

Koncept

magazyn akademicki

SmartfOFF

Potrafisz wyobrazić sobie dzień bez telefonu?

SUPERBOHATER POKRZYWDZONY PRZEZ LOS

Jak media przedstawiają osoby z niepełnosprawnościami?

K-POP, FRYTKI I POLITYKA

Mają ze sobą więcej wspólnego, niż mogłoby się wydawać



K-pop, frytki i polityka

Mechanizm socjologiczny i psychologiczny znam i jestem w stanie o nim opowiedzieć. W teorii. Bo tak naprawdę absolutnie nie jestem w stanie zrozumieć, dlaczego ludzie w naszych czasach ulegają reklamom. Tym bardziej że też przecież znają te mechanizmy.

Reklama ponoć jest dźwignią handlu, ale w pewnych rzadkich sytuacjach można za jej pomocą skończyć jak facet z USA, który chciał zwiększyć prędkość swojego samochodu; zamontował do niego silnik odrzutowy i pozostał po nim i jego pojeździe tylko wypalony ślad na asfalcie.

W dalekiej Indonezji zamknięto na jakiś czas kilkadziesiąt restauracji sieci McDonald's. Wszystko za sprawą reklamy, do której najęto K-popowy boysband BTS. Reklama ta, zresztą, pojawiła się także w Warszawie. Nasz lud jednak okazał się na nią odporniejszy. Albo K-pop w Indonezji jest popularniejszy, albo po prostu jest to potwornie przeludniony kraj, więc i na jeden McDonald przypada dużo więcej osób. W każdym razie efekt był taki, że dzieciaki zaczęły walić pod wpływem billboardów ze swoimi ulubieńcami po cheeseburgery, frytki i colę w takich liczbach, że restauracje nie były w stanie sobie poradzić z obsługą, szczególnie w trudnych

Reklama, i najpopularniejsza jej forma, czyli „dowód z autorytetu”, zapraszanie znanych i lubianych do tego, by zachęcali do kupowania, jest faktycznie dziś jedną z dźwigni handlu.

czasach pandemicznych, i trzeba było je pozamykać. Restauracje, nie dzieciaki. Lepiej wyjaśnić, bo w końcu różnie bywa.

Jak to jest możliwe? Mieszkaniec Indonezji ma na temat działania reklamy podobną wiedzę jak mieszkaniec Polski. Wie, że chłopakom z BTS po prostu dano pieniądze. Gdyby więcej zapłaciło KFC albo sieć knajpek wegańskich, to

reklamowaliby właśnie je. Mogliby kibicować energetyce węglowej, jądrowej albo odnawialnym źródłom energii, twierdzić, że kawa służy zdrowiu lub wręcz zabija. Zależy, kto lepiej by zapłacił. Artyści na całym świecie już tak mają.

No dobrze, tłum atakujący „ulubioną” restaurację piosenkarzy składał się głównie z małolotów, naiwnych jeszcze, szukających idoli, gotowych zrobić wszystko, co ci idole każą. Tyle tylko, że reklama, i najpopularniejsza jej forma, czyli „dowód z autorytetu”, zapraszanie znanych i lubianych do tego, by zachęcali do kupowania, jest faktycznie dziś jedną z dźwigni handlu. I to handlu nie tylko zwykłymi towarami – burgerami czy shake'ami. To nie tylko Robert Lewandowski z telefonem komórkowym czy pani Kurdej-Szatan z siecią komórkową. To także obrót ideami, planami, sposobami na życie.

Bohaterom takich „reklam” – gdzie nie sprzedaje się samochodu czy płynu na porost włosów, a model ideologiczny porządku społecznego, kandydatury, założenia partii i opinie polityczne – czasem wprost płaci się pieniędzmi, ale często też prestiżem, stanowiskami, akceptacją i adoracją. Jest jeszcze jedna różnica z reklamą typową. Do tej ostatniej nie zachęca się nikogo szantażem. W przypadku artystów, aktorów, muzyków, pisarek, popierających takie czy inne idee, ideologie, partie polityczne, dodatkowym argumentem, najsilniejszym, jest strach. Strach przed tym, że jeśli nie zachowają się jak trzeba, spotka ich ostracyzm środowiskowy. Nie będą już lubiani jak swoi.

Więc chodzi i opowiadają wszyscy to samo, gnębiąc każdego, kto się wychyli i powie coś innego. A lud, czyli odbiorca? Czasem ich słucha. Choć trzeba pamiętać, że mimo wszystko więcej dzieciaków w Indonezji nie pobiegło po hamburgera pod wpływem kilku dzieciaków, niż pobiegło. I to jest dobry prognostyk.

Pociąg do wakacji

reszcie wakacje, wyciekane, zasłużone, szczególnie po roku nieprzerwanej nauki zdalnej. W związku z rosnącą liczbą szczepień przeciw chorobie COVID-19 szanse na jakikolwiek wyjazd jawią się na horyzoncie nieco wyraźniej niż w zeszłym roku.

WOczywiście jak wyjazd, to i kilka środków komunikacji do wyboru. Autokar, pociąg, samolot, samochód. Odważni i aktywni mogą się porwać nawet na rower.

O ile podróż autem zapewnia wygodę i prywatność, o tyle wyprawa komunikacją publiczną prawie zawsze niesie ze sobą szereg przygód.

Pociągami jeżdżę od lat. Na dłuższych trasach praktycznie nie ma sytuacji, żeby obyło się bez wrażeń. Przywołam ostatni wyjazd nad morze.

Pobudka o 4:00, bo przecież szanse na kupienie biletów w długi weekend znad morza do Warszawy o normalnej porze graniczyły z cudem. Do tego podróż w przedziale – a powszechnie wiadomo, że ludzie dzielą się na tych, którzy lubią jazdę w przedziałach, i tych, dla których siedzenie w zamkniętej ósemce jest istnym koszmarem (ja zaliczam się do zwolenników bezprzedziału, ale cóż począć, czasem nie ma innej możliwości).

Siedzę, szczęśliwa, że choć przez chwilę jestem sama i mogę cieszyć się porannym słońcem. Trzy sekundy później dołącza do mnie kobieta z dzieckiem. Mają mnóstwo ciężkich walizek, więc we trzy wkładamy bagaże na górne półki. Po naszym porannym rozruchu po przedziale przechadza się kot. Chodzi w tę i w tę, skacze po siedzeniach. Dowiaduję się, że to jego pierwsza podróż pociągiem i stąd jego dość ekscentryczne zachowanie. Kto się nigdy nie ekscytował przed pierwszą podróżą środkiem komunikacyjnym, niech pierwszy rzuci kamień. Przewinienia kota niech będą zatem wybaczone.



Po chwili zauważam, że mama z córką rozmawia w nieznanym mi języku. Pytam, czy może mi zdradzić, jaka to mowa. Mama odpowiada, że grecka, po czym opowiada historię, jak przez pandemię musiała wrócić z pociechą do Polski, a ta nie zna naszego ojczystego języka. Stwierdziła, że nigdy nie sądziła, że znajomość polszczyzny okaże się córce przydatna, ale życie niespodziewanie przywiało je do kraju pełnego „pól malowanych zbożem rozmaitem”. Wywód zakończyła wnioskiem, że na tym świecie nie ma nic pewnego oraz że rodzice powinni uczyć dzieci swych rodzimych języków.

