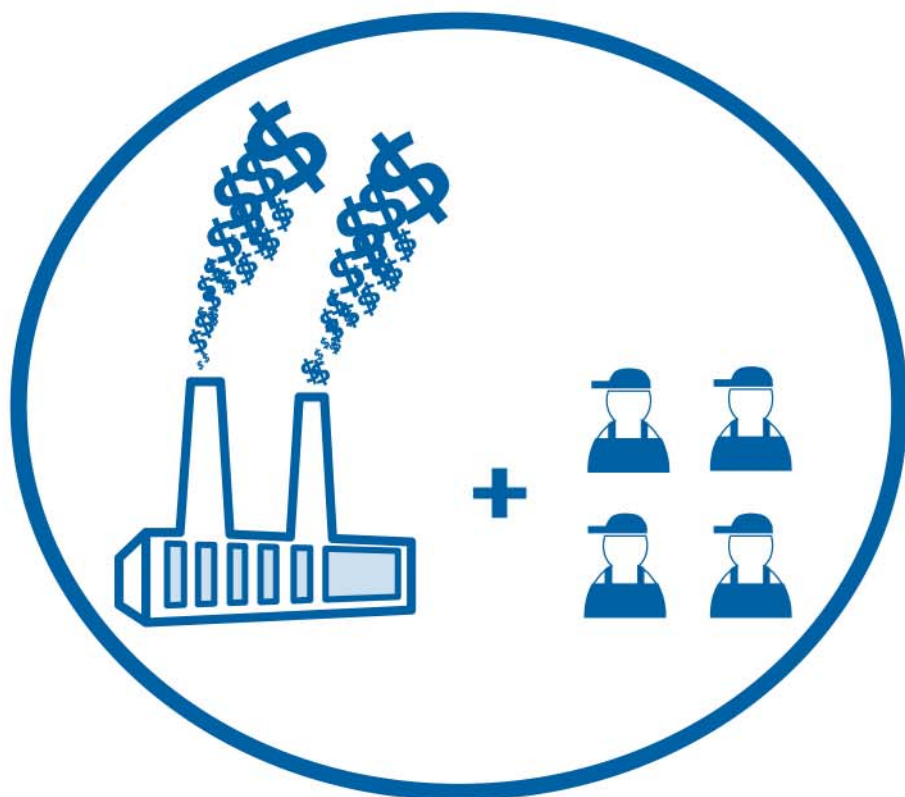
Mały biznes w małych miejscowościach

Konkurs na najlepszy Biznes Plan

Mieszkasz 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 **50 000 zł**



**START:
5.01.2013**



www.rp.pl/malybiznes


Bank Poczty

 **RZECZPOSPOLITA**

ATKearney

 **IBS**
Instytut Badań Strukturalnych


LEWIATAN

NZS

Studenckie Forum
■ Business Centre **Club**

 **PARKIET**

PRZEKROJ



W tym tygodniu nie piszemy...



...o kalendarzu Media Markt pełnym zdjęć przedstawiających sprzęty AGD oraz pokojówki w erotycznych pozach. Sesję wykonano w Łądku-Zdroju. Prawie jak Pirelli.



...o równie zmysłowym programie, który rusza w iTV. W nocnym paśmie stacji, zwanym „Hot TV”, pojawi się „Niegreczna pani domu”. Zamiast Małgorzaty Rozenek – Magdalena Godlewska. Czy będzie test białej rękawiczki?



...o bunga bunga po polsku, czyli paniach, które wyjeżdżały za granicę, by dotrzymać towarzystwa arabskim szajkom oraz rosyjskim biznesmenom. Podobno w stręczeniu pomagali bliscy polskiej gwiazdy rocka. Kazik miał rację, kiedy śpiewał, że artyści lubią pójść na łatwiznę.



...o fotoradarach. Czekamy za to bardzo na „Drogówkę” Wojtka Smarzewskiego.



...o szosie wiodącej ze wsi Warnik do Ladenthin. Zdjęcie polsko-niemieckiej granicy zrobiło furorę w sieci. U nich asfalt, u nas śnieg, normalna sprawa. A teraz wszyscy się dziwią i kłócą, kto powinien złapać za łopatę.



