

CZY POLSKA JEST KOBIETĄ? Kwaśniewska, Penderecka, Seweryn

01/2014

www.terazpolska.pl

Teraz Polska:

Kreatywna Polska / Nowoczesny Biznes / Zrównoważony Rozwój / Edukacja

Magazyn
Fundacji
Polskiego
Godła
Promocyjnego



TERAZ POLSKA



ISSN 2299-1395





TERAZ POLSKA KURS NA SUKCES

Od 20 lat Godło „Teraz Polska” jest synonimem
najwyższej jakości produktów i usług.
Promuje innowacyjność, konkurencyjność
oraz przedsiębiorczość.

www.terazpolska.pl



Polska kobietami silna

W polskiej debacie publicznej licznie przewijają się w ostatnich dniach słowa klucze: parytety, gender, równouprawnienie... Odmieniane przez wszystkie przypadki, brane na sztafety przez jednych polityków, krytykowane przez innych. Tak naprawdę z tego żonglowania chwytliwymi hasłami nie wynika zbyt wiele ani dla stworzenia warunków równej pozycji zawodowej kobiet i mężczyzn, ani dla zrozumienia pozycji kobiet w polskim biznesie. Jeśli pokusilibyśmy się o sporządzenie listy najlepszych menedżerów, najbardziej wpływowych liderów opinii i najsukcesowniejzych przedsiębiorców Trzeciej Rzeczypospolitej, to znalazłoby się na niej całkiem sporo pań. Nie musimy mieć kompleksów, a opinie, że dopiero parytety pozwolą poci pięknej rozwinąć skrzydła, są dla polskich kobiet sukcesu wręcz obraźliwe. Sukces nie ma płci, także w Polsce.

Politycy uwielbiają tworzyć nowe regulacje. Nie dziwny się – taki ich zawód. Problem w tym, że kolejne akty prawne skutkują głównie tworzeniem kolejnych miejsc pracy... w urzędach. Obowiązujące dziś przepisy, przede wszystkim w zakresie prawa pracy, dają możliwość korzystania ze skutecznych narzędzi egzekwowania równych praw kobiet i mężczyzn. Nie musimy się wstydzić, że pod względem uchwalania równościowych ustaw i rozporządzeń jesteśmy daleko za Skandynawią, lecz powinniśmy dokładać starań, by warunki płacowe kobiet i mężczyzn były porównywalne.



Pole do działania mają tutaj organizacje zrzeszające i reprezentujące polskich przedsiębiorców. Faktyczne równouprawnienie, rozumiane jako jednakowe szanse na osiągnięcie sukcesu, powinno być przedmiotem troski i zaangażowania całego środowiska.

Bądźmy dumni z polskich kobiet sukcesu. I róbmy wszystko, by ich liczba rostała. Nie dzięki sztucznym przepisom, a poprzez likwidację barier i praktyk stojących w sprzeczności z rzeczywistą równością. Tym bardziej że jest o co walczyć. Mimo wspomnianych barier rola kobiet w gospodarce, polityce i życiu publicznym w naszym kraju staje się coraz bardziej znacząca – dzięki ich talentowi i wytrwałości. Im więcej takich liderów, tym silniejsza Polska!

Krzysztof Przybył

*Redaktor Naczelny
Prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”*

●● Temat numeru

- 6 O porozumieniu bez barier, oswojaniu starości oraz blaskach i cieniach polityki z Jolantą Kwaśniewską rozmawiają Krzysztof Przybył i Kamil Broszko
- 10 Przedsiębiorcza jak Polka – relacja z debaty „Polka przedsiębiorcza. Siła kobiet w polskiej gospodarce”. *Marzena Tataj*

●● Gospodarka

- 18 Przedsiębiorczość też jest kobietą. *Anna Tamawa*
- 21 Kobietom potrzebne jest dobrze zorganizowane państwo. Z prof. Elżbietą Mączyńską rozmawia Kamil Broszko
- 24 Telewizja małych ojczyzn. Z Marianem Zalewskim, członkiem zarządu TVP SA, rozmawia Krzysztof Przybył
- 24 Kobiety na startupy. *Agnieszka Kaźmierczak*

●● Polki

- 32 Znalazłam swoje miejsce na ziemi. Z Marią Seweryn rozmawiają Marzena Tataj i Adam Mikołajczyk
- 36 Lubię dbać o artystów i publiczność. Z Elżbietą Penderecką rozmawiają Krzysztof Przybył i Adam Mikołajczyk
- 40 Sylwetka Małgorzaty Lazarek

●● Idee

- 42 W jedności siła. Relacja z debaty pierwszych dam polskiej promocji o budowie marki Polska. *Marzena Tataj*
- 48 Mężczyźni coraz bardziej się starają. Z Ewą Chodakowską rozmawia Adam Mikołajczyk
- 49 TOP 10 wpływowych Polek. *Kamil Broszko*

●● Regiony

- 52 Kobieta nie musi się ubierać w garnitur. Z Elżbietą Polak rozmawia Kamil Broszko

●● Felieton

- 56 Coś o kobietach. *Prof. Małgorzata Zaleska*
- 57 Tajemnica sukcesu. *Barbara Stanisławczyk*

Magazyn TERAZ POLSKA

Redaktor Naczelny: Krzysztof Przybył
Redaktor Prowadzący: Adam Mikołajczyk
Redakcja: Kamil Broszko, Marzena Tataj
Felietoniści: Małgorzata Zaleska, Barbara Stanisławczyk
Projekt okładki: Małgorzata Lazarek

Adres Redakcji:

ul. Górskiego 1, 00-033 Warszawa,
tel. 222012690,
e-mail: a.mikolajczyk@terazpolska.pl,
www.terazpolska.pl

Wydawca:

Fundacja Best Place – Europejski Instytut Marketingu Miejsc na zlecenie Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”

www.bestplaceinstitute.org

Projekt graficzny i skład: Tamburny www.tamburny.eu

Korekta: Justyna Kwaśniok

Zdjęcia: fotolia.com oraz materiały prasowe Jolanty Kwaśniewskiej, Kancelarii Sejmu, Kancelarii Senatu, Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju, Urzędu Marszałkowskiego Woj. Lubuskiego, NBP, PTE, Kongresu Zdrowego Starzenia, Krzysztofa Turowskiego, Małgorzaty Lazarek, Ewy Chodakowskiej.

Druk: Miller Druk Sp. z o.o. www.m-druk.pl

VIII edycja 2014 rok



**TERAZ POLSKA
PROMOCJA**
konkurs prac magisterskich

Konkurs

„Teraz Polska Promocja”

Na najlepszą pracę magisterską
dotyczącą promocji
Polski



**publikacje
nagrody pieniężne**

Termin nadsyłania prac – 17 października 2014

Szczegółowe informacje o konkursie:
www.terazpolska.pl



Temat numeru



O porozumieniu bez barier, oswojaniu starości
oraz blaskach i cieniach polityki

z **Jolantą Kwaśniewską,**

pierwszą damą w latach 1995–2005,
działaczką społeczną, rozmawiają
Krzysztof Przybył i Kamil Broszko.

Kamil Broszko: Jak zmieniły się w Polsce na przestrzeni ostatnich 20 lat warunki działalności dobroczynnej i społecznej?

Jolanta Kwaśniewska: Na podstawie własnych doświadczeń w ramach Fundacji „Porozumienie bez Barrier” mogę śmiało powiedzieć, że w ostatnich latach działalność organizacji non profit okrzepła i ugruntowała się. Polacy przekonali się, że społeczeństwo obywatelskie potrzebuje sektora państwowego, biznesowego i tego trzeciego – sektora organizacji pozarządowych, wspierających działania państwa. Dorobiliśmy się szeregu instytucji pożytku publicznego, które zyskały powszechny szacunek. Oczywiście zdarzają się, jak w każdej działalności publicznej, nieuzasadnione ataki złośliwców i frustratów, jak choćby ostatni – na Jurka Owsiaka i Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy. Zapewniam, nie ma w Polsce drugiej takiej fundacji, która potrafiłaby organizować równie skutecznie zbiórki wielkich pieniędzy przeznaczonych na szczytne i sensowne cele. Mam do nich wielki szacunek i podziw. Niestety zdarzają się jednostkowe, karygodne sytuacje sprzeniewierzenia zebranych środków, jak w przypadku Fundacji KidProtect.pl, ale nie mogą one być podstawą do niekorzystnych uogólnień, krzywdzących rzetelnych i transparentnie działających społeczników.

Cieszy mnie fakt, że coraz więcej rodaków czynnie wspiera organizacje pozarządowe, pracując wolontarystycznie lub przekazując 1 proc. podatku dochodowego na cele OPP. Powstają lokalne organizacje, wyspecjalizowane w konkretnych działaniach prospołecznych. Jest to właściwy kierunek, gdyż łatwiej jest przekonać ludzi do przekazania datku na określone aktywności w najbliższym otoczeniu. Do darczyńców przemawia możliwość wyboru, czy wesprzeć dzieci chore na nowotwory, czy dzieci utalentowane, czy bezdomne zwierzęta. Niestety sami obserwujemy, jak niezwykle trudno zbiera się środki na zaspokajanie potrzeb ludzi starszych. Przekonujemy się o tym niejako na własnej skórze, gdyż Fundacja „Porozumienie bez Barrier” zaangażowała się ostatnio w realizację programu „Oswajanie starości”. Po latach działania na rzecz dzieci przyszedł czas pomocy ludziom starszym, samotnym, chorym, niedołączonym, wykluczonym. Zbieranie środków na ten cel jest o wiele trudniejsze, bo starość nie jest medialna, nie ma siły przebicia, nie potrafi upomnieć się o swoje, woli pozostać w ukryciu. A jest to etap naszego życia i od nas samych zależy, jak się do niego przygotowujemy. Starszy człowiek może być aktywny i piękny. Zauważamy, że wiek nie musi oznaczać wykluczenia oraz poczucia braku przydatności.

KB: Tym bardziej że wskaźniki demograficzne w Polsce i Europie wskazują, że nieodległa przyszłość będzie należeć do starości.

JK: To brutalnie brzmi, ale starość jest balastem dla młodych. Według danych statystycznych obecnie około 19 proc. populacji stanowią obywatele powyżej 60 roku życia, natomiast w nieodległej przyszłości każda osoba pracująca będzie miała na utrzymaniu jednego emeryta. Cały świat spostrzegł już ten problem. Unia Europejska alarmuje o konieczności wdrożenia polityki senioralnej w obliczu starzejącego się społeczeństwa, żyjącego w dodatku coraz dłużej, co oczywiście powinno cieszyć, ale też niepokoi – ze względu na jakość życia i niewystarczające dochody na starość. Nie wszyscy zdają sobie sprawę, że według statystyk Polska będzie krajem starych, biednych (z powodu niskich emerytur) i schorowanych kobiet. Polki żyją dłużej od mężczyzn średnio o osiem lat. Nawiasem mówiąc, jest to kolejny problem do rozwiązania, bo panowie bardziej dbają o swoje samochody niż o swoje serce. Unikają badań profilaktycznych, nie podejmują leczenia. Aż prosi się powiedzieć: jak zrobisz przegląd techniczny swojego samochodu, to zrób jeszcze przegląd medyczny swojego stanu zdrowia – dla własnego spokoju i spokoju rodziny.

Proces osławiania starości powinien trwać całe życie. Zaczyna się już w momencie, kiedy kobieta dowiaduje się, że jest w ciąży. Powinna dbać o siebie i swoje dziecko, bezwzględnie nie palić papierosów, nie pić alkoholu, odpowiednio się odżywiać, a wszystko po to, aby zapewnić dziecku optymalne warunki. Od momentu narodzin wszyscy – matka, ojciec, dziadkowie – powinni zabiegać o prawidłowy rozwój dziecka, wypracowanie jego nawyków zdrowego stylu życia. W ten sposób możemy dotrzeć do etapu starości w dobrej kondycji, zdrowi i sprawni, dzięki czemu nie będziemy ciężarem dla własnych dzieci. Wiele zależy od nas, ale też wiele jest zadań po stronie państwa, jak choćby zapewnienie odpowiedniej opieki medycznej. W tej chwili wygląda to w Polsce dramatycznie. Zapóźnienia w geriatrici są ogromne: brak lekarzy specjalistów, brak specjalistycznych oddziałów szpitalnych, brak ośrodków opiekuńczo-pielęgnacyjnych. Na szczęście na wiele czynników dobrej starości mamy wpływ. Powinniśmy pielęgnować własne związki małżeńskie, partnerskie, przyjaźnie, aby starość nie przeżywać samotnie.

W naszej fundacji nazywamy seniorów oszronionymi, bo jak drzewa bywają pokryte szronem i urzekają pięknem, tak starsi są oszronieni siwizną. Nauczmy się dostrzegać piękno starości; zmarszczki na twarzy są świadectwem przeżyć, a spracowane ręce dowodzą rzetelności i pracowitości. Tak jak byliśmy aktywni w młodości, tak powinniśmy znaleźć sobie pasję i zainteresowania na starość. Uniwersytety trzeciego wieku cieszą się tak wielką popularnością, że trzeba nieraz ogromnych starań, aby się do nich zapisać. Świadczy to o potrzebie aktywności i kontaktu z ludźmi oraz dalszego rozwoju swoich pasji.



KB: Na szczęście polityka senioralna państwa zaczyna nabierać kształtów. Takie zapowiedzi słyszeliśmy od członków parlamentu i rządu na Kongresie Zdrowego Starzenia, który odbył się pod koniec stycznia w Warszawie, z udziałem marszałek Ewy Kopacz i premiera Donalda Tuska. Kongres został zorganizowany przez Fundację na rzecz Zdrowego Starzenia Sie, powołaną przez prof. Bolesława Samolińskiego, krajowego konsultanta zdrowia publicznego. W jego organizację włączyły się także Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Ministerstwo Zdrowia oraz Ministerstwo Sportu i Turystyki.

JK: Widać pierwsze zmiany, to bardzo cieszy. Dobrze byłoby, aby został powołany pełnomocnik rządu ds. osób starszych w randze sekretarza stanu w Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej. Ważne też, aby działania nabrały charakteru stałego i systematycznego. Rok 2012 przez Komisję Europejską został ogłoszony Europejskim Rokiem Aktywności Osób Starszych i Solidarności Międzypokoleniowej. Mówiono wiele o problematyce seniorów, teraz czas na pracę pozytywną i codzienne działania. Trzeba do niej włączyć ludzi starszych, bo oni wiedzą, które zadania są najpilniejsze, a które mogą poczekać. Na pewno w realizacji konkretnych zadań pomoże fakt powołania samorządowych rad senioralnych, które działać będą w każdej gminie i każdym mieście.

Kluczowym aspektem w oswojeniu starości jest edukacja społeczeństwa. Dlatego namawiamy Ministerstwo Edukacji Narodowej, aby elementy problematyki senioralnej wprowadzać już do wychowania przedszkolnego oraz do programu szkolnego. Musimy uczyć młodzież, że babcia i dziadek mają swoje prawa i przywileje. Brakuje doświadczeń rodzin wielopokoleniowych, w których *pater familias*, senior rodu, zajmował najważniejsze miejsce przy stole, a z jego zdaniem każdy się liczył, każdy przychodził po radę, ceniąc doświadczenie życiowe i wiedzę. Dzisiaj jest wręcz przeciwnie – seniorzy w rodzinach spychani są na margines i pozbawiani szacunku. Nasza fundacja planuje przeprowadzenie ogólnopolskiego badania dotyczącego skali przemocy w rodzinie wobec osób starszych. Często dochodzą do nas sygnały o odbieraniu seniorom emerytur przez ich własne dzieci, stosowaniu ograniczeń w dostępie do żywności, telewizji, radia, o zakazie kontaktu z sąsiadami. To ciemna strona starości. Pora odsłonić i nagłośnić ten wstydlivy

problem. Najwyższy czas edukować społeczeństwo, że naszym obowiązkiem wobec starszych jest szacunek i opieka. Marzy mi się stworzenie Centrum Dialogu Międzypokoleniowego, wzorem placówek, które możemy napotkać w USA, gdzie domy spokojnej starości często sąsiadują z przedszkolami, aby seniorzy i najmłodsi mogli spędzać czas wspólnie i wzajemnie się edukować. Starsi, pełni cierpliwości, mogą opowiadać bajki, czytać książki, a młodzi mogą objaśniać tajniki najnowszych technologii – jak korzystać ze Skype’a czy Facebooka, jak przy użyciu komputera prowadzić rozmowy z najbliższymi, często oddalonymi o tysiące kilometrów. Wszyscy zasługujemy na dobrą starość.

Krzysztof Przybył: Chciałbym teraz zmienić temat i zapytać o pani doświadczenia jako pierwszej damy. Czy żony mężów stanu i głów państw mają wpływ na politykę?

JK: Jeśli polityką nazwiemy zmienianie rzeczywistości, to mogę powiedzieć, że zajmowałam się nią przez 10 lat prezydentury mojego męża i robię to po dziś dzień. Natomiast w sposób bezpośredni nie chcę angażować się w politykę i odmawiam wszelkim propozycjom aktywnego w niej udziału.

Każda małżonka głowy państwa ma swój sposób na sprawowanie tej funkcji. Ja zdecydowałam się przyjąć aktywną postawę, dlatego wspierałam męża podczas wszystkich uroczystości oficjalnych, a także założyłam fundację, aby bezpośrednio nieść pomoc tam, gdzie była ona niezbędna. Przeko-

nywałam Polaków do profilaktyki prozdrowotnej, bo warto być mądrym przed szkodą. Walczyłam o poprawę sytuacji osób niepełnosprawnych, stąd nazwa mojej fundacji. Chciałabym przy tej okazji z przyjemnością wspomnieć współpracę z Fundacją Polskiego Godła Promocyjnego, dzięki której podczas corocznej Gali „Teraz Polska” prezentowaliśmy osoby i instytucje działające bez wspomnianych barier. Pokazywaliśmy Polakom problemy codzienności, z jakimi muszą się borykać niepełnosprawni, ale też tłumaczyliśmy, jak można bariery architektoniczne, prawne, mentalne przezwyciężyć.

Bywało, że pisałam petycje do różnych urzędów, w tym do Kancelarii Prezydenta, w konkretnych sprawach. Razem z ministrami prezydenta, a myślę tu przede wszystkim o pani minister

Barbarze Labudzie, prowadziliśmy program przeciwko narkomanii „Zażywasz – przegrywasz”. Jako pierwsi promowaliśmy aktywność kobiet, zabiegaliśmy o jak największą ich liczbę w polityce i biznesie. Z ogromną satysfakcją współtworzyłam w 2009 r. Kongres Kobiet. Był to przykład erupcji aktywności i zapātu do tworzenia nowej rzeczywistości.

Udziałałam się też na arenie międzynarodowej. W 1999 r. na moje zaproszenie do Warszawy przyjechało 20 żon głów państw z całego świata – z okazji 10. rocznicy ratyfikacji przez Polskę konwencji praw dziecka. Innym sukcesem była organizacja w 2001 r. Szkoły Tolerancji dla 100 uczestników z całego świata. Przez 10 dni w ośrodku harcerskim Perkoz w Olsztynie trwały zajęcia przygotowane przez Wojciecha Eichelbergera i jego współpracowników. W spotkaniach brali udział m.in. Szimon Peres, laureat pokojowej Nagrody Nobla, Paulo Coelho, brazylijski pisarz i intelektualista, a także mój mąż. Najlicniejsza grupa uczestników pochodziła z Bałkanów (Bośniacy, Chorwaci, Serbowie), gdyż szczególnie zależało mi, aby właśnie tę młodzież zaszczerpić szczepionką przeciw nienawiści. Ten pobyt stał się dla nastolatków z różnych krajów świata okazją do poznania odmiennych kultur, do wzrastania w klimacie poszanowania różnorodnych tradycji. Im większa bowiem będzie ich wiedza, tym większa szansa kształtowania ich tolerancyjnych postaw i mniejszy lęk przed odmiennością.

KP: Dlaczego z zasady odmawia pani włączenia się do czynnej polityki?

JK: Nie umiałabym się znaleźć w strukturach partyjnych. W Fundacji „Porozumienie bez Barier” jestem sterem, żeglarzem, okrętem, tutaj wspólnie z moimi współpracownikami opracowujemy określone programy i wspólnie je realizujemy. Kiedy powstał pomysł wybudowania nowoczesnej Kliniki Hematologii i Onkologii Dziecięcej w Gdańsku, to uczyniliśmy wszystko, aby oddać do użytku piękny, nowoczesny budynek i poprawić warunki leczenia dzieci dotkniętych chorobą nowotworową. Cel został osiągnięty w 2005 r. Przeznaczaliśmy na jego realizację ponad 5,5 mln zł. Nadal wspieramy tę placówkę. W tym roku przekazemy ultranowoczesny aparat do USG, mogący wykrywać zmiany nowotworowe o wielkości zaledwie 1 mm. Wczesna diagnostyka jest przecież podstawą skutecznej terapii.

Formuła działania w fundacji daje mi mnóstwo satysfakcji, i to już od 16 lat. Cieszy mnie fakt, że w radzie fundacji działa ponad 30 osób. Dziękuję im wszystkim za wsparcie, poświęcony czas, zaangażowanie i głos doradczy.

Poza tym w polityce nie widać tak szybko efektów pracy. Kiedy mój mąż był parlamentarzystą, nawet obowiązków był przyczyną jego powrotów do domu późno w nocy. W niedzielne po-

ranki, zamiast ze mną i córką, jadał śniadania w Radiu ZET, w programie Moniki Olejnik. A trzeba pamiętać, że w Polsce polityk nie może liczyć na szacunek społeczny. Zawdzięcza to wielu leniwym, niezdyscyplinowanym, za to aktywnym medialnie parlamentarzystom, ale niepochlebna opinia przylgnęła do wszystkich. Jest to krzywdzące dla tych, którzy pracują z poświęceniem podczas sesji parlamentarnych, posiedzeń komisji sejmowych czy spotkań z mieszkańcami w okręgach wyborczych. Przykładem bardzo dobrego parlamentarzysty może być Ryszard Kalisz, który mógłby kontynuować z sukcesem karierę adwokacką, a świadomie wybrał działalność propaństwową. Równie pracowita i profesjonalna jest Małgorzata Szmajdzińska, oddana szczególnie działalności w okręgu wyborczym. Tymczasem praca pozytywistyczna nie jest interesująca dla mediów, które żyją sensacją, a jeżeli jej nie ma, to nagłaśniają błahostki, stawiając na pierwszym miejscu oglądalność. Na przykład zjadliwie komentuje się pustki na sali plenarnej Sejmu, nie wspominając słowem, że posłowie w tym czasie pracują w komisjach. Doprawdy nie wiem, czy doczekamy czasów, kiedy będzie się w sposób sprawiedliwy oceniać polityków.

KB: Miała pani okazję spotykać się z kobietami liderkami w skali międzynarodowej. Czy rola i wpływy Polek na świecie rosną?

JK: Obserwuję Polki, które działają w Parlamencie Europejskim, i z satysfakcją stwierdzam, że mają bardzo dobre notowania. Myślę tu o prof. Lenie Kolarskiej-Bobińskiej i Danucie Hubner. Ogromnie uradował mnie fakt, że prof. Agnieszka Zalewska została szefową Rady Europejskiej Organizacji Badań Jądrowych CERN. Kolejnym przykładem jest osoba Solange Olszewskiej, prezes zarządu firmy Solaris Bus And Coach SA, producenta autobusów, która w Niemczech została uznana za jedną z najbardziej wpływowych kobiet światowego biznesu. Udowodniono, że jeżeli w zarządzie jest minimum 40 proc. kobiet, to efektywność przedsiębiorstwa rośnie. Dlatego trzeba korzystać z synergii, jaka powstaje, gdy bierze się pod uwagę żeński i męski punkt widzenia. Wówczas tworzy się najlepsze rozwiązania. Nie bójmy się aktywnego udziału kobiet w życiu politycznym, społecznym i gospodarczym, bo przyniesie to wszystkim same korzyści. W mikroświecie mojej rodziny zawsze razem z małżonkiem podejmujemy decyzje, kiedy robić remont, gdzie się wybrać na wakacje. Każde z nas prezentuje za i przeciw, ale ostateczna decyzja jest wspólna, wierzę, że tak jest dla nas najlepiej. Mam nadzieję, że również w skali całego państwa doczekamy czasów, kiedy decydować będzie siła argumentów, a nie argumenty siły, że głos kobiet będzie słyszalny, ważny i poważany.

Temat numeru



Przedsiębiorcza jak Polka

Relacja z debaty „Polka przedsiębiorcza. Siła kobiet w polskiej gospodarce”, która odbyła się 12 lutego 2014 r. w Centrum Przedsiębiorczości Smolna w Warszawie i została zrealizowana przez redakcję magazynu „Teraz Polska” we współpracy z Vital Voices Poland oraz Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości. Debatę prowadziła Daria Gołębiowska-Tataj.

Vital Voices Poland, organizacja pozarządowa, której misją jest inwestowanie w kobiety o potencjale przywódczym w Polsce, Europie i Azji. Posiada grono około 100 stypendystek prestiżowego programu mentoringu, m.in. z Ukrainy, Białorusi, Gruzji i Mołdawii. W Polsce przeszkoliła ponad 300 kobiet w zakresie przywództwa.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, agencja rządowa podlegająca ministrowi gospodarki, powstała na mocy ustawy z 9 listopada 2000 r. Zarządza funduszami z budżetu państwa i Unii Europejskiej przeznaczonymi na wspieranie przedsiębiorczości i innowacyjności oraz rozwój zasobów ludzkich.





Fot. Maciej Chojnowski

Dr Daria Gołębiowska-Tataj, ekspert w zakresie innowacji i przedsiębiorczości, członek Global Agenda Council przy Światowym Forum Ekonomicznym, Center for Entrepreneurship na University of Michigan i Keller Center w Princeton. Od 2008 r. pełni funkcję członka wykonawczego rady zarządzającej nowo powstałej instytucji – Europejskiego Instytutu Innowacji i Technologii (EIT) z siedzibą w Budapeszcie, która w przeciągu pięciu lat z eksperymentalnego projektu stała się jednym z filarów unijnej polityki innowacji. Na bazie doświadczeń w tworzeniu EIT opublikowała książkę „Entrepreneurial Innovation Networks. Knowledge Triangle and Emerging Business Models”, w której analizuje modele współpracy między nauką, edukacją a biznesem. Od 2004 r. wyklada w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej. W 2006 r. została wyróżniona przez Departament Stanu USA i magazyn „Fortune” jako przyszła liderka globalnego biznesu i zaproszona do programu mentoringu z wiceprezes Time Warner. Jest jedną z założycielek i prezesem Vital Voices Poland. I dumną mamą trzech córek.

O początkach bycia przedsiębiorczą

Elżbieta Mączyńska

Mój gen przedsiębiorczości pochodzi od taty, który marzył o synach, a los obdarzył go dwiema córkami. Nie mając wpływu na płeć dzieci, postanowił córki wychować jak synów i wpoić nam zasadę, abyśmy zawsze były samodzielne, samorządne i samofinansujące się. Tak więc nauczyłam się radzić sobie w życiu tak, aby zawsze zachować wolność mentalną i nie uzależniać się od nikogo i niczego. Ważne też, aby robić to, co się lubi. Już Konfucjusz powiedział: „Wykonuj pracę, jaką lubisz, a nie przepracujesz ani jednego dnia”.

