

Pan Wrocław
rządzi → 10

Łowcy burz szybsi
niż meteorolodzy → 44

Koczkodany
knują w pracy → 32

PRZE KROJ

nr 46 (3513), 12 listopada 2012, cena: 3,99 zł (w tym 8% VAT)
www.przekroj.pl



Nowe picie, stary kac

→ 28

INDEKS
371424

ISSN 0033-2488
9 770033 248205

46 >



muzyka
informacje
Zabawa



Już jest!

Najnowsza muzyczna składanka Radia ZET
„Muzyka Radio ZET vol. 4”.

Największe polskie i zagraniczne przeboje
ostatnich miesięcy na dwóch płytach.

Lana Del Rey Rihanna
Robbie Williams Shakira
Gustavo Lima Jessie Ware PSY





W tym tygodniu nie piszemy...



... o największym wydarzeniu świata medialnego, jakim są zmiany w naszym wydawnictwie po publikacji tekstu sami-wiecie-jakiego. Choć dookoła naszych biur huczy i buczy, na łamach „Przekroju” mówimy „no comment”.



... o celebrytach, którzy układają się z tabloidami. Za kilka groszy donoszą na swoich kolegów, partnerów z branży, coachów. Bo zrobiła to już za nas Krystyna Janda na swoim blogu.



... o „Kilerskim karaoke” w wykonaniu Roberta Biedronia. Na antenie Eska TV poseł przeszedł przez „ścieżkę zdrowia” skonstruowaną między innymi z restauracyjnych odpadków oraz pieluch. Po obejrzeniu fragmentów tego wstrząsającego programu już jesteśmy chorzy.



... o tym, że można zostać wyrzuconym z pokładu samolotu z powodu książki. A konkretnie – książki tak dużej, że nie mieści się w bagażu podręcznym. Spotkało to pasażerkę linii Ryanair w hiszpańskiej Walencji. Ktoś tam chyba jednak odleciał.



... o Janie Kobyłańskim, polskim przedsiębiorcy, który wspiera media ojca Rydzyka, hobbystycznie zaś tropi Żydów w państwowych instytucjach. Kobyłański trafił do Komitetu Honorowego tegorocznego Marszu Niepodległości. A to Polska właśnie.

ZUZANNA ZIOMECKA



Salman Rushdie polubiłby Rafała Dutkiewicza. Poszłyby chłopaki na chai i porozmawiałyby o tym, co tak doskonale rozumieją – że politycy znikają z kart historii o wiele szybciej niż wielkie dzieła sztuki. Salman napisał nieskuteczny list w tej sprawie do Rajiva Gandhiego, ówczesnego (kojarzy go ktoś?) premiera Indii, gdy ten zakazał dystrybucji „Szatańskich werseł” na terenie kraju. Dziś fatwa już Salmanowi nie grozi, a jego nowa biografia, zatytułowana „Joseph Anton”, miesiąc temu wjechała na półki księgarskie na całym świecie. Dutkiewicz zaś zaprzęgnął kulturę do roboty na rzecz swojego miasta z pełną premedytacją – dzięki tej strategii Wrocław szykuje się do objęcia tytułu Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 r., a Dutkiewicz jest prezydentem miasta nieprzerwanie od roku 2002. Jak pokazuje nasz najnowszy Temat Numeru, w tej historii negatywnym bohaterem jest Warszawa, w której kultura ugania się za chaotycznie porzucanymi banknotami, a politycy nawet nie znają smaku herbaty chai.

