

Piotr Kładoczny

Uniwersytet Zielonogórski

KONTAKTY JĘZYKOWE I KOMUNIKACJA W ŚRODOWISKU AUDIOFILÓW



Kontakty językowe oraz ich uwarunkowania komunikacyjne są ostatnio chętnie opisywane przez językoznawców. Istotnym powodem takiego stanu rzeczy jest zmieniająca się rzeczywistość w wyniku przekształceń społeczno-politycznych oraz niezależnej od nich, lecz nakładającej się w czasie rewolucji technologicznej. Badacze dostrzegają owe zmiany, starają się uchwycić ich mechanizmy oraz nadać im teoretyczną refleksję.

Artykuł jest poświęcony kontaktom językowym i komunikacji w grupie społecznej audiofilów. Stanowi składową opisu socjolektu tego środowiska¹. Obserwowane zachowania językowe użytkowników pozwalają postawić hipotezę o jego hobbystycznym charakterze. Trzon leksykalny jest ściśle związany z opisywanym wycinkiem rzeczywistości, któremu odpowiada terminologia zawodowa akustyków i elektroników. W mniej formalnych i potocznych wypowiedziach przechodzi ona w profesjolekt. Ze względu na udział w grupie osób słabiej wykwalifikowanych stematyzowane wypowiedzi przyjmują swobodniejszy estetyczno-wartościujący charakter o zabarwieniu emocjonalnym.

Audiofile to grupa ludzi, których łączy zamiłowanie do sprzętu audio odtwarzającego dźwięk w wysokiej jakości. Występują tu dwie kwestie. Pierwszą jest chęć uzyskania nieskazitelnie czystego dźwięku, drugą – dostęp do odpowiedniego do tego sprzętu elektroakustycznego². W wyniku tego, że żądaną jakość odsłuchu otrzymuje

¹ Zbliżony zakresowo jest artykuł Katarzyny Deski i Moniki Dziury, który przedstawia język realizatorów dźwięku (K. Deska, M. Dziura, *Suma na zero, heble w dół, czyli kilka słów o języku realizatorów dźwięku*, „Rozprawy Komisji Językowej” 2013, t. XL, red. J. Miodek, W. Wysoczański, s. 127-141). Jest to jednak grupa odmienna od audiofilów ze względu na większą homogeniczność opisywanego przez autorki środowiska oraz silniejszy związek z wykonywanym zawodem.

² W słowach samych zainteresowanych rozumienie *audiofila* bywa przedstawiane następująco: „Czego więc audiofil chce, do czego dąży? Dąży do tego, aby muzyka zabrzmiała w jego domu, czyli w jego ‘systemie’ (ważne słowo) możliwie najwierniej, w możliwie najwierniejszy sposób oddała

się dzięki odpowiedniej aparaturze, zamięłowanie do krystalicznego brzmienia przenosi się całkiem powszechnie na zapewniające go środki techniczne, a czasem koncentruje się wyłącznie na nich. Często przejawiane w tym zakresie zainteresowanie zamienia się w hobbystyczną fascynację wpływającą na życie ludzi i poświęcane na ten cel środki. Audiofilstwo w pewnej części należy także łączyć z określonym – luksusowym stylem życia, gdyż wspomniany sprzęt jest bardzo drogi³. Trudno jednoznacznie określić, jaki udział w takim podejściu mają walory muzyczne.

W *Uniwersalnym słowniku języka polskiego* leksem *audiofil* został opatrzony kwalifikatorem *książkowy* i jest definiowany jako ‘osoba przywiązująca szczególną wagę do jakości odtwarzanego na nośnikach dźwięku’. Na gruncie języka polskiego ogólnego jest to słowo stosunkowo nowe, o czym świadczy brak jego notacji jeszcze w słownikach języka polskiego pod redakcją Witolda Doroszewskiego oraz Mieczysława Szymczaka. W Narodowym Korpusie Języka Polskiego wykres czasowy dla lematu *audiofil* wykazuje notowania od 1997 roku. Podobnie jest z przymiotnikiem *audiofilski*⁴.