Anna Zawadzka

Jeżeli traktować przedsiębiorczość jako zdolność do podejmowania ryzyka, to mogę powiedzieć, że przedsiębiorczą byłam już w wieku sześciu lat, kiedy założyłam się z tatą o gumę do żucia, czy urodzi mi się brat, czy siostra, i na szczęście zakład ten wygrałam. Skłonność do podejmowania ryzyka mam od dziecka, więc nie boję się nowych wyzwań. Dlatego po doświadczeniach w pracy korporacyjnej zdecydowałam się założyć w grudniu ubiegłego roku własną firmę. Jestem na początku drogi.

Beata Jarosz

Samodzielność i niezależność wyssałam z mlekiem matki. Od najmłodszych lat, kiedy wyjeżdżaliśmy z bratem na kolonie, to ja dysponowałam naszym kieszonkowym. Dorastałam w czasach, kiedy niczego nie było w sklepach, więc ci zaradni, którzy potrafili zorganizować wtórny obieg towaru, mogli więcej zarobić. Nigdy nie brakowało mi zaskórniaków, ani w liceum, ani na studiach. Cieszę się, że gen przedsiębiorczości przekazałam mojej córce, która jeszcze studiuje, a już założyła firmę. Prywatnie i zawodowo zachęcam młode pokolenie, mężczyzn i kobiety, aby odważnie podejmowali samodzielne wyzwania i uwierzyli we własne siły. Chcieć to móc.

Nina Kowalewska-Motlik

Pierwszej lekcji przedsiębiorczości udzieliła mi mama, gdy miałam 10 lat. Powiedziała, że w dorosłym życiu, budując związek z mężczyzną, kobieta musi przede wszystkim zachować wolność mentalną i niezależność finansową. Naukę tę wdrożyłam już następnego dnia, kiedy to razem z koleżanką postanowiliśmy sprzedawać sąsiadom butki, uzupełniając niejako ofertę mleczarza, roznoszącego co rano butelki z mlekiem. Drugi przełomowy moment w moim życiu nastąpił po wystłuchaniu jednej z cotygodniowych pogadarek telewizyjnych Jacka Kuronia, ministra pracy w rządzie Tadeusza Mazowieckiego. Kuroń powiedział wtedy, że żadne pokolenie Polaków dotąd i żadne w przyszłości nie będzie miało takiej



Olga Kozierowska

– założycielka „Sukcesu Pisanego Szminką”
oraz Grow Up Start Up



Prof. Elżbieta Mączyńska

– prezes Polskiego Towarzystwa
Ekonomicznego



Anna Zawadzka

– dyrektor zarządzająca
Better Leaders Academy

szansy rozwoju, jaką ma obecna generacja młodych. Jeżeli teraz młodzi nie wykorzystają tej szansy – mogą mieć pretensje tylko do siebie. Tak się przejęłam tym stwierdzeniem, że następnego dnia założyłam działalność gospodarczą.

Olga Kozierowska

Wiedziałam od zawsze, że tylko ja mam wpływ na zawodową sferę życia. Wszystko, co wymyślimy, można zrealizować – potrzebny jest tylko dobry pomysł i ciężka praca. Musimy mieć przewlekłą wytrwałość, aby móc powiedzieć za Benjaminem Franklinem: „W życiu nie miałem żadnej porażki. Miałem projekty, których nie zdołałem zrealizować”. Przez 12 lat byłam „korpuludkiem”, czyli człowiekiem korporacji z krwi i kości, oddanym, lojalnym, wyposażonym w korporacyjne gadżety, jak laptop czy samochód. Nie przypuszczałam wtedy, że mogę ten świat porzucić. Byłam odpowiedzialna za wiele projektów na kilkunastu międzynarodowych rynkach. Cieszyłam się szacunkiem kontrahentów, kiedy korespondowałam z nimi mailowo lub rozmawiałam telefonicznie, ale gdy odbierali mnie z lotniska i widzieli młodą blondynkę, na ich twarzach malował się cień pobłażania i lekceważenia. Wtedy też nastąpiła u mnie przemiana duchowa, zrozumiałam, że rozwoju zawodowego nie można oddzielić od rozwoju duchowego. Poczułam siłę i moc obranej misji, aby mówić o sukcesie kobiet. W ten sposób powstała audycja radiowa „Sukces pisany szminką”. W zeszłym roku założyłam drugą firmę, Grow Up Start Up, aby wspierać młodych przedsiębiorców, szczególnie z dziedziny nowych technologii. Namawiam ich: „*Think big*, nie bój się marzyć, nie bój się działać”.

Własna przedsiębiorczość daje mi elastyczność czasu pracy, co dla mnie, matki trojga dzieci, jest bardzo ważnym aspektem działalności zawodowej. Nie mogę mieć przecież wyrzutów sumienia, że moja firma zabiera mnie moim dzieciom.

Bożena Lublińska-Kasprzak

Według mnie przedsiębiorczość i innowacyjność to stan umysłu i sposób myślenia. Zarządzam instytucją administracji publicznej, gdzie często musimy wykazywać się większą niż standardowa przedsiębiorczością, aby zdobywać środki finansowe, tworzyć oryginalne, innowacyjne projekty. Do śmiałych, niekonwencjonalnych działań zachęcał mnie od małego mój tata, który dawał mi wsparcie i wiarę, a jednocześnie był przykładem ciężkiej pracy połączonej z pasją i umiłowaniem zawodu. Wielką siłą napędową jest dla mnie poczucie wolności mentalnej i spotkania z polskimi przedsiębiorcami, pełnymi pasji i zaangażowania. Widzę ich w PARP co dnia, podziwiam chęć ulepszania świata i przekraczania barier.

Daria Gołębiowska-Tataj

Swój pierwszy biznes założyłam w wieku sześciu lat, kiedy postanowiłam sprzedawać wodę gazowaną ze znakomitym sokiem malinowym mojej babci. Potem było wiele nowych projektów, jednak moja przedsiębiorczość najbardziej wyraża się w stosunku do życia zawodowego. Na każdym etapie decyduję się na skalkulowane ryzyko i podejmuję czasem radykalne decyzje, jak przejście ze świata akademickiego do świata finansów, z pracy w funduszu Venture Capital do pracy na własny rachunek, zaangażowanie się w europejską politykę innowacyjności czy realizowanie mojej pasji, jaką jest wspieranie kobiet w gospodarce i społeczeństwie. Mój ostatni startup to Vital Voices Poland, polski oddział globalnej organizacji założonej przez Hillary Clinton i Madeleine Albright. Vital Voices to organizacja, która inwestuje w kobiety i poprzez system mentoringu pokazuje, że warto realizować własne projekty i podążać własną drogą, działać na własny rachunek. Fundacja ma prawie 100 stypendystek prestiżowego programu mentoringu, przeszkoliła ponad 300 kobiet z przywództwa według



Bożena Lublińska-Kasprzak
– prezes Polskiej Agencji
Rozwoju Przedsiębiorczości

Nina Kowalewska-Motlik
– prezes New Communications

Beata Jarosz
– wiceprezes Giełdy Papierów
Wartościowych w Warszawie

modelu Vital Voices, pomaga korporacjom kształtować strategię odpowiedzialnego biznesu. Moja wizja to wspieranie młodych kobiet liderek oraz dzielenie się tym, co osiągnęłyśmy jako Polki – doświadczeniem w okresie transformacji – z kobietami z Europy Wschodniej i Eurazji.

O moim przedsiębiorstwie

Bożena Lublińska-Kasprzak

Pięć lat temu zostałam prezesem Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Swoją pracę musiałam zacząć od porządków organizacyjnych i stworzenia struktury, która uwzględniłaby rozwój zespołu z kilkudziesięciu osób do prawie 600. Postawiłam na dobry opis procedur, ich uproszczenie i zminimalizowanie biurokracji. Szczególną wagę przywiązuję do poziomu obsługi klienta, stąd nalegam, aby naszych wnioskodawców czy beneficjentów traktować jak klientów, a nie petentów.

Dzięki współpracownikom, w większości kobietom – kompetentnym, profesjonalnym i zorientowanym na klienta – jesteśmy postrzegani jako instytucja przyjazna i efektywna. Dużą wagę przykładamy do szkoleń pracowników i dobrej atmosfery pracy. Założyliśmy wewnętrzną akademię trenera, wyłoniliśmy z własnego grona najlepszych, o wysokich kompetencjach, i zorganizowaliśmy szereg szkoleń. W ten sposób podnosimy kwalifikacje, nie ponosząc przy tym kosztów.

Olga Kozierowska

Kiedy pięć lat temu powstawał „Sukces pisany szminką”, byłam pionierem na rynku, co było z jednej strony zaletą, gdyż nowość zawsze zacieka. Jednocześnie temat kobiecej przedsiębiorczości był na tyle nierozpoznany, że marketerzy

nie potrafili oszacować siły nabywczej kobiet. Nie mogłam pozyskać partnerów finansowych zainteresowanych pakietami reklamowymi w kontekście mojej audycji. Opracowałam więc strategię promocyjną 360 stopni, a ze względu na ograniczony budżet musiałam zdać się na działania PR. Podobnie jak Maria Stewart zastosowałam technikę promocji krzyżowej i zadbałam, aby każdy mój projekt promował inny projekt. I tak w audycji radiowej „Sukces pisany szminką” mówiłam o konferencjach i konkursie Bizneswoman Roku, na portalu zaś odsyłałam czytelników do produkcji radiowych i telewizyjnych.

Obecnie żyjemy w okresie gwałtownych turbulencji, wszystko podlega ciągłym zmianom, dlatego nie warto z uporem trzymać się przyjętej raz strategii. W razie potrzeby można ją modyfikować. Młode kobiety już o tym wiedzą, znajomość nowych technologii mają w małym palcu. Ważne, aby nie przypisywać wydarzeniom konkretnych znaczeń. To, co z pozoru wydaje się być klęską, może w efekcie finalnym przynieść sukces.

Nina Kowalewska-Motlik

W 1989 r. założyłam działalność gospodarczą, nie wiedząc, czym będę się zajmować. Na szczęście los mną pokierował. Zlecono mi przygotowanie rekrutacji na stanowisko szefa polskiego oddziału wydawnictwa Harlequin. Nie wiedziałam, jak wydaje się książki, nie czytałam romansów, a mimo to właśnie ja otrzymałam ofertę tej pracy. Właściciele wydawnictwa obserwowali, jak prowadziłam proces rekrutacji, i na tyle wysoko ocenili moje zaangażowanie i zdolności organizacyjne, że zaoferowano mi posadę. Były to cudowne czasy pionierów polskiego biznesu, kiedy wystarczyły jedynie znajomość języka obcego, uczciwość i odrobina talentu. Łatwiej jest wyszkolić pracownika od podstaw, niż oduczać go złych nawyków. Harlequin w Polsce odniósł spektakularny sukces – w ciągu



czterech lat mojej prezesury sprzedaliśmy 50 mln książek. Jednak media bardziej postrzegały mnie przez pryzmat bohaterek romansów, które wydawałam, niż wyniki mojej pracy. Aby ratować reputację zawodową, zdecydowałam się poprowadzić polski oddział międzynarodowej agencji reklamowej Young & Rubicam. Na moim przykładzie widać więc najlepiej, że wszystkiego można się nauczyć, jeżeli ma się chęć i lubi ciężko pracować. W 2000 r., po narodzinach drugiej córki, zmieniłam priorytety, nie chciałam już przesiadywać po kilkanaście godzin dziennie w agencji, przygotowując kolejną kampanię jogurtu. Postanowiłam odejść z korporacji, jeść małą łyżeczką, pracować na własny rachunek, a wszystko po to, aby móc przytulić dziecko o każdej porze dnia. Od 14 lat zajmuję się promocją Polski w około 200 mediach międzynarodowych. Wraz z ekspertami z dziedziny brandingu narodowego i marketingu terytorialnego, samorządami oraz instytucjami rządowymi organizujemy kampanie promocyjne Polski; często wykorzystujemy w nich postacie przedsiębiorczych Polek. Pokazujemy dynamiczny, nowoczesny kraj, pełen otwartych ludzi.

Beata Jarosz

Moja przygoda z rynkiem kapitałowym sięga lat 90., kiedy rozpoczęłam pracę w Komisji Papierów Wartościowych i Giełd. Choć był to urząd administracji publicznej, wszyscy czuliśmy się w nim przedsiębiorcami, byliśmy blisko rynku, otwarci na jego potrzeby. Tworzyliśmy regulacje prawne mające za zadanie zwiększenie bezpieczeństwa inwestorów. Kipieliśmy wręcz innowacyjnymi pomysłami, aby zwiększyć atrakcyjność polskiego rynku kapitałowego, mając na uwadze przyciągnięcie zagranicznych i krajowych inwestorów. Na Giełdę Papierów Wartościowych trafiłam osiem lat temu. Miałam pomysł utworzenia rynku alternatywnego dla małych i średnich przedsiębiorstw, które najbardziej potrzebują kapitału na rozwój, a ze względu na krótką historię swojego istnienia nie są w kręgu zainteresowania banków. Obecnie na rynku NewConnect mamy już 400 spółek, które pozyskały potrzebny kapitał. Wejście na giełdę jest uwarunkowane wieloma czynnikami, dotyczącymi transparentności, wysokiej kultury korporacyjnej, sprawozdawczości finansowej. Przestrzeganie tych zasad służy spółkom, które lepiej się rozwijają. Dzięki nim po dwóch latach mogą przejść na rynek główny, gdzie operują inwestorzy ze znacznie większymi portfelami.

Od paru lat Giełda Papierów Wartościowych jest spółką notowaną na własnym parkiecie. Oznacza to, że musimy tworzyć wartość dodaną, gdyż z niej rozliczają nas nasi akcjonariusze. Poza tym chcemy wypełniać naszą misję edukowania przedsiębiorców i inwestorów, aby w ten sposób pozyskiwać nowych uczestników rynku kapitałowego. Staramy

się być najlepszą giełdą w regionie i walczyć o dobrą pozycję w Europie. Dywersyfikujemy przychody, obniżamy opłaty, chcemy być konkurencyjni.

Anna Zawadzka

Rozwinęłam skrzydła dzięki Vital Voices Poland, dzięki moim mentorkom – Ninie Kowalewskiej-Motlik i Aleksandrze Gren – ich wiedzy, doświadczeniu, osobowości i kobiecości. To Nina wymyśliła nazwę mojej firmy – Better Leaders Academy, czyli Akademia Lepszych Liderów. Jako młody przedsiębiorca mam wiele pytań i wątpliwości. Doświadczenie mentora jest dla mnie bezcenne. Ponad dziewięć lat pracowałam w korporacji, zajmując się wieloma aspektami działania przedsiębiorstwa; koordynowałam programy korporacyjne z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, pędziłam od projektu do projektu, nie mając czasu na refleksję nad własnymi potrzebami. Program Vital Voices rozbudził moją ciekawość i stworzył podwaliny, które sprzyjają rozwojowi firmy. Zajmuję się zintegrowanym nauczaniem dzieci i młodzieży. Uczę je, jak być lepszym człowiekiem i lepszym liderem w przyszłości, jak zrozumieć siebie i mieć wpływ na swoje życie. Chcę dać dzieciom skrzydła, tak jak Vital Voices dały je mnie.

Elżbieta Mączyńska

Moje życie naznacza przypadek. Jestem absolwentką ekonometrii Uniwersytetu Warszawskiego. Początkowo chciałam studiować matematykę, rozmyślana w niej dzięki świetnym nauczycielom w szkole podstawowej i średniej. Idąc na egzamin wstępny, spotkałam koleżankę, która wybierała się na ekonomię. Postanowiłam ją tylko odprowadzić, a kiedy przeczytałam na drzwiach dziekanatu wywieszony plan studiów ekonometrii, czyli matematyki w ekonomii, postanowiłam ad hoc tam zdawać. Wysłałam z domu z zamiarem studiowania matematyki, a dostałam się na ekonometrię.

Podobnie przypadek sprawił, że zostałam prezesem Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego. Podczas wyborów nowego prezesa PTE zgłoszono tylko jednego kandydata. Aby spełnić wymogi pluralizmu, poproszono mnie o kandydowanie, na co wyraziłam zgodę, myśląc, że mój udział będzie jedynie pro forma. Nie miałam nawet przygotowanego przemówienia programowego, więc powiedziałam szczerze, co mi w duszy grało. Niespodziewanie dla wszystkich i siebie – zostałam wybrana. Polskie Towarzystwo Ekonomiczne to instytucja pożytku publicznego, za pracę nie pobieram wynagrodzenia. Pamiętaj, aby pieniądź nie zawładnął twoją duszą – to maksyma, o której szczególnie pamiętam.

Daria Gołębiowska-Tataj

Wspominałam już o Vital Voices Poland. Od pięciu lat biorę udział w rozwoju jeszcze jednego startupu – nowej europejskiej instytucji, jaką jest Europejski Instytut Innowacji i Technologii z siedzibą w Budapeszcie. Kiedy w 2008 r. upadek banku inwestycyjnego Lehman Brothers zapoczątkował światowy kryzys, EIT właśnie rozpoczynał swoją działalność, realizując misję wykorzystania potencjału Europy poprzez łączenie nauki z biznesem. Pierwsze lata kryzysu pokazały, że gospodarka unijna gorzej radzi sobie z jego skutkami. Rynki wschodzące w Azji, Afryce i Ameryce Południowej umiały wykorzystać nieskuteczność europejskich korporacji w kapitalizacji potencjału innowacyjnego. Szczególnie widoczna pozostaje słabość Europy na styku nauki, edukacji i innowacji. Pomimo że kraje europejskie mają wysokie wskaźniki innowacyjności, nie przekłada się to na oczekiwany wzrost gospodarczy i tworzenie nowych miejsc pracy. W zeszłym roku założenie EIT uznano za sukces i budżet instytucji powiększono do 2,7 mld euro. Jestem jednym z członków rady zarządzającej tej instytucji, jedynym, który od początku pełni funkcję wykonawczą.

O wspieraniu przedsiębiorczości kobiet

Olga Kozierowska

Kształtowanie postaw proprzedsiębiorczych należy zaczynać już w szkole podstawowej, a nawet przedszkolu. Potrzebna jest ogromna rewolucja w dostosowaniu programów edukacji dzieci do świata rzeczywistego. Szkoła musi nadążać za nowymi technologiami, gdyż będzie to podstawowe narzędzie komunikacji nadchodzącego pokolenia. Szkoła musi uczyć, jak przedstawić się w 60 sekund językiem korzyści, gdyż autoprezentacja to jedna z najważniejszych kompetencji w biznesie. Jeżeli mamy wspierać pomysł, ale nie potrafimy go zaprezentować i pokazać siebie jako lidera, to nie pozyskamy żadnego inwestora.

Swego czasu w USA robiono ciekawe badania. Zapytano chłopców i dziewczynki w wieku sześciu lat, kim chcą zostać w przyszłości. Wszyscy odpowiedzieli, że prezydentem. Jednak z chwilą, gdy dziewczynki obejrzą „Top Model”, zmieniają odpowiedź – chcą zostać modelkami. Chłopcy nadal pozostają przy swoim wyborze. Z powyższego wynika, że kluczowa jest praca nad budowaniem samoświadomości kobiet już w najmłodszym wieku.

Nina Kowalewska-Motlik

Najważniejszą rolę w wychowaniu dzieci ma dom rodzinny, a w polskich domach dominuje tradycyjny model rodziny, hołdujący stereotypom ról społecznych. Dlatego większość dziewczynek już z domu wynosi przekonanie, że nie mają zdolności do nauk ścisłych, są odpowiedzialne za sprzątanie, gotowanie i opiekę nad dziećmi. Zatem nawołuję: uskrzydłajmy nasze córki, siostry, koleżanki, a świat będzie lepiej urządzony!

Tom Peters, amerykański ekspert z zakresu innowacyjnego zarządzania, uważa, że role kobiety i mężczyzny są kształtowane od czasów prehistorycznych, kiedy to mężczyźni mieli jeden konkretny cel – upolować zwierzę, a kobiety pozostawały w jaskiniach i pilnowały domowego ogniska oraz bezpieczeństwa domowników. Upraszczając, dzisiejszy mężczyzna doskonale wypełni jedno zadanie, po czym może zająć się następnym. Tymczasem kobieta jest nastawiona na wielozadaniowość (*multitasking*) i dlatego radzi sobie dużo lepiej w dzisiejszym świecie, pełnym wielorakich bodźców.

Beata Jarosz

Warszawska giełda rekomenduje spółkom, aby wykorzystywały potencjał różnorodności i równowagę płci. Na rynku New-Connect, wśród małych i średnich przedsiębiorstw, udział kobiet w zarządach i radach nadzorczych firm jest znaczący. Również dlatego, że wiele firm zostało założonych przez kobiety. Natomiast w zarządach większych spółek, gdzie dominują wielkie pieniądze, pań nie ma. Dokładnie mówiąc, jest ich zaledwie 5 proc. w zarządach i 12 proc. w radach nadzorczych, podczas gdy na szczeblu dyrektorskim aż 50 proc. Jednak nie sądzę, aby winny temu był „szklany sufit”. Kobiety muszą uwierzyć, że są zdolne do wykonywania najwyższych funkcji. Z każdej okazji trzeba korzystać, nie czekać na specjalne zaproszenie, bo w dzisiejszym konkurencyjnym świecie trzeba walczyć o swoje. Wiele kobiet dyrektorów nie korzysta z szansy awansu w obawie o dom i dzieci, a nierzadko także reakcją partnera. Mężczyzna takich dylematów nie ma – cel osobisty zawsze stawia na pierwszym miejscu. Dlatego zalecam kobietom więcej wiary we własne siły, determinacji i asertywności, a wtedy *the sky is the limit*.

Anna Zawadzka

Na podstawie własnych doświadczeń zachęcam kobiety do komunikowania się i wymiany doświadczeń. Musimy nauczyć się mówić o swoim biznesie odważnie i dumnie. Nie bójmy się prosić o pomoc, nie wstydźmy się dawać swoich wizytówek i nawiązywać znajomości. Takie kontakty bardzo pomagają w rozwiązywaniu problemów, jakie napotykamy, prowadząc własną firmę.

Marzena Tataj

Podsumowanie i rekomendacje

Daria Gołębiowska-Tataj

Gen przedsiębiorczości występuje u każdego człowieka i wymaga rozwoju. Wiele kobiet nie wie, że go posiada, wynika to z wychowania, edukacji szkolnej oraz relacji międzyludzkich. Kobiety z silnym genem przedsiębiorczości zakładają własne biznesy, przeważnie małe i średnie firmy. Ale przedsiębiorcze kobiety widać na każdym kroku – są w instytucjach kapitałowych, jak Giełda Papierów Wartościowych, w instytucjach państwowych administracji publicznej, jak Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, są wreszcie w organizacjach pozarządowych, jak Polskie Towarzystwo Ekonomiczne czy Vital Voices Poland.

Kobiety w biznesie są wielowymiarowe i wielozadaniowe. Łączą wiele ról: matki, żony, przyjaciółki, menedżera, który zarządza, ale też tworzy misję, wyznacza cele, strategicznie rozwija firmę, dba o współpracowników, myśli o klientach. Zastępują na więcej szans pokazania swych atutów i przewag. Dzisiejsze społeczeństwo oczekuje od kobiet przywództwa. Są potrzebne, nie mogą być pasywne i czekać, aż ktoś stworzy im możliwości wykorzystania swojego potencjału, awansu, rozwoju. Dzisiejsza rzeczywistość – po kryzysie globalnym – wymaga, aby każdy sam stwarzał sobie szanse. Niestety kobiety rzadko kupują „bilet do sukcesu”, często niechętnie i z obawami aplikują na stanowiska zarządcze czy rozwijają firmy na globalną skalę. A powinny być odważne, jeszcze bardziej przedsiębiorcze i wspierać się. Kluczowe jest wsparcie, mentoring, promocja ról nowoczesnych kobiet liderek, odpowiedzialnych i skutecznych zarazem. Niewątpliwie kobiety będą współzadzielić w coraz większym stopniu, więc ważne, aby robiły to dobrze.



Ankieta dotycząca przedsiębiorczości Polek

Na podstawie wyników badania ankietowego przeprowadzonego przez redakcję magazynu „Teraz Polska” wśród uczestników debaty (80 proc. to kobiety) można stwierdzić, że warunki do rozwoju przedsiębiorczości kobiet w Polsce są oceniane jako: ani złe, ani dobre (50 proc.) lub dobre (27 proc.). Dyskryminacja kobiet w Polsce przejawia się przede wszystkim w postaci niższych zarobków (37 proc.). Kobiety mają utrudnioną ścieżkę kariery (31 proc.) ze względu na konieczność spełnienia wielu ról społecznych, brak elastycznego czasu pracy, brak systemu opieki nad dziećmi i seniorami, brak wsparcia partnera oraz własne bariery mentalne. Kobiety oczekują przede wszystkim: wprowadzenia elastycznego czasu pracy, w tym pracy zdalnej (35 proc.), łatwo dostępnej opieki przedszkolnej i wczesnoszkolnej (28 proc.), systemu stymulowania przedsiębiorczości kobiet poprzez platformy komunikacyjne, e-szkolenia i kursy z zakresu prowadzenia biznesu oraz uproszczone pozyskiwanie finansowania. Za najbardziej wpływową Polkę 2014 roku uznano Elżbietę Bieńkowską (36 proc.), wicepremier i minister infrastruktury i rozwoju, oraz Henrykę Bochniarz (18 proc.), prezydent Konfederacji Lewiatan.





Przedsiębiorczość też jest kobietą

Aż 126 mln kobiet na świecie (w 67 krajach) rozpoczyna prowadzenie własnej działalności gospodarczej. Kolejne 98 mln kobiet to właścicielki dojrzałych przedsiębiorstw, które realizują własne ambicje i marzenia oraz tworzą miejsca pracy – 13 mln z nich planuje zatrudnić kolejne sześć osób w ciągu najbliższych pięciu lat.

W krajach o niskich i średnich dochodach jest znacznie więcej przedsiębiorstw nowo powstałych niż tych o stabilnej pozycji, typowych dla krajów zamożnych. Również jeśli chodzi o angażowanie się kobiet w zakładanie działalności gospodarczej, dysproporcje między poszczególnymi krajami są bardzo duże. W krajach rozwijających się panie są bardziej skłonne do prowadzenia własnego biznesu (w czołówce znajdują się państwa afrykańskie, jak np. Zambia, gdzie 40 proc. kobiet prowadzi przedsiębiorstwa). Dla porównania – w krajach rozwiniętych, takich jak Wielka Brytania czy Niemcy, przedsiębiorczość kobiet mierzona jako udział prowadzonych przez nie przedsiębiorstw w całkowitej liczbie firm (do 3,5 roku) osiąga jedynie kilka procent.

Jak wskazują najnowsze wyniki badania Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report, przedsiębiorczość to doskonały wybór, jeśli chodzi o zadowolenie z życia, jak i satysfakcję z pracy zawodowej, czyli *well-being*. Co więcej, w krajach rozwiniętych (o gospodarkach opartych na innowacjach) to kobiety przedsiębiorcy osiągają wyższe wskaźniki zadowolenia z życia niż mężczyźni prowadzący własny biznes. Podobnie jest w Polsce.