Sama ta scena była niesamowita. Dwie kobiety jadące z tobołkami i kocim przyjaciele, do tego matka, która publicznie przyznaje się, że popełniła błąd w edukacji dziecka i teraz go żałuje. Zaczęłam się zastanawiać, ile innych osób zaczęłoby za daną sytuację obwiniać los, fatum, cokolwiek innego – tylko nie siebie. Moja współpodróżniczka autentycznie mi w tamtej chwili zaimponowała.

Zaszu na dalsze pogawędki zbytnio nie było, bo dosiadła się do nas chociażby starszuszka absolutnie zakochana w kocie, mężczyzna, który z nieskrywaną pasją słuchał disco polo i śpiewał na cały przedział, oraz jego żona, nie będąca w stanie uciszyć małżonka.

Finalnie wszyscy doszliśmy do wniosku, że mimo tłoku, gorąca, śpiewów i opóźnień dobrze w tej scenie uczestniczyć, bo wreszcie możemy być wśród innych nieznanymi nam ludźmi.

Tego Wam życzyć w te wakacje – niezależnie od tego, jaki środek transportu wybieriecie i dokąd pojedziecie, w razie jakichkolwiek problemów czy niedogodności pomyślcie: „Rok temu oddał(a)bym wiele, żeby móc tak ponarzekać”.

„Koncept”
magazyn akademicki
Wydawca:
Fundacja Inicjatyw
Młodzieżowych
Adres: ul. Solec 81b;
lok. 73A, 00-382 Warszawa
Strona:
www.fim.edu.pl
www.magazynkoncept.pl
E-mail:
redakcja@magazynkoncept.pl

Redakcja:
Aleksandra Klimkowska
(red. nacz.),
Wiktor Świetlik,
Hubert Kowalski,
Patryk Kijanka,
Kamil Kijanka,
Karolina Chruścicka,
Magdalena Maciejewska,
Jakub Grelhoff,
Mateusz Kuczmierowski,
Mariusz Białkowski,
Klaudia Łoś,
Igor Subocz,
Maja Polak,
Tomasz Rykaczewski,
Ewelina Makoś,
Edyta Śpiewak,
Aleksandra Golec.
Projekt, skład i łamanie:
Henryk Prokop
Korekta:
Aleksandra Klimkowska

Aby poznać ofertę
reklamową, prosimy
o kontakt pod adresem:
redakcja@magazynkoncept.pl

fim.

Fundacja Inicjatyw
Młodzieżowych



ZNAJDŹ NAS:

@MagazynKoncept

@FundacjaFIM

@magazynkoncept

#ToSięNadaje

/fundacja_inicjatyw_mladziezowych



Sfinansowano przez Narodowy Instytut Wolności
– Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego
ze środków Programu Rozwoju Organizacji Obywatelskich
na lata 2018–2030.



ODKRYJ W SOBIE LIDERA!



Zdobądź kompetencje
do bycia liderem



Poznaj
swoje mocne strony



Naucz się
prowadzenia projektów



Spotkaj
ludzi do współpracy



Podziel się
pomysłami i doświadczeniem

SZKOLENIA II STOPNIA! 2021

Warszawa:

16-18 lipca, 23-25 lipca

Organizator:

Partnerzy strategiczni:

Fundacja

Recenzje

Pandemiczne opóźnienia doprowadziły do tego, że w krótkim czasie premierę miały dwie produkcje o projektantach mody: dostępny na platformie Netflix miniserial „Halston” oraz „Cruella”, czyli wariacja na temat „101 dalmatyńczyków”. Produkcje te są skierowane do różnych widowni, ale łączy je więcej niż tylko nisza kina opowiadającego o modzie.

Najnowsza z aktorskich adaptacji animacji Disneya ma skomplikowaną naturę. Film jest często opisywany jako prequel, ostatecznie jednak wydaje się być raczej przeróbką w stylu dwóch części „Czarownicy” z Angeliną Jolie. Klasyczna baśń o Śpiącej Królownie zapewne wydawała się producentom zbyt staroświecka, aby trochę nie poeksperymentować. Przed 101 generowanymi komputerowo dalmatyńczykami uchroniło widzów z kolei istnienie aktorskiej adaptacji z Glennem Close, która została zresztą producentką nowego filmu.

Dopiero zapowiadany sequel „Cruelli” wyjaśni, czy seria „połączy” się z filmem Glenn Close; wydaje się jednak, że twórcy potraktowali poprzednie opowieści o dalmatyńczykach jako brzydkie pomówienie. Sprostowanie jest takie, że bohaterka (Emma Stone), która tak naprawdę nazywa się Estella, była wyjątkowo utalentowanym dzieckiem, zmuszonym było zostać ulicznym złodziejaszkiem. Jej przestępczymi współnikami, a także współlokatorami w pewnym pustostanie, bardzo wcześniej zostali znani z animacji Jasper (Joel Fry) i Horacy (Paul Walter Hauser).

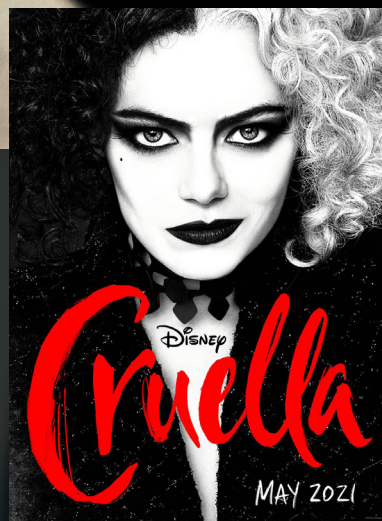
Idąc za tropem filmu z Glennem Close, zamiłowanie Cruelli do futer zostało zmienione w pasję do mody. Film w dużej mierze opowiada o jej drodze na najmodniejszy szczyt w rytmie rock’n’rollowych klasyków i w stylu „Chłopów z ferajny” czy też poprzedniego filmu Craiga Gillespiego „Ja, Tonyi”.

Estella szybko awansuje ze sprzątaczką do roli prawej ręki wiodącej projektantki Baronowej (Emma

Thompson). Wkrótce zaczynają one rywalizować, a Estella ukrywa się za alter ego Cruelli, której to przydomek zyskała niegdyś ze względu na swoje ataki okrucieństwa. Mroczna strona postaci dobrze łączy się z punkową estetyką lat 70., bo w tym właśnie czasie zostaje osadzona opowieść. Oprócz tego, że jest ona świetnie zagrana, rywalizacja geniuszy haute couture staje się wiarygodna dzięki pracy projektantki kostiumów Jenny Beavan, która wydaje się mieć trzeciego Oscara w kieszeni.

Halston, a właściwie Roy Halston Frowick, to projektant, który faktycznie brał udział w modowym pojedynku: legendarnej dziś, tak zwanej „Bitwie o Wersal”, w której wraz z innymi amerykańskimi projektantami zwyciężył nad kontynentalnymi domami mody. To jeden z sukcesów Halstona, przy których zatrzymuje się serial; inne takie sukcesy to kilka kluczowych projektów, nie tylko ubrań, ale także linii perfum i własnego luksusowego apartamentu. Serial otwiera z kolei inauguracja Johna Kennedy’ego, która uczyniła tytułowego projektanta sławnym jako twórcę kapelusza Jacquelin Kennedy. Półtorej dekady później Halston przecierał szlaki, dokonując ekspansji marki, przez co ostatecznie stracił do niej prawa.