MARCIN PROKOP



Zacznę optymistycznie. Nie brak w Polsce zdolnych, czasem genialnych naukowców i innowatorów. Wśród nich wielu młodych, do których należeć będzie przyszłość. Na tym jednak optymizm się kończy. Większość, która nie chce spędzić reszty życia na ślęczeniu w niedofinansowanych laboratoriach, zarabiając grosze i szybko tracąc poczucie sensu swojej pracy, wyjeżdża za granicę. Jak mówi w rozmowie z „Przekrojem” prof. Dominika Latusek-Jurczak z Uniwersytetu Stanforda, kalifornijska Dolina Krzemowa wita ich z otwartymi ramionami. Tymczasem w Polsce naukowcami, którzy opracowali unikalną, najtańszą metodę przemysłowej produkcji grafenu (niemal cudownego materiału: przewodzącego prąd, stokrotnie wytrzymalszego od stali, bardziej elastycznego niż kauczuk i tak cienkiego, że jego jeden gram wystarczyłby na pokrycie stu boisk piłkarskich, więc w sumie mogąc go zrewolucjonizować świat), nie zainteresował się pies z kulawą nogą. Ale spokojnie. Z pewnością zrobią to za nas Chińczycy lub Koreańczycy.

RACZKOWSKI



AKTUALNOŚCI

- 6** → **TEMAT TYGODNIA** **Kulturalne awantury** Wyścig polskich miast według Anny J. Dudek
- 10** → **ZBLIŻENIE** **Pan Wrocław** O rządach prezydenta Rafała Dutkiewicza pisze Mike Urbaniak
- 16** → **AKTUALNOŚCI** **Dwa oblicza Ameryki**
- 26** → **POWIĘKSZENIE** **Garbarek, Coltrane, czyli „Dzemborka”** Marek Romański

GRUBE SPRAWY

- 28** → **OBYCZAJE** **Pijani trzydziestoletni** Piciu de luxe przygląda się Karolina Sulej
- 32** → **GOSPODARKA** **Na kłopoty: kosmici, iPhone i wielka bazooka** Spór ekonomistów o to, jak walczyć z kryzysem, ostatecznie rozstrzyga Marek Pielach
- 36** → **SUBKULTURY** **W podróży za piłką** O kibicach idealnych pisze Urszula Szewczyk
- 40** → **BUDOWNICTWO** **Kurna chata wraca do łask** Urszula Hollanek



ŁOWCY BURZ

- 44** → **ANOMALIE** **Adrenalina prosto z nieba** Łowców burz tropi Tomasz Pankiewicz
- 47** → **EWOLUCJE** **Na Alasce wyrosną palmy** Wojciech Mikołuszko

ZAWODÓWKA

- 48** → **WYWIAD** **W Dolinie powstają rzeczy jeszcze nienazwane** Z Dominiką Latusek-Jurczak rozmawia Marek Kozubal
- 50** → **COACHING** **Pracownik marnotrawny** O bezproduktywne pogaduchy oskarża nas Katarzyna Świerczyńska
- 53** → **WARSZTAT MISTRZA** **Rugbysta z Żywca** Michał Maltan
- 54** → **PLAN B** **Gwatemala dla odważnych** Dorota Chojnowska

RACZKOWSKI

- 56** → **RETRO/FUTURO** **Maciejówki i manekiny** Czapniczkę oraz dekoratorkę przedstawiają Agata Napiórska i Marta Mach
- 58** → **TŁUM SZALEJE** **Zarażanie pokojem** O zrzutce na kampanię „Israel Loves Iran” pisze Karolina Przewrocka
- 60** → **MANNA Z NIEBA** **Maraton po własny start-up** Akceleratorzy dla biznesu sprawdza Aleksandra Stanisławska

KULTURA



MACIEJ JARZEBINSKI/FORUM

- 62** → **ARCHITEKTURA** **Ikony i ruiny** Polski modernizm do rozbiórki opisuje Grzegorz Piątek
- 66** → **FANTY I FETYSZE** **Na siedelku i w siodle** O swoich ulubionych miejscach, rzeczach i zjawiskach Karolinie Sulej opowiada Dominika Dymińska
- 68** → **LITERATURA** **Apokalipsa dla nieletnich** Cezary Polak
- 72** → **FILM** **Anderson kontra Anderson** Paweł T. Flis
- 74** → **FILM** **Sześć powodów, żeby zapaść w amerykański sen** Dorota Chrobak

ROZMAITOŚCI

- 78** → **KUCHNIA** **Narodowy ptaszek na telefon** Polska gęsią stoi – przypomina Małgorzata Minta
- 80** → **WINO** **Więcej niż wino** Pijąc je w Palermo, Wojciech Bońkowski padł z wrażenia

FELIETONY

- 18** → **JAROSŁAW LIPSZYC GOŚCINIE** O wolność waszą i naszą
- 25** → **MARIUSZ ZIOMECKI** Kapitał społeczny, czyli paraliż obywatelski
- 43** → **TYMON TYMAŃSKI** Rękawica, piłka i kropidło
- 76** → **MACIEJ NOWAK:** Dlaczego Zadara to sukinkot?