...o Piwnicy u Fritzla. Tak miał się nazywać lokal w centrum Warszawy. Nazwa idiotyczna, pomysł na szczęście zarzucono. Ale czy prokurator faktycznie musi wkraść do akcji?

ZUZANNA ZIOMECKA



Fani zaginionej ikony muzycznej, Sixto Rodrigueza, nie powinni się dziwić, że został on odnaleziony właśnie w Detroit („Sugarman” i jego historia na str. 58). Nawet gdybym nie

mieszkała na przedmieściach tego upadłego miasta w latach 80., czciłabym ten tajemniczy muzyczny czakram, który jest źródłem weny żyjących w nim wykonawców. Muzyczny rachunek sumienia Detroit opiewa nie tylko na poszczególnych artystów, ale i całe gatunki muzyczne. Motown, hip hop, techno i kultura rave. Jaz-zowi mistrzowie ujawniali tam swój talent, punkowcy wybijali się z okolic, Madonna studiowała nieopodal. Jest coś w powietrzu, tam w Michigan. Może bryza z wielkich jezior wymieszana z napięciem rasowym i ekonomiczną rozsypką dawnej stolicy amerykańskiej motoryzacji tworzy mikroklimat przyjazny dla muzyki? Może rozpacзлиwa odległość od wybrzeży, gdzie zawsze najwięcej się dzieje, i równie dołująca bliskość nudnej Kanady są tą akupunkturą, która naciska na ośrodek dźwiękowy mieszkańców Detroit? Nie wiem, ale czuję, że Detroit jeszcze nie powiedziało ostatniego słowa. Tak jak „Przekrój” na temat tego miasta.

RACZKOWSKI

MARCIN PROKOP



Jestem fanem disco polo. Serio. Nie tyle samej muzyki, co fenomenowi socjologicznego (str. 22). Bo disco polo jest jak pornografia. Jak polowania. Jak dłubanie w nosie. Ogniskową ludzkich atawizmów, realizacją pierwotnych instynktów, skrętnie skrywanych pod elegancją, odprasowaną narzutą norm cywilizacyjnych. Pod nią jesteśmy nadzy, animalistyczni i prawdziwi.

Oglądając film z kategorii xxx, przewijamy do przodu nieliczne fragmenty kadłubowej fabuły, żeby skupić się na istotniejszych momentach. Podobnie słuchając disco polo, obcujemy z doświadczeniem muzycznym obranym z kulturowego wyrafinowania do gołego korzenia, do syntetycznego „la la la” i „ło ło ło”. Do kłaskania „na dwa”. „Muzyka dla wieśniaków” – prychnie ktoś pogardliwie. Tak? To zapraszam na warszawską, inteligencją domówkę, gdzie o 3 nad ranem zazwyczaj kończy się hipsterka i rozmowy o Zachęcie, a zaczyna pierwotny, ekstatyczny trans. Gombrowiczowski bratanie się z ludem. „Jesteś szalona”. „Ona tańczy dla mnie”. „Moja mała blondyneczko”. „Cztery osiemnastki”. Ecce homo.

FRANCISZEK MAZUR (2)



AKTUALNOŚCI

- 6 → **OSOBOWOŚĆ** Niekryty Krytyk krytyki się nie boi
Z Maciejem Frączykiem rozmawia Zuzanna Ziomecka
- 12 → **MEDIA** Katar na Manhattanie Anna Gwozdowska
- 14 → **EKONOMIA** Rozmowy o biedzie za wielkie pieniądze
Forum w Davos od kulis opisuje Danuta Walewska
- 18 → **TECHNOLOGIE** Z głową w chmurach Debiut Spotify zapowiada
Jacek Cieślak
- 20 → **EWOLUCJE** Łowcy ptaków na celowniku Wojciech Mikołuszko

GRUBE SPRAWY

- 22 → **ZJAWISKO** Polska muzyka wesola Polacy znów chcą disco polo
– przekonuje Jerzy Ziemacki
- 28 → **POSTAĆ** Nowy Jork ma krótką pamięć Z Anną Perzanowską
o promowaniu polskiej muzyki w USA rozmawia Justyna Wróbel
- 32 → **KLIMAT** Wojny klimatyczne Andrzej Holdys demaskuje
hałaśliwych denialistów
- 36 → **MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE** Kosztowny przyływ szczerości
Twitterowe wpadki sportowców opisuje Michał Kołodziejczyk