Ta historia to dziś znana przestroga, a serial opowiada równolegle także o osobistych problemach Halstona. Jeden z nich to nałogi, nie bez związku z faktem, że mężczyzna był stałym bywalcem klubu Studio 54, zadowionym przez nowojorską śmietankę. Odtworzenie tej lokacji i epoki to kluczowe atrakcje serialu, który dużo miejsca poświęca także przyjaciółce Halstona Lizie Minnelli, wyjątkowo dobrze impersonowanej przez Krystę Rodriguez. W mniej pozytywnym sensie impersonatorem wydaje się Ewan McGregor w roli głównej; na koniec odnosi się wrażenie, że nie przeszedł on metamorfozy, mimo że jego bohater ma za sobą już niezwykle długą drogę.



CRUELLA
REŻ. CRAIG GILLESPIE,
PROD. USA, 134 MIN



HALSTON
PROD. USA,
5 ODC. PO OK. 50 MIN

Trudno nie winić za to twórcy serialu Ryana Murphy’ego, który postanowił opowiedzieć historię w bardzo oczywisty sposób. Produkcja wydaje się za to skutecznie nie pozostawiać wątpliwości, że moda jest sztuką.

Nie będziemy jednak gratulować Murphy’emu, ponieważ niespodziewanie równie, a może bardziej skuteczni w swoim hołdzie dla mody okazali się twórcy „Cruelli”. Nie ważne, że ich film nie jest idealnie skonstruowany, bo eksploatujące nostalgia korporacyjne projekty rzadko dają popkulturze coś z powrotem.



Praca w wannie, ale bez urlopu

Nikt nie potrafi tak barwnie opowiadać o kraju znad Sekwany, francuskiej kuchni czy postęпах w Tour de France jak Marek Brzeziński. Rozmawiamy z nim o pracy korespondenta zagranicznego.

Kamil Kijanka: Jak zaczęła się Pańska przygoda w tym zawodzie?

Marek Brzeziński: Pierwsze przeczucia, że mogę mieć coś wspólnego z pisaniem, zaczęły przychodzić pod koniec nauki w liceum. Jednak to, że zostałem dziennikarzem, było czystym przypadkiem.

Po drodze wyjeżdżałem do Australii, Nowej Zelandii czy Wielkiej Brytanii, gdzie robiłem wiele innych rzeczy niż dziennikarstwo. Pracowałem jako stolarz, technik narciarski, aż w końcu trafiłem do BBC.

Kiedy wyprowadziłem się do Paryża, nie znałem języka francuskiego, więc uczyłem angielskiego w różnych szkołach, w tym pilotów AIR France. Kiedy już opanowałem język, zacząłem współpracę z Radiem RFI. Robiłem także felietony dla Radia Łódź i to tu zaczęła się tak naprawdę moja praca korespondenta, a nie dziennikarza. Były to dwa programy, z czego jeden był z przymrużeniem oka, a drugi bardziej poważny, o polityce. Wcześniej też były łódzkie „Odgłosy”, dla których pisałem o mniejszościach mieszkających w Polsce, Tatarach i Litwinach. Były też relacje z moich podróży śladami królów po Rumunii i Walii.

Pewnego dnia ktoś zadzwonił z propozycją, bym przygotował korespondencję o zbliżających się wyborach we Francji dla Polskiego Radia. Miałem sporo szczęścia. Okazało się, że przede mną były na liście trzy inne nazwiska brane pod uwagę. Żadna z tych osób nie była jednak wtedy dyspozycyjna. W końcu ktoś zadzwonił do mnie, a ja odebrałem telefon. I tak się to zaczęło. Od zawsze interesowało mnie wszystko to, co dzieje się wokół. Myślę, że to ważne w tym zawodzie.

Niewątpliwie ciekawość świata to pożądana cecha w pracy korespondenta. Jak jeszcze należy posiadać predyspozycje i umiejętności, by odnaleźć się w tej roli?

Ciekawość świata powinna cechować nie tylko korespondenta, ale każdego człowieka, który chce coś w życiu osiągnąć. Myślę, że absolutną podstawą niezbędną w tej pracy jest znajomość języka obcego. Ja mówię dobrze w pięciu językach. Język przełamuje wszyst-

Ciekawość świata powinna cechować nie tylko korespondenta, ale każdego człowieka, który chce coś w życiu osiągnąć.

kie bariery między ludźmi. Angielski jest językiem międzynarodowym i można nim się porozumieć niemal wszędzie. Warto jednak

się uczyć także innych języków obcych. Jak mawiał Goethe: „Kto chce zrozumieć poemat, musi pojechać do kraju poetów”.

Przekonałem się o tym chociażby, gdy wyjechałem do Portugalii, aby pracować jako korespondent Radia Chicago. Zawzięłem się i zacząłem uczyć się portugalskiego, by móc zrozumieć lokalną społeczność. I to dopiero otworzyło przede mną wiele dróg do ciekawych ludzi i rozmów. Nie wszyscy, szczególnie starsi, znali bowiem język angielski.

Jadąc do danego kraju, dobrze jest zapoznać się z jego kulturą i literaturą. Warto przy tym zaznaczyć, że w pracy korespondenta równie ważna co znajomość języków obcych i ciekawość świata powinna być bezstronność. Można czegoś lubić lub nie, ale w domu. Dziennikarz musi być bezstronny, by rzetelnie wykonywać swoją pracę. Ważne jest również odpowiednie przygotowanie do tematu. Z drugiej strony trzeba przedstawić to tak, by każdy mógł zrozumieć, co chcemy przekazać.

Pamiętam jedną taką rozmowę z Georgesem Charpakiem, francuskim fizykiem i zdobywcą nagrody Nobla. Przygotowywałem się do tego wywiadu i sporo czytałem na jego temat. Nie znałem się jednak na fizyce. Prosiłem więc rozmówcę, by opowiadał o swoich dokonaniach tak, bym zrozumiał to i ja, i nasi słuchacze, którzy z fizyką nie mieli zbyt wiele wspólnego.

Czy w tej pracy nie trzeba być przypadkiem trochę na wyłączność? Jak udało się Panu pogodzić pracę na uczelni z rolą korespondenta?

Niestety tak jest. Trzeba być na wyłączność. Przez 21 lat byłem profesorem antropologii na Uniwersytecie Schillera w Paryżu, pracując przy tym w RFI czy jako korespondent Polskiego Radia. To jest kwestia umiejętności opanowania stresu. Do tego można przywyknąć i jeśli się chce, można to pogodzić.

Kiedy zdarzały się pilne telefony z prośbą o jakąś relację, byłem szczerzy ze swoimi studentami. Wiedzieli, że jestem dziennikarzem, więc jeżeli było to coś naprawdę pilnego, zarządzaliśmy chwilę przerwy, bym mógł wejść na żywo. Korespondent nie ma urlopu. To jest styl życia, do którego trzeba mieć też odpowiednie predyspozycje. Proszę mi wierzyć, relacjonowałem wydarzenia z najdziwniejszych miejsc...