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 Zawodówka:

Grażyna Raszkowska

Redaktor działu Grube Sprawy:

Anna Gwozdowska

Redaktor:

Grzegorz Sobaszek

Sekretarz redakcji:

Katarzyna Czarnecka

Współpracownicy:

Wojciech Bońkowski, Kuba Dąbrowski, Mateusz Farenholz, Paweł T. Flis, Karolina Kotowska, Aga Kozak, Marek Kozubal, Angelika Kucińska, Marta Mach, Monika Maciejewska, Michał Maltan, Wojciech Mikołuszko, Agata Napiórska, Agata Nowicka, Grzegorz Piątek, Cezary Polak, Anna Przybył, Marek Raczkowski, Marianna Saska, Karolina Sulej, Stach Szablowski, Mike Urbaniak

Projekt graficzny: Magdalena Piwowar

Pracownia graficzna:

Andrzej Figatowski

Fotoredycja: foto@przekroj.pl,

Karolina Sekuła, Katarzyna Serek

Obróbka zdjęć: Bogumiła

Kreczmańska, Bartosz Wójcik,

Tomasz Kieras, Krzysztof Rzeszotek

Korekta: Ling Brett

Strona internetowa: KRCSMedia.pl

Wydawca: Presspublica sp. z o.o.

ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa

Promocja i marketing:

Agnieszka Gajzler – Dyrektor

Marketingu i Rozwoju, Paulina Sereka

(p.berska@rp.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 2012 r.:

roczna: 166,40 zł, półroczna: 83,20 zł,

kwartalna: 41,60 zł

Zamówienie na prenumeratę należy

składać: e-mailem: prenumerata@

przekroj.pl lub faxem: 22 621 22 61.

Dodatkowe informacje

pod nr. tel. 800 120 195

Prenumerata kolporterka

oddziały Ruch SA, www.prenumerata.

ruch.com.pl, urzędy pocztowe

Prenumerata e-wydania www.egazety.pl

Prenumerata zagraniczna Ruch SA

www.ruch.pol.pl; 22 693 67 75, 22

693 67 82, 22 693 67 18

Dostęp na stronie WWW i wersji na IPADA

Prenumerata redakcyjna

Cena abonamentu na iPada

i w Internecie:

tygodniowy – 3,69 zł,

kwartalny – 30,75 zł;

roczny (z rabatem 30 proc.) – 99 zł.

Do wykupienia na www.przekroj.pl

oraz w App Store.

Informacje: wsparcie@przekroj.pl

Ilustracja na okładce:

Ada Buchholz

www.illo.pl



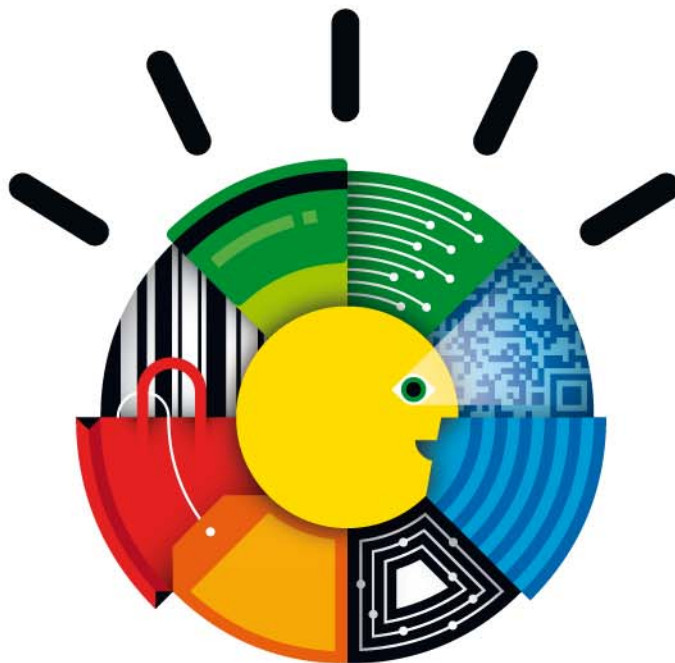
POZNAJ SWOJEGO NOWEGO SZEFA.

