

102

W czasie II wojny światowej Beyerdynamic zaopatrywał armię niemiecką w słuchawki, mikrofony i inne gadżety, których obecnie używamy do słuchania muzyki i czynności związanych z przyjemnościami bądź komunikacją.

Jakość dźwięku jest dla nas w tej sytuacji wartością dodaną. Niestety, jak wskazują badania okołonaukowe i praktyka, dla przytłaczającej większości – nieistotną. W wielu przypadkach może być ona nawet środkiem do osiągnięcia celu i to niekoniecznie, gdy jest wysoka. Przy okazji powstawania jednego z albumów brytyjskiej legendy rocka przeprowadzono szeroką ankietę. Jako uczestników wybrano młodzież licealną i „wczesnostudiującą”, czyli przewidywanych odbiorców płyty. Dano im do posłuchania fragmenty utworów w trzech rozdzielczościach: najniższej – MP3, w miarę przyzwoitej – plik FLAC oraz wave 24 bity/196 kHz. Przytłaczająca większość wybrała podłą empetrójkę. I tak piosenki poszły w świat, zdobywać serca fanów i rozgłosie radiowe. O ile tym pierwszym, jak wskazuje ankietą, ta wersja się tylko podobała, to drugie zapewne były nią zachwycone z powodów praktycznych. Nic nie trzeba kombinować ani włączać kompresji. Można grzać przez antenę prosto z płyty albo pendrive’a, bo płaska jak stół dynamika jest największym przyjacielem radiosłuchaczy i przenośnych odbiorników. A że 10 % wariatów skrytykowało nagranie, to sprawa drugorzędna, bo i tak już kupili album.

Od wyrazistości szelestu miotełek po niekonsumpcyjnych talerzach i gradacji planów niczyje życie nie zależy. Tymczasem Hans w tygrysie i Otto w junkersie mieli na to inne zapatrywanie. To, czy dobrze słyszeli dowódcę albo kolegów ze szwadronu, dawało im przewagę taktyczną na polu walki, a więc większą

szansę dożycia emerytury, bynajmniej nie ZUS-owskiej. Beyerdynamic pewnie się dzisiaj wstydzi tej historii, choć – moim zdaniem – nie ma podstaw. Skoro był firmą niemiecką, to nie mógł przecież dostarczać technologii Stalinowi.

Ten czołg nie był przypadkowy. Bo kiedy używam „blutuczka” na wolnym powietrzu, często słyszę: wyjdź z tej młockarni! O ile słyszę. Podobny problem mam z polskimi filmami w TV z lat 70-80. Nasi dźwiękowcy wówczas chyba bili się o miano najgorszych na świecie, bo zwykle muzyka ryczała, a aktorzy mamrotali tak, że nie sposób było ich zrozumieć. I tu technika hi-fi (a raczej lo-fi) potrafi utrudnić życie.

I nagle doznałem olśnienia przy pomocy kolejnego patentu niez mordowanego doktora (teraz już chyba profesora) Bose. Pożyczyłem słuchaweczkę, założyłem i moje życie stało się lepsze. Drogie to jak jasna cholera, ale warte ceny. Nie muszę niczego powtarzać niektórym pięć razy (teraz wystarczy dwa). Sam też słyszę, co trzeba. Może dmuchać szkwał i kaszkawał, a ja nadal się skutecznie komunikuję. Może bateria mogłaby być mocniejsza, ale na moje gadanie potrzebowałbym raczej akumulatora do traktora. Kolejna zabawka – głośnik do telewizora, opisywany w tym numerze. Żadne to hi-fi; do słuchania muzyki to erzac, ale nareszcie słyszę wspomniane dialogi, a nie bełkot z ustami zapchany pyzą. Obiecałem sobie, że zrobię w tym miejscu kryptoreklamę amerykańskiej firmie, bo wprawdzie 50 % jej oferty to duperele, ale jednak okazują się wyjątkowo przydatne i, krótko mówiąc, działają.

Zaczynam rozumieć, skąd moda na produkty rzeczonoego doktora. Sprawdzają się w codziennym życiu.

Kryptoreklama już poszła, teraz pora na reklamę z grubej rury. Ostatnio siostrzeniec zapytał mnie, jakie słuchawki kupić. Przecież mu nie powiem, że Grado albo AKG Q701, bo to nie ten obszar potrzeb. W domu doceni te instrumenty, ale w szkole nie będzie w nich chodził, a już na pewno nie słuchał muzyki na nudnej lekcji (siostra by mnie zabiła). I tak urodziło się natchnienie, które przeszło w czyn. Prawdziwie stachanowski, bo już około 10 listopada (na AS także) obrodzą jego owoce w postaci specjalnego wydania pisma (oprócz standardowego listopadowego numeru): „Katalogu testów słuchawek”. A w nim ponad sto testów. A dokładnie – 102. Dlaczego akurat tyle? Czyżby znowu jakiś czołg się w głowie przejechał?

Mobilność jest na polu walki równie ważna jak skuteczna komunikacja. Dlatego rzeczony katalog wyjdzie także w wersjach elektronicznych. O nich poinformuję mailem, a więc jeżeli chcecie wiedzieć, co i jak, zarejestrujcie się na naszym forum internetowym. Mam nadzieję, że katalog pomoże Wam wybrać słuchawki dla siebie albo na prezent dla potomka lub jego przyszłej matki. Na pewno się ucieszą. Święty Mikołaj i Gwiazdka idą i trzymają się pod rękę. Podobno do większych sklepów dotrą w tym roku już na początku listopada. Choinki mają trafić prosto w puste miejsce po zniczach. Taki marketing.

Kto zaprenumeruje pismo w październiku i listopadzie – dostanie katalog za darmo.

Mam nadzieję, że docenicie nasz wysiłek. Zamiast podziękowań poproszę o rozesłanie maila z linkiem wszystkim znajomym, jak już sami go dostaniecie. Słuchawki są dzisiaj niemal równie potrzebne, jak pralka i telefon. My postaramy się wybrać dla Was te najciekawsze, najlepsze, najładniejsze, w każdej cenie. Czyli, co się komu zamarzy i spodoba. Wy możecie pomóc innym.

Z góry dziękuję i idę posłuchać czegoś fajnego. Na słuchawkach właśnie. Bo noc ciemna za oknem, a goście śpią.

Maciej Strycki