Historia zapisu i odtwarzania dźwięku zaczęła się pod koniec XIX wieku od wynaleźnienia fonografu przez Thomasa Edisona⁵. Samo zjawisko audiofilizmu⁶ można datować od lat 30. XX wieku, kiedy to nastąpił rozwój konstrukcyjny urządzeń

to, co działo się podczas koncertu (jeśli to nagranie «live», tj. na żywo), w studiu nagraniowym (jeśli to nagranie studyjne) lub w jego wyobraźni (jeśli to nagranie muzyki elektronicznej itp., tj. niemającej swojego odpowiednika w świecie realnym, zewnętrznym)”, <http://highfidelity.pl/@numer--45&lang=>, dostęp: 12.09.2015.

³ Jako że środowiskowo audiofilstwo wykracza poza warstwę ludzi bogatych i znacznie więcej osób interesuje się dobrą jakością brzmienia, w ofercie handlowej istnieją wersje sprzętowe dostosowane do różnych budżetów. Cena najdroższych urządzeń jest niewspółmierna do jakości, lecz podkreśla się w ich przypadku brak kompromisów i poszukiwanie najlepszych rozwiązań. Dodatkowo liczą się takie względy, jak wzornictwo, moda i prestiż. Przykładem tego jest styl retro, w którym przedkłada się starszego typu urządzenia lampowe nad nowocześniejsze urządzenia półprzewodnikowe lub też gramofony z płytami winylowymi nad nowsze odtwarzacze cyfrowe. Równoległe istnieje wtórny obieg urządzeń odtwarzających dźwięki, a w ostatnim czasie pojawiła się możliwość zakupu wysokiej jakości zestawów do własnego montażu (DIY od ang. *do it yourself* ‘zrób to sam’), co obniża znacznie ich cenę, nie umniejszając wartości.

⁴ W II tomie *Depozytorium leksykalnego języka polskiego* Piotra Wierzchonia brak notacji leksemów nazywających audiofilów. Jedyne słowo z komponentem *audio-* jest *audiometr*, *idem*, *Depozytorium leksykalne języka polskiego. Nowe fotomateriały z lat 1901-2010*, t. 2, Warszawa 2011.

⁵ Było to w 1878 roku. Fonograf złożył spiralne rowki igłą zespoloną z membraną pobudzaną przez głos na wałku pokrytym woskiem. Odczyt dźwięku odbywał się w wyniku prowadzenia igły wzdluż wyżłobionych wcześniej rowków i zespolenie jej z membraną (EM 273).

⁶ Określenie *audiofilizm* jest używane dość powszechnie wśród ludzi należących do prezentowanego tu środowiska. Jest to forma konkurencyjna wobec *audiofilia*, notowanego częściej w prasie, i *audiofilstwa*, pojawiającego się czasem w dyskusjach na forach internetowych. Wszystkie można zdefiniować jako ‘zamięłowanie do dźwięku najwyższej jakości połączone z poszukiwaniem odpowiedniego do tego sprzętu’. Wszystkie określenia są stosunkowo nowe i rzadkie, o czym świadczą pojedyncze poświadczenia w Narodowym Korpusie Języka Polskiego. Wydaje się, że pod względem nacechowania stylowego mają one charakter neutralny – w takim charakterze są używane. Ich

zapisujących, przesyłających i odtwarzających dźwięk (standard płyt gramofonowych, szerokopasmowe wzmacniacze i kolumny odpowiadające ich zakresowi, radio FM). Uległo ono nasileniu po II wojnie światowej, wtedy to upowszechniły się domowe systemy audio, standardem stała się stereofonia, zapis na płytach winylowych i kolejne wynalazki (technika półprzewodnikowa, zapis magnetyczny, później zapis cyfrowy)⁷. W Polsce po II wojnie światowej na etapie eksperymentalnym wprowadzano zaawansowane technologie elektroakustyczne, lecz z różnych względów nie były one łatwo dostępne i nie uzyskały większej popularności⁸. Znaczący wzrost audiofilizmu nastąpił w połowie lat 90. XX wieku po zmianach społeczno-politycznych, a także wraz z dostępem do nowych produktów i technologii, produkcją rodzimą wysokiej jakościowo aparatury oraz bogaceniem się części społeczeństwa.