W mądrzejszym świecie przedsiębiorstwa coraz częściej zastanawiają się, jak najlepiej wykorzystać rosnącą ilość informacji generowanych przez dzisiejszych konsumentów.

Odpowiedź na to wyzwanie w dużym stopniu zależy od dyrektorów marketingu. Badanie, które przeprowadziliśmy wśród 1700 dyrektorów marketingu ujawnia, że zauważają oni, jak duże zbiory danych, nowe narzędzia mobilne i rosnąca rola portali społecznościowych dogłębnie zmieniają sposób ich działania. Nowa generacja dyrektorów marketingu potrafi dopasować się do zachodzących zmian i na nowo zdefiniować pojęcie swojej pracy.

JEDEN Z MILIONA.

Ogromne ilości danych generowanych dziś przez



BRANDING KULTUROWY.

Wglądowi przedsiębiorstw w zachowanie konsumentów towarzyszy wgląd konsumentów w działania przedsiębiorstw. Dyrektorzy marketingu odgrywają kluczową rolę w połączeniu wartości marki z jej obietnicą. Coraz częściej odpowiadają na pytanie „kim jesteśmy” - a nie tylko „co sprzedajemy” - i sprawiają, że ich przedsiębiorstwa wkraczają na nowy poziom świadomości oraz odpowiedzialności społecznej. Dane pozwalają specjalistom do spraw marketingu wpływać na wszystkie aspekty swojej działalności. Począwszy od tego, jak marka wchodzi w interakcję z konsumentem, a kończąc na tym, co oferowane przez nich produkty i usługi mogą dać kulturze przedsiębiorstwa. Na nowo definiując sposób działania, dzisiejsi dyrektorzy marketingu osiągają lepszy zwrot z poczynionych inwestycji marketingowych i udowadniają, że marketing nie musi być narzucającą się koniecznością, a może stać się subtelną, osobistą usługą.



Bank First Tennessee uzyskał ponad 600% zwrot z inwestycji (ROI) dzięki wykorzystaniu analizy predykcyjnej, która pozwala na bardziej inteligentne dopasowywanie ofert do konsumentów.

konsumentów pozwalają specjalistom do spraw marketingu pojmować swoich klientów w kategoriach pojedynczych, a nie grupowych. Odnajdujący się w dzisiejszych realiach dyrektorzy marketingu łączą w całość dane pochodzące z transakcji, społeczności, usług oraz wyszukiwania i coraz lepiej rozumieją swoich konsumentów. Dzięki temu mogą skuteczniej decydować, do kogo chcą dotrzeć.

JEST NIM TWÓJ KLIENT.

DANE PRAGNIEŃ.

Dotychczas dyrektorzy marketingu zajmowali się kształtowaniem potrzeb i pragnień konsumentów. Teraz starają się je przewidywać. Zaawansowane techniki analizy pomagają im spojrzeć na konsumenta z szerokiej perspektywy i tworzyć nowe sposoby interakcji.

Dzięki danym dyrektorzy marketingu nie są skazani na pobieżne poznanie swoich konsumentów.

Dostają ich dokładny obraz, a każda następna interakcja sprawia, że staje się on jeszcze bardziej szczegółowy.

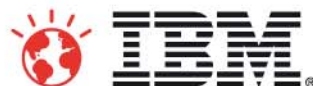


Dzięki analizie portali społecznościowych i dostępności swoich produktów wiodące przedsiębiorstwo odzieżowe zwiększa sprzedaż poprzez optymalne umieszczanie wyrobów na swojej stronie internetowej.