Przedsiębiorcy na całym świecie – niezależnie od tego, czy ich firmy znajdują się we wczesnej fazie rozwoju, czy też należą do dojrzałych (powyżej 3,5 roku prowadzenia działalności) – osiągają wyższy poziom zadowolenia z życia niż pracownicy najemni czy inne osoby nieprowadzące działalności gospodarczej. Biorąc pod uwagę strukturę geograficzną, najszczęśliwsi są przedsiębiorcy z Ameryki Łacińskiej, Karaibów oraz Ameryki Północnej (liderem rankingu światowego jest Portoryko). Europejczycy przedsiębiorcy jako ogół należą do średnio zadowolonych z życia, choć wciąż występują spore różnice między krajami; najwyższe poziomy *well-being* odnotowano w Holandii, Finlandii, Szwecji i Irlandii, najniższe – w Grecji. Polscy przedsiębiorcy są nieco mniej zadowoleni z życia i pracy zawodowej niż ich przeciętni odpowiednicy z Unii Europejskiej, choć jeśli uwzględnimy płeć, kobiety są większymi optymistkami niż mężczyźni.

W Polsce kobiety stanowią 51,6 proc. ogółu społeczeństwa i ponad 50 proc. ludności w wieku produkcyjnym. Przedsiębiorczość kobiet w naszym kraju jest na jednym z wyższych miejsc w Unii Europejskiej (dziewiąte). Udział przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety w całkowitej ich liczbie wynosi 33,4 proc. wobec 31 proc. w UE, co oznacza, że co trzecia firma w Polsce została założona i jest prowadzona przez kobietę.

Potencjał przedsiębiorczości kobiet jest znaczący, choć z pewnych powodów nie jest realizowany. Panie, na ogół lepiej wykształcone niż mężczyźni, dostrzegają szanse na rozpoczęcie działalności. Jak pokazują najnowsze wyniki badań zrealizowanych przez PARP w ramach projektu Global Entrepreneurship Monitor, ponad 29 proc. dorosłych kobiet uważa, że warunki do założenia własnej działalności w ciągu kolejnych sześciu miesięcy są dobre (mniej, bo tylko 23 proc. mężczyzn jest tego samego zdania). Polskie kobiety można pod tym względem zaliczyć do optymistek, jako że w porównaniu do innych krajów UE zajmujemy ósme miejsce pod względem postrzegania szans na rynku.

Jedną z przyczyn ograniczających Polki w realizacji ich przedsiębiorczych planów jest dużo niższa w porównaniu do mężczyzn samoocena kompetencji w zakresie przedsiębiorczości – 40 proc. dorosłych kobiet vs. 64 proc. mężczyzn uważa, że ma odpowiednie kompetencje do założenia firmy. Na

tle innych krajów UE wypadamy jako Polacy (niezależnie od płci) bardzo dobrze. Zajmujemy szóste miejsce, jeśli chodzi o najlepiej myślące o sobie jako o przyszłych przedsiębiorcach kobiety, i (uwaga!) pierwsze, jeśli chodzi o samoocenę mężczyzn w tej kategorii. Wciąż jednak różnica 24 pkt proc. na rzecz mężczyzn pozostaje trudna do wyjaśnienia, biorąc pod uwagę lepsze (w rozumieniu także miękkich kompetencji) wykształcenie kobiet niż mężczyzn. Drugim powodem jest niewątpliwie strach przed niepowodzeniem. Polacy razem z Grekami i Włochami są pod tym względem najbardziej obawiającymi się narodami w UE – prawie 60 proc. kobiet i 54 proc. mężczyzn w Polsce nie zakłada firmy z powodu strachu przed porażką (dla porównania w Grecji myśli tak o 10 pkt proc. więcej kobiet i o 14 pkt proc. więcej mężczyzn). Skutkuje to wciąż znaczącą różnicą w podejmowaniu działalności gospodarczej przez kobiety i mężczyzn.

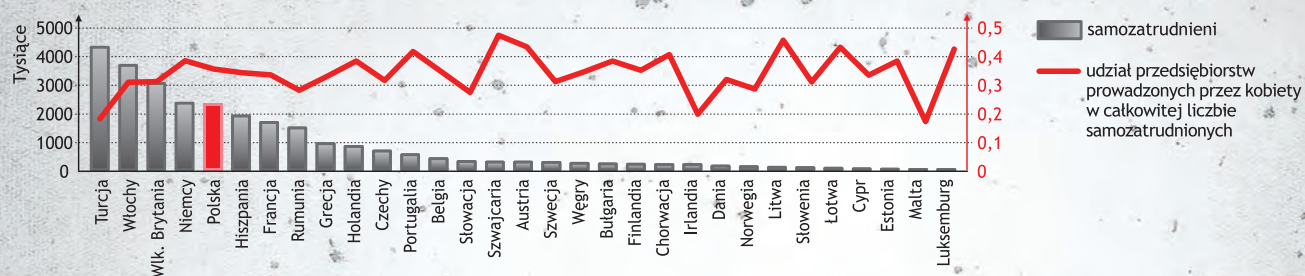
Warto jednak zauważyć, że w przypadku przedsiębiorczości na wczesnym etapie (rozpoczynający działalność oraz działający do 3,5 roku, TEA – Total Early Stage Entrepreneurship) odsetek nowych firm zakładanych przez kobiety rośnie. Zmniejsza

się także różnica między liczbą firm prowadzonych przez mężczyzn w porównaniu do tych kierowanych przez kobiety. TEA dla mężczyzn w latach 2011–2013 zmniejszyło się z 13,1 proc. do 12,3 proc., zaś dla kobiet wzrosło z 5,1 proc. do 6,1 proc. – luka płci zmniejszyła się o 2 pkt proc. Jeśli chodzi o bardziej ustabilizowane podmioty (działające powyżej 3,5 roku), również widoczny jest dynamiczny wzrost odsetka przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety (z 2,9 proc. do 3,8 proc.), jednak znacznie większy przyrost w tej kategorii dotyczy firm należących do mężczyzn (z 7,1 proc. do 9,2 proc.).

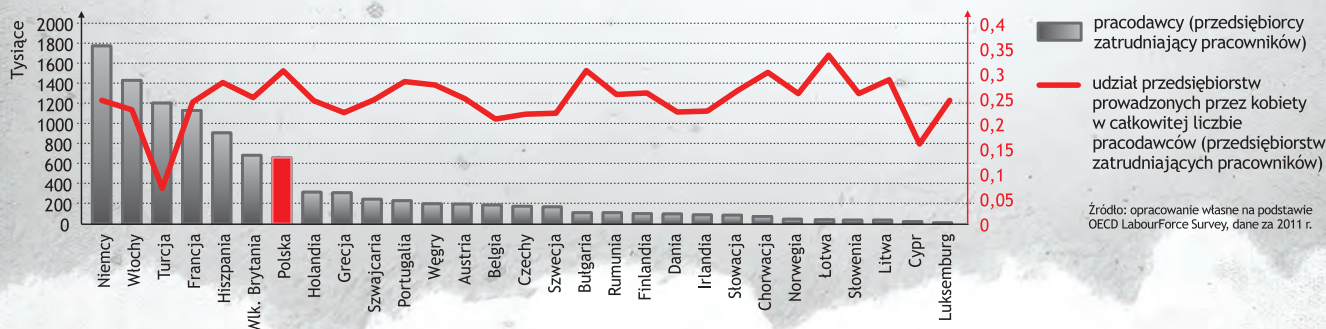
Ostatnie dostępne dane GUS pokazują, że zwiększa się udział mikroprzedsiębiorstw, w których wśród właścicieli, współwłaścicieli, bezpłatnie pomagających członków rodzin, współników pracujących w spółce bez umowy o pracę są kobiety (z 26 proc. w 2010 r. do 28 proc. w 2011 r.). Najwięcej takich przedsiębiorstw to firmy usługowe kwalifikujące się do grup: pozostała działalność usługowa, zakwaterowanie i gastronomia, opieka zdrowotna. Najmniej kobiecych firm niezmiennie odnotowujemy w budownictwie (5 proc.) oraz w transporcie (9 proc.).

Kobiety przedsiębiorcy w Europie

12. miejsce Polski w Europie pod względem udziału przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety wśród samozatrudnionych (35,1 proc.)



3. miejsce Polski w Europie pod względem udziału przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety wśród firm zatrudniających pracowników (30,5 proc.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie OECD LabourForce Survey, dane za 2011 r.

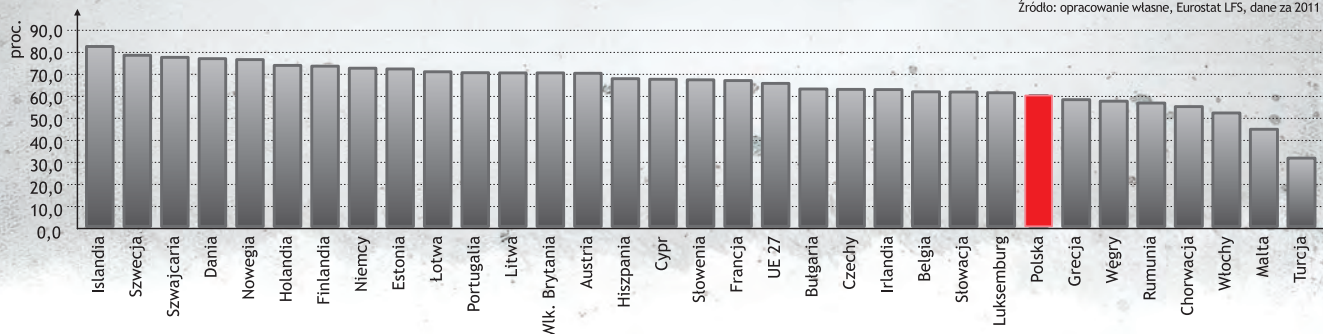
Aktywność zawodowa europejskich kobiet

Tylko ok. 65 proc. kobiet w UE w wieku 15–64 jest aktywnych zawodowo (166 mln kobiet w populacji).

Aktywność zawodowa kobiet w Polsce jest niższa niż w Europie (59,4 proc.; 13,5 mln kobiet w populacji).

Mężczyźni są bardziej aktywni od kobiet (73 proc.; dane dla Polski wg Eurostatu).

Źródło: opracowanie własne, Eurostat LFS, dane za 2011 r.



Wyniki badań PARP „Przedsiębiorczość kobiet w Polsce” (PARP 2011) nie wskazują na różnice w przedsiębiorczości „kobiecej” czy „męskiej”. Wszyscy właściciele małych firm mają podobne nadzieje, oczekiwania i obawy, stają przed podobnymi barierami instytucjonalnymi i wahaniami koniunktury. Jednak, jak zostało powiedziane wcześniej, to mężczyźni, zarówno w Polsce, jak i innych krajach UE i świata, są właścicielami większości działających przedsiębiorstw. Istotnym czynnikiem mającym wpływ na sytuację jest obciążenie kobiet obowiązkami opiekuńczymi wobec dzieci, szczególnie małych. Badanie przeprowadzone przez nas w 2010 r. pokazało, że kobiety prowadzące działalność gospodarczą odczuwają silnie problem braków w systemie instytucjonalnej opieki nad dziećmi. I choć w tej sprawie podjęto już pierwsze działania zaradcze – w 2011 r. wprowadzono prawo pozwalające na większą elastyczność w zakładaniu żłobków lub klubów dziecięcych oraz ułatwiające zatrudnianie niani – to wydaje się, że wciąż jest sporo do zrobienia.

Doświadczenia PARP w projektach związanych ze wspieraniem przedsiębiorczości kobiet (m.in. Women for Women) pokazują, że kobiety przedsiębiorcy oczekują indywidualizowanego wsparcia uwzględniającego daleko idącą specyfikę odbiorcy, np. profesjonalnej asysty, coachingu, mentoringu. Mile widziane są sieci zrzeszające panie zajmujące się biznesem, działające na przykład w formie klubów czy grup wsparcia, w ramach których omawiane byłyby wybrane zagadnienia dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej, a zebrani mogliby dzielić się własnym doświadczeniem i budować swoją wiedzę i potencjał. To ważne i potrzebne, bo około 50 proc. nieaktywnych zawodowo kobiet (a tutaj niestety przodujemy w Europie) przy sprzyjających okolicznościach podjęłoby wyzwanie prowadzenia własnego biznesu.

Anna Tarnawa

kierownik Sekcji Badań i Analiz,

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Motywatory – dlaczego stajemy się przedsiębiorcą

Co spowodowało, że podjęli Państwo działalność gospodarczą?



Źródło: Przedsiębiorczość kobiet w Polsce, PARP 2011; badanie na przedsiębiorcach



Kobietom potrzebne jest dobrze zorganizowane państwo

Z prof. **Elżbietą Mączyńską**
rozmawia Kamil Broszko.

Kamil Broszko: Czy ojcowie ekonomii rozróżniali kobiety i mężczyzn z punktu widzenia zdolności prowadzenia działalności gospodarczej? Czy przyznawali kobietom w przedsiębiorstwie szczególne pozycje?

Elżbieta Mączyńska: Adam Smith jest uznawany za ojca ekonomii i twórcę klasycznego liberalizmu. W swoich najważniejszych dziełach, „Teoria uczuć moralnych” i „Bogactwo narodów”, nie zajmował się jednak różnicami płci w kontekście ekonomii, choć w tej pierwszej książce poruszał kwestie życia w rodzinie i wychowywania dzieci oraz opieki nad starszymi. Jednak analizując bieg historii, można zauważyć, że kobiety zaczęły przedzierać się do gospodarki dopiero po tym, jak otrzymały prawo studiowania na uniwersytetach. Nawiasem mówiąc, Polska była jednym z pionierów tych przemian. Pierwsze trzy studentki – warszawianki – pojawiły się na Uniwersytecie Jagiellońskim pod koniec XIX w., co było efektem ponad 30-letniej walki o prawa kobiet do nauki, zdobycia zawodu i niezależności materialnej. Edukacja to warunek rozwoju kwalifikacji i, co za tym idzie, możliwości podjęcia pracy zawodowej. Jednak wciąż nader często, pomimo upływu tylu lat, obserwujemy dyskryminację kobiet w biznesie i gospodarce. Nie chodzi tu oczywiście o równość wobec prawa, bo takowe gwarantuje konstytucja, ale o równość rzeczywistą. Aby



kobiety mogły ze swoich praw korzystać, musi być spełniony szereg warunków, w tym m.in. z zakresu infrastruktury rodzinnej. Z przyczyn biologicznych kobieta ma więcej ograniczeń w podejmowaniu pracy, ze względu na macierzyństwo i opiekę we wczesnym okresie rozwoju dziecka. Kobieta potrzebuje wtedy wsparcia najbliższych członków rodziny, sieci żłobków i przedszkoli, które byłyby blisko domu, świadczyły fachową opiekę po przystępnej cenie. Ważna jest też infrastruktura medyczna – i to nie tylko w deklaracjach i na sztandarach polityków. Tymczasem, parafrazując Wyspiańskiego, rzeczywistość skrzeczy. Za czasów „słusznie minionego ustroju” w szkołach angażowano lekarzy i pielęgniarki, były gabinety dentystyczne i lekarskie, a zdrowie dzieci było priorytetem państwa. Regularnie kontrolowano stan higieny, organizowano akcje profilaktyki zdrowotnej, np. fluoryzację zębów czy badania rentgenowskie. To się opłacało także ekonomicznie. Wiadomo bowiem, że profilaktyka zawsze kosztuje mniej niż leczenie. Dzisiaj szkoła nie

Według najnowszych badań w USA aż 40 proc. kobiet jest głównym żywicielem rodziny, co oznacza, że albo jako jedyne utrzymują najbliższych, albo zarabiają więcej od mężczyzn. Badania wykazują również, że wskaźnik ten przekroczy niebawem 50 proc., czyli co druga kobieta będzie odpowiedzialna za byt finansowy rodziny. Podobne tendencje zauważalne są także w innych krajach, również w Polsce.

ma takich obowiązków, kwestie profilaktyki zdrowotnej dzieci musieli przyjąć na siebie rodzice – z różnym skutkiem. Z powodu coraz liczniejszych zadań z zakresu opieki nad dziećmi i rodziną kobiety częściej rezygnują z podjęcia kariery zawodowej, poświęcając ten etap życia na sprawy domowo-rodzinne.

KB: Czy parytety płci generalnie skłonią kobiety do stawiania sobie najambitniejszych celów zawodowych?

EM: Nie wystarczą szczytne hasła, a nawet regulacje prawne dotyczące parytetów. Kobietom i ich rodzinom potrzebna jest przede wszystkim odpowiednio rozwinięta infrastruktura prorodzinna (dobrze funkcjonujące żłobki, przedszkola, szkoły, placówki ochrony zdrowia, świetlice itp.). Istotne są zarazem przyjmowane przez kobiety priorytety, modele życia. Kiedy w Norwegii wprowadzono regulację dotyczącą udziału minimum 40 proc. kobiet w radach nadzorczych, pojawiło się określenie „złote spódniczki”. Tak nazywano panie, które zdecydowały się w owych radach pracować. Niewiele kobiet chciało skorzystać z tej sytuacji, nawet jeśli spełniały wymagania kwalifikacyjne, m.in. ze względu na obowiązki rodzinne

i osobiste predyspozycje czy preferencje. W efekcie kandydatek było zbyt mało, nieliczne, które się zdecydowały, często zasiadały w kilku radach jednocześnie. Dzięki temu mogły być spełniane wymogi narzuconego parytetu. Ta sytuacja pokazuje, jak złożonym problemem jest kwestia parytetów, jak różne mogą być ich następstwa, jak różne są upodobania i pragnienia kobiet. Jedne chcą się realizować zawodowo, inne politycznie, jeszcze inne chcą się poświęcić rodzinie.

Według najnowszych badań w USA aż 40 proc. kobiet jest głównym żywicielem rodziny, co oznacza, że albo jako jedyne utrzymują najbliższych, albo zarabiają więcej od mężczyzn. Badania wykazują również, że wskaźnik ten przekroczy niebawem 50 proc., czyli co druga kobieta będzie odpowiedzialna za byt finansowy rodziny. Podobne tendencje zauważalne są także w innych krajach, również w Polsce. Zagadnienie wymaga pogłębionych analiz i refleksji. Kobieta bowiem ma do spełnienia funkcje rodzinne nierozdzielnie z nią związane, jak rodzenie dzieci czy karmienie piersią. Nie można tu sprzeczać się z naturą. To ekonomiczno-finansowe odwrócenie proporcji pomiędzy kobietami i mężczyznami wymaga dostosowań w polityce społeczno-gospodarczej, umożliwiających kobietom godzenie funkcji rodzinnych i zawodowych. To prawda, że kobiety lepiej sobie radzą z życiem codziennym, bo – przynajmniej w Polsce – od zawsze były przyzwyczajane do wypełniania wielorakich obowiązków i rozwiązywania różnorodnych trudnych problemów. Kiedy mężczyźni szli na wojnę, kobiety były odpowiedzialne za rodzinę. Sprzyjało to ukształtowaniu się niejako genetycznej odporności na przeciwności losu.

Symptomatyczne jest na przykład to, że choć w Polsce większość bezrobotnych to kobiety, w statystykach samobójstw dominują mężczyźni. Problem jest złożony, co potwierdzają badania naukowe, m.in. prowadzone przez prof. Marię Jarosz.

KB: Jaką zatem metodę powinniśmy przyjąć w dyskusji na temat obecności kobiet w gospodarce?

EM: Do tematu kobiet w gospodarce należy podchodzić holistycznie. Gospodarka powinna traktować urodzenie dziecka jako inwestycję. Dla rodziny zaś to potrzeba społeczna i jedno z najdonioślejszych wydarzeń. Michael Sandel, okrzyknięty przez media w USA profesorem tzw. ruchu oburzonych, w swoim bestsellerze pt. „Czego nie można kupić za pieniądze” zwraca uwagę na proste sprawy, jak potrzebę bliskości, czułości, bycia razem. O tym zapominamy, goniąc zaślepieni nakazem „mieć”, a nie „być”. Trzeba zatem zastanowić się, czy każda aktywność kobiet jest pożądana (przede wszystkim przez nie same) i efektywna społecznie, nie tylko ze względu na czynnik ekonomiczny, ale też na skutki rodzinne. Kobiety, choć obecnie lepiej wykształcone od mężczyzn, nie zawsze chcą podjąć pracę

zawodową lub w niej pozostać. Dzieje się tak ze względu na wymogi macierzyństwa. Choć mają coraz większy potencjał kwalifikacji, to nierzadko nie mogą z niego w pełni korzystać, jeśli brakuje odpowiedniej infrastruktury prorodzinnej. Na szczęście czynnikiem sprzyjającym kobietom, umożliwiającym łatwiejsze godzenie obowiązków zawodowych z życiem rodzinnym, są technologie informacyjne. Umożliwiają one elastyczność pracy, ułatwiają komunikację, pozwalają na wykonywanie obowiązków zawodowych w domu itp.

KB: Czy szwedzki model opieki socjalnej jest godny naśladowania?

EM: Szwecja, dziś bogata, w relatywnie nieodległej przeszłości była biednym krajem. W swojej polityce społecznej i socjalnej kierowała się przede wszystkim etyką (co jest nierozdzielnie związane z kulturowymi wzorcami, mentalnością i tradycją Szwedów), pragmatyzmem i efektywnością ekonomiczną. Niezwykle ważne jest przy tym racjonalne łączenie polityki socjalnej z polityką prorodziną. Źle adresowana pomoc może być bowiem szkodliwa. Taka sytuacja była obserwowana w Polsce na przykład na terenach popegeerowskich, gdzie bezrobotni otrzymywali jedynie zasiłki pieniężne, a poza tym pozostawieni byli sami sobie. Zabrakło programów, dzięki którym można byłoby wdrożyć kursy zawodowe dla dorosłych lub dofinansować wyżywienie dzieci czy zajęcia pozaszkolne. Bezpośrednia pomoc pieniężna może nie przynieść pożądanych efektów, jeśli jest źle adresowana. Nie zawsze bowiem zasiłki pieniężne są wydatkowane zgodnie z ich przeznaczeniem. W rodzinach patologicznych pomoc może być wręcz marnotrawiona. Doświadczenia skandynawskie wskazują na priorytet pomocy celowej, starannie adresowanej. Inną sprawą to odpowiednio zorganizowana edukacja. W wielu szkołach skandynawskich nie zadaje się dzieciom lekcji do domu. Cały proces edukacji odbywa się w szkole, która uczy, bawi i pomaga słabszym uczniom nadrobić braki. Dziecko wychodzi ze szkoły do domu bez tornistra, bo wszystkie niezbędne książki i przybory ma w szkolnej szafce. Całe wyposażenie dziecka zapewnia szkoła, a rodzicom pozostaje uzupełnić jedynie drobniaki. W Polsce mamy absurd corocznej zmiany podręczników, co skutkuje astronomicznymi wydatkami, szczególnie dotkliwymi dla ubogich rodzin. Polska szkoła przekazuje jedynie wiedzę, brakuje pomocy dla dzieci mających problemy z nauką. Rozwiązanie i tego problemu rzuca się na rodziców. W dodatku szkoły nie wykorzystują w dostatecznym stopniu dobrodziejstw Internetu.

Niedawno zadano Norwegom pytanie, czy chcą obniżenia podatków, jeśli wiązałoby się to ze zmniejszeniem zakresu świadczeń finansowanych przez państwo – wybrali wysokie podatki i opiekę socjalną oraz edukację na dotychczasowym, wysokim poziomie. Inną sprawą, że w Norwegii co roku każda gmina i miasto pokazuje obywatelom, jak wygląda rozliczenie lokalnego budżetu, jaki budżet jest planowany, jak wydatkowane są publiczne pieniądze. Obywatel ma prawo zapytać o każdy

wydatek i musi uzyskać odpowiedź. Może też zgłosić swoją własną propozycję dotyczącą zadań wymagających sfinansowania ze wspólnych pieniędzy. Obowiązuje zatem zasada pełnej transparentności i przejrzystości. Na tym właśnie polega państwo obywatelskie, zdolne do dialogu ze społeczeństwem.

Przed nami dużo pracy. Chodzi o to, aby poprawiać nasze państwo stopniowo, na miarę naszych możliwości, mając na uwadze cel nadrzędny, który chcemy osiągnąć. To właśnie nazywam podejściem holistycznym do naprawy państwa.

KB: Z dotychczasowych tez wynika, że najbardziej sprawie równouprawnienia kobiet przysłużyłoby się prawidłowo funkcjonujące państwo i dobrze zorganizowane społeczeństwo.

EM: To prawda. Dobrze zorganizowane państwo jest bardzo potrzebne kobietom. Populistyczne nawoływania do obniżania podatków prowadzą do konieczności zmniejszania obowiązków państwa wobec obywateli. Nie ma przy tym w ekonomii dowodu na to, że niskie podatki warunkują wzrost i rozwój społeczno-gospodarczy. Gdyby tak było, to kraje skandynawskie, wyróżniające się wysokimi podatkami, byłyby w ogonie rankingu krajów pod względem poziomu rozwoju – a jest przeciwnie. Zatem trzeba sobie odpowiedzieć na pytanie, jak duża powinna być strefa publiczna finansowana ze wspólnego budżetu. Jeżeli oczekujemy, aby państwo troszczyło się o nas, musimy dawać na to pieniądze. Oczywiście odpowiedni poziom podatków, dostosowany do potrzeb publicznych, nie jest warunkiem wystarczającym dla dobrej organizacji państwa, ale jest to z pewnością warunek konieczny. Szczególnie ważna jest racjonalizacja wydatków publicznych. Przeciwdziała to bezrobociu i wykluczeniu społecznemu. Na przykład w USA obecnie jest ok. 50 mln ludzi nieobjętych systemem opieki zdrowotnej, a w tej grupie są nie tylko imigranci, ale też rodowici Amerykanie. Nie świadczy to dobrze o systemie. Dlatego też racjonalizacji funkcjonowania systemu społeczno-gospodarczego nie sprzyja ani zasada państwa minimum, ani państwa maksimum. Celem powinno być optymalne państwo, czyli takie, w którym administracja jest sprawna, niebiurokratyzowana, obywatele nie czują zagrożenia i nie są skazani na niegodne życie. To państwo, któremu udaje się przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu obywateli.

Aby tak było, państwo nie może być sprowadzone jedynie do roli „stróża nocnego”, musi być aktywne, realizować wymagane funkcje dotyczące sfery publicznej, w tym związane z edukacją, ochroną zdrowia, należyty egzekwowaniem prawa, obronnością itp. Ograniczanie podatków do minimum (jak to się niekiedy określa w debatach – „zagłodzenie bestii”) uniemożliwiłoby optymalizowanie funkcjonowania państwa. A jego prawidłowe działanie jest warunkiem *sine qua non* dobrostanu kraju i jego obywateli. Jest też niezbędnym czynnikiem wzrostu zawodowej aktywizacji kobiet i godzenia jej z harmonijnym życiem rodzinnym.



Kobiety na startupy

*Jeśli chcesz, by coś zostało powiedziane – powiedz to mężczyźnie.
Jeśli chcesz, by zostało zrobione – powierz to kobiecie. (Margaret Thatcher)*

Agnieszka Kaźmierczak

O przedsiębiorczości Polek mówi się ostatnio coraz więcej. Szczególnie zaś o kobietach, które nie przekroczyły trzydziestki, a już mogą powiedzieć, że w biznesie odniosły pierwsze sukcesy, mają swoje firmy, zakładają spółki, potrafią zdobyć finansowanie. Nasze bohaterki są młode, ambitne, aktywne, niezależne, otwarte na innowacje, zaradne, słowem: bardzo przedsiębiorcze. Wierzą, że możliwa jest kariera poza korporacją.