Oczekiwana wysoka jakość odtwarzanego dźwięku zwana *hi-fi*⁹ z technicznego i teoretycznego punktu widzenia ma swoje uregulowania w niemieckiej normie technicznej DIN 45500 z 1973 roku (odpowiednik europejski IEC 268). Przypisanie oferowanemu w handlu sprzętowi etykiety *audiofilski* podlega subiektywnej i trudnej do weryfikacji ocenie. Konsumenci muszą się zdać na zapewnienia producenta, własną ocenę lub opisy ekspertów. Poszukiwaniom odpowiednich komponentów domowego zestawu audio towarzyszą ciągłe dyskusje audiofilów o wartości technicznej i muzycznej poszczególnych urządzeń oraz tworzenie ich rankingów¹⁰. W środowisku funkcjonuje ponadto określenie *hi-end*, którym określane są urządzenia o najwyższych parametrach – to właśnie one przykuwają największą uwagę zainteresowanych i mogą stać się obiektem pożądania. Swoistą sztuką mniej zamożnych uczestników tego ruchu hobbystycznego jest znalezienie satysfakcjonującego sprzętu audio za możliwie nieduże pieniądze.

Audiofile nie tworzą grupy sformalizowanej. Nie przyjmują statusu stowarzyszenia i nie zakładają powszechnych organizacji społecznych. W środowisku nie odczuwa się potrzeby silniejszej więzi ze wszystkimi, ważniejsza wydaje się swoboda i niezobowiązujące relacje. Środowisko miłośników najlepszej jakości odtwarzanego dźwięku jest rozproszone społecznie i terytorialnie. Nie oznacza to, że ludzie się nie znają, nie

abstrakcyjne odniesienie związane z określonym zakresem tematycznym i rzadkie zastosowania zbliżają je do terminów specjalistycznych.

⁷ M. Perlman, *Golden Ears and Meter Readers: The Contest for Epistemic Authority in Audiophilia*, „Social Studies of Science” 2004, t. 34, s. 783-807.

⁸ W czasach PRL-u dostęp do technologii zachodniej był bardzo ograniczony. Rodzimy sprzęt elektroakustyczny zaawansowany technologicznie miał ograniczoną ofertę i był drogi dla krajowych konsumentów.

⁹ Z języka angielskiego *high fidelity* ‘wysoka rozdzielczość’.

¹⁰ Rankingi tworzy się dla poszczególnych typów urządzeń (np. kolumny, wzmacniacze, odtwarzacze itp.) w określonych przedziałach cenowych. Za audiofilskie uchodzą zazwyczaj urządzenia najdroższe. Czasem tańszy, lecz wyjątkowy, sprzęt określa się właśnie mianem *audiofilski* lub *rasowy*.

spotykają, a kontakty między nimi należą do rzadkości. Istnieje naturalna potrzeba dyskusji ze znajomymi. Pojawiają się nawet pomysły na powołanie stowarzyszenia lub nieformalnych klubów o charakterze koleżeńskim, szczególnie wśród osób o liczniejszych znajomościach i większym zaangażowaniu w sprawę. Jako przykład można podać Krakowskie Towarzystwo Soniczne¹¹ (1)¹² oraz Klub Audiofila¹³. Środowisko najmocniej łączą określone medialne i handlowe przedsięwzięcia. Pierwotnie były to czasopisma tematyczne, które w Polsce istnieją od lat 80. XX wieku („Audio Video”), a ich rozkwit przypada na lata 90. XX wieku. Na świecie są one znane od lat 50. XX wieku. Współcześnie więcej zdarzeń komunikacyjnych obserwuje się w sieci (2).

