

FORMUŁA 1

MŁODZIEŻ RUSZYŁA DO ATAKU



Formuła 1 coraz ciekawsza

Fot. Sauber

Kolejny wyścig Formuły 1 zakończył się niespodzianką. Już od oficjalnego treningu pachniało sensacją. Pole position wywalczył młodziutki Hiszpan Fernando Alonso, drugi był jego kolega z zespołu Renault — Fin Jarno Trulli. Ostatni raz zespół Renault dokonał takiego wyczynu dwadzieścia lat temu za sprawą Alaina Prosta i Eddiego Cheevera. Dwudziestoletni Alonso został najmłodszym w historii zdobywcą pole position wymazując ze statystyk wyczyn Rubensa Barrichello z 1994 roku. Dodatkową sensacją jest fakt, że Hiszpan dokonał tego w swoim zaledwie drugim starcie w F1.

◆ Tegoroczne zmiany przepisów znacznie skomplikowały taktykę rozgrywania wyścigu i okazuje się, że zgodnie z przewidywaniami organizatorów, bardzo je uatrakcyjniły. Po sensacyjnym finale pierwszego wyścigu w Australii, pesymiści twierdzili, że było to wynikiem wyłącznie kaprysów pogody. Teraz po GP Malesji widać, że to nie przypadek.

◆ Nowe przepisy dopuszczają przejazd jednego tylko okrążenia kwalifikacyjnego przez każdego zawodnika, a czas takiego przejazdu służy do ustalenia kolejności startowej, która zwykle ma potem decydujący wpływ na kolejność na mecie. Dodatkowo bolidy, startując do sesji kwalifikacyjnej, nie mogą przed właściwym wyścigiem tankować paliwa. Muszą więc zabrać ze sobą zapas paliwa także na początkowe okrążenia niedzielnej wyścigu. Masa kilkudziesięciu litrów benzyny ma duże znaczenie w wyścigach Formuły 1, bo osiągi czołowych bolidów są do siebie bardzo zbliżone. Wszystkie zespoły stają przed dylematem: czy z minimalnym zapasem paliwa osiągnąć dobre miejsce startowe i zaraz po rozpoczęciu wyścigu zjeżdżać do boksu na szybkie tankowanie, czy mając więcej paliwa skazać się na dalszą pozycję na starcie, ale w czasie wyścigu nie tankować zbyt szybko i wyrobić sobie jak największą przewagę nad rywalami?

◆ Właśnie te zmiany spowodowały, że czynnik przypadku i nerwowości w poczynaniach zawodników dał o sobie znać w Grand Prix Malesji na torze Sepang. Decydujący okazał się drugi wiraż po starcie. Michael Schumacher, w swoim agresywnym stylu, wepchnął się prosto pod koła bolidu Trulliego uszkadzając obydwa pojazdy. Bardzo szybko obaj musieli zjechać do boksu, aby naprawić awarie. Dodatkowo Niemiec został — za spowodowanie wypadku — ukarany przejazdem przez strefę serwisową. Stracił w ten sposób wiele cennych sekund i zajął w końcu 6 miejsce. Schumacher jest niewątpliwie wielką osobowością Formuły 1, swoje sukcesy zawdzięcza w równej mierze talentowi jak i bezczelnej bezkompromisowości na torze. Nikt tak jak on nie potrafi bezwzględnie wykorzystać najmniejszej luki między holidami, nikt tak nie potrafi wykorzystać każdego potknięcia rywala. Jego kariera udowadnia, że na współczesnym torze rozgrywa się prawdziwa bitwa między kierowcami i całymi zespołami. Wygrywa nie tylko talent, ale często i bezwzględność. Czasy szlachetnej rywalizacji minęły.

◆ Tymczasem Alonso prowadził, pewnie ku swemu zdumieniu, aż do pierwszego pit-stopu. Gdyby ekipa Renault szybciej zmieniała kota i tankowała paliwo, młody Hiszpan może nawet wygrałby ten wyścig. Niestety zbyt długie pit-stopu zepchnęły go na trzecie miejsce, ale i tak na mecie cieszył się jak dziecko. Swoje pierwsze zwycięstwo odniósł, drugi „młodziak”, Kimi Raikkonen prowadzący McLarena. Kimi już w pierwszym wyścigu w Australii był trzeci, a po sukcesie w Malesji prowadzi w mistrzostwach. To absolutna niespodzianka, zwłaszcza po kilkuletniej dominacji kierowców Ferrari. To dopiero jego drugi, pełny sezon w Formule 1, więc myślę, że to właśnie on może wkrótce zdetronizować utytułowanego Niemca. Zapamiętajmy to nazwisko — Kimi Raikkonen.

Hołek

Jeszcze o reklamie

Powrót piwa?



Fot. Hołowczyc Management

Adam Małysz po raz trzeci z rzędu zdobył Puchar Świata w skokach narciarskich. Prawie cała Polska zasiadła w ostatni weekend przed telewizorami, by śledzić ostatnie zawody, rozgrywane tym razem w Słowenii. Głównym sponsorem konkursu był niemiecki browar, którego duże logo widniało na kombinezonach zawodników i na licznych banerach wokół skoczni. Miliony rodaków, mimochodem naoglądały się zakazanej w Polsce reklamy. W dodatku, oglądając wywiady z naszym asem, mogliśmy odnieść wrażenie, że pieniądze producenta piwa wspierają sukcesy polskiego sportu.