Kaja Karolina Skutela

Projektantka, twórczyni marki Bubble Shoes, charakteryzującej się „bąbelkowym” designem. Zwyciężczyni konkursu „Pomysł na firmę”. Absolwentka nauk politycznych UW, zawodowo związana z branżą PR. Unikalna formuła Bubble Shoes tkwi w sposobie ornamentacji obuwia. Puszyste kolorowe kuleczki w przeróżnych kombinacjach zdobią buty wykonane z najwyższej jakości włoskich skór.

Kiedy zdecydowała pani, by postawić na swój biznes?

Nigdy nie czułam się do końca komfortowo, pracując na etacie. Biznes mam we krwi, cała moja rodzina składa się z przedsiębiorców, dlatego od zawsze czułam wewnętrzną potrzebę przejścia na tę „stronę mocy”. Profil działalności nie był mi jednak obojętny. Pracowałam w różnych firmach, szukając pomysłu na siebie. Jednak to poniekąd przypadek sprawił, że dzisiaj robię to, co robię. Okoliczności nigdy nie są dość sprzyjające, to w sobie trzeba znaleźć siłę, determinację oraz impuls do podjęcia działania. Jeżeli sami nie uwierzymy w sukces, to on nigdy nie przyjdzie.

Skąd pomysł na „bąbelkowe” buty?

Zwykle odpowiadam, że z pasji do jedzenia, w szczególności słodczy, jednak myślę, że przyczyniło się do tego o wiele bardziej złożone programowanie podświadomości. Zawsze otaczałam się kolorowymi przedmiotami, do tego wysssałam z mlekiem matki miłość do wysokich obcasów – to po prostu musiało się tak skończyć.

Branża obuwnicza od dłuższego czasu znajduje się w sytuacji kryzysowej. W warunkach silnej konkurencji zyskują najwięksi. Jak więc udało się pani przebić na rynki zagraniczne? W niespełna rok od debiutu nawiązała pani współpracę z butikami w Tokio, Berlinie, San Francisco, Sydney, Belgradzie i Sao Paulo. Co druga fanka marki na Facebooku to Brazylijka.

Rynek obuwniczy nie miewa się najlepiej, ale rynek dóbr luksusowych kwitnie. Sęk w tym, żeby w pogoni za skalą nie gubić jakości oferowanych produktów. Nasza oferta skierowana jest do osób dobrze sytuowanych i na komunikowaniu z nimi się skupiamy. Docieramy na rynki zagraniczne dzięki obecności na najbardziej luksusowych targach mody (np. Bread&Butter w Berlinie), gdzie obecne są również takie marki jak Lagerfeld, Lacoste czy Escada.

W Bubble Shoes chodzą m.in. Dita von Teese, Jessie J, Miley Cyrus, Margaret. Jak dotrzeć z produktem do celebrytek takiego formatu?

Sami wybieramy gwiazdy, które chcemy ubrać (śmiech). Następnie zwracamy się do nich z zapytaniem, co sądzą o naszym pomysle i designie. W oparciu o przedstawione opinie tworzymy buty, które trafiają w ich gust.

Czy z Bubble Shoes da się żyć? Czy stać panią na buty pani firmy?

Codziennie, spoglądając na konto, uśmiecham się coraz szerzej. Jednak nie wydałam jeszcze ani złotówki z zarobionych na butach pieniędzy. Wszystkie środki są reinwestowane w rozwój firmy, nowe modele, poszerzanie asortymentu i marketing. Prawdą jednak jest, że szewc bez butów chodzi... Zwyczajnie brakuje mi czasu na wykonanie butów dla siebie, zwłaszcza że każdej parze poświęca się 8–12 godzin.

Czy kobiecie jest łatwiej funkcjonować w branży obuwniczej?

Wydaje mi się, że od strony biznesowej tak naprawdę nie ma to większego znaczenia. W dzisiejszych czasach biznes prowadzi się głównie przez Internet i telefon. Nie wymaga to też wielkiej siły. Rozbieżności mogą pojawiać się, jeżeli chodzi o wycucie smaku. Jestem zdania, że kwestie designu damskiego obuwia warto konsultować przede wszystkim z mężczyznami, bo to im finalnie przychodzi podziwiać nasze nogi. Kiedy od jednego z panów usłyszałam, że Bubble Shoes to buty, których nie zdjąłby z kobiety, idąc z nią do

łóżka, nie miałam wątpliwości, że znajdą one swoich amatorów (śmiech).

Czy w pani otoczeniu kobiety często zakładają własne biznesy?

Biorę udział w wielu konferencjach, na niektórych jestem proszona o kilka słów ku pokrzepieniu kobiecych ambicji. Uderza mnie ogromne zainteresowanie kobiet tematem przedsiębiorczości, mamy mnóstwo pomysłów, jednak brak nam wiary w siebie... Pomiędzy chęcią założenia własnej firmy a jej powstaniem jest przepaść. Z drugiej strony statystyki mówią, że coraz więcej kobiet otwiera swoje przedsiębiorstwa. W moim najbliższym otoczeniu tego nie widzę, dlatego uważam, że zbyt mało kobiet wspomnianą przepaść pokonuje.

Zuzanna Stańska

Żołźycielka Moiseum, firmy zajmującej się tworzeniem kreatywnych projektów dla muzeów i instytucji kultury, w szczególności wykorzystujących nowoczesne technologie. Twórczyni aplikacji mobilnej DailyArt, uznanej przez The Next Web za jedną z 12 najlepszych aplikacji edukacyjnych 2012 roku. Autorka bloga zajmującego się technologiami stosowanymi w muzeach. Organizatorka ogólnopolskiej akcji społecznej Dzień Wolnej Sztuki i warszawskich spotkań muzealników Metamuzeum.



Kobieta po historii sztuki zabiera się za tworzenie aplikacji. Czy programowanie to nie jest raczej męska bajka?

Na pewno łatwiej realizować takie projekty programistom, a ja niestety programować nie umiem. Ze wszystkim miałam bardzo dużo szczęścia. Tak się zawsze składało, że byłam w dobrym miejscu, w dobrym czasie i poznawałam dobrych ludzi. Podczas studiów, w 2010 r., pojechałam na praktyki programu Erasmus do Musei Capitolini w Rzymie. Uzupełniałam tam bazy danych do muzealnej aplikacji mobilnej. To była moja pierwsza styczność z tematem technologii mobilnych w muzeach i od tej pory zaczęłam bardziej się tym interesować. Po powrocie przypadkiem trafiłam jako wolontariusz na pierwszą edycję Warsaw Startup Weekend, gdzie w ciągu 56 godzin trzeba zbudować działający prototyp jakiegoś produktu technologicznego. To było tak naprawdę moje pierwsze rzeczywiste spotkanie ze startupami, które wydały mi się wtedy niezwykle ekscytujące. Po tym wydarzeniu dostałam pracę jako community manager w funduszu inwestującym w startupy. Poznałam ludzi, którzy robią to, co ja chciałam tworzyć – programistów, designerów. Jak tylko udało mi się zdobyć pierwszego klienta (Muzeum Historii Żydów Polskich) na aplikację mobilną, to zwołam się z funduszu i wreszcie zaczęłam się zajmować tym, co chciałam robić.

I powstało DailyArt. Ile razy pobrano aplikację? Czy ludzie są zainteresowani tym, by oglądać sztukę na smartfonach?

DailyArt ma teraz prawie 85 tys. pobrań i codziennie przyrasta stają, trzycyfrową liczbę nowych użytkowników. Wygląda na to, że ludzie są naprawdę zainteresowani sztuką i zaangażowani w jej oglądanie – zwłaszcza jeżeli jest dobrze wyselekcjonowana i podana w ciekawy sposób. Założenie DailyArtu od początku było takie, żeby pokazywać obrazy, które mogą nie być jakoś szeroko znane, ale zachwycają, albo takie, które kryją za sobą interesujące historie. W końcu ile czasu można spędzać na Facebooku. Raz na jakiś czas, a nawet codziennie, warto sobie pozwolić na sztukę w wersji ekspresowej.

The Next Web uznał DailyArt za jedną z najlepszych aplikacji edukacyjnych w 2012 roku. Zostaliście też nominowani do Mobile Trends Awards. Takie wyróżnienia chyba bardzo motywują, ale też wpływają na popularność aplikacji. Czy zatem DailyArt przynosi spore pieniądze?

Niestety jeszcze nie tak duże, jak bym chciała, ale mam w planach przetestowanie kilku dodatkowych pomysłów na monetyzację. Na razie DailyArt zarabia sporo ponad minimum krajowe, co jest niezłym osiągnięciem jak na rynek aplikacji mobilnych, ale można by się pokusić o więcej. Teraz, po półtora roku funkcjonowania, na pewno jest dużo lepiej, niż było na samym początku, kiedy po premierze darmowej

wersji DailyArtu kompletnie nie miałam pieniędzy. Chwytałam się wtedy crowdfundingu, dzięki któremu zebrałam 3 tys. dolarów i stworzyłam płatną wersję aplikacji, na której teraz zarabiam.

Czy w branży IT mówi się w ogóle o tym, skąd pochodzą autorzy aplikacji? Większość waszych użytkowników mieszka w USA. Są świadomi, że DailyArt jest z Polski?

Nie zauważyłam, żeby ktoś przywiązywał do tego wagę. Chociaż na przykład dzisiaj po opublikowaniu reprodukcji obrazu Manciniego, włoskiego malarza z XIX w., dostałam e-mail od naszego stałego fana z Miami, który brzmiał: „dziękuję bardzo!”.

Skąd pomysł na Moiseum? Czy Polska i polskie muzea są gotowe na takie doradztwo?

Kiedy zakładałam Moiseum, polskie muzea zdecydowanie nie były otwarte na tego typu nowości. Teraz wiele się zmieniło, osoby z działów edukacji czy promocji same mają smartfony, widzą, że publiczność zaczęła wymagać czegoś nowego od instytucji kultury. W tym momencie, kiedy mam już wypracowaną markę, portfolio z projektami wysokiej jakości, jest zdecydowanie lepiej. W ramach Moiseum robimy przede wszystkim aplikacje mobilne (to moja największa pasja), ale też strony internetowe, czasami jakieś aplikacje na Facebooka. Ostatnio pomagałam pewnej fundacji przy public relations. Zawsze zależało mi na robieniu wartościowych i ciekawych projektów, rozwiązujących konkretne problemy instytucji i odpowiadających na ich potrzeby. Technologia, czyli narzędzia, są tutaj wtórne. Ważne, żeby wszystko było wysokiej jakości.

Jakie projekty planuje teraz Zuzanna Stańska?

Na pewno rozbudowę DailyArtu. Ponadto 26 kwietnia odbędzie się kolejny (już czwarty) ogólnopolski Dzień Wolnej Sztuki, w trakcie którego propagujemy oglądanie sztuki ze zrozumieniem. W ubiegłym roku w akcji udział wzięły 34 muzea z 14 miast. Mam nadzieję, że w tym roku będzie ich jeszcze więcej. W ramach Moiseum szykuje się kilka fajnych projektów dla różnych instytucji kultury, ale nie mogę jeszcze o tym mówić. W czerwcu współorganizuję dużą międzynarodową konferencję We Are Museums. Pracy będzie sporo.

Z jakich aplikacji najczęściej korzystasz?

Przede wszystkim z mediów społecznościowych: Facebooka, Twittera, Instagrama i Foursquare'a – prywatnie i w pracy. Moją ulubioną aplikacją oprócz DailyArtu jest Timehop, który pokazuje codziennie, co robiłam w życiu w poprzednich latach. Poza tym w wolnych chwilach uczę się francuskiego z Memrise i Duolingo.



Wróciłabyś na etat do korporacji?

Gdyby to była moja korporacja, to na pewno tak (śmiech). A na serio – w krótszej perspektywie, gdyby etat ten niósł za sobą wystarczająco ciekawe wyzwania, to nie wykluczam. Zawsze chciałam robić to, co mi się podoba. Jeżeli jakaś firma temu sprostą, mogłabym się zastanowić.

Który kobiecie i zarazem polski biznes ostatnio cię zachwycił?

Na pewno Ela Madej, współzałożycielka firmy produkcyjnej Applicake oraz Future Simple, którą absolutnie podziwiam za rozmach i charakter, oraz Ola Sitarska, która sprowadzi w tym roku, przy okazji konferencji Makerland, społeczność makerów z całego świata.

Ewa Dudzic i Monika Żochowska

Założycielki spółki Phenicoptere, która wprowadziła na rynek markę Glov Hydro Demaquillage – innowacyjne rękawice do demakijażu, które usuną nawet najmocniejszy makijaż wyłącznie za pomocą wody. To pierwsza firma na świecie specjalizująca się w zastosowaniu do celów kosmetycznych mikrowłókien, które są 30 razy cieńsze od włókien bawełny i prawie 100 razy cieńsze od ludzkiego włosa. Rozmawiamy z Ewą Dudzic, wiceprezes zarządu Phenicoptere Sp. z o.o.



Fot. Pierre Vannineuse

Najpierw była przyjaźń czy biznes?

Zdecydowanie najpierw połączyła nas przyjaźń. Poznałyśmy się na studiach. Byłyśmy w jednej grupie na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Po skończeniu studiów nasze drogi na chwilę się rozeszły. Ja wyjechałam do Krakowa, aby spróbować swoich sił i otworzyć mój pierwszy biznes – sushi catering. Monika w tym czasie odbyła staż w klinice chirurgii plastycznej w Tasmanii, gdzie zrodziła się pierwsza idea produktu Glov. Tam poznała sposoby oczyszczania skóry po zabiegach, w których wykorzystywano mikrowłókna. Łącząc tę wiedzę z naszą niechęcią do demakijażu, doszłyśmy do rozwiązania, które pozwala usuwać makijaż za pomocą włókien stworzonych metodą mikro-technologii. Nasze badania nad włóknami trwały długo, ponad dwa lata. W międzyczasie ja rozwijałam swój biznes w Krakowie, a Monika ukończyła kurs certyfikowanego znawcy diamentów i pracowała w dzielnicy diamentów w Antwerpii. W końcu wygrałyśmy konkurs, otrzymałyśmy dofinansowanie i założyłyśmy spółkę.

Od czego trzeba zacząć, żeby stworzyć swój produkt?

My zaczęłyśmy od badania mikrowłókien istniejących na rynku oraz analizowania możliwości produkcyjnych. Następnie spotkałyśmy się z producentami w Azji i wspólnie wprowadzaliśmy modyfikacje, aby właściwości włókien były najlepsze do celów kosmetycznych. Okres analiz, tworzenia prototypów i badania ich w Polsce był bardzo długi, a koszty pokrywałyśmy z własnych środków. Akurat wtedy, gdy stworzyłyśmy najlepszy według nas prototyp, ogłoszono konkurs AIP Seed Capital. Wystartowałyśmy w nim i otrzymałyśmy dofinansowanie 100 tys. zł, które pozwoliło wyprodukować pierwszą partię produktów, opakowań, otworzyć sklep internetowy, wystąpić o patent. Sprzedaż rozpoczęłyśmy kilka miesięcy temu.

Jak wytłumaczyć kobietom w prostych słowach, co jest takiego wyjątkowego w Glov?

Glov to niezwykle produkt, który ułatwia kobietom życie. Zmywa cały makijaż i doskonale oczyszcza twarz bez użycia chemii i płatków bawełnianych. Glov opiera się na technologii mikrowłókien, które w połączeniu z wodą uaktywniają wyjątkowe właściwości. Umożliwia demakijaż, który jest wygodny, naturalny, hipoalergiczny. Nasze produkty świetnie sprawdzają się jako akcesoria turystyczne oraz niezbędnik przed wejściem na siłownię czy basen.

Zatem powstał produkt i przyszedł pierwsze sukcesy...

Pierwszy sukces sprzedażowy pojawił się w maju, kiedy jeszcze przed rozpoczęciem sprzedaży w Polsce pojechaliśmy na targi do Dubaju. Tam pozyskałyśmy dystrybutora z Arabii Saudyjskiej, który obecnie z sukcesem sprzedaje nasze pro-

dukty w krajach arabskich. W międzyczasie przyszedł tytuł Startup Roku 2012, który był dla nas dużym wyróżnieniem, bo pokonałyśmy wiele genialnych startupów z branży IT. Miesiąc temu produkty Glov otrzymały tytuł Stylowy Kosmetyk 2013 w kategorii pielęgnacja twarzy. Ponadto otrzymałyśmy nominację do 50 najbardziej kreatywnych w biznesie w rankingu magazynu „Brief”. Tak naprawdę największą satysfakcją i sukcesem jest zadowolenie klientek z naszego produktu.

Czy polskim startupom jest trudniej? Czy w obecnym świecie ma znaczenie, skąd pochodzi pomysł na biznes?

Myślę, że w globalnym świecie, w jakim żyjemy, nie ma większego znaczenia, skąd pochodzi biznes. Polska scena startupowa jest bardzo rozwinięta w porównaniu z innymi krajami europejskimi. Na pewno jednak brakuje nam trochę doświadczenia i możliwości, jakie mają na przykład startupy w Stanach Zjednoczonych, gdzie jest też więcej pieniędzy od inwestorów.

W świecie startupów macie chyba więcej kolegów niż koleżanek?

Mamy bardzo dużo koleżanek, które prowadzą start-upy. Nie zauważyłam, żeby różnica była tak znacząca. Choć faktycznie duża część startupów to branża IT, zdominowana przez mężczyzn. Płeć nie ma znaczenia, wszystkie osoby zakładające startup muszą być odważne i nie bać się ryzyka. Prawdopodobieństwo porażki jest mimo wszystko spore.

Często się kłócisz ze swoją współniczką?

Oj, bardzo często (śmiech). Czasami żałujemy, że nie ma trzeciej osoby w spółce, która pogodziłaby różniące się zdania. Jednak często różnice są bardzo inspirujące. Zazwyczaj jest tak, że obie mamy po części rację. Wierzę, że pomaga nam to znaleźć najlepsze rozwiązanie.

Jak teraz wygląda wasz zwykły dzień?

Od samego rana odpisywanie na e-maile, spotkania, sesje kreatywne i egzekwowanie rozwiązań. Pracujemy do bardzo późna i tak naprawdę chyba żadna z nas nie oddziela już pracy od „niepracy”. W tym momencie biznes pochłania 100 proc. naszej uwagi. Jest to nasz czas, a rok 2014 zapowiada się jeszcze intensywniej niż poprzedni. Mamy zaplanowanych wiele wyjazdów na targi branżowe w różnych częściach świata.

Który polski startup ostatnio was zachwycił?

Jestem wielką fanką Misbehave i Local Heros. Dziewczyny tworzą światowe marki odzieżowe – i robią to z wielką pasją i determinacją. Dla nich, trochę tak jak i dla nas, nie ma granic między krajami. Wszyscy na świecie mogą używać naszych produktów.

KOMENTARZE EKSPERCKIE



Fot. Bartłomiej Kucharczyk

Agnieszka Lewandowska

www.startupschool.pl

Prezes zarządu fundacji Startup School, pomagającej początkującym przedsiębiorcom w tworzeniu biznesów internetowych.

W Startup School kobiety stanowią około 15 proc. wszystkich uczestników. Mało, ale cieszy mnie to, że na naszych warsztatach rekrutacyjnych pojawia się ich coraz więcej. Pamiętam, jak w 2009 r., podczas pierwszej edycji Startup School, dziewczyna programistka była kimś, kto wywoływał zdziwienie, teraz nie jest to już tak bardzo nietypowe i niespotykane. Nie patrzę na projekty z perspektywy płci ich założycieli. Ale gdybym miała wskazać, w czym większość pań ze Startup School jest dobra (co nie oznacza, że panowie są w tym gorsi), i starała się znaleźć cechy, które powodują, że dobrze mi się z nimi pracuje, to na pewno byłyby to dobra komunikacja i organizacja pracy.

To, jak współpracujący z nami młodzi przedsiębiorcy podchodzą do biznesu, zależy nie od płci, ale od ich zainteresowań, doświadczenia, pasji, umiejętności. Jasne jest, że programista będzie patrzył na biznes z innej perspektywy niż osoba odpowiedzialna za marketing albo grafikę. Każdy ma inne umiejętności, czymś innym zajmuje się na co dzień, na co innego zwraca uwagę, jest odpowiedzialny za inne aspekty projektu. Dlatego warto w swoim zespole i biznesie dobierać współpracowników innych od nas. To daje nowy punkt widzenia i szerszą perspektywę.

W Startup School płeć nie ma znaczenia. Jak jest gdzie indziej? Nie wiem. Mam nadzieję, że podobnie. Startupy to najczęściej środowisko biznesowe, w którym jest dużo młodych ludzi – podróżujących, otwartych na świat, naukę, poznawanie. Taki ekosystem jest bardziej przyjazny różnorodności niż świat „białych kołnierzyków” pracujących w wielkich biurach.



Fot. Geek Girls Carrots

Kamila Sidor

www.geekgirlscarrots.pl

Współzałożycielka i prezes Geek Girls Carrots, społeczności kobiet kochających technologie IT. Przedsiębiorca społeczny, inwestor w startupie technologicznym Motivapps, współzałożycielka anglojęzycznego klubu mówców publicznych Speaking Elephants Toastmasters Club. Pracując w UBIK Business Consulting, współorganizowała pierwszy Startup Weekend w Polsce i zarządzała akceleratorem startupów technologicznych GammaRebels.

Organizując pierwsze Geek Girls Carrots, nie zdawałyśmy sobie sprawy, jak dużo jest kobiet zainteresowanych nowymi technologiami. Obecnie na nasze spotkania przychodzi ponad tysiąc osób każdego miesiąca – aktywnych, ciekawych świata, chcących się czegoś nauczyć i poznać innych pasjonatów. Jest nas dużo i fakt tak szybkiego rozwoju społeczności pokazuje, że kobiety są bardzo zainteresowane IT, startupami technologicznymi i mediami społecznościowymi. Nowe technologie wchodzą we wszystkie dziedziny życia, obniżają się bariery wejścia do tego biznesu. Widać, że kobiety nie mają zamiaru biernie się przyglądać zmianom, tylko aktywnie brać w nich udział.

Znam wiele kobiet, które robią ciekawe rzeczy w branży IT i startupach technologicznych. To wydanie państwa magazynu pokazuje, że pracują nad interesującymi i dochodowymi projektami. Warto o nich pisać. Promowanie wzorców spowoduje, że więcej ludzi odważy się na podjęcie własnego projektu. Historie przedsiębiorców, aktywistów czy rebeliantów są dużą dawką

praktycznej wiedzy. Wskazują, od czego zacząć, na co zwrócić uwagę, jak radzić sobie z porażkami i przeć do przodu. Teoria ze szkół biznesu, *case studies* całych biznesów, a nie pojedynczych osób, według mnie nie ma takiej siły przekonywania. Promujemy ciekawych ludzi, a będziemy mieć ich więcej.

Nie zauważyłam różnic pomiędzy mężczyznami a kobietami w świecie startupów. Natomiast tych drugich jest zdecydowanie mniej. Same trendy technologiczne nie mają płci. Jeżeli aplikacje mobilne przynoszą pieniądze, to przedsiębiorcy zaczynają nad nimi pracować. Skoro Google Glass mają więcej zastosowań, to coraz więcej projektów pojawia się na tym polu. Obecnie dużo się dzieje w temacie bitcoinów (cyfrowa waluta), quantified self (trend mierzenia różnych czynności życiowych ludzi) oraz Oculus Rift (okulary do wirtualnej rzeczywistości, do gier i projektów artystycznych).



Fot. Dorota Kalużyńska

Małgorzata Smoczyńska

www.kobietyisukces.pl

Żołźcielka Akademii Kobiet Sukcesu, jednej z największych w Polsce społeczności kobiet aktywnych i przedsiębiorczych, dążących do rozwoju osobistego i sukcesu opartego na równowadze, która skupia ponad 7 tys. kobiet.

Gdy pięć lat temu zakładałam Akademię, w Polsce brakowało inicjatyw adresowanych do kobiet, inspirujących eventów, szkoleń, warsztatów. Okazało się jednak, że jest ogromna potrzeba tego typu wydarzeń. Na nasze pierwsze

konferencje zaczęły przychodzić tłumy kobiet, które chciały się doszkolić i porozmawiać o własnym biznesie. Z przeprowadzonych przez nas badań nad przedsiębiorczością kobiet wynikało, że spośród uczestniczek naszych konferencji aż 97 proc. chciało założyć swój biznes. Natomiast niewiele z nich miało jakkolwiek jego wizję. Często nie wiedzą, jak zacząć, a przede wszystkim już na początku nie mają wiary w to, że się uda.

Sukces odnoszą najczęściej te kobiety, które mają silną wewnętrzną pewność siebie, wiedzą, że biznes to proces uczenia się, że można popełniać błędy, czasem coś przegrać, coś stracić. Ważne jest właściwe podejście do sukcesu i porażki. Paradoksalnie często jest tak, że duży sukces przychodzi po pierwszej większej porażce.

Kluczem jest również nawyk uczenia się przez działanie, testowanie, próbowanie, ryzykowanie. W Akademii uczymy, że każdy biznes można otworzyć bez pieniędzy i testować go bezkosztowo. Najgorzej statystycznie wypadają te kobiety, które planują biznes na bardzo małą skalę, nie różnicują źródeł zarobków, operują na niskich marżach. Wtedy najczęściej ten biznes upada.

Dlaczego kobiety chcą zakładać swoje biznesy? Jeśli ktoś kiedyś robił w swoim życiu coś niezależnie i samodzielnie, realizując swój pomysł i projekt od początku do końca, to takie doświadczenie daje mu przekonanie, że może funkcjonować również poza tą strefą komfortu, którą zapewnia praca na etacie.

Dziś bardzo wzrosła świadomość tego, jak się prowadzi własną firmę, wzrosła liczba osób, które otworzyły swój biznes i dzielą się swoimi doświadczeniami. To tworzy efekt śnieżnej kuli. Nic nie dodaje nam odwagi tak, jak historia przedsiębiorcy, który odniósł sukces. Takie przykłady zwiększają wiarę w nas samych. To, co jest znamienne dla dzisiejszej sytuacji kobiet w biznesie, to również istniejąca obecnie niesamowita sieć kobiecych inicjatyw wpierających je w działalności gospodarczej, w rozwoju osobistym itp. Bardzo dobrze funkcjonuje kobiecy networking, więc wejście w ten świat staje się coraz prostsze. Na pewno przyczyniła się do tego cała masa projektów unijnych, możliwość dofinansowań. Reasumując, siła kobiet w biznesie i ich wiara w sukces bardzo wzrosły na przestrzeni ostatnich lat, ale tę odwagę w działaniu i nieszabloność w myśleniu można jeszcze bardzo wzmocnić – stąd nasza misja wspierania kobiet w sukcesach zawodowych i osobistych dalej trwa.

Polki



Znalazłam swoje miejsce na ziemi

O Krystynie Jandzie, Och-Teatrze, wyborze drogi
życiowej, kobietach i mężczyznach

z **Marią Seweryn**

rozmawiają Marzena Tataj i Adam Mikołajczyk.

Adam Mikołajczyk: Aby w dzisiejszych czasach prowadzić teatr, trzeba być bardziej menedżerem czy artystą?

