

# Polaryzacja

Przeczytałem ostatnio w internecie krótką recenzję jednego z tegorocznych wydań naszego miesięcznika. Gdyby ją odnieść do aktualnego, brzmiałaby mniej więcej tak: „chłopakom w HFM to już się całkiem w d... poprzewracało.

Nic dla ludzi. No, może za wyjątkiem taniutkiego wzmacniacza Unisona, bagatela – osiem kafli”.

**P**rzez chwilę poczułem coś w rodzaju wyrzutów sumienia, a nawet mocnego postanowienia poprawy. Mam jednak zwyczaj obserwować rzeczywistość, która mnie otacza. Dzięki temu nie wpadnę do otwartej studzienki kanalizacyjnej (obok mojego osiedla zieje taka smolista otchłania, budząc grozę w nocy), ani nie kupię sobie psa, choćby mnie namawiała siostra przy wigilijnej kolacji. Widzę też ludzi. Tych znajomych, tych obcych, na mieście, w sklepie. Jak biednych – to na bazarku, jak bogatych – to u dentysty. Odbieram telefony i maile od czytelników (od razu zaznaczam, że w kwestii porady nie odpowiadam; lepiej już zadzwonić, bo wtedy mi niezręcznie odmówić). Widzę, co ludzie kupują. Co im leży na wątrobie albo na sercu.

Wiem, że 15 lat temu były grupowe testy kolumn do 2000 zł za parę, które wywoływały burzę emocji. Jeżeli jakiejś firmie udało się zrobić wyjątkowo udany wzmacniacz za 3000 zł, dystrybutor już mógł się czuć bogaty. Wiem też, że wiele osób chciałoby, żeby te czasy wróciły. Ja też chciałbym znów poczuć smak truskawek z dzieciństwa. Ale dzisiaj mamy inną rzeczywistość i trzeba stanąć po którejś stronie. Rozkrok jest niezbyt dobrą metodą. Poza tym, spójrzmy na konkrety.

Zebranie do testu 10 wzmacniaczy stereo do 2000 zł oznacza obecnie wyczerpanie oferty całego polskiego rynku. Z kolumnami jest lepiej, ale zaraz, chwilę: czy aby te za 1900 mają coś wspólnego z tymi za 1900 sprzed 15 lat? A spróbujcie zebrać do testu 10 odtwarzaczy CD w podobnej cenie. Życzę powodzenia. Rynek się zmienił, bo producenci podnieśli ceny. Nowi też startują przeważnie od wysokie-

go „c”. Nawet polskie firmy proponują od razu wzmacniacze za 10 tysięcy, a nie za dwa, jak kiedyś. Dlaczego? Bo taki sprzęt nikogo nie interesuje.

Żeby to zrozumieć, trzeba spojrzeć nie na cenniki firm, nie na starsze numery pisma, ale właśnie na ludzi. „Budżetowy” klient AD 1999 miał te dwa-cztery tysiące na wzmacniacz. Potem dwa na CD i trzy na kolumny, razem dychę, z kablami. Jak nie miał, odkładał z pensji i kupował co pół roku jeden element. Na forach doradzali: dozbieraj tysiąc, będziesz miał, co trzeba. To zaciskał pasa i miał, bo miał też szansę odłożyć. Obecnie „zbieractwo” jest już démodé, bo się nie da. Klient budżetowy zastanawia się przede wszystkim, jak zapłacić rachunki: gaz, prąd, czynsz itp.; ich udział w miesięcznych wydatkach stał się dominantą. Nie mówiąc już o umoczeniu w lichwiarskich kredytach. Taki klient podlicza „stałe koszty”, po czym dochodzi do wniosku, że 2000 zł za kolumny to jakaś farsa i może dać najwyżej 900 zł, i to za wszystko, z „wieżą”. Zatem to nie wartość sprzętu się zmieniła, tylko struktura wydatków przeciętnego zjadacza chleba.

O czym więc mamy pisać? O kombajnach i stacjach dokujących, przenośnych samograjach kieszonkowych? W tym kierunku zmierza rynek popularny. O amplitunerach? Czasem można, ale ich los uważam za przesadzony. Bo to ni pies, ni wydra. Wymyśl, stworzony po to, żeby sprzedać więcej głośników, które są ludziom niepotrzebne, a już na pewno nie dadzą się sensownie ustawić w mieszkaniu. Owszem, zdarzy się wzmacniacz za niespełna 4000 zł, który gra, jak trzeba (taki mam właśnie w teście), ale to wyjątek. Zresztą, też dla bogatych, bo

z kolumnami za 7000 zł zagra lepiej. Skoro więc mamy pokazywać Wam dobry sprzęt (a zawsze staraliśmy się to robić), to niestety: Waldusiu, to drogie rzeczy są. Zawsze to było pismo o jakości, a że jakość droższa, to i droższych urządzeń więcej. Można kupować używki, ale każda używka była kiedyś nowa, więc oszczędniejszym wydłuża się jedynie okres oczekiwania i warto czytać na bieżąco.

Jak pokazują najnowsze dane z rynku, opinia, że piszemy „nie dla ludzi”, jest całkowicie chybiona. Po rozmowach z kilkoma importerami pozostała mi jedna refleksja: sprzedają się, i to całkiem dobrze, urządzenia w cenach pięciocyfrowych. Słyszałem nawet opinię o pewnym wzmacniaczu za 10 średnich krajowych: „ile nie sprowadzę, to wszystko wyczyszczać”. To coś znaczy. Również to, że średniozamożni też już się przyzwyczaili, że producenci chcą ich złożyć dwa razy mocniej niż 15 lat temu.

Zresztą, jak się głębiej zastanowić, to o czym ja tu w ogóle piszę? Przecież to całe słuchanie muzyki to w dzisiejszych czasach fanaberia dla bogatych, a 12 zł za gazetę to kpina.

Nasz magazyn jest dla bogatych. Jeżeli to czytasz, to jesteś bogaty, bo dałeś 12 zł za papier, a nie kilo parówek drobiowych – spójrz prawdzie w oczy. Mam tylko jedną, ogromną prośbę: nie wińcie za to mnie ani autorów tekstów. Nie szukajcie spisku, bo nowymi mercedesami nie jeździmy i też dopada nas rzeczywistość, jak Was, rachunki itp. Raczej skierujcie swój gniew na przyczyny, od których zbiednieliście. Największą z nich jest wiara w to, że ktoś wam „da”, jak na niego zagłosujecie. Albo w brednie w rodzaju: będą wyższe podatki, stopy procentowe, składki, opłaty, ale to po to, żeby ludziom żyło się lepiej.

My piszemy o dobrym sprzęcie. A że coraz droższy...

Patrzcie na to, ile Wam zostawało kiedyś, a ile zostaje teraz na starcie miesiąca. Z różnicy wyjdzie rocznie wzmacniacz marzeń. No, jeden monoblok, jak się już komuś w d... poprzewraca.

Maciej Strycki