Zakazana reklama

W Polsce, gdzie o sponsorów sportu jest coraz trudniej, przepisy dodatkowo zawężają możliwość reklamy i finansowania imprez. Po raz kolejny wyszliśmy przed orkiestrę. Najpierw nasi posłowie wprowadzili zakaz reklamy papierosów, a potem alkoholu. Tak daleko nie poszły nawet kraje Unii Europejskiej. Niedawno sejm uchwalił ustawę, która w ograniczonym zakresie zezwala na reklamę piwa, pod warunkiem, że dziesięć procent pieniędzy wydanych na reklamę zasili fundusz budowy obiektów sportowych dla młodzieży. Podniosły się jednak głosy krytyki. Wystosowano apele do prezydenta, żeby ustawę zawetował. Przeciwnicy nowych przepisów powołują się na prze-

żadne dane statystyczne, które mają jakoby dowodzić bezpośredniego związku między reklamą piwa, a jego spożyciem. Mam jednak własne zdanie na temat picia alkoholu i jego reklamy.

Telewizyjna debata

W ostatnią sobotę wziąłem udział w telewizyjnej debacie na temat reklamy alkoholu. Dyskusja była burzliwa, doszło wręcz do ostrego starcia przeciwników i zwolenników obecności piwa w mediach. Odniosłem wrażenie, że przeciwnicy byli ortodoksyjnymi wrogami alkoholu w ogóle, a walka z reklamą piwa to dla nich etap w walce z piciem. Powinni oni raczej brać udział w programach typu „Wódka pozwól żyć”, nie zaś w sporze na argumenty. Zwolennicy reklamy byli ostrożni, wyrażali wątpliwości, że picie nie jest pożądanym zjawiskiem, ale prawne zakazy nie są w stanie poradzić sobie ze społecznym problemem nadużywania alkoholu.

Pili, piją i będą pić

Mam życzliwy szacunek dla wizji świata bez alkoholu. Nie widzę siebie jednak w roli współczesnego Don Kichota, traktującego piwo jak wiatraki. Alkohol towarzyszy człowiekowi od początku cywilizacji. Ludzie pili, piją i będą pić. Nie w samym piu alkoholu tkwi problem, lecz w tym, kto pije i jak pije. Nie chcemy, żeby piły dzieci i młodzież. Nie chcemy, żeby upojeni alkoholem ludzie pętali się

po ulicach, żeby pijani prowadzili samochody. Jasne, jakby nie było alkoholu, nie byłoby też problemu. Czy ktoś krzyczy, żeby zabronić rozniesienia ognia, bo co roku pożary przynoszą olbrzymie straty materialne, a ludziom śmierć? Gdyby nie było ognia, nie byłoby pożarów. Amerykanie próbowali radykalnych metod. Lata alkoholowej prohibicji nie zmniejszyły spożycia alkoholu, a obudziły wiele innych patologicznych zjawisk, jak niespotykany wzrost przestępczości.

Nie sprzedawać!

Zakaz reklamy alkoholu i ograniczona możliwość jego zakupu w krajach skandynawskich, obowiązujące tam od wielu lat, nie zmieniły nawyków społeczeństwa, a zwłaszcza młodzieży. Zachodząc do pubu w Finlandii, spotykam gromady młodzieży pijącej alkohol, z reguły dużo mocniejszy od piwa. Społeczny problem nie leży w reklamie, ale w dostępności alkoholu. Wszyscy wiemy, że w naszym kraju nastolatek z łatwością może kupić papierosy czy alkohol w większości sklepów. To jest jakiś absurd. Czy sprzedawcy naprawdę są tak głupi? Bezgroscy? Czy sami nie mają dzieci? Może kary za sprzedaż nieletnim alkoholu są za małe, a policja zupełnie nie interesuje się tym tematem? Tak dalej być nie może. To jest prawdziwe pole do popisu dla przeciwników alkoholu. Naszym głównym problemem jest spożywanie

wysokoprocentowych alkoholi, a więc wódki. Właśnie reklama piwa ma szansę zmienić polską tradycję picia wódki. Swoją drogą, nie słyszałem protestów, gdy rząd niedawno zmniejszył akcyzę na wódkę.

Chlubny przykład

Chciałem przypomnieć przeciwnikom reklamy alkoholu, że to właśnie polskie browary zorganizowały, największą do tej pory, medialną akcję „Pijani kierowcy wiozą śmierć”, w której z telewizyjnych ekranów przestęgałem przed jazdą po alkoholu. Browary, chciały dać wyraźny sygnał, że wzrost sprzedaży piwa nie jest ich jedynym celem, a producenci piwa chętnie przeznaczą część swoich wpływów na poprawę bezpieczeństwa na drogach.

Picie z kulturą

Nawet nasz narodowy bohater, Adam Małysz, zabierając głos w tej dyskusji, jasno powiedział, że alkohol w kulturalnych ilościach nikomu jeszcze nie zaszkodził. Ja zaś apeluję, by zamiast flaszki wódki wypić kufel piwa lub lampkę wina. Apeluję, aby jak największy wysiłek włożyć w wychowanie dzieci, o własny przykład, który dajemy swoim pociechom. Kultura picia, nie sprzedawanie alkoholu nieletnim, nie wsiadanie do samochodu po kieliszku — takie postawy przyniosą z pewnością więcej dobrego, niż wszelkie zakazy.

Hołek