Maria Seweryn: Trzeba być i jednym, i drugim, choć to wydaje się niemożliwe. Tak mi podpowiada doświadczenie mojej mamy i własne. Początkowo byliśmy tylko artystkami; pełne zaufania przekazałyśmy zarządzanie teatrem i fundacją menedżerowi – profesjonalście w tej dziedzinie. Same nie znałyśmy się kompletnie na finansach i administracji. Oczywiście wszystkie decyzje artystyczne były w rękach mojej mamy, która jest założycielką i prezesem fundacji. Dla menedżera to prawdziwy skarb i wybawienie mieć Krystynę Jandę na czele teatru. To osoba obdarzona niezwykle intuicją, dzięki latom wspaniałej, konsekwentnej pracy zdobyła zaufanie społeczne. Za nią idzie jakość i frekwencja. Ale wbrew przewidywaniom naszego ówczesnego menedżera popularność Teatru Polonia nie wystarczyła, aby Och-Teatr prosperował. Trzeba było ciężko pracować i przygotować całe przedsięwzięcie formalnie i biznesowo. Euforia towarzysząca otwarciu nowej sceny szybko zgasła, kiedy zorientowałyśmy się w rzeczywistej sytuacji finansowej. Od tego momentu zaczęła się nasza intensywna edukacja z zakresu ekonomii i zarządzania. W tej chwili znamy drogę każdej złotówki, uczestniczymy w tworzeniu biznesplanów i budżetów każdego projektu. Teraz można powiedzieć, że jesteśmy menedżerkami z konieczności i artystkami z pasji. Oczywiście zatrudniamy zawodową panią menedżer, która z nami stworzyła nowe struktury działania fundacji, mamy kontrolera finansowego, aby nie tracić panowania nad budżetem, zachować dyscyplinę wydatków itd.

Marzena Tataj: Fundacja Krystyny Jandy to swoisty dom kobiet.

MS: Pełna nazwa naszej fundacji brzmi: Fundacja Krystyny Jandy na rzecz Kultury. Faktycznie pracuje z nami dużo kobiet, ale nie jest to szczególnie zamierzone. Bardzo doceniam spokój i profesjonalizm panów, którzy z nami pracują. Tempo działania i zaangażowanie, również emocjonalne, mojej mamy udzieliły się całemu zespołowi. Wokół niej skupiła się grupa ludzi, którzy ją rozumieją i umieją za nią podążać. Wszyscy też się lubimy. Każdy jest samodzielny, skoncentrowany na pracy, ma poczucie odpowiedzialności za swoje zadania i obdarzony zostaje zaufaniem. Poza tym wszystkich nas łączy miłość do teatru... To ciężka i wymagająca praca, bez pasji niemożliwa. Angażujemy się w dwa teatry – to daje 60 wieczorów w miesiącu i co najmniej tyle samo spektakli (są cztery sceny). To trzeba pomnożyć przez 12 miesięcy w roku. Nieustannie walczymy o pełną widownię. Zapraszamy wielu gości specjalnych, aktorów, reżyserów; koordynujemy pracę tychże twórców, pochodzących z różnych teatrów macierzystych. Celem tych wszystkich aktywności jest widz – spotkanie i rozmowa z nim.

MT: Nie jest łatwo bez dotacji prowadzić prywatny teatr reperturowy.

MS: Widownia Och-Teatru ma 450 miejsc, a Teatru Polonia jedynie 266, więc to jasne, że Och musi zarobić na fundację. Dlatego profil Och-Teatru jest tak pomyślany, aby mógł zapewnić frekwencję. Publiczność chce się śmiać, my zresztą także! Lubi muzykę, komedie, farsy, zabawę. Kiedy widzę co wieczór ludzi wychodzących z teatru w bardzo dobrym nastroju, rozluźnionych, rozbawionych, uśmiechniętych, to czuję prawdziwą radość. I dzięki temu w Polsce możemy podejmować ryzyko poważniejszej rozmowy z widzem.

AM: Widzę przed sobą silną, niezależną kobietę. A jak pani zdaniem zmieniają się Polki?

MS: Wydaje mi się, że jesteśmy w trakcie jakiegoś procesu zmiany miejsc. Nie czuję się feministką, więc ta sytuacja niekoniecznie mnie cieszy. Oczywiście nie wyobrażam sobie, abyśmy mogli powrócić do czasów, kiedy kobieta nie mogła się kształcić, samodzielnie wychodzić z domu czy rozwijać się zawodowo. Ale kobiety tak się osadziły w nowej roli, z takim rozmachem zagarnęły przestrzeń, że mężczyźni nie potrafią odnaleźć się w tej sytuacji. I tak mamy erę kobiet silnych, inteligentnych, niezależnych i samotnych, bo niemożliwych znaleźć partnera na miarę swoich oczekiwań. Mężczyzna dzisiaj jest lekko zagubiony, nie wie, jak się w nowej sytuacji odnaleźć, a kobieta wcale mu w tym nie pomaga. Chciałabym, aby mężczyźni byli pewni siebie, zdecydowani. Jednak mają też prawo do słabości.

AM: Czyli to mężczyźni potrzebują wsparcia, a nie kobiety?

MS: Bardzo nie lubię generalizować, ale myślę, że w rodzinie należy zacząć wspierać mężczyzn i pomóc odnaleźć im swoje miejsce, natomiast w życiu publicznym i zawodowym wspierałabym kobiety, gdyż widać tu nadal nierównowagę. Nie rozumiem również, dlaczego o problemach kobiet decydują mężczyźni. Nie pochwalam aborcji, uważam, że jest złem. Ale jednak decyzję w tej sprawie należy pozostawić kobietom.

AM: Jaka jest rola artysty w dzisiejszych czasach?

MS: Mnie najbardziej interesuje człowiek. Moja mama ma niezwykle intuicję i wrażliwe ucho na głos społeczeństwa. Bezbłędnie wyczuwa, o czym nasza publiczność chce rozmawiać, z czym ma problem. Po rolach Agnieszki w „Człowieku z marmuru” czy „Człowieku z żelaza”, po „Przesłuchaniu” stała się kimś więcej niż aktorką. Została obdarzona wielkim szacunkiem widzów, nigdy jej nie zawiodła, zawsze jasno deklarowała, co myśli i po jakiej stronie stoi. Ostatnio znów podjęła niezwykle odważny temat, związany z najnowszą historią naszego kraju. Opowiedziała o pani Danucie Wałęsowej. Jest to głos naturalnego, polskiego feminizmu, nie tego



z Kongresu Kobiet, bo Danuta Wałęsa nigdy nie powie „pani ministra” (śmiech). W trakcie spektaklu jesteśmy świadkami, jak w sposób całkowicie spójny i spowodowany sytuacją polityczną kraju oraz faktem, że pani Danuta jest żoną Lecha Wałęsy, tworzy się silna, niezależna kobieta, szczera, otwarta i prawdziwa. Umiejąca powiedzieć „nie” wbrew wszystkim, nawet w samotności, stawiająca dobro swoich dzieci na pierwszym miejscu. Myślę, że to właśnie jest polski feminizm, budzący się naturalnie i z potrzeby.

MT: Aktor dzisiejszych czasów miewa jeszcze poczucie misji?

MS: Poczucie misji to indywidualny wybór aktora i absolutnie nie każdy musi się nim kierować. Ważne, aby nie stracić wiary, nadziei, determinacji. Zawód ten wiąże się z dbałością o własną psychikę i wrażliwość. Zgorzkniali aktorzy nie niosą ze sobą dobrej energii, a to się przenosi na scenę. W tej chwili artyści spierają się, co to znaczy zagrać w filmie o Smoleńsku. Gdzie jest granica pomiędzy byciem aktorem a byciem człowiekiem, posiadającym własne poglądy i przekonania. W Och-Teatrze pracujemy właśnie nad przedstawieniem „Uwaga publiczność!”, w którym biedna trupa teatralna, grająca bez sukcesu, nagle jest zaskoczona, bo jeden wieczór został kompletnie wyprzedany. Następuje konsternacja, kiedy aktorzy dowiadują się, że publicznością są członkowie partii faszystowskiej. Dzięki temu przedstawieniu będziemy mogli obserwować różne postawy ludzkie: bohaterka grana przeze mnie kategorycznie nie chce wystąpić dla faszystów, ale już jej koleżanka jest skłonna, bo akurat zaprosiła rodziców na ten spektakl. Najnowsze przedstawienie Teatru WARSawy „Ślad”, którego jestem reżyserem, opowiada o aborcji, ale nie daje konkretnych odpowiedzi, jest elementem powszechnej dyskusji. Sztuka nie musi podpowiadać gotowych rozwiązań, ale powinna stawiać pytania i uruchamiać wyobraźnię widza, prowokować go do określenia swojego stanowiska.

MT: Podąża pani drogą wielkich rodziców. To zapewne był trudny wybór?

MS: Oczywiście, bardzo trudno iść śladami rodziców, szczególnie jeżeli mają tak wielkie dokonania. Na początku swojej drogi z premedytacją weszłam w teatr alternatywny i offowy, aby znaleźć swoje miejsce, zupełnie niezależne od rodziców. Brałam udział w bardzo kontrowersyjnych spektaklach. Nigdy nie byłam dzieckiem zbuntowanym w domu, za to byłam zbuntowana zawodowo. Z perspektywy czasu jestem zadowolona z tak obranej ścieżki. Po doświadczeniach teatru awangardowego zaczęłam krążyć po całej Polsce, grając na scenach w Gdyni, Szczecinie, Bielsku-Białej, Rzeszowie. Bardzo dużo się wtedy nauczyłam, nabrałam prawdziwej pokory wobec mojego zawodu. Dopiero po zdobyciu tego doświadczenia mogłam odważnie powiedzieć

o sobie „aktorka”. Miałam świadomość swoich wad, nadpobudliwości, emocjonalności, ale z wiekiem i nabytym doświadczeniem nauczyłam się je kontrolować. Wtedy też przyszła propozycja od mojej mamy, która powiedziała: „Obserwuję cię na scenie od paru lat. Skoro upierasz się iść nadal w tym kierunku, to winna ci jestem, jako matka, przekazać jak najwięcej tego, co sama umiem”. I tak oto powstało w 2001 r. przedstawienie pt. „Opowiadania zebrane”, z którym zjechałyśmy całą Polskę, grając je prawie 100 razy. Ten czas spędzony na scenie z moją mamą to były kursy mistrzowskie, *master class*. Kiedy otrzymałam od niej propozycję zaangażowania się w działalność fundacji, nie wahałam się ani przez chwilę. Przydało się moje doświadczenie z teatru offowego, gdzie sztuki powstają przy minimalnych budżetach i w warunkach dalekich od wymarzonych. W pierwszym okresie działania fundacji, kiedy graliśmy w foyer, a za ścianą odbywał się remont widowni, moje kontakty i umiejętności z teatru offowego okazały się bardzo cenne. Po dziewięciu latach działania mamy dwa teatry na stałe wpisane w mapę kulturalną Warszawy, mamy swoją publiczność. Czego chcieć więcej?

MT: Jak się pracuje z Krystyną Jandą na co dzień?

MS: Mama ma niezwykłą umiejętność podejmowania błyskawicznych decyzji. Szybko myśli i w mig wyciąga właściwe wnioski. Lubi ludzi, życie, pracę, dlatego spotkanie z nią zawsze jest przyjemnością. Ma też przenikliwe spojrzenie, które widzi absolutnie wszystko. Do tego nie ma w niej ani krzty zawiści czy małostkowości. Sukces przecież przynosi pustkę wokół, czasem też zawistne opinie, ale mama jest ponad to – wymogi sztuki są wyznacznikiem jej drogi. Choć wie, kto jest jej nieprzyjazny, jeżeli jest najlepszy do danej roli – bez wahania składa mu propozycję. Przy niej chce się być lepszym człowiekiem.

AM: Jak widzi pani swoją przyszłość za 10 lat?

MS: Hmm... Wydzierżawiliśmy Och-Teatr na 20 lat, a minęły cztery. Atmosferę Och-u tworzą ludzie – Krystyna Janda, publiczność oraz zespół pracowników teatru, aktorzy, reżyserzy, scenografowie... Wyjątkowa jest także oryginalna architektura Mieczysława Pipreka z lat 50. ubiegłego wieku. Pełen uroku jest nasz ogród na tyłach teatru, który daje wytchnienie i totalne wyciszenie w sercu miasta. To jest moje miejsce na ziemi – z nim i Teatrem Polonia wiąże swoją przyszłość. Gramy 365 dni w roku. Marzę jedynie o choćby dwutygodniowej przerwie wakacyjnej.





O Krzysztofie Pendereckim,
Wielkanocnym Festiwalu Ludwiga
van Beethovena, potrzebie mecenatu
dla kultury i o najmłodszych melomanach
z **Elżbietą Penderecką**
rozmawiają Krzysztof Przybył
i Adam Mikołajczyk.

Lubię dbać o artystów i publiczność

Krzysztof Przybył: Po latach bycia menedżerem rodziny została pani dyrektorem festiwalu muzycznego. Co wpłynęło na podjęcie takiej decyzji?

Elżbieta Penderecka: Menedżerem jestem od wielu lat, jako żona artysty, towarzysząca mu w codziennej pracy oraz podczas ważnych wydarzeń. Kiedy mój mąż był przez 10 lat (do 2000 r.) dyrektorem artystycznym Festiwalu Casals w Puerto Rico, w istocie wiele spraw organizowałam sama – proponowałam artystów, układałam program. Dlatego z zainteresowaniem przyjął w 1996 r. propozycję prezydenta Krakowa, aby przewodniczyć radzie programowej Festiwalu Kraków 2000 – Europejskie Miasto Kultury. Wtedy też pomyślałam, że czas już zacząć działać na własny rachunek, zorganizować własny festiwal, by móc w 100 proc. tworzyć program i za niego odpowiadać. Pomysł na organizację Festiwalu im. Ludwiga van Beethovena zrodził się w 1997 r., aby uświetnić 170. rocznicę śmierci. Była to również okazja do pokazania manuskryptów jego wielkich utworów, które są przechowywane w Bibliotece Jagiellońskiej w Krakowie, a pochodzą ze zbiorów dawnej Pruskiej Biblioteki Państwowej w Berlinie. Tak oto powstał festiwal, w trakcie którego słuchacz może spotkać się z dziełem muzycznym w postaci jego wykonania, ale też poprzez kontakt z oryginalnym zapisem nutowym. Nawet dzisiaj, kiedy wydarzenie odbywa się w Warszawie, równolegle w Bibliotece Jagiellońskiej w Krakowie odwiedzić można wystawę manuskryptów wielkich kompozytorów, których muzyka wykonywana jest na festiwalu. Po siedmiu latach bytności w Krakowie przeniosłam festiwal do Warszawy, co odbyło się z korzyścią dla publiczności i dla niego samego. Warszawa jako stolica kraju jest lepiej skomunikowana, przyciąga szersze spektrum publiczności: warszawiaków i przyjezdnych, bywających tu służbowo oraz wiernych melomanów, z kraju i zagranicy, którzy są z nami już od 18 lat. W 2003 r. powołałam Stowarzyszenie im. Ludwiga van Beethovena, które nie ogranicza się do realizacji festiwalu. Przygotowaliśmy wydarzenia kulturalne podczas olimpiady zimowej w Soczi i letniej w Londynie, organizowaliśmy także trzykrotnie festiwale polskie w Pekinie. Wspieramy też młode talenty muzyczne, gdyż zdajemy sobie

sprawę, że start utalentowanej młodzieży jest w dzisiejszych czasach bardzo trudny. Sam talent nie wystarcza, aby znaleźć się w czołówce muzycznej i mieć dostęp do scen światowych.

KP: Jak ocenia pani obecne miejsce polskiej muzyki klasycznej na świecie?

EP: Mamy mocne atuty, jak choćby wielką czwórkę: Witolda Lutosławskiego, Henryka Mikołaja Góreckiego, Wojciecha Kilara i Krzysztofa Pendereckiego. Niestety wśród żyjących pozostał jedynie mój mąż. To twórcy tzw. szkoły polskiej, dzięki której o naszym kraju zrobiło się głośno w świecie muzycznym już w latach 60. Kariera mojego męża od samego początku układała się niezwykle szczęśliwie. Jego muzyka rozbrzmiewa w najlepszych salach koncertowych w Niemczech, Hiszpanii, Rosji, Chinach i Stanach Zjednoczonych, gdzie mąż ma swoją wierną publiczność. Przepraszam, jeśli zabrzmiało to zbyt dumnie, ale gdy tylko w Niemczech zawiśnie plakat z nazwiskiem Penderecki, natychmiast wszystkie bilety są wyprzedane.

Niestety w Polsce nigdy nie przykładano wielkiej wagi do promocji polskich twórców. Na szczęście zmienia się to w ostatnich latach za sprawą niezwykle skutecznej działalności Instytutu Adama Mickiewicza, kierowanego przez Pawła Potoroczyna, jak również dzięki Waldemarowi Dąbrowskiemu, który od lat stoi na czele Teatru Wielkiego w Warszawie. Dokonania inscenizacyjne Mariusza Trelińskiego czy scenograficzne Borisa Kudlički pokazują, że mamy twórców wielkiego formatu. Liczą się nazwiska młodych polskich śpiewaków: Aleksandry Kurzak, Mariusza Kwietnia, Piotra Beczały, ale też Agnieszki Rehlis, Małgorzaty Walewskiej, Andrzeja Dobbera. Mamy też kilku uznanych instrumentalistów, jak choćby znakomitą skrzypaczkę Agatę Szymczewską, laureatkę XIII Międzynarodowego Konkursu Skrzypcowego im. H. Wieniawskiego z 2006 r., Aleksandrę Kuls, wyróżnioną na tym samym konkursie w roku 2011, czy wybitnego pianistę Rafała Blechacza, zwycięzcę XV Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. F. Chopina w 2005 r. i zdobywcę wszystkich nagród specjalnych, w tym również nagrody ufundowanej przez Krystiana Zimmermana (prawdziwej gwiazdy światowej pianistyki, który wygrał ten konkurs 30 lat wcześniej). Jest wielu innych znakomitych artystów, trudno wymienić wszystkich.

Cieszy mnie również fakt, że coraz częściej i coraz chętniej artyści, którzy od lat pracują na Zachodzie, z dumą przyznają się do polskich korzeni. To świadczy niebicie, że pozycja naszego kraju rośnie, choć nadal nie jest on tak postrzegany, jak na to zasługuje. Dlatego też chciałam zorganizować festiwal o randze światowej, zapraszać najlepszych artystów, aby mogli poznać nasz kraj, naszą publiczność i dzielić się wrażeniami z pobytu u nas. A są zachwyceni. Ale też dbam o nich szczególnie – odbieram z lotniska i na lotnisko odwożę, asystuję w drodze z ho-

telu na koncert i po koncercie, służę pomocą w każdej sprawie. Dostaję wiele listów od artystów urzeczonych naszym krajem, publicznością i serdecznym przyjęciem. A takie opinie to najlepsza promocja Polski.

Adam Mikołajczyk: Czy sukcesy międzynarodowe naszych artystów przekładają się na wzrost zainteresowania elit rządzących kulturą i jej potrzebami?

EP: Los artysty nie jest łatwy. Wspominam czasy minionej epoki PRL-u – chociaż żyliśmy za żelazną kurtyną, to znakomity niezależny artysta cieszył się lepszą opieką państwa, a nawet większymi możliwościami uzyskania stypendium zagranicznego. Teraz o przychylności mecenatu państwa jest niezwykle trudno. A bez tego nie można liczyć na rozwój talentów. Przedsiębiorcy, którzy odnieśli sukces w biznesie, mogliby także fundować stypendia utalentowanym artystom, ale to państwo powinno stworzyć system zachęt do takiego działania, na przykład poprzez wprowadzenie ulg podatkowych. Dzięki temu artyści mogliby kupić dobrej klasy instrumenty, szlifować swój kunszt na warsztatach mistrzowskich, a biznes zyskałby prestiż i satysfakcję.

AM: Pozostaje jeszcze kwestia kształcenia gustów muzycznych masowego odbiorcy...

EP: To media publiczne powinny być odpowiedzialne za wychowanie muzyczne publiczności. Dzisiaj niezwykle rzadko telewizja transmituje koncerty muzyki poważnej, nawet te z udziałem najwybitniejszych wykonawców. Produkuje niemal wyłącznie mydlane opery. Tymczasem wszystkie gatunki powinny być jednakowo uprawnione do obecności na szklanym ekranie, bo naprawdę nie wszyscy interesują się jedynie popularną rozrywką i sportem. Nie zapominajmy o potrzebach publiczności stęsknionej doznań muzycznych najwyższych lotów. Dorobiliśmy się kilku cenionych na świecie imprez muzycznych, jak np. Festiwal Chopin i Jego Europa, Festiwal Ludwiga van Beethovena, Warszawska Jesień (pierwszy festiwal muzyki współczesnej w Europie Wschodniej, powstał w 1956 r.), Festiwal Mozartowski, Konkurs Chopinowski czy Konkurs Wieniawskiego, i to one powinny być flagowymi elementami promocji naszego kraju.

KP: Inwestycja w kulturę wysoką to przecież najlepsza i najbardziej efektywna promocja Polski.

EP: To właśnie powinni zrozumieć nasi decydenci, minister kultury i minister finansów. Dla jakości przeżycia artystycznego ważne jest, kto gra, gdzie gra, ale też na czym gra. Bardzo istotna jest jakość instrumentu – ze względu na dźwięk, jego barwę i nośność. Kraj o takiej pozycji, jaką ma Polska, powinien dorobić się własnej kolekcji oryginalnych instrumentów. Mam na myśli najwyższej jakości skrzypce. Tymczasem w Polsce nie ma ani jednej kolekcji starych instrumentów, nawet jednego



stradivarius. Proponowałam bankom, biznesowi, aby taką utworzyć i przekazać pod patronat prezydenta RP. Jakież to byłoby prestiż dla Polski, jeśli laureat moskiewskiego Konkursu Czajkowskiego lub Konkursu Wieniawskiego grał na instrumencie wypożyczonym z kolekcji polskiego prezydenta. Wspomniana Agata Szymczewska gra na siedemnastowiecznym stradivariusie użyczonym z kolekcji Deutsche Stiftung Musikleben. Niestety, ten piękny instrument za rok będzie musiała zwrócić i znów martwić się, skąd weźmie następny. Niegdyś w Polsce na stradivariusie podarowanym przez Jana hr. Zamoyskiego grał Bronisław Huberman, wybitny skrzypek pochodzenia żydowskiego I połowy XX w. Dzisiaj jego stradivarius jest w rękach skrzypka Joshuy Bella, a na drugich skrzypkach Hubermana – Guarneri del Gesù – gra japońska skrzypaczka Midori.

AM: Jak ocenia pani wrażliwość muzyczną Polaków? Widać pełne sale na przedstawieniach operowych czy dobrych koncertach, ale nie jest to jednak tak powszechne zjawisko jak w Niemczech czy Austrii, gdzie muzyka klasyczna rozbrzmiewa stale w przestrzeni publicznej.

EP: Tworzymy powoli modę na muzykę klasyczną. Staram się o to bardzo, organizując m.in. Festiwal Ludwiga van Beethovena. Spotykam jednak wiele przeszkód na swojej drodze. Przede wszystkim mam na myśli kłopoty z dopięciem budżetu. Festiwal potrzebuje dobrych sal koncertowych. W naszym przypadku są to sale Filharmonii Narodowej, Opery Narodowej oraz Zamku Królewskiego. Wszystkie trzeba wynająć. Jeżeli otrzymuję na organizację festiwalu dotację z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, to opłacając te sale, zwracam w pewnym sensie otrzymane pieniądze z powrotem do resortu. Gdyby sale udostępniono bezpłatnie, otrzymana dotacja finansowa mogłaby służyć celom programowym, jak zaproszenie kolejnego artysty czy zorganizowanie wydarzenia towarzyszącego.

KP: Będąc w ubiegłym roku na Festiwalu Krzysztofa Pendereckiego, miałem okazję przekonać się osobiście, jak bardzo szanuje pani publiczność, a nawet wita ją przy wejściu na salę.

EP: Nasza praca ma sens tylko wtedy, kiedy zyskuje uznanie publiczności. Znam publiczność festiwalową, bo przyglądam się jej od 18 lat. Najbardziej wrażliwi są melomani, których całe życie wypełnione jest muzyką. Ja sama nie wyobrażam sobie życia bez niej. Otacza mnie od najmłodszych lat, bowiem pochodzę

z rodziny koncertmistrza Filharmonii Krakowskiej. Wiem, że miłością do muzyki można zarażać, ale trzeba do tego stworzyć odpowiednią atmosferę. Dlatego witam publiczność w drzwiach sal koncertowych, doceniając jej obecność.

Równie ważny w budowaniu atmosfery święta jest ubiór publiczności. Jeżeli artysta występuje na scenie we fraku, to z szacunku dla niego i dla sztuki należy przyjść w odświętnym stroju – wszak obcowanie ze sztuką jest świętem. Nie chodzi mi tutaj o strój wyszukany i bogaty, ale o staranny, elegancki, według możliwości kieszeni każdego melomana. Ładne wnętrza o dobrej akustyce, uroczysta atmosfera, obecność znanych twarzy na widowni – to wszystko ma znaczenie w zachęcaniu społeczeństwa do obcowania ze sztuką przez duże „S”.

Chciałam zorganizować festiwal o randze światowej, zapraszać najlepszych artystów, aby mogli poznać nasz kraj, naszą publiczność i dzielić się wrażeniami z pobytu u nas. A są zachwyceni. Ale też dbam o nich szczególnie – odbieram z lotniska i na lotnisko odwożę, asystuję w drodze z hotelu na koncert i po koncercie, służę pomocą w każdej sprawie. Dostaję wiele listów od artystów urzeczonych naszym krajem, publicznością i serdecznym przyjęciem. A takie opinie to najlepsza promocja Polski.

Kiedy powstały plany Europejskiego Centrum Muzyki Krzysztofa Pendereckiego w Luławicach, z powątpiewaniem mówiono, że Penderecki wymyślił filharmonię na ściernisku. Obiekt powstał (w ubiegłym roku) 87 km na południowy wschód od Krakowa, pośrodku niczego. Okazało się, że widownia podczas każdego koncertu jest wypełniona w 100 proc., i to nie tylko przez publiczność z Krakowa czy Rzeszowa. Przychodzą do nas mieszkańcy okolicznych miejscowości, wdzięczni, że mają gdzie wyjść z domu, nie tylko w niedzielę. Podczas pierwszych koncertów nie bardzo nawet wiedzieli, jak się zachować, bali się bić brawa, ale dzisiaj, po 10 miesiącach działalności

i 140 koncertach, jest to zupełnie inna publiczność. Przychodzi ubrana odświętnie, spragniona kontaktu z muzyką, ceniąca sztukę artystów. Inny przykład to „Nabucco”, przedstawienie Teatru Wielkiego w Warszawie. Wystawienie sprzed 22 lat, a sala wypełniona do ostatniego miejsca. Wybieram się z moją 13-letnią wnuczką, a ona prosi, abyśmy poszli tylko na pierwszy akt. Po przerwie, zgodnie z obietnicą, pytam, czy wychodzimy. A ona zachwycona przedstawieniem mówi, że chce zostać do następnej przerwy. Tak obejrzałyśmy całość. Musimy wychowywać młode pokolenie. Osluchane z muzyką w dzieciństwie, z pewnością wróci do sal koncertowych w wieku dorosłym.

AM: Dlatego tak ważna jest edukacja muzyczna już od przedszkola. Jej jakość będzie rzutować na późniejsze wybory muzyczne dorosłych ludzi.