Dołącz do dyskusji na

ibm.com/swiat/pl/handel lub na facebook.com/madrzejszy.swiat

RAZEM ZBUDUJMY
MĄDRZEJSZY ŚWIAT.



ANNA J. DUDEK

Kulturalne awantury dziela miasta

Miasta ustalają budżety na 2013 r. **Najwięcej na kulturę wyda Warszawa**, ale najsensowniej pieniądze ulokuje Wrocław. Bo to właśnie w stolicy Dolnego Śląska urzędnicy najlepiej dogadują się z artystami.

Budżet Warszawy na kulturę w ostatnich latach przekraczał kilkaset milionów złotych. W tym roku wynosi 409 mln, czyli więcej niż połączone budżety Lublina, Katowic, Bydgoszczy i Wrocławia. Stołeczni władarze przeznaczają najwięcej pieniędzy na współpracę z organizacjami pozarządowymi. Utrzymują m.in. 19 teatrów, na które wydali w bieżącym roku 80 mln zł, finansują też orkiestrę i 18 bibliotek. Co nie dziwi, Warszawa ma najwięcej sal kinowych, teatralnych, wystawowych i koncertowych. W tym roku przeznaczy 84 mln zł na budowę Muzeum Warszawskiej Pragi i Muzeum Historii Żydów Polskich. Gdyby więc układać ranking miejskich mecenasów kultury wedle kryterium finansowego, Warszawa powinna znaleźć się na pierwszym miejscu. Ale jeśli idzie o najlepiej skrojoną ofertę kulturalną, dzięki której skuteczniej przyciąga się turystów, inwestorów i artystów, stolicę wyprzedzają mniej zamożne miasta. W końcu w 2016 r. to Wrocław, a nie Warszawa, zostanie Europejską Stolicą Kultury.

Fajerwerki nad bibliotekami

Stołeczni animatorzy kultury są zgodni, że stolica nie wykorzystuje swoje-

go gigantycznego potencjału. – Mamy tu dotowane przez państwo teatry, a nie istnieje choć jedna dobra scena impresaryjna. Brakuje też miejsca na koncerty i na prezentację teatru tańca – wylicza Alina Gałązka z warszawskiej Komisji Dialogu Społecznego ds. Kultury. I dodaje: – Nie powstał, jeśli idzie o przestrzeń, porządny inkubator dla młodych artystów, choć istnieje cykl finansowanych przez miasto bardzo dobrych szkoleń.

Jednak lista skarg jest znacznie dłuższa: warszawscy urzędnicy mają zniechęcać najlepszych artystów i animatorów kultury, którzy coraz częściej wybierają inne miasta; nie stawiają na innowacyjność; marnotrawią publiczne pieniądze na projekty czysto rozrywkowe. Na potwierdzenie zarzutów Alina Gałązka opowiada historię Romana Gutka, który starał się w Warszawie rozkręcić na powrót kino Wars na Nowym Mieście, ale zniechęcony brakiem pomocy ze strony miasta wyjechał do Wrocławia. Tworzy tam awangardowe kino Helios, które niedawno zmieniło nazwę na Nowe Horyzonty.

Stolica ma też bezdomne muzeum, jak się mówi dziś w Warszawie o Muzeum Sztuki Nowoczesnej, które po-

wstało w 2005 r. Jego siedzibę zaprojektował szwajcarski architekt Christian Kerez. W 2008 r. władze miasta podpisały z nim umowę na wykonanie projektu budynku, który miał powstać na pl. Defilad w latach 2012–2016. Ale w tym roku urząd miasta zerwał umowę z architektem. Kiedy placówka ulokowała się w końcu w dawnym pawilonie meblowym Emilia, została stamtąd wyrzucona.

– Negocjujemy z właścicielami pawilonu, którzy wypowiedzieli MSN umowę najmu – tłumaczy się Marek Kraszewski, dyrektor warszawskiego Biura Kultury. Zapewnia, że miasto powołało w tej sprawie specjalny zespół.