LUKASZ DEJAROWICZ/FORUM

- 40 → **CIAŁO** Życie wewnętrzne piersi Florence Williams opowiada
Annie Przybył o różnych sposobach postrzegania biustu
- 44 → **MODA** Okulary Doktora Strange Love Młoda polska marka
oczyma Moniki Brzywczy
- 46 → **PIENIĄDZE** Co do grosza O kosztownych drobnizkach
pisze Anna Kowalczyk
- 48 → **PIERWSZA PRACA** Goły i wesoly Z Arkadiuszem Jakubikiem
rozmawiają Bartosiak & Klinke

RACZKOWSKI



KULTURA

- 50 → **KOMIKS** Bohater ostatniej akcji Dominika Węclawek:
Kapitan Żbik powraca



ARCHIWUM ARTYSTY

- 54 → **SZTUKA** Żywcem zmitologizowany Oskar Dawicki wcielił się w Oskara Dawickiego – obserwuje Stach Szabłowski
- 58 → **MUZYKA** Idol odnaleziony Sixto „Sugarmana” Rodrigueza przypomina Karolina Sulej
- 62 → **FANTY I FETYSZE** Wybiera Robert Konieczny
Monika Brzywczy
- 66 → **KINO** Jesteśmy braćmi, współnikami, przyjaciółmi
Bracia Taviani w rozmowie z Barbarą Hollender
- 69 → **FILMY** Niemożliwe Dorota Chrobak
- 70 → **MUZYKA** Justin Bieber folku? Angelika Kucińska
- 71 → **LITERATURA** Dzieci i Paryż Jacek Tomczuk
- 72 → **GRY** To nie jest gra Marceli Szpak
- 73 → **POP-ATRZ** Brakujące ogniwo Kuba Dąbrowski
o francuskim mistrzu fotografii Guyu Bourdinie

ROZMAITOŚCI

- 74 → **APLIKACJE** Internet do ogarnięcia Marianna Saska
- 76 → **RETRO/FUTURO** Tkaniny poskromione
Marta Mach i Agata Napiórska
- 78 → **KUCHNIA** Trzecia fala kawy Aga Kozak

FELIETONY

- 19 → **MARIUSZ ZIOMECKI** Warszawa już nie jest załaką
- 64 → **MACIEJ NOWAK:** Wszystkie bilety wyprzedane

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:
Wojciech Bońkowski, Kuba Dąbrowski, Mateusz Farenholz, Angelika Kucińska, Marta Mach, Wojciech Mikołuszko, Katarzyna Nowakowska, Agata Napiórska, Cezary Polak, Marek Raczkowski, Marianna Saska, Karolina Sulej, Stach Szabłowski, Mike Urbaniak

Projekt graficzny: Magdalena Piwowar

Pracownia graficzna:
Andrzej Figatowski

Fotoedycja: foto@przekroj.pl,
Katarzyna Serek

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@rp.pl)

Biuro Reklamy i Ogłoszeń:
Presspublica sp. z o.o.
ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa;
tel. 22 629 86 14; 22 621 48 69;
fax. 22 621 46 58; 22 625 61 57;
reklamainfo@presspublica.pl;

Dyrektor Biura Sprzedaży Korporacyjnej Witold Trzciniński
tel. 22 463 05 53

Dyrektor Działu Agencji Nowo i Magazynów Filip Weichert
tel. 22 463 01 88



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 – telefonicznie 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 iPada
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: serwis@przekroj.pl, tel. 22 46 30 066

Zdjęcie na okładce:
Krzysztof Dynel



Prenumerata w **egazety.pl** to:

- najbogatsza oferta na rynku – **ponad 370 tytułów**
- atrakcyjne ceny
- wygoda korzystania

PRENUMERATA
2013

Zarejestruj się na www.egazety.pl i **testuj za darmo**.
Przy większej liczbie prenumerat skontaktuj się
z ✉ egazety@egazety.pl, ☎ +48 22 379 16 90

 **eGazety.pl**
prasa bez granic

ROZMAWIA ZUZANNA ZIOMECKA, ZDJĘCIA KRZYSZTOF DYNEL

Niekryty Krytyk krytyki się nie boi

Polski YouTube ma króla. Jest nim 29-letni **Maciej Frączyk** – twórca programu rozrywkowego „Niekryty Krytyk” uwielbianego przez ponad 400 tys. polskich nastolatków, którzy wyświetlili jego filmy ponad 118 mln razy. Kim jest rządca cyfrowych dusz młodego pokolenia?