Na przykład?

Kilka metrów nad ziemią, bezpośrednio z wyciągu narciarskiego, podczas bankietu, imprezy czy... z wanny. Pamiętam, jak pewnego razu wróciłem z kolacji z przyjaciół-

mi i zamierzałem się wykąpać. Byłem już w łazience, gdy otrzymałem pilny telefon z prośbą o wypowiedź na temat Krzysztofa Kieślowskiego, który zmarł. Telefon w pracy korespondenta, bez względu na okoliczności, musi być cały czas włączony.

Zdarzają się kryzysowe sytuacje?

Sprzęt i technika niestety bywają zawodne. Proszę sobie wyobrazić sytuację, w której rozmawia pan z prezydentem Francji, a później okazuje się, że nic się nie nagrało! To jest dramat. Potworny stres.

Pamiętam też taką konferencję, gdy w naszej ambasadzie, zwanej "Pałacem Monaco", przemawiał były prezydent Francji Valéry Giscard d'Estaing. Po wystąpieniu oświadczył, że nie będzie żadnych pytań. Ja

Można czegoś lubić lub nie, ale w domu. Dziennikarz musi być bezstronny, by rzetelnie wykonywać swoją pracę.

jednak nie dałem za wygraną. Stojąc między ochroniarzem a prezydentem, poprosiłem o odpowiedź chociaż na jedno pytanie. Ten stanowczo odmówił. Stwierdził, że wszystko zostało powiedziane. Wówczas odrzekłem, że wcale nie chcę pytać o wstąpienie Polski do Unii Europejskiej, co było tematem jego przemówienia, a o... narty. On świetnie jeździł na nartach!

Prezydent, początkowo zdezorientowany, w końcu odwrócił się i spytał, o co mi tak naprawdę chodzi. Jako że był pierwszym człowiekiem, który zjechał na nartach ze szczytu Mont Blanc, chciałem, by opowiedział mi właśnie o tym. Nie dość, że Valéry Giscard d'Estaing podzielił się ze mną swoimi wspomnieniami, to mogłem zapytać także o kwestię przyjęcia Polski do UE. Czasem więc trzeba umieć znaleźć odpowiedni wytrych.

A pamięta Pan swój pierwszy relacjonowany Tour de France?

Była to z jednej strony bardzo wyczerpująca, ale z drugiej niezwykle satysfakcjonująca przygoda. Ponad dziesięć godzin relacji dziennie. Kiedy jednak wyścig się kończył, odczuwałem jego brak.

Zdecydowanie bardziej niż pierwszy pamiętam swój ostatni Tour de France. Było to szalenie wzruszające wydarzenie. Wiedziałem, że to jest koniec mojej dwudziestoletniej przygody. Tour de France jest wspaniałą okazją, by pokazać ten kraj takim, jaki jest naprawdę. Francja zaczyna wtedy żyć pełnią życia. ■

SmartfOFF, czyli Dzień bez Telefonu Komórkowego



24 godziny bez telefonu. Ale tak naprawdę, nawet na pięć minut nie sprawdzisz fejsa. Brzmi jak wyzwanie czy scenariusz dnia rodem ze science fiction?

Wyobraź sobie, że rano budzi cię dźwięk analogowego budzika. Nie możesz włączyć drzemki, więc wstajesz i rutynowo sprawdzasz skrzynkę. Tym razem żadnych listów. Podczas śniadania czytasz, co nowego wydarzyło się na świecie. Odkładasz gazetę i zbierasz się do wyjścia. Po zamknięciu drzwi uświadomiasz sobie, że nie masz maseczki, ale brakuje ci czegoś jeszcze, ręka jest zbyt lekka. No tak, nie zabrałeś zegarka!

Tak mogłoby wyglądać typowe poranki, gdyby nie Martin Cooper, wynalazca prototypu telefonu komórkowego i współpracownik Motorola. To właśnie ta firma 3 września 1973 roku zaprezentowała pierwsze telefon komórkowy. Co znamienne, pierwsze połączenie Cooper wykonał do Joela Engela, pracownika Bell Labs, z którym rywalizował w nieoficjalnym wyścigu o wynalezienie pierwszego telefonu komórkowego.

Dostępne funkcje? Opcja zapisu 30 kontaktów oraz możliwość mówienia, słuchania i wybierania numeru! W ciągu 48 lat technologia dokonała istnego skoku milowego.

KILKA DANYCH Z KOMÓRKOWEGO ŚWIATA

Obecnie z telefonów komórkowych korzysta 5,22 miliarda ludzi, co stanowi 66,6% całej populacji świata. Liczba unikalnych użytkowników mobilnych wzrosła w ciągu roku o 93 miliony, a łączna liczba połączeń mobilnych wzrosła o 72 miliony, osiągnąwszy łącznie ponad 8 miliardów na początku 2021 roku. Według raportu Urzędu Komunikacji Elektronicznej z telefonów komórkowych w 2019 roku korzystało 92,9% Polaków.

Ponad 60% osób w wieku od 15 do 35 lat nie rozstaje się ze smartfonem w ciągu dnia, a 82% musi mieć przy sobie smartfon nawet podczas snu! Przed wybuchem pandemii 80% dorosłych Polaków spędzało z telefonem w dłoni co najmniej godzinę dziennie, w tym aż 28% od dwóch do trzech godzin, a blisko co czwarty nawet dłużej. Aż 60% osób w wieku 18–24 lat korzystało z niego ponad cztery godziny dziennie. Pandemia jeszcze mocniej wydłużyła ten czas – ponad połowa Polaków (56,5%) przyznała, że sięga po telefon częściej. Dla 30% osób, które odnotowały taką zmianę, czas spędzony z komórką w dłoni zwiększył się o ok. 2–4 godziny.

Dane są alarmujące, jednak trudno się im dziwić, w momencie gdy smartfon zastępuje nam najczęściej (a już szczególnie w pandemii) kontakty z bliskimi, telewizor, książki, radio, a nawet trenera czy dietetyka! Po sięgnięciu po telefon czas (dosłownie) ucieka nam przez palce, jednak wizja „bycia na bieżąco” kusi bardziej niż racjonalne zarządzanie czasem. Bezpośrednio z tym związane jest zjawisko nazywane FOMO – skrót od ang. *fear of missing out*, oznaczające strach przed tym, co nas omija. Odkładając telefon, obawiamy się, że przegapimy jakieś istotne, ciekawe wydarzenie, o którym wszyscy inni już wiedzą. Według badaczy z Uniwersytetu Warszawskiego problem wysokiego poziomu FOMO w 2018 roku dotyczył 16% polskich internautów.

JAK OGRANICZYĆ KORZYSTANIE ZE SMARTFONA?