EP: Całkowicie się zgadzam. Wszędzie potrzebna jest najwyższa jakość i rzetelne podejście do zawodu. To procentuje w przyszłości. Wielki dorobek w tym względzie ma Jadwiga Mackiewicz, znana propagatorka muzyki wśród dzieci, słynna Ciocia Jadzia, która w niedzielne poranki w Filharmonii Narodowej w Warszawie od ponad pół wieku prowadzi audycje muzyczne dla najmłodszych melomanów. Również nasze Stowarzyszenie im. Ludwiga van Beethovena ma doświadczenie w edukacji muzycznej dzieci. Dwukrotnie organizowaliśmy koncerty muzyki klasycznej z okazji Dnia Dziecka. Wyjątkowe było to, że dzieci potraktowaliśmy jak dorosłych słuchaczy i zaproponowaliśmy koncertowy repertuar złożony z utworów Chopina i Brahmsa. Na wszystkie takie działania potrzebny jest mecenat państwa, które nie może wspierać tylko sportu, traktując po macoszemu kulturę.

KP: Świat muzyki poważnej to świat mężczyzn?

EP: To się powoli zmienia, choć jest to świat bardzo tradycyjny. Dyrygent to najczęściej mężczyzna. Kompozytor również, choć i tu jest kilka kobiet, np. Grażyna Bacewicz, a wśród dyrygentek chociażby Agnieszka Duczmal czy Marin Alsop. Kobiety odnajdują się za to z sukcesem w instytucjach otoczenia kultury i agencjach menedżerskich. Dobrym przykładem będzie tu postać Joanny Wnuk-Nazarowej, dyrektor Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach. Niestety w Polsce nadal nie ma sprzyjającego klimatu dla rozwoju zawodowego kobiet, szczególnie na prestiżowych stanowiskach. Osiągnięcie przez kobietę wysokiej pozycji jest okupione wielką pracą, determinacją i wytrwałością. Ale nie dajemy się!





Małgorzata Lazarek



Absolwentka krakowskiej ASP, Wydziału Grafiki w Katowicach (1987). Uho-
norowana medalem Akademii za całokształt pracy twórczej. Zajmuje się wieloma
dziedzinami plastyki: rysunkiem (również satyrycznym), malarstwem, ilustracją.
Rysowała dla gazet i czasopism („Twój Styl”, „Gość Niedzielny”, „Super Express”,
„Newsweek”, „Gazeta Wyborcza”). Laureatka licznych konkursów krajowych
i zagranicznych. Autorka Obrazu Roku 2008. Dwunastokrotna laureatka Między-
narodowej Wystawy Rysunku Satyrycznego „Satyrykon” w Legnicy. W roku 2013
otrzymała Grand Prix „Satyrykonu” i nagrodę „Piękniejsza Polska” (była jedyną
wyróżnioną kobietą).

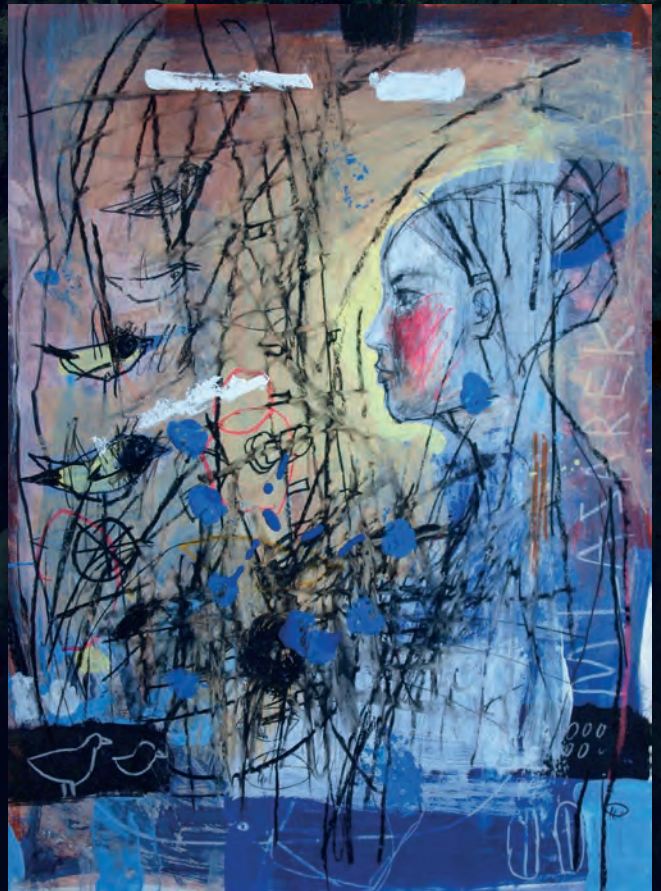
Urodziłam się w czasach, kiedy nie było jeszcze komputerów, a ludzie po-
rozumiewali się za pomocą słów – czasami pisali listy na papierze lub okazjo-
nalnie dzwonili do siebie za pomocą czarnych lub szarych telefonów. Czytywali
książki i gazety, a dzieci lubiły rysować.

Rysowałam ciągle, czymkolwiek i na czymkolwiek się dało – na obudowie nowego telewizora wskrobałam szpikulcem
kwiatki. Mnie się bardzo podobały, moim rodzicom zdecydowanie nie. Potem w szkole wykonywałam karykatury nauczycieli.
Dzięki temu byłam bardzo lubiana przez kolegów, przez grono pedagogiczne – mniej. Ciągle malowałam, kolorowałam ilu-
stracje w książkach i czasopismach.

Naturalny był wybór liceum plastycznego, a potem Akademii Sztuk Pięknych – spędziłam tam cudowne lata. Dzisiaj rysuję, malu-
ję, nie zamykam się w jednej formie wypowiedzi plastycznej. Lubię się śmiać. Satyra to przecież lekarstwo na melancholię, pomaga
zneutralizować negatywne emocje – dlatego posługuję się tą konwencją. Wymyślanie rysunków satyrycznych, ilustracji do tekstu
to także gimnastyka dla umysłu. Malarstwo zaś to wolność kreacji, zabawa kolorem, fakturą. Stwarzam moje światy, o których
nikt inny nie wiedział i nigdy ich nie widział. Kolorem opowiadam o emocjach. Kiedy odczuwam przesyty, rysuję piórkiem cienkie
kreseczki lub węglem kompozycje figuralne. Jestem „wielobranżowa”, i bardzo to lubię, bo dzięki temu nie popadam w rutynę.

Nigdy nie nudzę się pracą. Działam szybko, w sposób spontaniczny. Wszystko ulega ciągłym zmianom. To, co robię, jest
śladem mojego istnienia. Moje najważniejsze prace jeszcze nie powstały, jakie będą – nie wiem. Urodziłam się 7 kwietnia,
siódemka to magiczna cyfra.







Fot. Maciej Chojnowski

W jedności siła

Pierwsze damy polskiej promocji mówią o budowaniu marki Polska.

Prezentujemy relację z debaty, która odbyła się 22 stycznia 2014 r. z inicjatywy Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”. Moderatorem był Adam Mikołajczyk.

Adam Mikołajczyk: W przededniu wielkich rocznic nadarza się okazja do podsumowań. Jaki jest szczególny sukces promocyjny Polski w obszarach, za które odpowiadają reprezentowane przez panie resorty?

Katarzyna Sobierajska,
podsekretarz stanu, Ministerstwo Sportu i Turystyki

Cztery ostatnie lata to bardzo dobry czas dla promocji Polski. Wszystkie wydarzenia, które odbyły się w tym okresie, a więc Rok Chopinowski 2010, prezydencja Polski w Radzie Unii Europejskiej w 2011 r., turniej piłki nożnej Euro 2012, to dobre przykłady współdziałania i połączenia sił wielu resortów w celu jak najlepszej realizacji celu promocyjnego.

Ilona Antoniszyn-Klik,

podsekretarz stanu, Ministerstwo Gospodarki

Pierwszym przykładem dobrze wykorzystanej szansy na promocję Polski była niezwykle udana (pod względem frekwencji zwiedzających polski pawilon oraz współpracy, jaką udało się w tym czasie nawiązać) prezentacja podczas światowej wystawy Expo 2010 w Szanghaju. Za organizację tego wydarzenia odpowiadały wspólnie PARP i PALIZ. Równie ważną imprezą promocyjną był oczywiście turniej Euro 2012, za którego przygotowanie odpowiadało Ministerstwo Sportu i Turystyki. Ministerstwo Gospodarki postanowiło wtedy wykorzystać obecność wielu polityków oraz biznesmenów i zorganizowało spotkania bilateralne wysokiego szczebla. Korzystaliśmy także z partnerstwa Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, aby naszym gościom zaprezentować polską ofertę kulturalną. W tej chwili świat wymusza na nas współpracę międzyresortową. Uczestnicy spotkań gospodarczych chcą przy ich okazji poznać polską kuchnię, teatr czy zabytki. Chcą po prostu poznać Polskę.

Zofia Szalczyk,

podsekretarz stanu, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

W okresie ostatnich 10 lat udało nam się zmienić wizerunek polskiego rolnictwa zarówno na arenie międzynarodowej, jak i na rodzimym rynku. W tej chwili jest ono darzone uznaniem i szacunkiem, w przeciwieństwie do sytuacji sprzed wejścia do Unii Europejskiej, kiedy to kojarzone było z zacofaniem i populizmem. Dzisiaj sektor rolny ma znaczący udział w eksporcie, który w ostatnich 10 latach wzrósł aż 10-krotnie. Ten sukces to nie tylko efekt pracy producentów, ale też licznych działań promocyjnych. Bardzo pomocne okazały się środki z funduszy europejskich na promocję żywności i dobrze skoordynowane międzynarodowe kampanie promocyjne, jak np. w Rosji, Chinach, Korei czy na Ukrainie. Za niezwykle trafną uznajemy decyzję utworzenia dziewięciu funduszy branżowych przeznaczonych na promocję żywności. Z każdego litra sprzedanego mleka czy kilograma innego produktu żywnościowego kilka groszy trafia właśnie do sektorowych funduszy promocyjnych. Przed nami stoi jeszcze wyzwanie zwiększenia popytu na polskie usługi gospodarstw agroturystycznych, oferujących spokój natury oraz bogactwo produktów regionalnych.

Skuteczna promocja to także umiejętność rozwiązywania sytuacji kryzysowych. W ubiegłym roku mieliśmy okazję przekonać się o tym na własnej skórze, kiedy to musieliśmy stawić czoła złej prasie w Czechach dotyczącej polskiej żywności. Zaradziliśmy temu wspólnie z MSZ, organizując zespoły szybkiego reagowania z udziałem ambasady w Pradze. Na

zorganizowanej tam konferencji obecnych było 30 redakcji, w tym wszystkie telewizyjne. Dzięki temu nasz sprzeciw wobec nieczystej walki konkurencyjnej o czeskich konsumentów dotarł do wszystkich zainteresowanych. Wraz z MSZ zaprosiliśmy do Polski dziennikarzy czeskich, aby osobiście przekonali się, jak smakuje polska żywność. Do pracy w ambasadach w Bratysławie i Pradze zostali oddelegowani specjaliści z resortu rolnictwa, aby móc na bieżąco reagować na każdą negatywną opinię. Zła passa została odwrócona, ale nie uśpiono naszej czujności.

Katarzyna Kacperczyk,

podsekretarz stanu, Ministerstwo Spraw Zagranicznych

Dzisiejsze spotkanie to dobra okazja, aby podziękować wszystkim paniom odpowiedzialnym za promocję we wszystkich resortach, a także ich zespołom – za wsparcie, jakiego udzielają nieustannie Ministerstwu Spraw Zagranicznych w działaniach na rzecz promocji Polski. Chciałabym tu przede wszystkim podkreślić ponadstandardowy wysiłek wszystkich resortów przy realizacji zadań promocyjnych w okresie przewodnictwa Polski w Radzie UE. Efekt był niesamowity – 1831 wydarzeń, które odbywały się w tym czasie, wymagało precyzyjnej współpracy wielu instytucji. Myślę, że z rezultatów prezydencji wszyscy możemy być dumni.

Równie dobrą współpracę realizowaliśmy w ubiegłym roku w trakcie przewodniczenia Grupie Wyszehradzkiej. Szczególnie wysoką ocenę otrzymała inicjatywa Wyszehradzkiego Rajdu Kolarskiego (zorganizowanego na wzór legendarnego Wyścigu Pokoju). Impreza zyskała sympatię kolarzy amatorów i widzów oraz uznanie wszystkich członków Grupy. Mam nadzieję, że projekt ten wejdzie na stałe do kalendarza wspólnych wydarzeń. Rajd z Budapesztu do Krakowa przebiegał przez Słowację i Czechy, była to więc dobra okazja, aby promować polską żywność na tych zagrożonych złą prasą rynkach.

Monika Smoleń,

podsekretarz stanu, Ministerstwo Kultury i Sztuki

Pamiętam podobną debatę organizowaną w 2010 r. przez Fundację „Teraz Polska”, z której główny wniosek mówił o braku współpracy i koordynacji działań. W tej chwili jesteśmy już w zupełnie innym punkcie. Wykorzystaliśmy czas i wiele się nauczyliśmy. Przed nami duże wydarzenia promocyjne, takie jak 600-lecie nawiązania stosunków dyplomatycznych między Polską i Turcją czy systemowy projekt międzyresortowy Sezon Polski w Rosji i Sezon Rosyjski w Polsce – pokazują one dobitnie, że działamy wspólnie i korzystamy z efektu synergii.



W mojej ocenie ostatnie cztery lata były bardzo udane dla promocji polskiej kultury. W trakcie imprez Roku Chopinowskiego promowaliśmy nasz kraj poprzez muzykę tego wielkiego kompozytora, doskonale znaną w skali globalnej. Na całym świecie powstały wtedy aż 44 komitety honorowe z wybitnymi osobistościami na czele, wspierające obchody Roku Chopinowskiego. Nawet podczas turnieju piłkarskiego Euro 2012 znaleźliśmy dla siebie niszę, proponując w Rzeszowie polsko-ukraiński projekt kulturalny pod nazwą Europejski Stadion Kultury. Dzisiaj przerodził się on w pro-

czy Moskwie. Zapraszamy do Polski na pobyty studyjne animatorów i menedżerów kultury ze świata, pokazujemy nasze propozycje i wspólnie decydujemy, które z nich zainteresują widza za granicą. Inne projekty wysyłamy do Wielkiej Brytanii, inne pokazujemy widzom w Rosji czy w Chinach, bo zawsze pamiętamy, aby uwzględnić upodobania. Obecnie pracujemy już nad projektami, które będą realizowane w 2016 i 2017 r., gdyż najlepsze sale koncertowe i teatralne właśnie z takim wyprzedzeniem trzeba rezerwować.



Ilona Antoniszyn-Klik



Katarzyna Sobierajska

gram Wschód Kultury, realizowany dodatkowo w Lublinie i Białymstoku. Miasta odkryły nowe możliwości współdziałania środowisk twórczych na rzecz wymiany artystycznej i obiegu kultury ponad granicami.

Dużym sukcesem ostatnich lat jest zmiana podejścia do kultury. Wydarzenie kulturalne jest wartością odrębną i samoistną, która wchodząc na dany rynek jako pierwsza, może torować drogę dużym projektom gospodarczym i biznesowym. Raport MSZ po prezydencji Polski w UE pokazał dobitnie, że program kulturalny tego wydarzenia odniósł pożądany skutek, był zauważony i bardzo dobrze przyjęty.

W ostatnich latach wypracowaliśmy nowe podejście do budowy projektów kulturalnych – obecnie to nie my, Polacy, decydujemy, co chcemy pokazać w Londynie, Nowym Jorku

Przez lata kultura polska była obecna na świecie nazwiskami wielkich polskich mistrzów: Kieślowskiego, Wajdy, Zanussiego, Kantora. Obecnie naszym priorytetem jest prezentacja młodych twórców i młodej sztuki.

Adam Mikołajczyk: W obliczu nowej perspektywy UE 2014–2020 proszę o sprecyzowanie konkretnych planów, wyzwań i projektów, które będą realizowane w tym okresie.

Monika Smoleń: Choć kultura nie należy do obszarów wspólnej polityki UE, a tym samym nie otrzymuje bezpośredniego środków pomocowych, to jednak w poprzedniej perspektywie finansowej 2007–2013 udało się pozyskać dofinansowanie w kwocie 1,3 mld euro, co jest szóstą częścią wszystkich środków, jakie kraje członkowskie UE przeznaczyły na kulturę. Dzięki temu możemy mówić o swoistym boomie inwesty-



Katarzyna Kacperczyk



Zofia Szalczyk



Monika Smoleń

cyjnym w dziedzinie infrastruktury, szkolnictwa artystycznego i ochrony dziedzictwa kultury. Mogliśmy dofinansować Centrum Nauki Kopernik, Europejskie Centrum Solidarności czy Narodowe Centrum Muzyki; mogliśmy wspomóc renowację zabytków, takich jak Zamek Królewski w Warszawie, Wilanów, Łazienki Królewskie. Środki z nowej perspektywy finansowej nadal będziemy inwestować w kulturę, gdyż znakiem spełnienia unijnego wymogu wpływu na rozwój regionalny, podniesienia jakości życia mieszkańców czy też zwiększenia atrakcyjności miejsc – co jest niebagatelnym czynnikiem pozyskania turystów i inwestorów. Będziemy wspierać przemysły kreatywne, szkolnictwo artystyczne oraz instytucje kultury i zabytki.

Z uznaniem obserwujemy działania Ministerstwa Gospodarki na rzecz promocji polskiego wzornictwa przemysłowego, które jest również dziedziną kultury, a projektanci i twórcy kształcą się na wyższych uczelniach artystycznych. Wśród 15 branż objętych programem promocyjnym Ministerstwa Gospodarki co najmniej pięć ma swój rodowód w sztuce (wzornictwo w meblarstwie i jubilerstwie, słynna polska szkoła konserwacji zabytków oraz gry wideo, gdzie niebagatelną rolę odgrywają grafika, multimedia i animacja).

Od kilku lat organizujemy wspólnie z Narodowym Centrum Kultury kampanię społeczną „Kultura się liczy”. Chcemy uświadomić społeczeństwu, że kultura, choć często postrzegana jako luksus generujący koszty, w rzeczywistości sprzyja rozwojowi społeczno-gospodarczemu i ma wymierny udział w tworzeniu produktu krajowego brutto.

W najbliższym czasie chcielibyśmy sięgnąć głębiej po środki z Europejskiego Funduszu Społecznego, aby za pomocą projektów kulturalnych walczyć z wykluczeniem społecznym, nie tylko na linii miasto – wieś, ale także w wymiarze międzypokoleniowym. Chcemy integrować i aktywizować ludzi starszych i samotnych poprzez zajęcia artystyczne prowadzone przez uniwersytety trzeciego wieku.

Katarzyna Kacperczyk: Ministerstwo Spraw Zagranicznych jest o tyle w niedogodnej sytuacji, że choć walczy o środki z budżetu unijnego dla Polski, to samo ich konsumować nie może. MSZ dostrzega konieczność działań poza UE i krajami wysoko rozwiniętymi. Interesują nas odległe rynki. Uruchomiliśmy już program Go Africa, wykorzystując bazę przyjaznych kontaktów zbudowanych jeszcze w latach 70. i 80. Obecnie musimy rozwijać te relacje w oparciu o nowoczesną ofertę biznesową i przemysł nowych technologii.



Z zainteresowaniem przyglądamy się działaniom Polskiej Organizacji Turystycznej na rynkach azjatyckich – wdrożona w Chinach kampania promocyjna „Lubię Polskę” jest ciekawa i mam nadzieję, że odniesie sukces.

Do nowych kierunków działania musimy oczywiście dostosować siatkę placówek dyplomatycznych i instytutów polskich. Dlatego planujemy powołanie w najbliższym czasie nowych instytutów w Istambule, Pekinie i New Delhi. W działania promocyjne angażujemy również samorządy i organizacje pozarządowe. Rokrocznie organizujemy trzy konkursy: na wsparcie wymiaru zagranicznego współpracy samorządowej, na wsparcie regionalnych ośrodków debaty międzynarodowej oraz dla organizacji pozarządowych na działania w ramach dyplomacji publicznej.

Przed nami jest jeszcze zadanie opracowania i przyjęcia strategii promocji i rozwoju marki Polska na najbliższe lata. Rada Promocji Polski pod przewodnictwem ministra Radosława Sikorskiego przyjęła w październiku 2013 r. zasady marki Polska, dzięki czemu prace nad strategią nabrały tempa. Potrzebny jest wspólny przekaz o Polsce, który można byłoby nieść w świat i wykorzystywać w sposób odpowiedni dla każdego z resortów.

Zofia Szalczyk: Z raportu FAO z 2010 r., dotyczące żywnościowych potrzeb świata, dowiadujemy się, że w 2050 r. będziemy potrzebować o 40 proc. więcej żywności niż w roku 2010. Związane jest to ze wzrostem populacji ludności z 7 mld w 2010 r. do 9,2 mld w 2050 r. Nie bez znaczenia jest też fakt, że ze względu na zmiany klimatyczne ubywa powierzchni pod uprawy rolne. Nowych rynków zbytu na produkcję rolną należy szukać poza Europą (która nieuchronnie się starzeje) – wśród państw rozwijających się, posiadających bogacące się społeczeństwo, które potrzebuje nowych produktów żywnościowych.

Chcemy owe rynki zdobywać, ponieważ jesteśmy przekonani o wysokiej jakości polskiej żywności – zdrowej, smacznej i konkurencyjnej cenowo. Nie zapominamy też o rodzimym konsumencie. Staramy się go przekonać, aby świadomie wkładał do koszyka polskie produkty. Jesteśmy w skali globalnej czołowym producentem jabłek i chcielibyśmy zachować tę pozycję. Dobrze byłoby utrzymać, a może nawet poprawić drugie miejsce w światowej produkcji piekarki oraz trzecie w produkcji drobiu.

Katarzyna Sobierajska: Nasze główne wyzwanie na najbliższe lata to zdobycie prawa do organizacji XXIV Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Krakowie w 2022 r. Kreując kierunki rozwoju, musimy brać pod uwagę aspekty demograficzne i sytuację geopolityczną. Europa jest wprawdzie jeszcze kierunkiem turystycznym numer jeden, ale należy mieć świadomość, że inne rynki rozwijają się równie aktywnie. Dlatego swoją uwagę kierujemy (zgodnie z przyjętą strategią marketingową) na rynki azjatyckie, tj. Chiny, Indie i Japonię.

Wymogi finansowe nowej perspektywy UE pozwalają nam na wspieranie zarówno konkretnych projektów innowacyjnych, jak i samych przedsiębiorców działających w obszarze turystyki. Do tej pory pozyskane środki unijne były przeznaczone na kampanie promocyjne i inwestycje w obrębie turystyki. Obecnie nadchodzi czas na budowanie ponadregionalnych, międzynarodowych produktów turystycznych.

Ilona Antoniszyn-Klik: W najbliższych latach planujemy prawdziwą rewolucję – chcemy do promocji w sposób systemowy włączyć przedsiębiorców, stowarzyszenia zszarżujące biznes oraz organizacje z jego otoczenia. Planujemy stworzyć pięć centrów gospodarczych Polski na całym świecie, które pełniłyby zarówno rolę inkubatorów przedsiębiorczości, jak i odpowiadały za realizację programów progospodarczych. Nie możemy zapominać o urzędach marszałkowskich, gdyż większość działań promocyjnych faktycznie odbywa się w regionach. Liczymy na wsparcie polskich przedsiębiorstw, które mogłyby wymieniać się doświadczeniem funkcjonowania na danym rynku. Bardzo liczymy też na pomoc polskich placówek dyplomatycznych. Pierwsza pilotażowa ambasada polskiej gospodarki powstanie w Kazachstanie.

Oczywiście cały czas istnieje potrzeba promocji Polski w... Polsce. Dlatego doceniamy działania realizowane od ponad 20 lat przez Fundację „Teraz Polska” w ramach Polskiego Programu Promocyjnego. Wiele polskich produktów i usług mogło dzięki nim zaistnieć na rynku lub ugruntować swoją pozycję.

Podsumowanie i rekomendacje



Dr Jarosław Górski

– adiunkt WNE UW, członek
zarządu Europejskiego
Instytutu Marketingu Miejsc
Best Place



Paweł Rabiej

– partner zarządzający
THINKTANK Ośrodka
Dialogu i Analiz

Nowoczesna promocja musi być kompleksowa, aby zyskać na efekcie synergii. Musi łączyć kulturę z turystyką, naukę ze sportem, a to wszystko powinno być mocno osadzone w realiach gospodarczych. Takie podejście nie jest łatwe przy ograniczonych środkach finansowych. Na szczęście w sukurs przychodzą polskie cechy narodowe, jak np. kreatywność i przedsiębiorczość, gwarantujące powodzenie przedsięwzięć. Równie ważny aspekt nowoczesnej promocji to jej właściwe zaadresowanie – jasno wyrażony, konkretny przekaz wizerunkowy powinien być skierowany do dobrze dobranej grupy docelowej. Istotny jest też odpowiedni dobór miejsc, wydarzeń, osobistości, które zostają w głowach odbiorców jak kotwice promocyjne.

Polska nie posiada jeszcze strategii marketingowej swojej marki. Cieszy jednak fakt, że prace nad takim dokumentem są już mocno zaawansowane. Nasza dzisiejsza promocja jest jak symfonia, jak dobrze nastrojona orkiestra, w której każda sekcja instrumentów (każdy resort) ma swoją odrębną partyturę, a całość, pod jedną batutą, brzmi wspólnie.

Napawa optymizmem również fakt, że pomimo braku ustawowego nakazu współpracy międzyresortowej takie współdziałanie odbywa się spontanicznie, naturalnie i skutecznie. Podyktowane jest bowiem pragmatyzmem i chęcią wspólnego osiągnięcia celu, czyli wypromowania naszego kraju i zbudowania marki Polska.

Za promocję Polski odpowiadają we wszystkich najważniejszych resortach kobiety. Potrafią pracować energicznie, pragmatycznie, bez wzajemnych animozji – dzięki nim zaczęliśmy wreszcie odnosić sukcesy.

Promocja Polski za granicą wymaga doprecyzowania narracji. Nie mamy jeszcze opowieści, która bije swoją siłą, która potrafi przekazać elitom (biznesowemu, gospodarczemu, politycznemu, kulturalnemu), ale też przeciętnemu obywatelowi każdego kraju na świecie, czym jest Polska dzisiaj i jak bardzo się zmieniła na przestrzeni ostatnich lat.

Narzędzia promocyjne powinny być bardzo precyzyjne i przemyślnie dobierane. W dobie nowych technologii istnieje możliwość dokładnego trafienia wprost do konkretnego odbiorcy z promocją turystyczną, biznesową, gospodarczą, kulturalną. Trzeba z chirurgiczną precyzją określić grupę docelową oraz wybrać optymalne środki i czas. Dzisiaj, aby odnieść sukces, nie potrzeba światowych kampanii telewizyjnych. Czasem wystarczy dotrzeć do elit danego kraju, używając nowych technologii.

Z badań dotyczących różnic między kobietami i mężczyznami w zarządzaniu i przywództwie wynika, że kobiety są bardziej pragmatyczne w działaniu, potrafią działać zespołowo i budować sieci współpracy wokół projektów. Ponadto charakteryzuje je intuicja i innowacyjność, tak potrzebne we wszystkich działaniach promocyjnych. Promocja Polski powinna nadal pozostawać w rękach kobiet, gdyż daje to nadzieję na pożądany skutek.