Muzeum to niejedyna instytucja bez stałego meldunku. Wcześniej siedzibę przy ul. Czackiego stracił też teatr Kwadrat. Władze miasta planują podobno umieścić Kwadrat w dawnym kinie Wars. Niepewny los czeka również Nowy Teatr Krzysztofa Warlikowskiego, jedną z najciekawszych stołecznych scen. Jej nowa siedziba miała powstać na Mokotowie. W zeszłym roku Warlikowskiemu przekazano nawet uroczyście budynek po Miejskim Przedsiębiorstwie Oczyszczania przy ul. Madalińskiego. Ale skończyło się na przecięciu wstęg.



BARTOSZ BOBKOWSKI/AGENCJA GAZETA

W Warszawie mieszka też bezdomna orkiestra. To Sinfonia Varsovia, która po latach tułania się po stolicy od niedawna ćwiczy przy ul. Grochowskiej, w dawnych budynkach SGGW. Czekają na budowę centrum muzycznego z prawdziwego zdarzenia. Oczekiwanie miało osłodzić namiot. Taki na 600 osób, w którym orkiestra mogłaby tymczasowo koncertować. Termin? Wiosna przyszłego roku. Już dziś wiadomo, że nie da się go do tego czasu postawić.

Władze stolicy wszystkie te niepowodzenia tłumaczą najczęściej brakiem środków. Krytycy reagują na takie argumenty alergicznie. I twierdzą, że miasto ma dość pieniędzy, lecz niewłaściwie je wydaje. Co roku przeznaczają np. kilka milionów złotych na transmisję wieczoro-

ru sylwestrowego. – A to nie jest przecież wydarzenie kulturalne, tylko czysta rozrywka. I, umówmy się, nie najwyższych lotów. Przecież tego typu imprezy można realizować za prywatne pieniądze, a nie sięgać do kieszeni podatników – oburza się Alina Gałązka z Ngo.pl. Twierdzi ona, że te pieniądze powinny trafić do bibliotek publicznych, którym notorycznie obcina się budżety.

Marek Kraszewski, dyrektor warszawskiego Biura Kultury, uważa jednak, że w pojemnym worku z kulturą zmieszczą się zarówno prząsny sylwestrowy wieczór, jak i Warszawski Festiwal Filmowy czy organizowany przez Elżbietę Penderecką Wielkanocny Festiwal Beethovena. Miasto dotuje festiwal w 30 proc., czyli dokłada co roku kilka

milionów złotych. – A pieniądze na kulturę pochodzą m.in. z podatków mieszkańców. Jest więc oczywiste, że kultura musi angażować wszystkich obywateli – tłumaczy Kraszewski. Urzędnik broni też noworocznej imprezy: – Pieniądze na warszawskiego sylwestra pochodzą z budżetu Biura Promocji Miasta i w żaden sposób nie pomniejszają puli przeznaczonej na działalność kulturalną. Zresztą samorządy innych miast również organizują takie koncerty.

To nie przekonuje krytyków. – Dobry mecenas nie finansuje wszystkiego po trochu, tylko stawia na wybrane, wartościowe projekty – argumentuje Gałązka. Według niej urzędnik, który zna się na kulturze, jest realistą. Nie usiłuje ze stolicy zrobić nagle miasta zabytków,

W ub.r. prezydent Warszawy uroczystie przekazała Krzysztofowi Warlikowskiemu na teatr halę po warszawskim MPO. Niestety, od tamtego czasu dzieje się niewiele. Miasto nie ma kasy.



TOMASZ ADAMOWICZ/FORUM

takiego jak Kraków, przygotowuje długoterminową strategię i jej się trzyma. Tymczasem warszawski urząd miasta nie ma wizji polityki kulturalnej.

Według Marka Kraszewskiego zmasowany atak krytyków jest dla Warszawy niesprawiedliwy. – W każdym mieście są grupy ludzi niezadowolonych z polityki kulturalnej. Nie wszędzie jednak, tak jak w Warszawie, za otwarte, ale konstruktywne krytykowanie władz można zostać zaproszonym do kreowania polityki kulturalnej miasta – przekonuje Kraszewski, który zapewnia, że wysłuchuje zarówno mieszkańców, jak i artystów.