Jeśli wydaje ci się, że problem ze zbyt długim korzystaniem z telefonu komórkowego dotyczy także ciebie, przede wszystkim zacznij monitorować czas, który przy nim spędzasz. Obecnie każdy telefon posiada aplikację, która śledzi czas korzystania z poszczególnych aplikacji oraz wylicza, ile godzin używano komórki. Można też ustawić limity, które po ich przekroczeniu zablokują dostęp do wybranych funkcji. Już sama świadomość czasu, jaki spędzamy, korzystając z telefonu, pomaga w jego ograniczeniu! Niezawodnym i prostym sposobem jest także odłożenie telefonu daleko od miejsca, w którym obecnie przebywamy. Wystarczy ukryć wyświetlacz poza zasięgiem naszego wzroku, by koncentracja na wykonywanych zadaniach wzrosła. Gdy telefon będzie daleko, to zwyczajnie nie będzie nam się chciało sięgać po niego co kilka minut, jeśli dotychczas mieliśmy to w zwyczaju.

Ponad 60% osób w wieku od 15 do 35 lat nie rozstaje się ze smartfonem w ciągu dnia, a 82% musi mieć przy sobie smartfon nawet podczas snu!

Dzień spędzony bez telefonu w obecnych czasach wydaje się nie do zrealizowania. Dlatego zamiast drastycznego kroku, jakim z pewnością byłoby zostawienie smartfona w domu na cały dzień, warto zaplanować kilka mniejszych: ograniczyć czas spędzany przed wyświetlaczem, odinstalować lub nałożyć limity na aplikacje, które pożerają większość czasu, czy podczas spotkania ze znajomymi odłożyć wszystkie urządzenia w miejsce poza zasięgiem wzroku.

Gwarantuję, że memy z kotami poczekają do triumfalnego powrotu do wirtualnego świata, a co więcej – ich oglądanie dostarczy jeszcze więcej humoru i satysfakcji.

Klient nasz pan - sztuka customer experience w praktyce

Jeszcze do niedawna zadowolenie klienta wynikało głównie z ceny produktu. Dziś jednak to nie ona jest wiodącym czynnikiem. Ważną rolę odgrywa swoista relacja wykształcona między klientem a sprzedawcą.

„Klient jest najważniejszy” – pozornie banalny, marketingowy frazes, jednak tylko nielicznym udaje się go skutecznie wdrożyć w życie.

Skoro klient ma być najważniejszy, to oczywiste jest, że trzeba zrobić wszystko, żeby go zadowolić i zatrzymać jak najdłużej. W tym miejscu nasuwa się pytanie: jak to zrobić? Tak naprawdę, ilu konsumentów, tyle różnych doświadczeń. Dlatego trudno jednoznacznie stwierdzić, jakie działania należy podjąć. To indywidualna strategia każdej firmy.

Czasy, w których klienci są traktowani jak bóstwo, powoli przemijają.

CZYM JEST CUSTOMER EXPERIENCE (CX)?

Termin ten jest często utożsamiany wyłącznie z obsługą klienta, jednak jego znaczenie jest o wiele szersze. Są to również wrażenia, emocje i uczucia, których klient doświadcza w interakcji z firmą. Doświadczenia te obejmują nie tylko proces zakupowy, ale także etap poprzedzający i finalizujący sprzedaż. Chodzi tu o próbę zmaksymalizowania satysfakcji klienta bądź odwrotnie – minimalizację ryzyka jego niezadowolenia. Na percepcję CX ma wpływ cała organizacja oraz jej postrzeganie przez klienta we wszystkich płaszczyznach związanych z daną marką. Przykładowo czynnikami wpływającymi na zakup nowego samochodu będą nie tylko cena i jego wygląd, ale także poziom obsługi klienta, opinie innych użytkowników, warunki reklamacji czy posprzedażowe wsparcie.

JAK TO DZIAŁA?

W ostatnich latach temat CX zyskuje na popularności. Producenci i sprzedawcy starają się coraz bardziej identyfikować oraz spełniać potrzeby i oczekiwania konsumentów. W tym celu prowadzone są różne badania i ankiety, mające na celu zbadać poziom satysfakcji klienta. Priorytetem każdego biznesu jest zadowolenie klienta, co jednocześnie przekłada się na zysk firmy. I nie ma znaczenia, czy klient kupił auto za 20 tys. zł, czy za milion – na swoim poziomie satysfakcji ma być tak zadowolony, jak to tylko maksymalnie możliwe.

FILARY CUSTOMER EXPERIENCE

To tylko i aż 6 filarów, które mogą diametralnie wpłynąć na relację klient – sprzedawca:

- **wiarygodność** wiąże się z zaufaniem do marki i reagowaniem przez nią na kryzysowe sytuacje;
- **rozwiązywanie problemów** dotyczy m.in. bezzwłoczności działania bądź umiejętności przeproszenia za powstałe niedogodności;
- **oczekiwania** oznaczają obietnicę odnośnie do tego, czego klient może się spodziewać od marki. Przykładowo marka Yves Rocher do każdego zamówienia dołącza drobny upominek;
- **czas i wysiłek** są rozumiane jako odpowiedź na oczekiwania konsumentów, którzy chcą wyeli-

minować nadmierną biurokrację związaną z zakupami;

- **personalizacja** ma na celu stworzyć indywidualny, wyjątkowy produkt lub usługę i dostosować ją do konkretnych oczekiwań klienta;
- **empatia** to wyjście naprzeciw nietypowej sytuacji klienta, np. zorganizowanie kąpieliska dla dzieci w banku.

TYCH KLIENTÓW NIE OBSŁUGUJEMY

Mając do czynienia z trudnym i wymagającym klientem, nie można dać ponieść się emocjom. Zachowanie balansu to podstawa! Odpowiednie podejście oraz kultura osobista to elementy niezbędne podczas kontaktu z każdym klientem. Niestety, nie zawsze to wystarcza. Firmy coraz częściej zdają sobie sprawę z tego, że nieodpowiednie zachowania klientów wobec pracowników działają tych drugich demotywujo i wpływają na jakość obsługi w przyszłości. W skrajnych przypadkach dochodzi nawet do zakończenia dalszej współpracy po to, aby inni klienci mieli umożliwiony dostęp do najwyższej jakości obsługi zgodnej ze standardami firmy. Czasy, w których klienci są traktowani jak bóstwo, powoli przemijają. Istotną rolę odgrywa teraz wzbudzenie sympatii oraz zaufania klienta, co przełoży się na dalszą współpracę. Dzięki temu klient będzie traktował daną firmę jako równorzędnego partnera biznesowego, a nawet przyjaciela.

Nie ma znaczenia, czy klient kupił auto za 20 tys. zł, czy za milion – ma być zadowolony tak, jak to tylko maksymalnie możliwe.

Medialny gość: niepełnosprawność

Czasem obawiamy się niepełnosprawności. Skąd to wynika i w jaki sposób media mogą przyczynić się do kreowania postrzegania osób z niepełnosprawnościami?



Jeszcze w latach 80. XX w. nie zwracano większej uwagi na potrzebę występowania osób z dysfunkcjami w mediach. Temat ten władze Polski Ludowej traktowały jako tabu, co przyczyniło się do tego, że wiele osób stało się zakładnikami własnych domów. To z kolei doprowadziło do przekonania, że temat niepełnosprawności lepiej jest przemilczeć.