Świat nowych mediów łatwo przeoczyć, jeśli jest się zbyt zaniecanym, zapatrzonym w prasę i telewizję lub po prostu za starym, by zrozumieć, co się w nim dzieje. Tymczasem wyrastają tu postacie wywierające spory wpływ na młodzież. Większość rodziców nastolatków zna Niekrytego Krytyka, którego zabawne komentarze do filmów znalezionych w sieci budzą ich niepokój z powodu przekleństw i szyderczego nastawienia do wszystkiego, co u nas święte.

Maciej Frączyk powoli przestaje się mieścić w Internecie. Jego książka „Zeznania Niekrytego Krytyka” jest nominowana do tytułu Bestseller Empiku 2012. Kroi się też audycja w Radiu Zet. Ewidentnie nadeszła pora przyjrzeć się Maćkowi z bliska.

Wyposażona w mapkę z internetowego serwisu Targeo, 12-letni samochód z letnimi oponami i dyktafon ruszyłam w Polskę w poszukiwaniu Niekrytego Krytyka w dzień pierwszej dużej śnieżycy sezonu. Dzięki uprzejmości obsługi licznych stacji benzynowych malutkich podłódzkich wiosek i telefonicznej nawigacji naszego bohatera ponad dwie godziny później dotarłam. Wjechałam na zasypane śniegiem podwórko domku jednorodzinnego

w okolicach przypominających Fargo z kultowego filmu braci Coenów. Niekryty Krytyk mieszka mniej więcej nigdzie.

Uśmiechnięty facet przed trzydziestką prezentuje się jak zdrowszy klon Kuby Wojewódzkiego. Na nosie ma okulary Kuby, na głowie zimową czapkę uszatkę jak ta, w której Kuba wystąpił w reklamie telefonii komórkowej. W swoich programach Maciek nosi marynarkę na T-shirtach. Tak jak Kuba. Skojarzenie wizualne jest oczywiste. W obcowaniu z nim czuć jednak, że geograficzna izolacja od polskiego światka rozrywkowego uchroniła Maćka przed zmanierowaniem. Jest urzekająco speszony. Często staje mnie sushi, przeprasza za dres, w którym mnie przyjmuje, i proponuje, że pożyczę GPS na drogę powrotną do Warszawy.

Już po wymianie kilku pierwszych zdań można się zorientować, że Frączyk jest ewidentnie zdeterminowany, by realizować się w mediach. Może być to trudne, bo Maciek ma bezkompromisową potrzebę kontrolowania własnej kariery i przekazu. Ma być na jego warunkach albo wcale. Najwyżej zostanie „jedynie” królem Internetu. Jeszcze przed rozmową uprzedzał,

że wywiad będzie dokładnie autoryzowany. Zażądał też okładki. Gdy potwierdziłam, że tak właśnie planujemy, potwornie się zmieszał. Zapewnił, że przecież tylko żartował i oświadczył: – Pan z „Wyborczej” powiedział, że w moich filmach są tylko żarty o wciąganiu kokainy z brzucha martwego transwestyty, więc będę się teraz kreował na mądrego.

Widziałam ten materiał. Porównywano cię z Szymonem Majewskim, który właśnie odpalił program „SuperSam” na YouTube. Jak oceniasz jego szanse?

Każdemu życzę jak najlepiej na YouTube. To wbrew pozorom dość wrogie miejsce, trochę jak impreza firmowa z szefem, za którym się nie przepada. Na chwilę każdy wpadnie, ale na dłuższą zostają najtwardsi.

Szymon dopiero zaczyna, ale widać, że przynosi do netu konwencję telewizyjną, którą zna i która jest sprawdzona. Myślisz, że takie bezpośrednie przełożenie ma sens?