Mężczyźni coraz bardziej się starają

z Ewą Chodakowską

rozmawia Adam Mikołajczyk.

Adam Mikołajczyk: Jaka jest Polka w XXI w.?

Ewa Chodakowska: Na pewno coraz bardziej pewna siebie i otwarta. Polka w XXI w. chce mieć czas nie tylko dla wszystkich dookoła, ale także dla siebie. Ta świadomość własnych potrzeb jest ogromnie ważna. Bardzo się cieszę, że ich realizowanie dla wielu Polek jest równoznaczne z treningiem.

AM: A jacy są mężczyźni w Polsce? Ostatnio usłyszałem, że za miękcy... Czy to prawda?

EC: Staram się unikać przypinania komukolwiek podobnych łatek. Uważam, że często jest to po prostu krzywdzące. O mężczyznach mogę powiedzieć, że coraz bardziej starają się dotrzymać kroku swoim kobietom na bardzo wielu płaszczyznach życia. To cieszy.

AM: W niedługim czasie osiągnęła pani ogromny sukces. Czy trudno kobiecie zrobić karierę w Polsce?

EC: Sukces dla każdego z nas oznacza coś innego. Myślę, że to nie on powinien być celem samym w sobie. Staram się propagować wybór pracy, która daje przyjemność i satysfakcję. Namawiam, by odkrywać, co nas cieszy, a następnie inwestować w to energię i czas. Takie podejście bardzo często sprawia, że w danej dziedzinie osiągamy sukces.

AM: Ostatnio dużo dyskutowało się na temat parytetów, aktywizacji kobiet w życiu publicznym, politycznym, biznesowym. Czy faktycznie ma pani poczucie, że kobiety w Polsce mają gorzej od mężczyzn?

EC: Nie generalizuję. Myślę, że powinniśmy się uzupełniać w życiu.

AM: Swoją misję rozruszania Polek rozpoczęła pani od Internetu – poprzez blog i kanał na YouTube. Zdaje się, że ten rodzaj trampoliny zawodowej został zdominowany przez kobiety, potwierdzają to przykłady blogerek kulinarnych, modowych. Zgadza się pani z tą tezą?

EC: Być może Internet jest domeną kobiet, przyznam szczerze, że nie sprawdzałam. Wierzyłam, że jest to najlepszy kanał komunikacji z moimi podopiecznymi, ale trzeba pamiętać, że dotarcie za pomocą Facebooka wymaga ogromnej pracy i samodyscypliny.

AM: Jaka jest recepta na szczęście Polek?

EC: Własną wizję szczęścia każda Polka musi znaleźć w sobie. Ja znalazłam sposób na siebie i podzieliłam się nim z kobietami – realizuję programy treningowe i propaguję zdrowe odżywianie. Wprowadzam w życie ponadczasową ideę: w zdrowym ciele zdrowy duch. Polecam trening, który pozwala Polkom być w formie i powoduje wydzielanie hormonów szczęścia!

AM: Czy Polska faktycznie jest kobietą?

EC: Polska jest i kobietą, i mężczyzną. Byłoby bardzo miło, gdyby te dwa światy się uzupełniały.



Ewa Chodakowska, 31-letnia instruktorka fitness, błyskawicznie rozkochała Polki w treningu. Nic więc dziwnego, że określana jest mianem „trenerki wszystkich Polek”. Emanuje pozytywną energią, motywuje i inspiruje. Zaraża uśmiechem i ciepłem, ale jako trenerka jest niezwykle wymagająca. Dlatego jej autorski program przynosi tak spektakularne efekty.

Pochodzi z Sanoka. Najpierw studiowała stosunki międzynarodowe, później wiązała swoją przyszłość z aktorstwem i fotografią. Spędziła dwa lata w Anglii, ale deszczowa aura Wysp Brytyjskich zupełnie jej nie odpowiadała. Dlatego przeprowadziła się do Grecji. Ewa Chodakowska skończyła prestiżową akademię pilatesu w Atenach, gdzie zaczęła pracę jako trenerka fitness. Już wtedy mówiono o niej trenerka kilerka. W Grecji spotkała też swoją miłość – trenera personalnego, Lefterisa Kavoukisa.

Jej pierwsza książka zatytułowana „Zmień swoje życie z Ewą Chodakowską” wciąż nie schodzi z listy bestsellerów. Oficjalny profil na Facebooku ma już ponad 700 tys. fanów, a ich liczba stale rośnie. W 2013 r. jej nazwisko było najczęściej wyszukiwanym hasłem w Google (spośród nazwisk żyjących znanych osób).

Ewa mimo ogromnego sukcesu, jaki osiągnęła, nie zmieniła swojego podejścia do ludzi, którzy z nią ćwiczą – są dla niej najważniejsi. W styczniu ruszyło jej autorskie studio fitness Be Active (ul. Wołoska 4, Warszawa), które jest także bezpośrednim miejscem spotkań Ewy z podopiecznymi.

TOP 10

WPŁYWOWYCH POLEK



TOP 10 wpływowych Polek magazynu „Teraz Polska” – wprowadzenie

Kamil Broszko

Marzec jest miesiącem kobiet. Niniejsze wydanie magazynu „Teraz Polska” w całości poświęcone jest paniom. Naturalnym komentarzem do współczesnych zmian kulturowych i społecznych jest podkreślenie, że wpływy kobiet rosną – co czynimy poprzez opracowanie zestawienia najbardziej wpływowych polskich przedstawicielek płci pięknej.

Z jednej strony zewsząd słychać głosy, że panie w Polsce są mentalnie zablokowane na robienie kariery i osiąganie sukcesu, ze względu na patriarchalne wzorce kulturowe. Przygotowując zestawienie wpływowych Polek, chcieliśmy sprawdzić i wykazać, czy faktycznie zmiana dokonuje się na naszych oczach, a wpływowe polskie liderki o różnych specjalizacjach odgrywają faktyczną i istotną rolę w kształtowaniu rodzimej rzeczywistości. Wszystko wskazuje na to, że wpływ kobiet zwiększa się w postępie geometrycznym.

Do wskazania najbardziej wpływowych kobiet zaprosiliśmy wpływowych, ale też elokwentnych i świadomych mężczyzn – ważnych liderów w swoich dziedzinach. Dobraliśmy panów

o najwyższej próby manierach i inteligencji. Jeżeli uznać, że miarą przygotowania społeczeństwa na wpływowe kobiety jest gotowość zaakceptowania siły owych pań przez wpływowych mężczyzn, to podjęte kroki można ocenić jako spójne. Redakcja magazynu „Teraz Polska” z radością opracowała całkowicie sfeminizowane wydanie pisma. Mimo to jej brzydsza część nie mogła sobie odmówić jednego choćby zaakcentowania męskiego pierwiastka – także i stąd zapewne dobrano wyłącznie panów do składu jury.

Wybierano panie reprezentujące różne sfery i specjalizacje, stąd zdecydowano, by ostateczna lista nie miała charakteru rankingu – wszystkie pozycje najbardziej wpływowej dziesiątki kobiet są równorzędne i prezentuje się je w kolejności alfabetycznej.

Dyskusje, które są nieodłącznym elementem przygotowania każdego podobnego zestawienia, były oczywiście burzliwe. Jednak, co ciekawe, nie sprowadzały się do negowania kandydatek, a wynikały z faktu, że naturalna dla tego typu zestawień ograniczona forma nie może pomieścić wszystkich zgłoszonych propozycji. To również pokazuje, jak wiele jest przykładów wskazujących, że zmienia się świat wokół, a rola kobiet rośnie. Tym bardziej zapraszamy do lektury naszego opracowania.

Wyboru dokonali (w kolejności zasiadania przy stole jurorskim): Adam Szejnfeld, Dariusz Żuk, Ryszard Kalisz, Andrzej Matusiak, Piotr Pągowski, Robert Korzeniowski.

W obradach jury uczestniczyli również członkowie redakcji magazynu „Teraz Polska”: Krzysztof Przybył, Adam Mikołajczyk i Kamil Broszko.

10 najbardziej wpływowych Polek magazynu „Teraz Polska”

(UKŁAD ALFABETYCZNY – miejsca równorzędne)



Fot. materiały prasowe Kancelaria Sejmu

Elżbieta Bieńkowska

Realizuje niespotykaną w naszych warunkach karierę merytoryczną – od urzędniczki miejskiej, poprzez różne szczeble samorządu, do stanowiska superministra i wicepremiera. Wykazuje się niezwykłą wiedzą fachową oraz umiejętnościami. Decyduje, w jaki sposób wydawać pieniądze z drugiej perspektywy finansowej UE, a równocześnie nadzoruje wszystkie kwestie związane z infrastrukturą i transportem – same piastowane funkcje i urzędy świadczą o wpływowości. Kompetencje polityczne pani premier są nieco niższe, co paradoksalnie może stanowić o jej sile wizerunkowej w dobie pewnego zmęczenia tradycyjną polityką. Sformułowanie autorstwa pani premier dotyczące klimatu na stałe weszło do języka potocznego.



Fot. Kamil Broszko

Henryka Bochniarz

Powszechnie znana z dużych osiągnięć organizacyjnych i biznesowych. Jest przedstawicielką firmy Boeing w Polsce. Stworzyła organizację PKPP Lewiatan, za sprawą której jej osoba może wręcz uchodzić za sztandarowy przykład opiniotwórczości w świecie biznesu. Oczywiście z biegiem lat wyrastają jej konkurenci, ale nadal pozostaje kluczową osobą w świecie gospodarki. Lokata w naszym zestawieniu nie zaskakuje i nie jest pierwszym tego typu wyróżnieniem – w 2012 r. Henryka Bochniarz znalazła się na liście 50 najbardziej wpływowych Polaków tygodnika „Wprost”.



Fot. Kama Bork Photography

Anna Grodzka

Jest pierwszą posłanką z transpłciową przeszłością w historii polskiego parlamentaryzmu. Kiedy dostała się do polskiego Sejmu, stała się tematem światowych mediów, w USA jej wybór komentowały opiniotwórcze magazyny. Również dlatego, że ta historyczna zmiana dokonała się w Polsce, kraju uznawanym za konserwatywny. Jest jej trudniej, jest w opozycji, ale ma duży wpływ na ludzi. Pokazuje, że można nie wstydzić się odmienności. Występuje w mediach i nie jest już wiązana wyłącznie z jednym tematem. Jej działalność nie ogranicza się do polityki, pełni również funkcje społeczne, m.in. została prezesem Stowarzyszenia Zrównoważonego Rozwoju Społecznego „Społeczeństwo Fair” i utworzyła Fundację Trans-Fuzja, działającą na rzecz osób transpłciowych.



Fot. Marcin Kułakowski/PISF

Agnieszka Holland

Jest nie tylko światowej klasy reżyserem i scenarzystką, ale też postacią absolutnie opiniotwórczą w świecie filmu (od stycznia 2014 r. przewodniczy Europejskiej Akademii Filmowej w Berlinie). Włącza się również w szereg akcji powiązanych z kulturą. Firmuje swoim nazwiskiem rozmaite ważne inicjatywy i działalności (w 2008 r. została ambasadorką Europejskiego Roku Dialogu Międzykulturowego). To typowy przykład twórcy mającego świadomość posiadania nazwiska i ogromnego wpływu, który zostaje pozytywnie wykorzystany w różnych ważnych działaniach, zmieniających obraz naszej rzeczywistości.



Fot. materiały prasowe Kancelarii Sejmu

Ewa Kopacz

Kolejny przykład kobiety, która zrobiła niebywałą karierę polityczną i stała się jedną z najbardziej wpływowych osób w Polsce. W sejmowych kuluarach na jej temat ukute zostało nawet powiedzenie: od lekarza do cesarza. Zajmowała stanowisko ministra zdrowia, a obecnie jest marszałkiem Sejmu, czyli drugą osobą w państwie (po prezydencie RP). Nie waha się demonstrować swojej wpływowości, jak wtedy, gdy wbrew perswazjom podjęła decyzję o niekupowaniu szczepionek przeciw świńskiej grypie.



Fot. Robert Kowalewski/Agencja Gazeta

Justyna Kowalczyk

Umie sprawić, że niszowa jeszcze niedawno dyscyplina sportu staje się ostatnim krzykiem mody. W samej tylko Warszawie w zimowe weekendy widać sporo osób biegających na nartach. Jest kreatorką zbiorowej wyobraźni, a dla fanów sportu osobą wyjątkową – po raz piąty wygrała plebiscyt „Przeglądu Sportowego” na sportowca roku. Rezultaty osiągnięte podczas igrzysk w Soczi wzmocniły pozycję sportsmenki. Ma wpływ na społeczeństwo także ze względu na silną osobowość. Jest świadoma własnych atutów i w pozytywny sposób zaraża swoją bezkompromisową postawą. Pokazuje, że kobieta może się postawić wszystkim, bez względu na pozycję, mieć rację i wygrać. Od przeciętnego człowieka różni się m.in. tym, że ludzie ze złamaną kością nie potrafią chodzić, a ona w analogicznej sytuacji sięga po olimpijskie złoto.



Fot. Marcin Kułakowski/PISF

Agnieszka Odorowicz

Przeniosła się z Krakowa do Warszawy i rozpoczęła pracę na styku kultury i polityki, będąc faktycznym twórcą i inicjatorem Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. Zmieniła sytuację w świecie dziesiątej muzy o tyle, że kiedyś nie było pieniędzy na filmy, a teraz są. Jeżeli przyjąć, że film jest najbardziej wpływową ze sztuk, to trzeba uznać, że pozycja Agnieszki Odorowicz jest analogiczna w dziedzinie kultury. Jest osobą niezwykle sprawną organizacyjnie, ale też charyzmatyczną w relacjach osobistych. Nie Spielberga, nie Camerona ani nawet nie Więckiewicza, ale właśnie jej nazwisko jest bodaj najczęściej wyświetlane na ekranach kinowych – przed każdym polskim filmem, który otrzymał dofinansowanie PISF (czyli przed niemal każdym polskim filmem w ogóle).



Fot. Adam Kozak/ Agencja Gazeta

Monika Olejnik

Dziennikarka z wieloletnim stażem i o ustalonej renomie. Od lat prowadzi w największych mediach najbardziej popularne programy, nadawane w godzinach najwyższej słuchalności i oglądalności. Sam ten fakt definiuje skalę jej wpływowości. Jej marką jest swoista ambicja, a działalność w dużej mierze polega na wytykaniu błędów interlokutorom. Nieraz pojawiają się zarzuty wobec dziennikarki, że stosuje populizm, stara się zawsze górować nad rozmówcą, czasem zanedo przedkłada ton zaczepny nad merytorykę. Ale taka konwencja, lubiana przez słuchaczy, w powiązaniu z faktem mówienia każdego dnia do milionów Polaków jeszcze zwiększa jej wpływ. Monika Olejnik pozwala sobie na pewne ekstrawagancje modowe. Jest właścicielką kolekcji fantazyjnych butów, co – prócz wspomnianego wcześniej stylu uprawiania dziennikarstwa – upodabnia ją do gwiazd mediów amerykańskich.



Fot. materiały prasowe Solaris

Solange Olszewska

Dentystka, która zupełnie od podstaw założyła fabrykę autobusów Solaris pod Poznaniem. W kontekście dyskusji o kobietach warto wspomnieć, że dokonała tego wraz z mężem Krzysztofem. Oboje włożyli wiele serca w tę działalność. Krzysztof jest niezwykle innowatorem, natomiast Solange Olszewska – wspierającą organizatorką i zarządzającą biznesem. Stworzyła w pełni innowacyjny produkt, w 100 proc. pochodzący z Polski, oraz zidentyfikowaną z naszym krajem globalną markę. Jest niezwykle wpływową osobą nie tylko u nas, ale również w innych krajach, np. w Niemczech, gdzie jest uwzględniana w tamtejszych rankingach najbardziej wpływowych przedsiębiorców.



Fot. Zuza Krajewska & Bartek Wieczorek/ Polsat

Nina Terentiew

Caryca polskiej telewizji. Co ciekawe, udowodniła, że można nią być nie tylko w instytucji państwowej. Od lat funkcjonuje w ramach prywatnej firmy, w wymagającym otoczeniu rynkowym. Ma wielki talent, niebywałego nosa i wie bodaj najlepiej, jak zaspokajać gusta Polaków. Do tego wymagane jest wyjątkowe wyczucie. Zmieniają się czasy i realia, a ona cały czas swoją robotę wykonuje wzorcowo, korzystając z olbrzymiego doświadczenia. Wiele znanych postaci telewizji, które również możemy uznać za wpływowe, stało się gwiazdami i uzyskało swoją pozycję właśnie dlatego, że tak zadecydowała Nina Terentiew.



Kobieta nie musi się ubierać w garnitur

O gender na szczeblu samorządowym, konieczności picia whiskey przy uprawianiu polityki oraz o priorytetach strategicznych zielonej krainy nowoczesnych technologii w kontekście nowej perspektywy budżetowej Unii Europejskiej z marszałek województwa lubuskiego,

Elżbietą Polak,

rozmawia Kamil Broszko.

Kamil Broszko: Znana jest pani z tego, że zajmuje się nie tylko polityką, ale podejmuje różne inicjatywy społeczne i równościowe. Skąd te ostatnie zainteresowania?

Elżbieta Polak: Jestem w Radzie Programowej Kongresu Kobiet. Uczestniczyłam we wszystkich kongresach, począwszy od pierwszego. Zorganizowałam pierwszy w Polsce Regionalny Kongres Kobiet. Już wtedy zrozumiałam, że niezbędne będą działania na rzecz równego traktowania – po lubusku „gender” (śmiejch).

KB: Ile kobiet w Polsce piastuje stanowisko marszałka województwa?

EP: Poza mną nie ma żadnej kobiety na tym stanowisku, i nigdy nie było. Ale też region lubuski jest wyjątkowy, bo najbardziej otwarty, najbardziej tolerancyjny w Polsce. Tak wykazują badania, które były realizowane przez kancelarię premiera. Informację przekazała nam pani pełnomocnik ds. równego traktowania podczas wystąpienia na Kongresie Kobiet. Wyjątkowość Lubuskiego wynika z różnorodności kultur. Nie przypadkiem to u nas odbywa się Przystanek Woodstock. Dlatego nie dziwi fakt, że właśnie w tym województwie szansę na piastowanie funkcji marszałka dostała kobieta.

KB: Nie tylko w administracji samorządowej kobiety są w mniejszości.

EP: To prawda. W Sejmie kobiety stanowią 22 proc., w Senacie – 8 proc.

KB: Czy w polityce zdominowanej przez mężczyzn trzeba przyjąć ich reguły? Czy trzeba pić z panami whiskey, by uprawiać politykę?

EP: Uważam, że każdy powinien być wierny swojemu stylowi, w polityce naprawdę trzeba być sobą. Absolutnie nie widzę potrzeby picia whiskey z panami. Bardzo często podczas spotkań czy konferencji wyjazdowych daje się zauważyć, że mężczyźni mają swój ulubiony sposób spędzania wolnego czasu. Ja wolę iść na basen i się wypaść, aby rano być w dobrej formie i przygotowaną do działania. Kobieta zajmująca się polityką nie musi się przebierać w garnitur. Trzeba być osobą wiarygodną, komunikatywną i profesjonalną – mniej istotne, czy kobietą, czy mężczyzną.

KB: Podczas wieloletniej pracy na kluczowych stanowiskach w administracji samorządowej obserwowała pani ewolucję myślenia o równouprawnieniu z ciekawej perspektywy.

EP: Zajmowałam stanowiska w administracji publicznej od dawna – pracuję w niej 34 lata. W administracji samorządowej pracuję 25 lat, czyli od samego początku jej istnienia. Należę do pokolenia transformersów. Nie tylko w ramach pracy, ale w całym swoim życiu kieruję się zasadą równego traktowania. Od dawna zwracam uwagę na równy dostęp kobiet do wysokich stanowisk urzędniczych. I od dawna wskazywałam na problemy w tym zakresie. Na początku patrzono na mnie z przymrużeniem

oka. Kiedyś rozmawiałam na ten temat z dziennikarzami, którzy w ramach tła dla rozmowy włączyli seksistowskie piosenki. Naigrywano się z tematu lub na poważnie pytano, o co nam, kobietom, chodzi – przecież jeśli chcemy, to możemy robić karierę...

KB: Tymczasem z badań wynika, że kobiety nie przegrywają z mężczyznami, tylko często w ogóle rezygnują ze startu.

EP: I właśnie parytety mogą to zmienić. Przynajmniej na początku umożliwią równy dostęp. A z czasem przestaną być potrzebne. Ja z premedytacją wspieram kobiety. Traktuję to również w kategoriach budowania własnej drużyny. Pracuję w Radzie Programowej Kongresu Kobiet. Działam na ich rzecz i staram się jak najczęściej podkreślać, że ważna jest wzajemna solidarność, wspomaganie awansu, umożliwianie kariery.

KB: Czy pani zdaniem parytety płci powinny sięgać najbardziej elementarnych struktur administracyjnych? Czy powinny obowiązywać w przedsiębiorstwach?

EP: Nie mogą obowiązywać w każdej strukturze biznesowej. W prywatnych przedsiębiorstwach musi decydować wola właściciela – trudno w to ingerować. Natomiast w sferze publicznej ta zasada powinna obowiązywać nie tylko w samorządach czy w życiu politycznym, ale również w takich strukturach jak spółki Skarbu Państwa. Podobną ocenę widać u naszych sąsiadów, np. w polityce Angeli Merkel, która zdecydowała o większej obecności kobiet w spółkach państwowych. Nieraz powtarzam, na podstawie własnego doświadczenia, że nie ma wyraźnej różnicy między stylem pracy, umiejętnościami czy zdolnością zarządzania pomiędzy kobietami i mężczyznami. Natomiast widać, że kobiety wzbogacają zarządzanie – są bardziej pedantyczne, skrupulatne. Panowie widzą dalej, a kobiety widzą głębiej. Najlepsze efekty daje dobra współpraca. Na przykład obecnie rząd wprowadza szeroki zakres polityki prorodzinnej, a to właśnie uczestniczki Kongresu Kobiet bardzo mocno postulowały działania na jej rzecz. Aby kobiety mogły dojść do władzy, do życia publicznego, trzeba stworzyć warunki, trzeba zacząć od zbudowania żłobków. Brak pomocy w realizowaniu elementarnych potrzeb przekłada się na brak pań na wysokich stanowiskach, powoduje, że kobiety rezygnują z kariery. Ja byłam trzy lata na urlopie wychowawczym, ale miałam to szczęście, że mój mąż zajmował się naszym dzieckiem przez identyczny okres czasu.

KB: Nie obserwuje się zbyt licznych przypadków kobiet pracujących w okresie ciąży. Występuje powszechne przyzwolenie na zwolnienie z pracy przez większość tego okresu, nawet jeżeli sytuacja zdrowotna tego nie uzasadnia.

EP: Tak bywa. I pracodawcy nieraz okazują z tego powodu wściekłość. Z drugiej strony kobiety nie rodzą dzieci co roku. Ja jako pracodawca generalnie staram się nie robić problemu; kiedy moja pracownica przynosi zaświadczenie, że jest w ciąży, to gratuluję i pytam, co mogę dla niej zrobić. Istotne jest,

aby zrozumieć sytuację i pomóc takiej osobie. Można na przykład zaproponować pracę na pół etatu albo telepracę. Są takie specjalizacje, w których można wykonywać wiele obowiązków w domu. W moim urzędzie w ubiegłym roku urodziło się 65 dzieci. Być może dlatego, że panie nie czują się zagrożone. Wiedzą, że mogą wrócić. W ramach Europejskiego Funduszu Społecznego tworzymy instytucje wspierające kobiety. Będziemy realizować wszystkie postulaty Kongresu Kobiet: żłobki, przedszkola, centra rodziny, domy kultury. Wszystko po to, żeby panie nie musiały rezygnować z życia zawodowego. Podczas kongresu gościliśmy ambasadora Szwecji. Zachwycił nas wszystkie, prezentując model szwedzkiej polityki prorodzinnej, w ramach którego przewiduje się również określone zachowania pracodawcy. Żeby nie utracić pracownika wysoce wykwalifikowanego, należy zapewnić mu takie warunki, aby był w kontakcie z firmą. Chciałam zwrócić jeszcze uwagę na integrację pracowników z ich rodzinami. To, co jest standardem w dużych przedsiębiorstwach, niekoniecznie przechodzi na administrację. Tymczasem w naszym urzędzie pikniki rodzinne odbywają się od lat. Relacje, które w ten sposób się zawiąże, też mogą być wsparciem.

KB: Według jakiego klucza województwo lubuskie będzie realizować wydatkowanie środków europejskich w ramach nowej perspektywy budżetowej?

EP: Po pierwsze koncentracja priorytetów. Mamy dużo więcej środków niż w obecnej perspektywie – 906 mln euro z dwóch funduszy. Ta kwota będzie podzielona przez Lubuski Regionalny Program Inwestycyjny na działania inwestycyjne i działania tzw. miękkie, bardziej szkoleniowe, doradcze, inwestycje w kapitał ludzki itd. Wyzaczyliśmy sobie kilka osi priorytetowych. Najważniejszy jest rozwój konkurencyjny regionu, ale przede wszystkim rozwój innowacyjny, poprzez badania i transfer wiedzy do biznesu. Krótko mówiąc – komercjalizacja wiedzy. W okresie dotychczasowej perspektywy budżetowej budowaliśmy parki technologiczne. Teraz będziemy realizować transfer wiedzy do biznesu (czyli otwarcie uczelni na przedsiębiorstwa), będziemy finansować myśl polską, a nie tylko wylewanie asfaltu i wznoszenie murów. W naszym województwie potrzebna jest również budowa zintegrowanego systemu zarządzania siecią dróg i kolei z wykorzystaniem systemów elektronicznych – te działania już zostały wpisane jako projekt kluczowy. Mamy takie szczęście, że przez województwo lubuskie przebiegają dwie autostrady. Musimy zbudować sieć powiązań z drogami lokalnymi i regionalnymi. Planujemy rozbudować sieć teleinformatyczną i w dalszym ciągu stawiać światłowodowy, chociaż już wyprzedza-

my inne regiony. Jesteśmy bardzo mocno zaawansowani poprzez realizację projektów Cyfrowe Lubuskie i Szerokopasmowe Lubuskie. Równie ważny priorytet to efektywna administracja. Konieczna jest zmiana podejścia do obywateli i profesjonalna, efektywna kadra – również projekty dotyczące tego zakresu będą finansowane. Oprócz dotowania badań i dostępności postawimy na zrównoważony rozwój. Nie tylko pod względem materialnym, ale również społecznym. Równowaga społeczna to projekty w zakresie ekonomii społecznej, pomoc wykluczonym, którzy sobie nie radzą, działania specjalne adresowane do rynku pracy. Te ostatnie mają polegać głównie na bonusie dla przedsiębiorcy. Z moich doświadczeń wynika, że w obszarze polityki społecznej najlepsze są aktywności skierowane bezpośrednio do beneficjentów, do biznesu, osób poszukujących pracy.

KB: Z jakich specjalizacji naukowych i technicznych znane będzie (lub już jest) Lubuskie?