PRZEŁOM NA RYNKU WYDAWNICZYM

Powstanie pierwszej profesjonalnej gazety „Integracja”, której odbiorcami miały być osoby z niepełnosprawnościami, stało się punktem zwrotnym w medialnym dyskursie. W kolejnych tytułach: „Asocjacje”, „Bardziej kochani”, „BIFRON”, „Droga nadziei” czy „Nowy Świat Ciszy” można było znaleźć nie tylko wiele porad, ale także informacji związanych z edukacją, zatrudnieniem czy też rehabilitacją.

KREACJA MEDIÓW

Po dziś dzień jednak niewielu jest w Polsce dziennikarzy, którzy specjalizują się w tym temacie. Zaprezentowanie języka migowego jako sposobu komunikowania się z osobą niewidomą, łączenie informacji o braku słuchu z pismem Braille’a oraz wózka inwalidzkiego z upośledzeniem to tylko niektóre przykłady dziennikarskiej nierzetelności, o której (oby kiedykolwiek!) dowiedzieli się widzowie.

Zdaniem Piotra Stanisławskiego, autora tekstu „Bohaterowie jednego tematu”, „gdyby spróbować opisać polskiego niepełnosprawnego wyłącznie na podstawie prezentowanych programów telewizyjnych, to okazałoby się, że najczęściej jest to nieszczęśliwa osoba, dla której trzeba zebrać środki na operację i sprzęt, albo ktoś, kto postanawia na swoim wózku wspiąć się na szczyt góry, aby udowodnić, że potrafi robić wielkie rzeczy”. Taka prezentacja zniechęca widzów do poznawania świata osób zmagających się z niepełnosprawnością i negatywnie wpływa na postawy społeczne, które coraz częściej opierają się właśnie na przekazach medialnych.

Największy problem z prezentowaniem osób z dysfunkcjami dotyczy stacji telewizyjnych, które wciąż obawiają się wizualnego prezentowania ludzi różniących się od zdrowych

pełnosprawnych. W związku z tym osoby zmagające się z różnymi niepełnosprawnościami doświadczają deprecjacji, która może polegać zarówno na pomijaniu tego tematu, jak i prezentowaniu go w sposób heroiczno-skandaliczny. Zwróciła na to uwagę Karolina Korwin Piotrowska, zaznaczając, że luksusowe magazyny uważają te kwestie za nieestetyczne lub niestosowne. „Częściej z zagadnieniem niepełnosprawności spotkamy się w kobiecych czasyopismach plotkarskich, bazujących na »human stories«.

Powikłane

życiorysy, walka z przeciwnościami, ludzkie tragedie i podnoszenie się po nich to stałe wątki takich tytułów. Niepełnosprawni jako ciężko doświadczeni przez los stosunkowo często stają się bohaterami opisywanych tam historii”.

Takie podejście generuje kolejny problem, czyli przeznaczenie tematu związanego z niepełnosprawnością dla osób poszukujących sensacji zamiast rzetelnych informacji. Rozumienie danej sytuacji staje się wówczas sprawą podrzędną, podobnie jak ludzka podmiotowość.

WYOBRAŻENIA VS RZECZYWISTOŚĆ

Materiały dziennikarskie opierające się na tego typu emocjach i pierwotnych odruchach przedstawiają stereotypową, uproszczoną wizję świata. Służą temu zarówno kojarzone przez nas często z niepełnosprawnością – dzięki chociażby wielu filmom – patos, litość i śmieszność wywołane ukazaniem osoby niepełnosprawnej jako obiektu drwin lub maskotki społeczeństwa. Prezentowany bywa również wizerunek niepełnosprawnego, który jest osobą zgorzkniałą, nieprzewidywalną i niebezpieczną dla społeczeństwa, co z kolei wywołuje wrogość i poczucie zagrożenia wśród innych. Pojawiają się także niepełnosprawni herosi radzący sobie z każdym wyzwaniem. Na ten rzekomo pozytywny stereotyp „superkaleki” niepełnosprawni skarżą się najczęściej, czując, że są poddawani próbie i muszą udowodnić, że nie są gorsi od tych niepełnosprawnych, których na szklanym ekranie jest znacznie więcej.

SPRAWDZANIE REAKCJI WIDZÓW

Pomimo tego, że mass media otworzyły się na osoby z niepełnosprawnościami kilkanaście lat temu, to wciąż istnieje obawa, że widoczna niepełnosprawność odstraszy potencjalnych odbiorców. Z tym problemem piętnaście lat temu zmierzył się Maciej Winiarski, czyli poruszający się na wózku inwalidzkim prezyder „Echa Panoramy”. Pomimo tego, że jego wózek nie jest prezentowany na

antenie, sam zainteresowany uważa, że to właśnie jest wyrazem równego

traktowania – skoro bowiem inni prezenterzy filmowani są od pasa w górę, to dlaczego w jego przypadku miałyby to wyglądać inaczej?

Z kolei widzowie brytyjskiego kanału „Channel Five” w listopadzie 2009 roku na antenie zobaczyli Jamesa Partridge’a, który był członkiem organizacji „Changing Faces”. Partridge przez tydzień prowadził serwis informacyjny w ramach eksperymentu, który miał na celu „oswajanie widzów z odmiennością, widokiem ludzi o różnym wyglądzie i możliwościach ruchowych”, ze względu na to, że prezenter miał zrekonstruowaną chirurgicznie twarz spaloną w wypadku samochodowym. Z przeprowadzonego przed jego

pojawieniem się na antenie sondażu wynikało, że „64% osób nie ma zamiaru przełączać kanału, kiedy

mężczyzna pojawi się na antenie”. Można byłoby jednak zadać pytanie: „Dlaczego aż 36% ma inne zdanie i w jaki sposób można je zmienić?”.

Brytyjska telewizja postanowiła sprawdzić reakcje swoich widzów także w przypadku emisji programu dla dzieci „Cbeebies”, zatrudniając Cerrie Burnell, która nie ma ręki, jako osobę prowadzącą. Głosy oburzonych rodziców obiegły redakcję telewizji już po pierwszej emisji z prośbą o zwolnienie prezenterki: „Głównym argumentem było to, że ona »straszy ich dzieci« swoim odmiennym wyglądem. Media informowały wówczas, że te rodzicielskie ataki były wyjątkowo ostre. Do

stacji wpłynęło 25 oficjalnych skarg w związku z Cerrie – podaje CNN (...). Pojawiło się wiele wulgarnych postów, które trzeba było usuwać ze strony (...). Jeden z ojców napisał, że zabronił swojej córce oglądania programów z udziałem Burnell, bo boi się, iż jego córka będzie miała koszmary. Inny skarżył się BBC, że był zmuszony odbyć z dzieckiem rozmowę na temat niepełnosprawności”. Sama prezenterka wyraziła zadowolenie z tego powodu, że program z jej udziałem stał się przyczyną do rozmów z dziećmi na tak ważny temat.

KONIECZNOŚĆ (JESZCZE) BARDZIEJ ZINTEGROWANYCH DZIAŁAŃ

Pomimo tego, że przykłady pojawiających się w mediach osób z niepełnosprawnościami można byłoby mnożyć, czego dowodem jest chociażby program „Mam talent” czy też polskie oraz zagraniczne wersje „Dancing with the Stars. Taniec z gwiazdami”, wciąż jest to temat wymagający współpracy m.in. środowiska akademickiego, dziennikarskiego oraz sektora NGO. Dzięki takim działaniom oraz m.in. współpracy portalu internetowego Disability Now z brytyjską Krajową Unią Dziennikarzy powstał poradnik językowy, „którego celem jest pokazanie dziennikarzom, jak właściwie pisać i mówić o osobach niepełnosprawnych. Projekt ten jest elementem szeroko zakrojonej kampanii organi-

zowanej przez Disability Now mającej zwrócić uwagę na fakt, że sposób, w jaki społeczeństwo po-

strzeża osoby niepełnosprawne jest w dużej mierze uzależniony od tego, jak mówią o nich media”.