(1) Krakowskie Towarzystwo soniczne to nieformalna grupa melomanów, audiofilów, przyjaciół, spotkająca się po to, aby nauczyć się czegoś nowego o produktach audio, płytach, muzyce itp. Sprawozdania z tych spotkań zamieszczane są na łamach magazynu „High Fidelity”. Pomysł na KTS narodził się w roku 2005 w głowie Wojciecha Pacuły, założyciela i redaktora naczelnego „High Fidelity”. Od samego początku spotkania te miały mu pomóc w ocenianiu szczególnie ciekawych aspektów dźwięku, i w popularyzowaniu najciekawszych firm, produktów itp., <http://www.highfidelity.pl/@kts&lang=> [dostęp: 7.06.2015].

(2) Audiofilizm to sposób na życie, dlatego czasopisma, które się tym zagadnieniu przyglądają są dla nas (audiofilów, bo nim jestem w pierwszej kolejności) ważne. Uwielbiam brać do ręki nowe numery takich pism jak: „Stereophile”, „HFN”, „Stereo Sound”, wachać je, czuć ich wagę. Nie mogę jednak nie zauważyć, że w poszukiwaniu informacji najwięcej czasu spędzam w internecie. Nie jestem w tym zresztą osamotniony. I to jest chyba kierunek w którym wszyscy zmierzamy (Jan Pacuła, redaktor naczelny magazynu internetowego *High Fidelity.pl. Miesięcznik hi-fi, hi-end*, <http://highfidelity.pl/@numer--54&lang=> [dostęp: 14.09.2015].

Charakterystyka członków środowiska

Po rozpoznaniu środowiska, które utożsamia się z audiofilozmem, oraz po przejrzaniu dostępnych w mediach tekstów osób do niego należących, daje się ustalić podstawowe parametry komunikacyjne charakterystyczne dla tej grupy osób. Pierwszym z nich jest identyfikacja jakościowa ludzi tworzących środowisko. Wśród audiofilów znajdują się:

¹¹ Krakowskie Towarzystwo Soniczne, choć nie ma statusu formalnego, na łamach internetowego magazynu „High Fidelity.pl”, w którym ma swoją zakładkę, prezentuje obszernie i drobiazgowo sprawozdania z wybranych swoich spotkań. Było ich dotąd w ciągu 10 lat 135. Polegają one na odsłuchu różnych konfiguracji dostępnego wysokiej jakości sprzętu, a następnie dyskusji o postrzeżonych wrażeniach.

¹² W nawiasach znajdują się numery zamieszczanych poniżej tekstów źródłowych. Ich zapis (ortografia i interpunkcja) pozostawiono w wersji oryginalnej.

¹³ Klub Audiofila jest promowany przez czasopismo i portal „Hi-end.pl.”, spotkania w wielkim gronie odbyły się w Warszawie, Katowicach i Sopocie, http://www.hi-end.pl/index0.php?id=i_klub&ia=0 [dostęp: 24.09.2015].

- ludzie o wykształceniu technicznym, głównie elektronicy, dobrze znający działanie sprzętu i jednocześnie miłośnicy wysokiej jakości odtwarzanej muzyki – prowadzą racjonalne wywody, powołując się na parametry fizyczne;
- konstruktorzy i muzycy poszukujący najlepszych rozwiązań dla rejestracji i odtwarzania dźwięku – odwołują się do wzniosłych idei przyświecających im w konstruowaniu aparatury;
- handlowcy i dystrybutorzy – promują nowy sprzęt i zachęcają do jego nabycia;
- miłośnicy o różnym stopniu zaawansowania i zamożności – przedstawiają swoje wrażenia, dążenia itp., są też podstawowymi nabywcami audiofilskiego sprzętu nagłaśniającego;
- dziennikarze wypełniający łamy prasy i portali internetowych o tematyce audiofilskiej i sprzętowej, najczęściej wywodzą się oni spośród osób wykształconych technicznie;
- poszukiwacze nowego sprzętu – krótkoterminowi i mniej zaangażowani uczestnicy wymiany poglądów, oczekujący głównie rady na temat swojego wyboru.

