

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



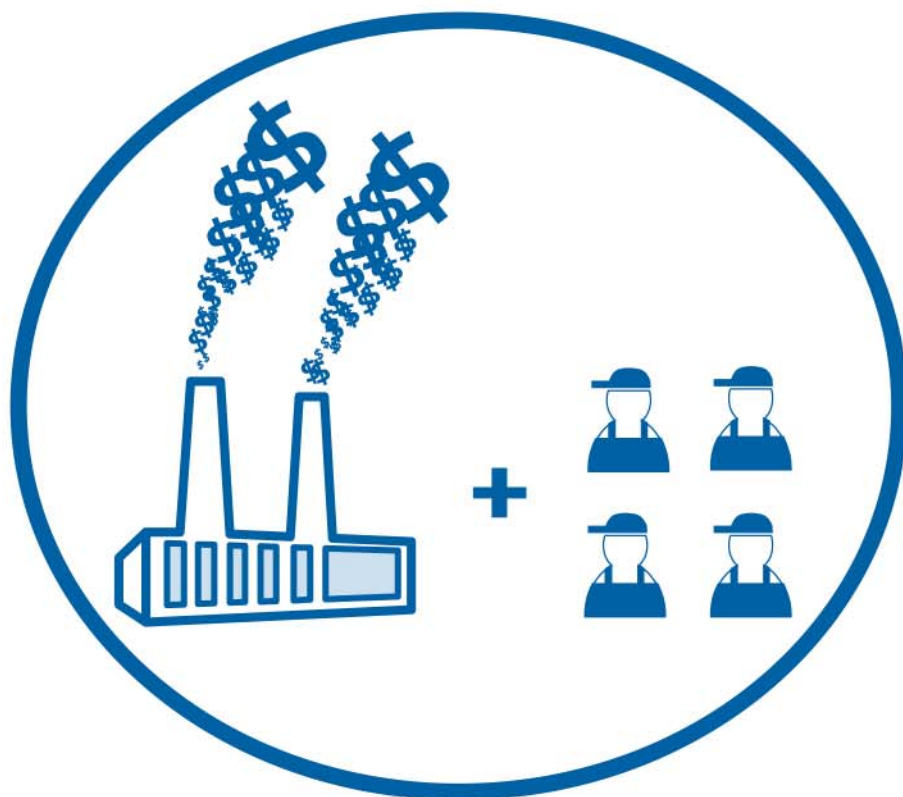
Mały biznes w małych miejscowościach

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 000zł** na start działalności



**START:
5.01.2013**



www.rp.pl/malybiznes


Bank Poczty

 **RZECZPOSPOLITA**

ATKEARNEY

 **IBS**

Lewiatan

 **NZA**
Kup książkę

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 Rokie Edwarda Gierka. Nasze typy: Feliks Dzierżyński, Róża Luksemburg, Pawła Morozow.



...o Ludwiku Sobolewskim, zawieszonym prezesie Giełdy Papierów Wartościowych. CBA sprawdza, czy – by wspierać swoją dziewczynę aktorkę – nie został samowolnym 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 obdzic-

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 zasilą ligę wykonawców z gatunku niekoniecznych, stał się cud. Podśpiewująca panienka 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 mózgów ekonomicznych naszych czasów”, to coś musi być na rze-

czy. To dobry moment na wywiad z byłym doradcą Havla Tomaszem Sedlaćkiem (s. 24), który opowiada nam o fałszywej rzeczywistości, jaką przedstawia 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 dziwny 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 intrygujący handel procentami. Bo matma bez filozofii służy cwaniakom o wiele wierniej niż humanistom.

RACZKOWSKI



Kup książkę

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 Mikołuszek

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 Chlewiński
- 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 Raszewska
- 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,
przepytuje 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** Złotoreki Kuba Dąbrowski
- 76 → **RETRO/FUTURO** Litera w starej i nowej szacie
Marta Mach i Agata Napiórkowa

ROZMAITOŚCI

- 78 → **KUCHNIA** Powrót polskiej ambrozji Miodosytia 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

PRZE
KROJ

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 naczynych:
Hanna Rydlewska
Monika Brzywczy
(redaktor działu Kultura)
Redaktor działu Grube Sprawy:
Anna Gwozdowska

Redaktorzy:
Grażyna Raszewska
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 Mikołuszek,
Katarzyna Nowakowska, Agata
Napiórkowa, 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 Sekula, Katarzyna Serek
Obróbka zdjęć: Bogumiła
Kreczmańska, Bartosz Wójcik,
Tomasz Kieras, Krzysztof Rzeszutek
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.berka@grp.pl)
Biurowie reklam:
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-mail: prenumerata@przekroj.pl
Dodatkowe informacje
tel. 800 120 195; 22 463 00 87

Prenumerata kolporterska
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 stronie www i wersji 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@platne@rp.pl,
tel. 22 46 30 066

Zdjęcie na okładce:
Yulka Wilam

Kup książkę

PRZEKROJ numer 1



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 56 godzin pracy

TRANSPORT GRATIS

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

Pobudzamy myślenie  **RZECZPOSPOLITA**

Kup książkę



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. Powiedźmy, 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 antyprzypadkach, czyli o ludziach, którzy posiadali wielki talent, ale zmarnowali go w głupi sposób?