Rozmowy o „Forrestcie Gumpie”, produkcji „Motyl i skafander” czy też dyskusje na temat filmu „Nietykalni” nie wydają się tak straszne właśnie dzięki temu, że temat niepełnosprawności osławiany jest m.in. przy pomocy mediów. Zintegrowane działania w tym obszarze są w stanie bowiem nie tylko uświadomić odbiorcom to, że temat niepełnosprawności jest bliższy, niż mogłoby się wydawać, ale także pokazać życie z perspektywy osoby, która w gruncie rzeczy jest bardzo podobna do pełnosprawnych. Do

Rodzic skarżył się BBC, że przez prowadzącą bez ręki na ekranie był zmuszony odbyć z dzieckiem rozmowę na temat niepełnosprawności.

Pablo Escobar oczami Kolumbijczyków

Tubylcy często irytują się, gdy przybywający do ich pięknego państwa „gringos” zamiast wypytywać o cudowne zwyczaje, atrakcje turystyczne czy potrawę, często wolą zadawać pytania dotyczące postaci słynnego narkotykowego barona.

Nie zmienia to jednak faktu, że mimo niepodważalnych i godnych potępienia zbrodni, których dokonał „król kokainy”, trudno dyskutować z faktem, iż jego postać weszła na stałe nie tylko do kolumbijskiej, ale także światowej popkultury. Umocnienia tego stanu rzeczy należy naturalnie upatrywać w tworzonych na jego temat produkcjach filmowych. Na myśl przychodzi chociażby jeden z hitów Netflixa „Narcos”.

Warto pamiętać, że w samej Kolumbii możemy spotkać się ze skrajnie różnymi ocenami dotyczącymi tej osoby – część ludzi nazwie go latynoskim Robin Hoodem, podczas gdy zdecydowana większość zobaczy w nim przede wszystkim okrutnego przestępcę. A jak postrzega go dzisiejsze pokolenie młodszych Kolumbijczyków?

Oriana Sánchez Gracia, studentka pochodząca ze środkowo-kolumbijskiego miasta Ibagué w taki sposób zapatruje się na jego temat:

– Są ludzie, którym nawet nie przeszkadza rozmowa o tym człowieku, ponieważ przedstawiają go jako swojego bohatera. Szczególnie ludzie z Medellín, znani również jako „paisas”. Dlaczego? Cóż, w latach 80. Escobar pomagał biednym mieszkańcom swojego miasta, dostarczając im rzeczy zapewniające podstawowe potrzeby życiowe (lekarstwa, żywność). Poza tym wielu nastolatków, a nawet dorosłych postrzega go jako „twardego człowieka” – głównie z powodu serialu telewizyjnego „Pablo Escobar, patron zła” (hiszp. „Pablo Escobar, el patrón del mal”) nadawanego przez kolumbijską stację. Ze względu na świetnie zagraną rolę przez Andrésa Parra ludzie niestety zaczęli postrzegać Escobara jako budzącego sympatię gangstera. Z drugiej strony społeczeństwo kolumbijskie zdaje sobie sprawę z tego, że był to zły człowiek, który ma na swoim sumieniu życie wielu niewinnych ludzi. Mnie osobiście denerwuje

fakt kultywowania jego osoby. Przychodzi mi na myśl jedna sytuacja – pewnego razu weszłam do salonu fryzjerskiego, w którym wisiąco wielkie zdjęcie Escobara ozdobione jak jakieś trofeum. Poza tym zdarza się, że ludzie noszą także koszulki z jego podobizną. Nie ukrywam, że podczas pobytu w Polsce męczyły mnie ciągłe pytania na jego temat. Jednak uważam, że winę za to ponoszą głównie media i twórcy filmowi umacniający jego pozycję w popkulturze.

Zdanie Oriany podziela także pochodzący z Bogoty, a mieszkający obecnie w Polsce John Acosta:

– Pablo Escobar do dziś jest na ustach wszystkich Kolumbijczyków – widzimy dedykowane mu murale, koszulki z jego podobizną czy tworzone na jego cześć utwory muzyczne. Jednakże nie ma wątpliwości, że jest to postać kontrowersyjna, która budzi w społeczeństwie kolumbijskim skrajne emocje, ale prawdą jest także fakt, iż stanowi jednocześnie najbardziej powszechne odniesienie do mojego kraju wśród obcokrajowców. Należy jednak pamiętać, że był to przede wszystkim handlarz narkotyków, który nie przekazuje pozytywnych wartości społeczeństwu, zaś szkoda, jaką wyrządził Kolumbijczykom wszystkimi swoimi okrucieństwami, jest niezaprzeczalna. Konsekwencje jego czynów są odczuwalne do dziś. Być może w opinii wielu ludzi nadal jest „Robin Hoodem”, który uratował mieszkańców swojego miasta przed skrajną biedą i zwrócił się przeciwko potężnym Stanom Zjednoczonym (i po części to prawda), ale warto pamiętać, iż stało się tak kosztem wykrwawienia naszego narodu. Te wszystkie podłe uczynki wygenerowały karmę, która wraca do nas do dziś. Z mojego punktu widzenia niesłychane wydaje się jednak to, jak obywatele Europy wychwalają rolę tego przestępcy! W każdym razie, jeśli spojrzymy na statystyki – poziom przestępczości i przemocy jest nadal w Kolumbii na wysokim poziomie. Z drugiej strony warto podkreślić, że obecnie wielu moich rodaków pracuje nad tym, aby to inne aspekty naszej bogatej kultury stawały się cenione w świecie.

W świadomości wielu ludzi do dziś Pablo Escobar funkcjonuje jako najbardziej znana postać związana z Kolumbią. Od wielu lat mieszkańcy tego kraju usilnie próbują to zmienić.

Biologia

Kamil Kijanka



Lubiliście lekcje biologii? Ta niesamowita nauka przyrodnicza zajmująca się badaniem życia i organizmów żywych niosła ze sobą naprawdę wiele interesujących faktów. Nie wierzycie? Przedstawiamy Wam kilka ciekawostek, o których najprawdopodobniej usłyszeliście na lekcjach biologii, choć o nich zapomnieliście.

MIT O BOCIANACH

Uspokajamy. Wcale nie chodzi o obalenie teorii, że to dzięki nim przychodzą dzieci na świat (od dawna wiadomo, że to nieprawda, bo pociechy znajdujemy na polach kapusty). Okazuje się jednak, że to nie jedyna cecha niesłusznie przypisana naszym pięknym skrzydlatym przyjaciołom. Okazuje się, że bociany... nie jedzą żab. Robią to jedynie w ostateczności, a ich codziennym pożywieniem są dżdżownice, owady, ewentualnie gryzonie i ryby.

