

TO NIE JEST ZWYKŁY AKUMULATOR.

**Pokrywa SPC
(Safety Power
Checked).**

Nowa moc zawsze
pod kontrolą.

**Check control
system.**

Poziom
naładowania
widoczny w
mgnieniu oka.

**Zabezpieczenie
przeciwogniowe.**

Bezpieczeństwo
zapewnione
w każdej sytuacji.

**Czystość
komponentów.**

Większa odporność
na korozję.

**Większy zapas
energii.**

Pewny rozruch nawet
w ekstremalnych
warunkach
klimatycznych.

**Szybki odzysk
energii.**

Coraz szybsze
doładowywanie.

**Technologia
„Ołów-Wapń”.**

Akumulator
bezobsługowy.



FIAMM. WIĘCEJ NIŻ AKUMULATOR, TO PRAWDZIWA ELEKTROWNIA

Akumulator FIAMM zaspokaja zapotrzebowanie na energię dzisiejszych samochodów. Połączenie technologii, niezawodności i bezpieczeństwa w tak małej obudowie. Akumulator o długiej żywotności i wysokich osiągnięciach, nawet w bardzo niesprzyjających warunkach pogodowych. Energia zawsze do dyspozycji. Na każdą Twoją potrzebę.

www.fiamm.com, www.batcar.pl

DBAJ O ŚRODOWISKO



RECYCLE
WITH
BATCAR



BATCAR SP.J, TRASA PÓŁNOCNA 23, 65-119 ZIELONA GÓRA, TEL: 068/3209898, 068/3201869, E-MAIL: SKLEP@BATCAR.PL

Autonaprawa

www.e-autonaprawa.pl

Adres redakcji:

pl. Nowy Targ 28/14

50-141 Wrocław

tel. 71 715 77 95

faks 71 343 35 41

autonaprawa@technotransfer.pl

www.technotransfer.pl

Numer rachunku bankowego:

03 1140 2004 0000 3102 5467 9483

Redaktor naczelny:

Marian Kozłowski

m.kozlowski@technotransfer.pl

Sekretarz redakcji:

Bogusława Krzczanowicz

b.krzczanowicz@technotransfer.pl

Redakcja e-autonaprawa.pl:

Adam Rudziński

a.rudzinski@technotransfer.pl

Stali współpracownicy:

Andrzej Kowalewski, Zenon Majkut,

Ewa Rozpędowska, Toni Seidel,

Leszek A. Stricker, Tomasz Szulc,

Andrzej Tippe, KrzaQ

Marketing i reklama:

Małgorzata Salamaga-Borysenko

tel. 71 733 67 56

m.salamaga@technotransfer.pl

Przemysław Krzczanowicz

tel. 71 715 77 96

p.krzczanowicz@technotransfer.pl

Prenumerata:

tel. 71 715 77 95

prenumerata@technotransfer.pl

Opracowanie graficzne i skład:

Taurus CD

tel. 71 715 77 98

Wydawca:

Wydawnictwo Technotransfer



Druk i oprawa:

Delta Wrocław

Wszelkie prawa zastrzeżone. Przedruk materiałów wyłącznie za zgodą redakcji. Materiałów niezamówionych redakcja nie zwraca. Zastrzegamy sobie prawo do skrótów i redakcyjnego opracowania tekstów przyjętych do druku. Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń.

Zdjęcia na okładce:

thisfabtrek.com, autoguide.com



Lustreczko

Co najmniej kilka kolejnych, dziecięcych pokoleń wychowało się na demoralizującej baśni braci Grimm, w której zła, lecz obdarzona bezkonkurencyjną urodą macocha używa czarodziejskiego lusterka do potwierdzania swej pierwszej pozycji w światowym rankingu piękności. „Lustreczko, powiedz przecie, kto jest najpiękniejszy w świecie?”. Tak pytała regularnie, aż za którymś razem okazało się, że wyprzedziła ją własna pasierbica, znana później jako Królowna Śnieżka. To właśnie stało się powodem zbrodniczej intrygi.

Moralna szkodliwość tej opowieści polega z jednej strony na wmawianiu dzieciom, iż ludzka uroda jest cechą równie obiektywną i porównywalną, jak wzrost lub waga, z drugiej zaś – na kierowaniu dziecięcej niechęci ku owemu lustreczku, które mogło „przecie” ten jeden raz coś zęgnać albo zamataczyć w szlachetnym niewątpliwie celu. Dorośli, zwłaszcza współcześni, nie wierzą wprawdzie w podobne czarodziejskie przedmioty, lecz sami próbują je tworzyć bądź to w naiwności, bądź ze świadomym zamiarem fałszerstwa.

W poważnym skądinąd świecie biznesu aż roi się obecnie od obnoszonych dumnie, niczym olimpijskie trofea, medali, pucharów, laurów i honorowych tytułów przyznawanych byle komu przez byle kogoś na niejasnych zasadach. Niby powszechnie znana jest reguła: „gdy nie wiadomo, o co chodzi, to chodzi o pieniądze”, lecz zarówno sami laureaci, jak i nagradzające ich gremia gotowi są przysięgać, że nie dotyczy to akurat tego konkretnego przypadku, bo w nim zdecydowała wyłącznie sprawiedliwość, a towarzyszące jej jakiegokolwiek gotówkowe przepływy to zwykła rekompensata kosztów funkcjonowania danego „lustreczka”.

Bardzo na ogół tolerancyjnie podchodzą do tego procederu media i mają dla tej postawy rozmaite moralne uzasadnienia. W końcu w warunkach wolnej konkurencji nikt nie musi się tłumaczyć z dokonywanych wyborów, o gustach dyskutować po prostu nie wypada, a komercjalizacja wszelkich wyróżnień to efekt normalnego działania prawa podaży i popytu... Tylko niektóre, szczególnie bulwersujące sprawy piętnowane są ostro i gromko jako skandaliczne wyjątki występujące na ogólnie pozytywnym tle.

Taki właśnie charakter miały niedawne doniesienia o fałszowaniu przez ADAC (największe niemieckie stowarzyszenie motoryzacyjne) wyników głosowania na „Auto Roku”. Ostatni laureat tego „plebiscytu”, czyli nowy Golf, otrzymał faktycznie dziesięciokrotnie mniej głosów niż mu „zaliczono”. ADAC przyznał później, że naciągnięto także wyniki głosowań z lat 2012 i 2013, a co do innych, to nie zachowały się stosowne dokumenty. Wiadomo tylko, że w 2005 roku specjalnie uszkodzono koła ocenianej Dacii, aby wykazać jej wady. Celem tych manipulacji, wyznał rzekomy ich osobisty sprawca, było zwiększenie prestiżu nagrody i nagradzającej organizacji.

Cel, można się zgodzić, szczytny, choć środki paskudne, ale sam proceder też nikomu wymiernej i bezpośredniej szkody nie przynosi. Przynajmniej do czasu, gdy jakiś bogaty cwaniak zafatwi pokątnie skrócenie sewrskiego wzorca metra.

Marian Kozłowski

Marian Kozłowski