Alina Gałązka przyznaje, że uczestniczyła w tworzeniu Programu Rozwoju Kultury. Trwało to jednak kilka lat. W ubiegłym tygodniu powołano wreszcie Społeczną Radę Kultury. – Cieszę się, że rada w końcu powstała, ale za długo to odkładano. Kultura zdecydowanie nie jest priorytetem miasta i nie jest to nawet wojna urzędników. To skalkulowany wybór polityczny – mówi twardo. Może dlatego Warszawa dobrze wygląda jedynie w statystykach. To trzeba przyznać. Najnowszy raport sporządzony przez firmę doradcą PwC opisuje „Kapitał Kultury i Wizerunek” (KKW) największych polskich miast. Kapitał jest według nich miarą

tęgo, jak miasto jest postrzegane i przez mieszkańców, i osoby z zewnątrz. „(...) bierzemy pod uwagę trzy cechy: generalne opinie o mieście, kulturę wysoką oraz kulturę życia codziennego” – czytamy w raporcie. Przy średnim poziomie KKW dla 11 miast równym 100, KKW we Wrocławiu wynosi 110,3. Analogiczny wskaźnik dla Warszawy to aż 207,9, a Krakowa 248,4.

Artyści przyciągają turystów

Kraków ma do dyspozycji znacznie mniej pieniędzy na działalność kulturalną niż Warszawa. Wprawdzie od 2002 r. krakowski budżet na kulturę wzrósł prawie czterokrotnie i dziś wynosi ponad 184 mln zł, ale olbrzymią część tej sumy, w tym roku 69 mln zł, miasto musi przeznaczyć na ochronę zabytków. Mimo to dawna stolica Polski wypracowała jedną z mocniejszych marek kulturalnych kraju. Tajemnicą sukcesu Krakowa i kilku innych polskich miast – Wrocławia, Lublina, Bydgoszczy – są menedżerowie, którzy rozumieją kulturę. W Krakowie jest nim wiceprezydent Krakowa Magdalena Sroka, która nie tylko zna się na sztuce, ale potrafi też o niej myśleć w kategoriach finansowych. Sroka jest też znana z tego, że lubi artystów i cieszy się z ich sukcesów, a kiedy trzeba, wyklóca się

Kiedy urzędnicy ogłosili, że kosztem dotacji dla teatrów znaleźli 25 mln zł na Strefę Kibica, nerwy puściły muzykom Warszawskiej Opery Kameralnej, protestowali pod gołym niebem.

o nich z innymi urzędnikami. W dniu, w którym do niej dzwonię, jest zajęta inauguracją projektu Studio Otwock Mirosława Bałki, autora instalacji przestrzennych. Znajduje jednak czas na rozmowę. – Miasta muszą podejść do zagadnień związanych z kulturą z szacunkiem – twierdzi Sroka, po czym prezentuje definicję współczesnego mecenasa. – To partner, a nie tylko instytucja, która dba o umieszczenie logo miasta na materiałach promocyjnych. To osoba, która podejmuje ryzyko artystyczne i rozumie jego naturę. Przykład Krakowa pokazuje, że to ryzyko się opłaca.

W 2003 r. powstało pierwsze opracowanie dotyczące promocji Krakowa, z którego jednoznacznie wynikało, że najlepszym sposobem na stworzenie międzynarodowej marki dawnej stolicy Polski jest właśnie inwestowanie w kulturę. – I to się potwierdziło – mówi Sroka. – Jeszcze kilka lat temu turyści przyjeżdżali do nas na dwa-trzy dni, dlatego chcieliśmy, żeby ten czas się wydłużył. Dziś nasi goście zostają w Krakowie nawet sześć dni.

Kolejnym miejskim urzędnikiem, który nie musi nawracać się na kulturę, jest Anna Czekanowicz, dyrektorka Biura Prezydenta ds. Kultury Gdańska, które od 2002 r. prawie sześciokrot-



W ramach wrocławskiego programu edukacyjnego „Nowe Horyzonty” dzieciaki nie tylko chodzą do kina, ale same uczą się sztuki filmowej.