ATAK KLONÓW

Owca Dolly jest oficjalnie pierwszym sklonowanym zwierzęciem. W 1996 roku naukowcy pomyślnie sklonowali owcę dzięki pobraniu dojrzałych komórek umiejscowionych w gruczołach sutkowych w procesie znanym jako transfer jąder komórkowych. Zwierzę pochodzące z jednej ze szkockich wsi pod Edynburgiem przeżyło 6,5 roku.

ROŚLINA GŁOŚNA I TRUJĄCA

Łoskotnica pękająca to roślina, od której lepiej trzymać się z daleka. Na szczęście występuje przede wszystkim na tropikalnych terenach Ameryki. Jej sok jest bardzo toksyczny – człowiek po kontakcie z tą substancją może oślepnąć i bardzo mocno poparzyć skórę. Ponadto roślina ta wydaje owoce, które po osiągnięciu dojrzałości pękają tak głośno, że odgłos ten porównuje się do wystrzału z broni palnej. To chyba dobre ostrzeżenie, by się do niej nie zbliżać.

NAJWIĘKSZY ŚPIOCH W KRÓLESTWIE ZWIERZĄT

Pamiętacie zabawę z dzieciństwa, która zaczynała się słowami „Stary niedźwiedź mocno śpi. Jak się zbudzi, to nas zje”? Okazuje się, że są jednak lepsi pretendenci do tytułu największego śpiocha. Ani niedźwiedź, ani nawet leniwiec nie znajdują się na pierwszym miejscu naszego zestawienia, choć ten drugi z wynikiem do 20 godzin snu na dobę zdobywa srebrny medal. Największy śpioch wśród zwierząt to zdecydowanie koala australijski. W ciągu doby potrafi spać nawet 22 godziny!

WYJĄTKOWI LEWORĘCZNI

W słowie „mańkut” nie ma nic obraźliwego. Zwłaszcza że osoby leworęczne mogą naprawdę czuć się wyróżnione. Nie dość, że 13 sierpnia obchodzimy międzynarodowy dzień na ich cześć, to jeszcze okazuje się, że ludzi leworęcznych jest znacznie mniej niż praworęcznych. Stanowią około 10% całej populacji. Wcześniej faktycznie postrzegano tę cechę jako wadę. Dziś jednak coraz częściej mówi się, że ludzie leworęczni są zazwyczaj bardziej uzdolnieni i kreatywni. Niestety, statystycznie żyją od siedmiu do dziewięciu lat krócej od osób praworęcznych.

Kujawsko-pomorskie oczami „Konceptu”

Zakopane ma słynnego misia na Krupówkach, Gdańsk piaszczyste plaże, Kraków smoka wawelskiego. Województwo kujawsko-pomorskie zaś nie ma jednego punktu odniesienia – liczne miejsca fascynujące turystów niezmiennie na to nie pozwalają.

TORUŃ

W Toruniu, znajdującym się na drugim miejscu w rankingu miast, w których żyje się najlepiej (wg Businessinsider), nie sposób się nudzić. Miłośników przyprawy do pierników, którzy zdecydują się zawitać do jednej z dwóch stolic województwa kujawsko-pomorskiego, czekają spacer w otoczeniu gotyckich kamienic i uroczych pomników. Wrocław ma swoje krasnoludki, w Toruniu zaś na straży

Starego Miasta stoi sympatyczny pies Filuś. Trzymany przez niego w pysku wytarty melonik był już kilkakrotnie naprawiany, czego powodem były przesady turystów i mieszkańców miasta. Zwierzę jest „dzieckiem” popularnego rysownika związanego z Toruniem, czyli Zbigniewa Lengrena, który stworzył na potrzeby komiksu pieska i jego opiekuna profesora Filutka. Miłośnicy pomników natkną się także na osiołka i fontannę flisaka

z zasłuchanymi w muzyce żabami, pomnik jedynej kobiety cichociemnej, czyli Elżbiety Zawackiej, a nawet smoka, który kilkakrotnie lat temu – według relacji świadków – przelatywał nad miastem. Wszyscy zaś, którym tekst „Sądy sądami, ale sprawiedliwość musi być po naszej stronie” nie jest obcy, koniecznie muszą na własne oczy ujrzeć Kargula i Pawlaka podziwiających przed kinem na Czerwonej Drodze, jak to nowoczesność wkroczyła do miasta.

SZAFARNIA

Turyści z całej Europy, będąc na Kujawach, nierzadko decydują się zawitać również do Szafarni, w której znajduje się tętniący muzyką klasyczną Ośrodek Chopinowski. Do przyjazdu polskiego kompozytora do tej miejscowości przyczyniła się przyjaźń zadzierzgnięta pomiędzy nim a rodziną Dziewianowskich. Poznana tam przez niego muzyka ludowa przyczyniła się do ukształtowania jego indywidualnego stylu. Temperamentny Frycek podczas wakacyjnych pobytów w 1824 i 1825 roku fascynował się nie tylko tamtejszymi obyczajami, a nawet domową zagrodą! I chociaż współcześnie zwiedzający ziemię dobrzyńską nie znajdą już modrzywiowego dworku, zawsze mogą udać się na spacer po uroczym parku, wsłuchując się w klasyczne, ptasie lub jazzowe koncerty.



BYDGOSZCZ

Przy bydgoskiej ulicy Alfreda Nobla znajduje się miejsce, które przypomina o dreszczu. Niedysiejsza fabryka zbrojeniowa, z której korzystali hitlerowcy, czyli współczesne Exploseum, przenosi zwiedzających do zupełnie innego świata. Liczące 40 km podziemne tory kolejowe czy też ciągnące się przez 400 km podziemne korytarze to tylko niektóre z mrocznych kryjówek, które niegdyś znane były pod nazwą DAG-Fabrik Bromberg. 40 000 więźniów pracowało przy jej budowie i do dzisiaj nie wiadomo, ilu dokładnie straciło tam życie. Sposoby maskowania budowli, stabilizacja wykorzystywanej nie tylko do celów bombowych nitrogliceryny, poruszanie się korytarzami ucieczkowymi – to tylko niektóre przeżycia, których doświadczą osoby decydujące się na odwiedzenie miejsca znajdującego się w niedalekim sąsiedztwie Puszczy Bydgoskiej.



CHEŁMNO

Z kolei nazywane niekiedy „Krakowem Północy” Chełmno to miasto, które oblegane jest co roku przy okazji Walentynek. W mieście zakochanych, położonym na Europejskim Szlaku Gotyku Ceglanego, można porandkować na specjalnej ławeczce, pomodlić się o dobrego współmałżonka przy relikwiach św. Walerego oraz pospacerować po Starych Plantach, gdzie latem rozpościerają się kwiatowe dywany. Miłośnikom mocniejszych wrażeń poleca się wizytę w osadzie rycerskiej połączonej z Izbą Tortur, dzięki której kary czekające na średnio-wiecznych skazańców przestaną być tajemnicą.

Janusz G. | Fotopolska

TOTALIZATOR SPORTOWY

NAJWIĘKSZY MECENAS SPORTU I KULTURY



TOTALIZATOR
SPORTOWY



65 LAT
TOTALIZATORA
SPORTOWEGO

#WielkieChwile