Wydaje mi się, że telewizja jest archaiczna i obowiązują w niej zupełnie inne zasady, których nie da się przełożyć na inne medium bez fundamentalnych zmian w formacie

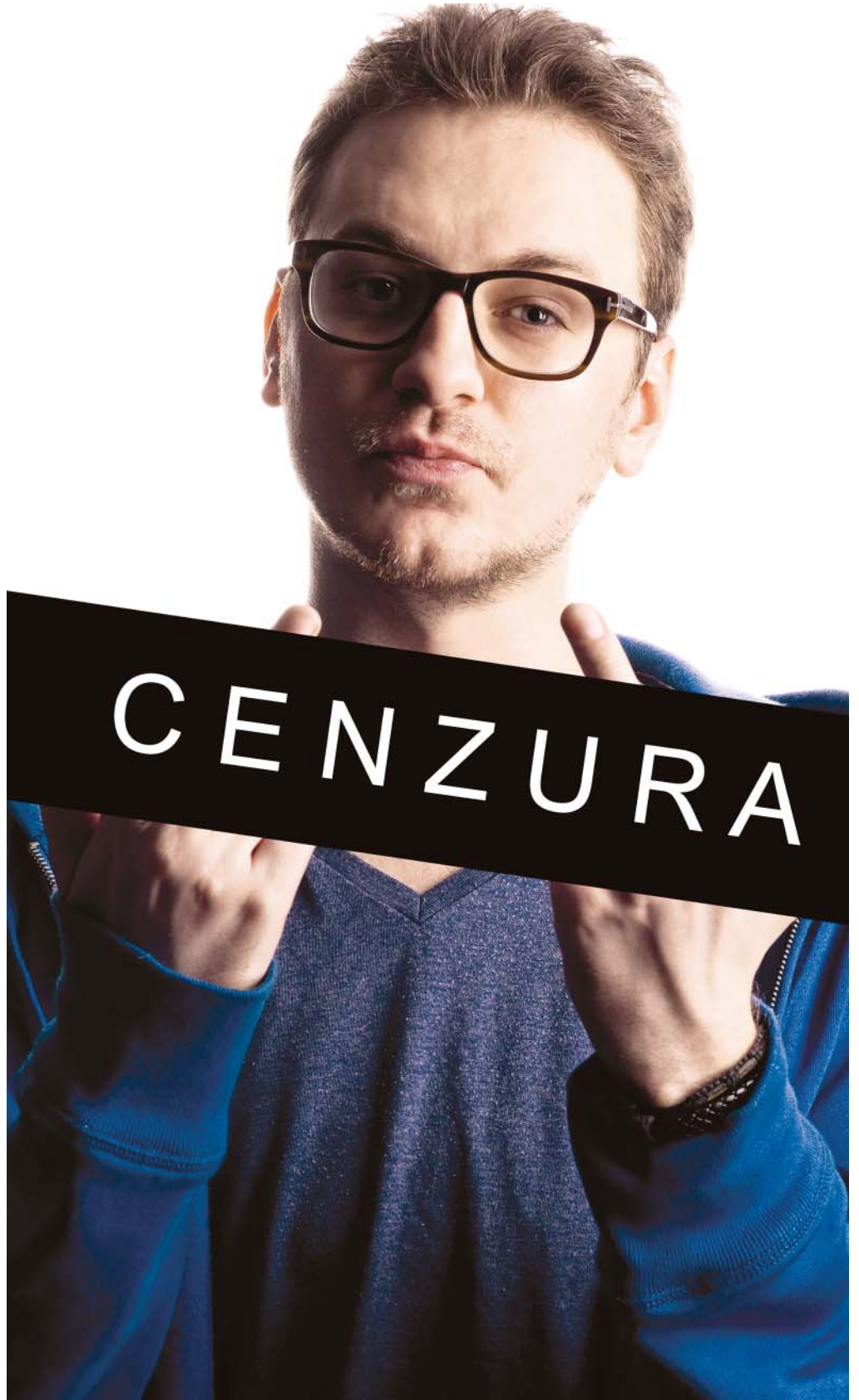
i założeniach. Teatr jest inny w realu niż w telewizji i radiu. Robi się go inaczej. Program komediowy też musi być robiony inaczej, jeśli ma chwycić na YouTube. To strasznie głupie, że telewizja traktuje Internet jak biednego kuzyna ze wsi, który na zawołanie „Obiad!” nie idzie do stołu, tylko dłubie w nosie. To, że w jednym i drugim ruszają się obrazki, nie znaczy, że to jest to samo! W TV najważniejsze jest, żeby program przynosił zyski. W Internecie trzeba zacząć od czegoś swojego i szczerego. Pieniądze dopiero od niedawna mają coś wspólnego z produkcją filmów na YT. Kiedy zaczynałem trzy lata temu, nie było programu partnerskiego, który dzielił zyski z reklam między YouTube i twórcę. Była tylko zajawka i platforma do dystrybucji filmów. I może właśnie dzięki temu mi się udało, bo filmy powstały dzięki moim zainteresowaniom i pasji, a nie z kalkulacji: „Za dwa lata chcę mieć pół miliona widzów, na których zarobię”.