EP: W tej chwili kończymy prace grupy eksperckiej nad określeniem kluczowych specjalizacji – inteligentnych potencjałów. Ale w dużej mierze już je znamy. W tej perspektywie poprzez wybór branż, wybór instytucji w parkach naukowo-technologicznych powstał park Interior w Nowej Soli. Generalnie staramy się powiązać to, co tradycyjne, z nowoczesnością. Niestety dla niektórych branż nie ma już przyszłości. Niegdyś byliśmy mistrzami w włókiennictwie, ale zmienił się rynek i w tej dziedzinie już się nie rozwijamy. Ale są też branże, w których nie mamy doświadczeń, np. nowe technologie dla zdrowia. Jest w naszym województwie firma, która produkuje implanty do kręgosłupa. Sprawa jest zupełnie nowa, ale

nie wykluczam, że w przyszłości to może być jedna z naszych specjalizacji. Mamy świetnych naukowców i producentów, którzy potrafią to robić. W efekcie powstał w parku naukowo-technicznym instytut nowoczesnych technologii dla zdrowia. Nie mniej ważna jest branża informatyczna. Mamy kilka świetnych firm i kierunek na uczelnię, który kształci osoby przygotowane do wejścia na rynek pracy. Powstaje

u nas instytut nowoczesnych technologii informatycznych. Kolejną specjalizacją będzie energetyka; również powiązana z budownictwem, które staje się naszą domeną. W regionie lubuskim produkujemy i sprzedajemy o wiele więcej mieszkań niż wynosi średnia w całej Polsce. Lubuskie to w połowie powierzchni lasy, czyli środowisko naturalne. Zatem określając nasze specjalizacje w postaci hasła, można powiedzieć, że Lubuskie to zielona kraina nowoczesnych technologii.

Nie ma wyraźnej różnicy między stylem pracy, umiejętnościami czy zdolnością zarządzania pomiędzy kobietami i mężczyznami. Natomiast widać, że kobiety wzbogacają zarządzanie – są bardziej pedantyczne, skrupulatne. Panowie widzą dalej, a kobiety widzą głębiej. Najlepsze efekty daje dobra współpraca.



WIEDZA I TECHNOLOGIA



BADANIA I ROZWÓJ

ROZWIĄZANIA TELEINFORMATYCZNE

BEZPIECZEŃSTWO INTERNETU

REJESTR DOMEN .PL

AKADEMIA NASK

LAUREAT KONKURSU



TERAZ POLSKA

za system detekcji i wczesnego ostrzegania
o zagrożeniach bezpieczeństwa teleinfor-
matycznego sieci administracji Państwa
arakis.gov

WWW.NASK.PL



Prof. Małgorzata Zaleska

Członek zarządu Narodowego Banku Polskiego, członek Economic and Financial Committee przy Radzie UE, wiceprzewodnicząca Komitetu Nauk o Finansach PAN, członek Centralnej Komisji ds. Stopni i Tytułów w dyscyplinie finansów, kierownik Zakładu Bankowości i Bezpieczeństwa Systemu Finansowego w Instytucie Bankowości i Ubezpieczeń Gospodarczych SGH. Autorka ponad 330 publikacji naukowych i popularno-naukowych.



Fot. materiały prasowe NBP

Coś o kobietach

Temat kobiet, w tym ich pozycji i roli na rynku pracy, staje się wyjątkowo aktualny i jest podnoszony w różnych mediach zawsze na początku marca. Tak też stało się i w tym roku. Zostałam poproszona, zresztą po raz kolejny, o kilka wypowiedzi (bez bliższego określenia ich zarysu) na temat kobiet. Tak postawione zadanie nie należy do łatwych, ale też nikt nie obiecywał, że będzie łatwo. Z jednej strony cieszyć może proponowana swoboda wypowiedzi i chęć promowania kobiet przez różne środowiska, ale z drugiej strony może to wskazywać na potrzebę wypracowania nowej formuły doceniania roli kobiet w życiu zawodowym, bez popadania w niepotrzebne skrajności.

Moim zdaniem w sprawach zawodowych warto promować i doceniać osiągnięcia zarówno kobiet, jak i mężczyzn. Wówczas podejmujemy wyzwanie zmiany mentalności niektórych Polaków. A wtedy wszyscy będziemy mogli cieszyć się z sukcesów innych i zaczniemy je doceniać.

Sukces ten może mieć bardzo różne wymiary, także w życiu zawodowym. Nie wszyscy – i dobrze – mają takie same cele rozwoju profesjonalnego i wyobrażenia o powodzeniu. Sukces kojarzony jest przy tym głównie z dobrami materialnymi. Być może zbyt mało doceniane są zaś jego niematerialne wymiary, w tym pozycja społeczna, satysfakcja z tego, co się robi, czy szeroko rozumiany rozwój duchowy. Sukcesem może być także budowanie nowych relacji społecznych i zawodowych (tzw. networking). Mam wrażenie, że mężczyźni przywiązują do tego aspektu większą wagę niż kobiety. Jestem przekonana, że ta sfera życia zawodowego i satysfakcji jest ważna, zachęcam, by jej nie marginalizować.

Kończąc, wszystkim Czytelnikom, zarówno kobietom, jak i mężczyznom, życzę satysfakcji z pracy, sukcesów i ich doceniania przez cały rok (nie tylko na początku marca).

Barbara Stanisławczyk

Reportażystka, publicystka, pisarka. Autorka książek, m.in.: „Matka Hłaski”, „Pajęczyna. Syndrom bezpieczeństwa”, „Czterdzieści twardych”, „Miłosne gry Marka Hłaski”, „Ostatni krzyk”. Członek zarządu SPP. Była redaktor naczelna miesięczników „Pani” i „Sukces”. Obecnie współpracuje z tygodnikiem „W Sieci”. Wykładowca na Wydziale Dziennikarstwa UW i Podyplomowym Studium PR na UW.



Fot. Wojciech Wojtczak

Tajemnica sukcesu

Są niczym król Midas – czego nie dotkną, zamieniają w złoto, czego nie zapragną, realizują. Bez widocznego wysiłku, napięcia i lęku, który zwykle towarzyszy osiągnięciu wyznaczonych celów. Jakby im wszystko łatwo przychodziło. Pewne siebie, ale nie zarozumiałe, dumne ze swoich osiągnięć, ale nie napompowane pychą. Swobodne w zachowaniu, uśmiechnięte, miłe dla ludzi. Szczęśliwe. Prawdziwe kobiety sukcesu.

Inne zaś, mając ku temu wszelkie predyspozycje, jednak chybiamy celu. Postępują za radą rodziców, wychowawców i zgodnie z wszelkimi zasadami sztuki. Wyznaczają sobie cele i konsekwentnie do nich dążą, nie poddając się przy byle porażce. Pracują ciężko, dobrze się uczą, robią wszystko najlepiej, jak potrafią, i zgodnie z wszelkimi normami, są zawsze punktualne, szefowie i współpracownicy mogą na nie liczyć... i nic. Albo niewiele. Głównie klapa i frustracja. Bo znowu nie wyszło. Jak nie w życiu zawodowym, to prywatnym. Albo – co gorsza – i w jednym, i w drugim. Mężczyzn dotyczy to w takim samym stopniu co kobiety, ale dziś zajmujemy się kobietami, zatem o nich piszę.

Spotykam kobiety odpowiadające jednej i drugiej charakterystyce. Długo zastanawiałam się, co łączy te, którym się wszystko udaje, i czego brakuje tym, które życie nieustannie zawodzi. Czy istnieje gen sukcesu? Tak, chyba go odnalazłam. Choć faktycznie nie o strukturę biologiczną chodzi, tylko zakorzenione głęboko w naszej świadomości (czy nawet podświadomości) przeświadczenie: „należy mi się!”. Tylko tyle i aż tyle.

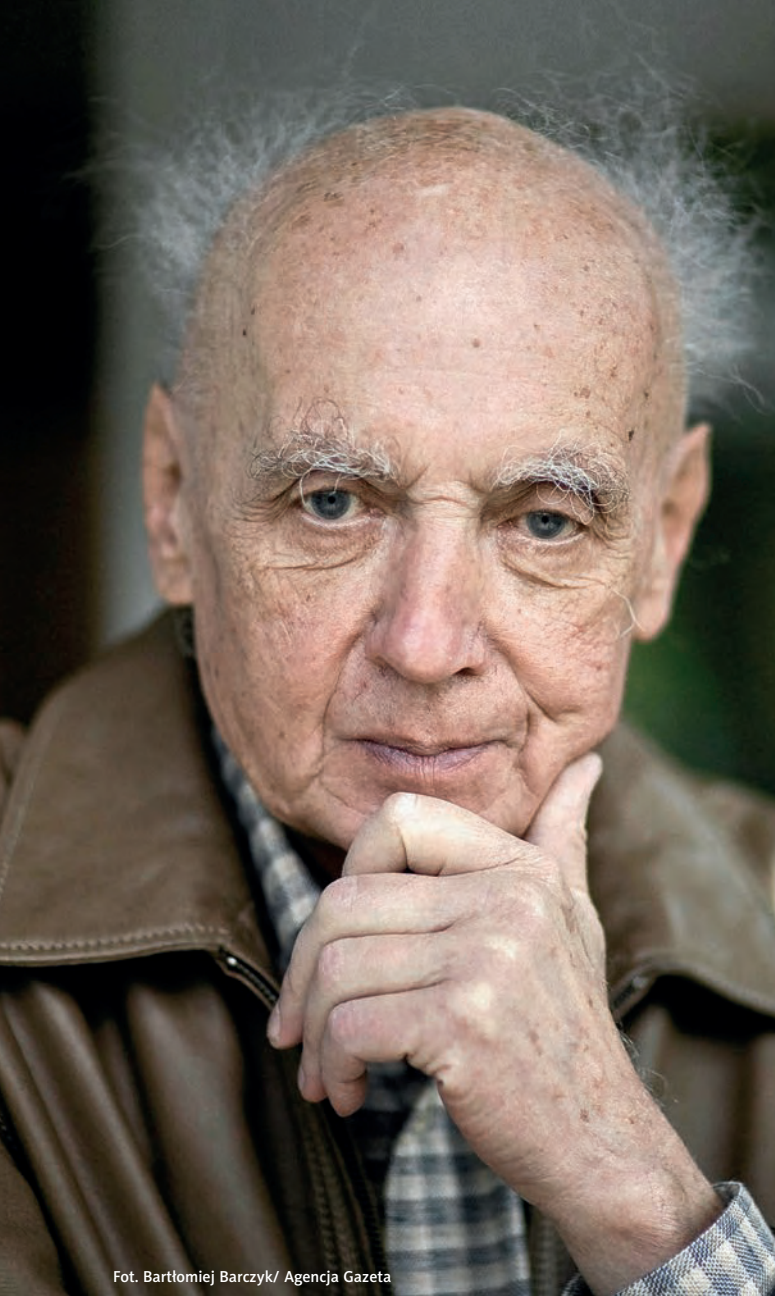
Nie chodzi jednak o machinalne wmawianie sobie wspomnianej treści, nie chodzi o proste zaklinanie rzeczywistości. Jak jeszcze paręnaście lat temu, kiedy optymizm był obligatoryjny, a hasło „myśl pozytywnie!” (bo przecież ludzie sukcesu są optymistami) obowiązywało niczym kodeks.

Kobiety pragnące sukcesu przylepiały więc sobie uśmiech do twarzy i tak z nim trwały, przekonując siebie i wszystkich wokół, że jest świetnie i będzie jeszcze lepiej – a w końcu lądowały na kozetce psychoterapeuty albo w kolejce po antydepresanty.

„Należy mi się!” to nie żądanie i nie uzurpacja, a raczej wewnętrzne uświadomienie sobie poczucia własnej wartości. To spokój płynący z pewnej racjonalności, a towarzyszą mu następujące myśli: dlaczego miałoby mi się nie udać, dlaczego miałabym tego nie zrobić lub nie zdobyć, dlaczego miałabym nie spróbować, dlaczego miałby mnie nie pokochać, dlaczego miałby mnie opuścić lub zdradzić. I oczywiście odpowiedzi: należy mi się, przecież na to zasługuję.

Sytuacja, w której kobieta jest przekonana, że się jej należy, niekoniecznie jest idealna. Może wywoływać dylematy, rodzić sprzeczności, wątpliwości, czyli prowadzić do niezadowolenia z siebie. Jednak mimo wszystko powtarzam: „należy mi się!”. Dlatego, że jestem taka, jaka jestem. Oto sztuka życia i tajemnica sukcesu.

Najlepiej jest się z tym darem urodzić. Bywają tacy wybrańcy i stają się pewniakami do sukcesu. Można także ćwiczyć – tak przynajmniej twierdzą psychologowie. To już jednak temat na inny felieton.



Fot. Bartłomiej Barczyk/ Agencja Gazeta

Wojciech Kilar

(1932–2013)

Ślązak ze Lwowa, związany z Katowicami, jeden z największych polskich kompozytorów współczesnych, czołowy przedstawiciel awangardy muzycznej lat 60. XX w. Z początkiem lat 70. uprościł swój język muzyczny i zaczął tworzyć dzieła inspirowane folklorem podhalańskim, które stały się przebojami sal koncertowych całego świata, („Krzesany”, „Kościelec”, „Siwa mgła”, „Orawa”). Kompozytor wybitnej muzyki sakralnej („Bogurodzica”, „Exodus”, „Angelus”), autor muzyki filmowej do ponad 160 filmów, m.in. Andrzeja Wajdy, Kazimierza Kutza, Krzysztofa Zanussiego, Krzysztofa Kieślowskiego, Romana Polańskiego oraz Francisa Forda Coppoli. Odznaczony w 2012 r. przez prezydenta Bronisława Komorowskiego Orderem Orła Białego, w uznaniu znamienitych zasług dla kultury polskiej i za wybitne osiągnięcia w pracy twórczej. Laureat konkursu Wybitny Polak 2010, organizowanego przez Fundację Polskiego Godła Promocyjnego.

Wojciech Kilar

Bieg historii połączył trzy moje utwory w jeden. Mam na myśli „Bogurodzicę”, napisaną w 1975 r., „Angelus” z 1984 r. oraz „Exodus”, który został ukończony w 1981 r. Kiedy usłyszałem po raz pierwszy te trzy utwory wykonane razem jako jeden utwór podczas Wratislavia Cantans w 1997 r., uświadomiłem sobie, że stanowią one optymistyczny skrót naszej historii. „Bogurodzica”, śpiewana przed bitwą, opiewa triumf naszego rycerstwa i potęgę naszego państwa. Rozpoczynający się odmawianiem różańca „Angelus” mówi o smutnym czasie zaborów, okupacji niemieckiej i komunistycznej. „Exodus” wyraża triumf, przejście przez Morze Czerwone i dobrą przyszłość mojej ojczyzny.

Za moich czasów obowiązywał awangardowy rygor. Jeżeli nie wymyślisz niczego nowego, tylko stukasz w pułk skrzypiec lub grzebiez we wnętrzu fortepianu, to jesteś

konserwatystą skazanym na muzyczną śmierć. W tej chwili wszystko wolno i myślę, że to jest zaleta postmodernizmu. Należę do tych, którzy wyczuwają podświadomie nadejście zmian. Kiedy komponowałem „Krzesanego”, byłem przerażony, że zacząłem pisać tak zwyczajnie i tonalnie. Myślałem nawet przez chwilę, aby wycofać ten utwór i nie pozwolić na jego wykonanie. Dlatego nigdy nie zapomnę słów Jana Krenza, który dodał mi otuchy: „Wpuścisz do zatęchłego pokoju awangardy świeże górskie powietrze”.

Czasem w recenzjach widzę sugestie, że „Krzesany” był napisany pod wpływem moich górskich wycieczek. Tymczasem ja zacząłem chodzić w góry dopiero po jego ukończeniu. Dosłownie na drugi dzień wsiadłem w samochód, pojechałem do Zakopanego i wszedłem po raz pierwszy w życiu na wysoką górę. Był to Kościelec. I tak poprzez muzykę góralską „Krzesanego” pokochałem góry.

Krzysztof Zanussi

Po raz pierwszy spotkałem się osobiście z Wojciechem Kilarzem przy pracy nad moim pierwszym filmem. Miałem wtedy bardzo dziwny pomysł, aby muzyka powstała jeszcze przed filmem. Pan Wojciech próbował przekonać mnie, że to zupełnie nie ma sensu, ale jeżeli ja się upieram, to gotów jest uwzględnić moją prośbę i muzykę napisać. Był już wtedy na tyle uznanym kompozytorem, że po prostu przyjął moje wariackie żądanie jako ekstrawagancję. Wziąłem tę muzykę ze sobą na plan, używałem jej jako playbacku na zdjęciach. Wszystko oczywiście okazało się bezsensowne. Po zmontowaniu powstał efekt jak z filmu animowanego, gdzie postacie przelatują przez ekran w wymuszonym przez muzykę rytmie. Wszystko było brzydkie i głupie. Pan Wojciech skwitował tylko, że był pewien takiego skutku, i napisał muzykę po raz wtóry. Tak oto powstała muzyka do „Struktury kryształu” – pełna, wspaniała i oczywiście kompletnie inna niż ta pierwsza. Przed klęską uratowała mnie dobroć doświadczanego artysty, który zniósł moje idiotyczne fanaberie i pychę.

Moja wdzięczność była tak wielka, że już nigdy nie chciałem żadnego filmu robić bez niego. Jest to jedyna w historii kinematografii tak długa i wierna współpraca. Co prawda ta wierność jest po mojej stronie, bo pan Wojciech „zdradza” mnie od lat z innymi reżyserami. Ja oczywiście robię sceny zazdrości o każdą piękną muzykę, którą napisze dla Coppoli, Wajdy czy Polańskiego, a on z uśmiechem odpowiada: „Zrób taki film, to ci taką muzykę napiszę”. To prawda, że do moich filmów pisze się trudno, bo one nie są tak emocjonalne i nie dają takiej wizualnej zachęty jak na przykład obrazowe galopady i gorące emocje w filmach Wajdy. Muzyka pana Wojciecha potrafi wartościować wątki filmu (np. w „Iluminacji”), pokazując poprzez stopień komplikacji i bogactwa, które momenty są przełomowe, a które mniej ważne. Jest to najgłębsze wejście kompozytora w konstrukcję filmu i udział w procesie twórczym na równi z reżyserem.

Czasem rewelacyjna muzyka do filmu, który nie ma powodzenia, przechodzi niezauważona, a czasem zupełnie kiczowata muzyka do filmu, który zyskał zainteresowanie, niespodziewanie odnosi sukces. Dlatego uważa się, że kompozytor jest zakładnikiem reżysera, bo jak się reżyserowi uda i film „chwyci”, to również muzyka zyska popularność. Ale bywa też tak, jak w przypadku filmu „Dracula” Coppoli, że muzyka i film składają się na wspólny sukces i wzajemnie się dopełniają.

Przez wiele lat byliśmy z panem Wojciechem bliskimi sobie ludźmi, na co wpłynęła zbieżność światopoglądu i zapatrywań. To ważna część mojego życiorysu i jedna z niewielu niezwykłych artystycznych przyjaźni, jakie były mi dane.

Andrzej Wajda

Muzykę do „Ziemi obiecanej” nagrywaliśmy w Łodzi. Kiedy Kilar przyjechał ze swoją ulubioną orkiestrą z Katowic, pobiegłem do studia posłuchać nagrań, ciekawy, jak się łączą z moimi obrazami. Kiedy usłyszałem muzykę maszyn tkackich, którą film się zaczyna, to od razu uderzył mnie jej dynamizm i atmosfera zapowiedzi wydarzeń. Stukot maszyn był odzwierciedlony w muzyce tak idealnie, że każdy mógł niemal usłyszeć słowa: bo coś będzie, bo coś będzie... Scenom miłośnym towarzyszył zaś niezapomniany walc. Muzyka do „Ziemi obiecanej” tak idealnie pasowała do filmu, że potoczyła się z nim nierozdzielnie. Dzięki filmom Zanussiego Kilar stał się kompozytorem wyrazistym, silnym i gotowym na wszystko. Ale myślę, że po mojej „Ziemi obiecanej” poczuł prawdziwą swobodę i rozmach swojej muzyki.

W przypadku „Pana Tadeusza” nie miałem żadnych wątpliwości, że to właśnie Wojciech Kilar powinien napisać muzykę, poprosiłem go o to jeszcze przed rozpoczęciem zdjęć. Dostałem od niego fantastyczną, zaskakującą odpowiedź. Mianowicie kiedy jeszcze byliśmy w fazie przygotowań, otrzymaliśmy od Kilara płytę z nagraniem polonezem i list z tymi słowami: „Drogi Andrzeju, przesyłam propozycję muzyki do filmu, abyś mógł zrozumieć, jaki zrobisz film”. To właśnie mnie zachwyciło, że jeszcze nie było filmu, ale już była jego dusza – zawarta w muzyce.

Opracowano na podstawie Wojciechkilar.pl
(Polskie Wydawnictwo Muzyczne, 2012).



5 grudnia Gala „Teraz Polska Promocja”

Została zorganizowana już po raz siódmy (wspólnie z PAIIZ, POT i PARP) jako wydarzenie wieńczące konkurs na najlepszą pracę magisterską dotyczącą promocji Polski. Ubiegłoroczna edycja zebrala rekordową liczbę zgłoszeń – aż 124 prace magisterskie. Pula nagród wyniosła 50 tys. zł.



9 grudnia Wigilijny Klub „Teraz Polska”

W Rezydencji Belweder-Klonowa w Warszawie odbyło się spotkanie wigilijne Klubu „Teraz Polska”. Uroczystość uświetnił występ Zespołu Pieśni i Tańca Uniwersytetu Warszawskiego „Warszawianka”.



3 stycznia 60 lat prof. Skarżyńskiego

W Centrum Słuchu i Mowy w Kajetanach pod Warszawą odbył się benefis z okazji 60 urodzin prof. dra hab. med. Henryka Skarżyńskiego, światowej sławy otolaryngologa i specjalisty z otorynolaryngologii, audiologii i foniatrii, laureata licznych nagród i odznaczeń (m.in. Wybitny Polak 2012).



25 stycznia Gala BCC

W Teatrze Wielkim w Warszawie 11 firm wyróżniono tytułem Lidera Polskiego Biznesu. Nagrody specjalne otrzymali prof. Michał Kleiber, prezes PAN, przewodniczący Kapituły „Teraz Polska”, oraz Herman Van Rompuy, przewodniczący Rady Europejskiej.



27 stycznia Losowanie grup siatkarskich mistrzostw świata

Polska, Serbia, Argentyna, Wenezuela, Australia oraz trzecia drużyna konfederacji afrykańskiej zagra w fazie grupowej siatkarskich mistrzostw świata rozgrywanych we wrześniu w Polsce. Profesjonalna Liga Piłki Siatkowej owocnie współpracuje z Fundacją Polskiego Godła Promocyjnego od 2011 r., kiedy to została laureatem Konkursu „Teraz Polska”.



Fot. Piotr Sumara/PZPS

30–31 stycznia I Kongres Zdrowego Starzenia

Zorganizowany został przez Fundację na rzecz Zdrowego Starzenia Się we współpracy z Ministerstwem Pracy i Polityki Społecznej, Ministerstwem Zdrowia oraz Ministerstwem Sportu i Turystyki, a także stołecznym ratuszem. Po raz pierwszy w tak szerokim gronie debatowano o społecznych i zdrowotnych uwarunkowaniach starości, polityce senioralnej w ochronie zdrowia. Fundacja „Teraz Polska” podjęła bliższą współpracę ze Stowarzyszeniem Uniwersytety Trzeciego Wieku, planując wspólne działania na rzecz polskich seniorów.



31 stycznia Krzysztof Przybył powołany do Rady Akademii Polskiego Sukcesu

Zgromadzenie Fundatorów Akademii Polskiego Sukcesu powołało Krzysztofa Przybyła, prezesa Fundacji „Teraz Polska”, na członka Rady Akademii Polskiego Sukcesu. Akademię tworzą ludzie, którzy swoim przykładem dowodzą, że sukces, także na międzynarodową skalę, leży w granicach możliwości Polaków.

1 lutego Bal Polski w Brukseli

W hotelu Steigenberger Grand odbyła się 15. edycja Balu Polskiego – prestiżowej imprezy charytatywnej promującej Polskę, jej walory kulturalne, turystyczne oraz tradycje i gospodarkę. Fundacja „Teraz Polska” patronuje temu wydarzeniu od 2007 r.



Fot. I. Sobieszczyk/ TVP SA

3 lutego Wielki Test Wiedzy Ekonomicznej w TVP

Na pytania z dziedziny ekonomii i biznesu odpowiadał m.in. Krzysztof Przybył. Wystąpił w parze z aktorką Małgorzatą Pieczyńską. Audycję zrealizowały TVP i NBP. Za pośrednictwem Internetu uczestniczyło w niej ponad 300 tys. Polaków.

10–16 lutego Polska misja gospodarcza w Indiach

Wzięło w niej udział ponad 70 przedstawicieli biznesu i ośrodków naukowo-badawczych, reprezentujących sektor górniczy, wydobywczy i energetyczny. Zorganizowana została przez KIG jako impreza towarzysząca oficjalnej wizycie przedstawicieli MSZ i MG, m.in. Krzysztofa Przybyła.



13 lutego Elżbieta Bieńkowska Finansistką Roku

W hotelu Intercontinental Warszawa odbyła się gala rozdania nagród Finansista Roku 2013, organizowana przez redakcję tygodnika „Gazeta Finansowa”. Laureatem nagrody głównej została Elżbieta Bieńkowska, wicepremier, minister infrastruktury i rozwoju – za profesjonalizm i odwagę w zapewnianiu środków na rozwój naszego kraju. Partnerem gali była Fundacja „Teraz Polska”.

23 lutego Olimpiada. Teraz Polska!

Teraz Kowalczyk! Teraz Stoch! Teraz Bródka! Po raz pierwszy w historii Polska zdobyła cztery złote medale na zimowych igrzyskach olimpijskich. Zespoły panczenistów sięgnęły również po srebro i brąz, dzięki czemu Polska uplasowała się na 11. miejscu w klasyfikacji medalowej.



Fot. Szymon Sikora/Magazyn Olimpijski

3–4 marca Forum Gospodarcze w Toruniu

Prezes Krzysztof Przybył był moderatorem panelu „Możliwości dotarcia do klientów z kraju i zagranicy – intensyfikacja sprzedaży w rolnictwie”. Tegoroczne Forum poświęcone było tematyce rolnictwa, przetwórstwa i żywności regionalnej.





THINKTANK

MYŚLI, O KTÓRYCH SIĘ MÓWI

Nowe idee i trendy dla polskich liderów
Przywództwo, innowacje, rozwój

- Konferencje, raporty i programy tworzone wspólnie z partnerami strategicznymi
- Magazyn THINKTANK – kwartalnik dla liderów biznesu i administracji
- Okrągłe stoły, nowe idee, dyskusje w gronie praktyków
- Network – inspirująca przestrzeń dla najlepszych ekspertów w Polsce
- Najważniejsze wydarzenia na rynku idei (np. Europejskie Forum Nowych Idei)

Więcej o nas:
www.mttp.pl



KOLEKCJONUJ WYDARZENIA Z POCZTĄ POLSKĄ COLLECT EVENTS WITH POCZTA POLSKA

Kolekcjonuj znaczki w prosty i wygodny sposób!
Zamów abonament filatelistyczny
w najbliższej placówce pocztowej,
bądź za pośrednictwem strony internetowej:
www.filatelistyka.poczta-polska.pl

Collect stamps in an easy and comfortable way!
Order philatelic subscription
at the nearest post office or via internet at:
www.filatelistyka.poczta-polska.pl

