

„Duszy nie słyszeć, duszy nie widać”.

Można się zastanowić nad przemijaniem mody na niektóre marki w dziedzinie hi-fi. Od początku audiofilizmu w Polsce (a zatem od lat 90., bo wcześniej nie było audiofilizmu, tylko polowanie) przez głowy melomanów przewinęło się wiele nazw sprzętu, z których każdy miał zapewniać „to coś”. Parę razy wspominałem o tym zjawisku, wiążąc je z różnymi czynnikami. Dzisiaj napiszę coś o autentyczności lub jej braku w naszej kochanej branży.

Moim zdaniem, nie jest przypadkiem, że typową legendą hi-fi, żelaznym początkiem prehistorii większości firm była opowieść o facecie. Facet ten miał garaż, zupełnie jak w przypadku maniaków komputerowych à la Wozniak i Jobs. Wcześniej byli jeszcze maniacy kalkulatorowi Hewlett i Packard, których garaż w Palo Alto jest obecnie chroniony przez Stan Kalifornia jako historyczne miejsce narodzin Doliny Krzemowej. Zbacząc już zupełnie z tematu: mam wciąż w szufladzie programowalny kalkulator HP-25, maszynę pracującą w odwrotnej notacji polskiej, której czasem używam zamiast kalkulatora wbudowanego w Excel. Bo jeśli coś dobrze zrobiono w złotej erze elektroniki, to jest wieczne.

Zatem facet. Takim facetem mógł być na przykład Michaelson. Nie miał on na początku garażu (to przyszło później), ale miał stół kuchenny i na tym stole powstały pierwsze wzmacniacze firmy, znanej później pod skromną i piękną nazwą Musical Fidelity. Stół stał oczywiście w Anglii, bo legendy audiofilskie popularne w Polsce zawsze były angielskie; w tym okresie na legendy audiofilskie z USA nikogo jeszcze nie było stać. Takich firemek było mnóstwo i zwykle ich historia miała początek w facecie albo w facecie z facetką, którzy potem nazywali firmę od swoich inicjałów: Spen-Dor albo, dajmy na to, Har-Beth, aby podkreślić osobisty pierwiastek w całym tym interesie. Nazywano też firmy od tego, co było widać za oknem, na przykład Nene Valley Audio.

Tacy producenci konstruowali to, co im wychodziło najlepiej. Robili karierę albo nie, ale wiele małych firm rodzinnych lub spółek kilku facetów z kilkoma garażami odniosło prawdziwy sukces. Na tym właśnie etapie

audiofilizm trafił do Polski i opowiadano sobie historie o tych facetach, nasłuchując się orzeźwiający pierwiastkiem osobistego zaangażowania w nabywanym właśnie za okropne wówczas pieniądze angielskim lub francuskim sprzęcie. Była to miła odmiana po topornych grzmotach krajowego przemysłu audio, wykonywanych przez gigantyczne fabryki – maceczniki klasy robotniczej, które też zresztą niebawem odeszły w niebyt, mniej lub bardziej słusznie.

Swoją drogą, gdy kiedyś otworzyłem magnetofon Diory czy Kasprzaka, w środku wyglądało, jakby ktoś smarkał cyną. Schludne NAD-y czy Oniksy takich widoków nam oszczędzały. Wewnątrz było może i pustawo, ale przynajmniej porządnie.

Niedługo później do Polski trafiły pierwsze wzmacniacze lampowe z Chin i początkowo wzbudzały mieszane uczucia. Byliśmy przyzwyczajeni do sprzętu z genezą, a one nie miały przodków. Kupiłem wtedy bardzo dobry wzmacniacz Spark, którego producentem była, zdaje się, fabryka rakiet przeciwlotniczych. Trudno było dojść, jaki mógł być pomysł na dźwięk, kto to projektował i dlaczego akurat to, a nie emaliowany nocnik. Wydaje mi się, że był to istotny problem marketingowy chińskich wytwórców, którzy w końcu przebili się na rynek, ale startowali ze znacznie gorszej pozycji niż ich miejscowa konkurencja. Audiofile byli przyzwyczajeni do bardziej osobistego obcowania ze sprzętem i chińskie wzmacniacze (nie bez pewnej słuszności) traktowali jako coś w rodzaju imitacji.

Konkurencja, gdy okrzepła, nie wyparła marek od dawna usadowionych na rynku, a przynajmniej nie całkiem. W pewnym sensie stało się gorzej. Ona je kupiła, a przynajmniej: przekupiła. Przekupiła też na-

bywców. Wygląda to tak, że sklepy nadal są pełne produktów małych brytyjskich, francuskich, niemieckich czy amerykańskich firm (w tym wielu nowych, o bardzo anglosaskich nazwach), ale większość z nich albo należy do dużych międzynarodowych koncernów, które produkują je w Chinach w celu obniżenia kosztów, albo po prostu są one własnością firm chińskich, które u siebie od „A” do „Z” projektują i wykonują wszystkie te cacka. A nabywcy je biorą, wciąż nawykowo uważając, że to „tradycyjny brytyjski dźwięk”, tyle że za sympatyczną, niższą cenę.

Bywa też odwrotnie. Dotąd indywidualny i rozpoznawalny producent, po wyrobieniu sobie opinii świetnego, high-endowego wytwórcy, sprzedaje firmę koncernowi, który zatrudnia go (lub nie) jako konsultanta, po czym zaczyna pod jego nazwiskiem tłuc nowe produkty, kosztujące już zupełnie oczy z głowy. Czysty „top hi-end”. Często zresztą też montowany byle gdzie, za miskę fasoli, co już zakrawa na obłąd. I wiecie co? Marki nadal istnieją. Sprzęt się produkuje, ale nie ma magii. Nie mówi się, że ta czy inna firma jest „naj-naj”, czy że oferuje wspaniałą jakość za niewielkie pieniądze. Bo o czym tu mówić, skoro takich marek namnożyło się jak psów, a połowa z nich robiona jest w tej samej fabryce... Ludzie przecież to wiedzą.

Można się ze zmianami pogodzić i montować domowe systemy z elementów produkowanych pod udawanymi nazwami. Wiele z nich to naprawdę bardzo porządny sprzęt, świetnie grający. Jednak dla mnie te urządzenia nie mają czegoś istotnego – brak im duszy. A ja zgadzam się z poetką, że „dusza zawsze może się przydać”. Możecie mnie oskarżać o snobizm, spirytualizm i tym podobne grzechy, ale życie jest zbyt krótkie, żeby marnować je na bezduszne audio. Nie ja jeden tak uważam i dlatego wciąż pojawiają się niewielkie firmy, które pragną namieszać w światku zdominowanym przez wielkie fabryki, usadowione w specjalnych strefach ekonomicznych. Wspomniałem wcześniej o Nene Valley Audio. To jest akurat stary gracz, tradycyjna wytwórnia, znana wcześniej z całkiem kosztownych produktów. Obecnie NVA produkuje u siebie, w Wielkiej Brytanii, zaskakująco tanie wzmacniacze, źródła i kable, które dla obniżenia kosztów sprzedaje wyłącznie przez internet.

A ja wciąż będę ciepło myślał o kimś, kto nie przehandlował znaku towarowego w zamian za dostatnią emeryturę, tylko dalej skromnie produkuje swoje graty, abyśmy my, audiofile, mogli posłuchać, co w duszy gra.

Alek Rachwałd