Byłam naznaczona antyprzypadkami, 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

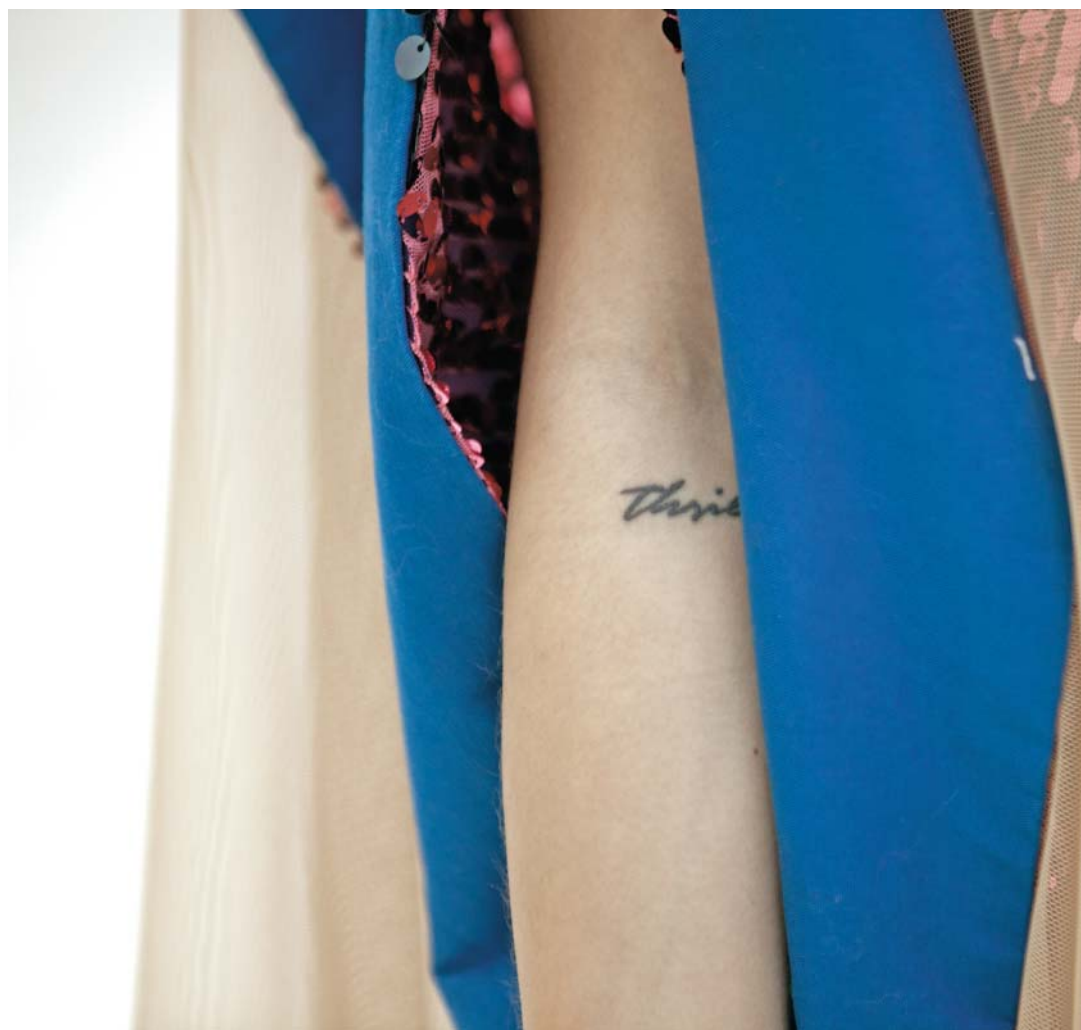
W lutym skończy 26 lat. Pochodzi z góralskiej rodziny o muzycznych tradycjach. Popularność zdobyła w 2004 r., po wygranej w programie „Idol”. Jest autorką czterech płyt studyjnych: „Album” (2004), „Moje piosenki” (2006), „Granda” (2010) oraz „LAX” (2012).



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 otrzymuję 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 przekręcają. 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 kopiowania samej 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?

Myślę, 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).