Miałeś propozycje od stacji telewizyjnych. Dlaczego ich nie przyjąłeś?

Były to propozycje od mniejszych, prywatnych stacji. To nie dla mnie. Kiedy ma się nad sobą producenta, który wpływa na program i kieruje się potrzebą rozkręcenia się przed reklamodawcami i przymilania się do widzów, to nic dobrego z tego nie wyjdzie. Kluczem do sukcesu, przynajmniej mojego, jest robienie po swojemu, według własnego rozeznania.

Może więc w przypadku Szymona to tylko kwestia czasu? Bo zanim osiągnął imponujący zasięg, trochę wody w Wiśle upłynęło.

Mam nadzieję, że tak. Ale głównie dlatego, że polski YouTube jest bardzo biedny i słaby. Przydałoby się więcej twórców z pomysłem, jajami i konsekwencją. Muszę przyznać, że trochę współczuję Szymonowi, bo jest w trudnej sytuacji. Szymon jest przy-



Można się śmiać z religii w sposób chamski i głupi. Ale można też śmiać się, żeby pokazać inny punkt widzenia.

zwyczajony do TV. Miał tam okazały zespół ludzi, a sam był odpowiedzialny tylko za część swojego programu. Nie montował, nie stał za kamerą, nie pisał wszystkich grepsów. Nie uplądował, nie promował. Za to jak zrobił dobrze, to pewnie jakiś pan w czarnym gajercie częstował go cygarem i klepał po plecach, mówiąc, że fajnie wyszło. Że oglądalność skoczy. W necie jest dokładnie odwrotnie. Robisz wszystko sam. Do tego zamiast cygara sekundę po opublikowaniu filmu masz już recenzje od widza. Zwykle jest ona druzgocąco zła. Albo jest osobistą wycieczką. A jesteś, wiadomo, najgorszy.

Dlaczego tak mało jest ciekawych treści na polskim YouTube?

To wynika z tego, że często ludzie jeszcze nie potrafią robić filmów na poziomie wyższym niż półamatorski, a poza tym boją się pokazać twarz, nie mówiąc już o własnych pomysłach. Poza tym Polak lubi to, co polskie, i inspirowane jest głównie tym, co się u nas dzieje. Czyli spirala gówna się kręci i mało rzeczy wartościowych z niej wypływa. Ja kocham Stany – amerykańskie kino, twórców, komików i stand-uperów. Gdybyśmy częściej szukali inspiracji wśród najlepszych, pewnie na naszym YouTube szybciej by się zagęściło. Konwencja oparta na kabarecie politycznym, którą wybrał Szymon, nie jest specjalnie świeża. Wygłupów w necie jest sporo. Gdyby z tego, co robi Majewski, odjął jego twarz i nazwisko, to niewiele ciekawego by zostało, przynajmniej dla mnie, ale moje oczekiwania komediowe trudno zaspokoić. Wiesz, niełatwo jest zrobić zabawny film, potem go obejrzeć i stwierdzić: „Tak, fajnie

mi wyszło”. Nie wiem, czy Szymon tak o sobie mówi. Ja rzadko.

Szymon porusza tematy publicystyczne. Może w tym tkwi problem?

Dlaczego mówimy o nim, a nie o mnie?!

Cierpliwości! Twoje poglądy na temat kolegi po fachu nas rozgrzeją. Moim zdaniem Szymon cały czas celuje do widzów telewizyjnych, a nie do internautów, i to jest ta różnica między wami. Ty wyczuwasz gust i potrzeby polskiego internauty, on nie. Widzisz – to jest o tobie. Zgodziłbyś się z taką tezą?

Szczerze mówiąc, nigdy się nie zastanawiałem nad tym, czy wyczuję czyjekolwiek potrzeby. Może właśnie, bo zawsze miałem ochotę na taką trochę lumpeksową ekspresję, czasem podobno zabawną, ale w każdym razie moją. Nie pytaj, proszę, o przepis na sukces, bo go nie znam. Znam przepis na film, którego proces powstawania będzie można nazwać najlepszą pracą na świecie. Cieszę się, że żarty, nie tylko o wciąganiu kokainy z brzucha martwego transwestyty, przypadły do gustu tak wielu ludziom.

Ten przepis się sprawdza. Czy dlatego twoje filmy od trzech lat mają podobną formułę?

Internauta, tak jak widz telewizyjny, ogląda jakiś program i chce wiedzieć, czego się po nim spodziewać. Bardzo wiele osób popełnia ten błąd, że zakładają kanały, które są zbiorem różności. Początkowo też go popełniałem. Ktoś, kto wchodzi na mój kanał, oczekuje tego, co widział wcześniej. Jeśli dostanie coś innego, to z góry mu się to nie spodoba, nawet jeśli będzie fajne.

Aż trudno uwierzyć, że w żywiole internetowym, z natury zmiennym, króluje taki constans!

Internet to miejsce dla ludzi, a ludzie lubią wiedzieć, gdzie czego szukać. No wyobraź sobie, że otwierasz szufladę ze skarpetkami i znajdujesz tam iguanę. Albo martwego transwestytę. I to bez kokainy. Lubiłabyś to? No właśnie. Konsekwencja jest atutem, nie wadą. Dlatego od trzech lat moje filmy

mają podobną formę, chociaż próbuję eksperymentować i dodać czasem coś nowego.

To kto według ciebie jest królem amerykańskiego YouTube, który tak wielbisz?

Zazwyczaj są to kanały robione za pieniądze, których mógłby pozazdrościć producent dużego polskiego serialu. Skala zarobków, jak się domyślasz, też jest inna. Uwielbiam „Epic Meal Time”. Właśnie siedzę nad montażem parodii tego programu. Żeby to zrobić, musiałem kupić profesjonalny aparat i obiektyw za ciężkie pieniądze, bo, wbrew pozorom, żeby odnieść sukces w Internecie, trzeba zaoferować pierwszorzędą jakość produkcyjną. Ja mam o tyle dobrze, że robieniem filmów fascynuję się od dawna. Mam przećwiczony proces robienia zdjęć i montażu. Nabierałem wprawdy przy konkursach reklamowych oraz przy tworzeniu krótkich form filmowych. Może w USA ludzie mają więcej pieniędzy, by zatrudniać specjalistów od produkcji, i dlatego poziom tamtejszych filmów jest wyższy. U nas trzeba to robić samemu i dlatego polska scena jest po prostu błada.

Kunst kunszt, ale jeśli nie wyczujesz, czego chce widz, polegiesz.

Pracowałem w agencji reklamowej i wiem, na czym polega definiowanie klienta ostatecznego, który ma konkretne oczekiwania. Ale przy filmach nie pracuję w ten sposób. Ten przekrój osób, które oglądają moje rzeczy, jest o wiele szerszy niż samo gimnazjum. Dostaję e-maile od ludzi w moim wieku lub starszych. Jednak nie ucieknę się od faktu, że gros polskich internautów to jednak ludzie młodzi.

Niekryty Krytyk nastolatkami stoi i nie wyperswadujesz mi, że jest inaczej.

Dobra, nie będę nawet próbował, bo ta sytuacja mi bardzo odpowiada. Na starszych odbiorców mogę mieć tak naprawdę mały wpływ. Zresztą sam czuję, jakbym bardziej miał 15 lat niż tyle, ile ma stary koń.