Ponadto, obserwuje się zdecydowaną przewagę w środowisku osób płci męskiej. Bywa, że kobiety są związane z producentami. Czasami pozostawiają one komentarze na Facebooku. Maskulinizacja tego środowiska wynika najprawdopodobniej z zainteresowania mężczyzn sprawami technicznymi oraz zamiłowaniem panów do drogich gadżetów¹⁴.

Cele komunikacji

Uczestnicy komunikacji podejmują konwersację w określonych celach. Można wyróżnić kilka charakterystycznych zakresów tematycznych, którym towarzyszy określony cel wypowiedzi. Mieszczą się tu:

1. Wymiana myśli dotyczących wiedzy na temat rozwiązań technicznych, obecna głównie na forach dyskusyjnych i w kontaktach indywidualnych. Dzięki tym treściom

¹⁴ Na stronie internetowej czasopisma „Hi-Fi i Muzyka” znajdują się dane dotyczące czytelnictwa tego miesięcznika, <http://www.hi-fi.com.pl/profil-czytelnik%C3%B3w> [dostęp: 26.09.2015]. Nakład wynosi 5600 egzemplarzy, ponad połowa sprzedaje się od razu, a zwroty są kolportowane w sprzedaży wysyłkowej. Z przeprowadzonej na czytelnikach 1000-osobowej ankiety wynika, że 92,5% stanowią mężczyźni (kobiety to 7,5%). Przeważają czytelnicy w wieku 25-45 lat i stanowią oni 80% całości, młodszy i starszy dzielą się prawie równo po połowie. Wykształcenie czytelników jest w większości średnie (52,2%), nieco poniżej połowy wyższe (45,3%) i w bardzo małym stopniu podstawowe (2,5%). Mieszkają oni zazwyczaj w wielkich miastach (powyżej 100 tys. – 52,5%), rzadziej w średnich miastach (do 100 tys. – 29,8%), a najrzadziej w miasteczkach i na wsiach (17,7%). W pytaniu o wartości poszukiwane w produktach codziennego użytku respondenci wskazali jako najważniejszą funkcjonalność (59,6%), następnie korzystną cenę (34,7%), a dopiero na trzecim miejscu luksus (24,1%). Ten ostatni wykaz jest dowodem na to, że audiofilami w Polsce są również ludzie mniej zamożni, którzy rezygnują z luksusu na rzecz funkcjonalności i korzystnej ceny.

ludzie uczą się, wymieniają swoje poglądy i czasem spierają na racjonalne argumenty – jest to zakres, w którym sprawnie poruszają się osoby o najwyższej kompetencji w budowaniu i działaniu urzędów; czasem włączają się do niego osoby o mniejszej wiedzy, szczególnie w celu poszukiwania informacji; wypowiedzi osób słabiej wykształconych występujących w roli ekspertów i wyciągających nieuprawnione wnioski są szybko wychwytywane przez bardziej doświadczonych kolegów.

2. Prezentacja sprzętu – wynika z aktywności producentów, handlowców i dystrybutorów, a także dziennikarzy odpowiedzialnych za tę część; przekaz jest zamieszczony w materiałach drukowanych i publikowanych na stronach WWW poszczególnych firm producenckich, portalach o tematyce audio oraz bezpośrednio na wystawach typu *audio show*, podczas prezentacji w salonach odsłuchowych i u prywatnych koneserów.

3. Opis odczuć po odsłuchaniu sprzętu – ten zakres łączy wszystkich uczestników komunikacji; głos dominujący mają dziennikarze, którzy zawodowo zajmują się testowaniem sprzętu. Pasjonaci wypowiadają się, używając języka charakterystycznego dla tego środowiska. W wypowiedziach indywidualnych nie sposób uciec od tego tematu¹⁵.

4. Zaproszenie na odsłuchy – jest to aktywność handlowców, którzy starają się nakłonić potencjalnych nabywców do odwiedzin salonu sprzedaży, by zaprezentować swoje towary.

5. Wymiana sprzętu i handel używanym sprzętem – zazwyczaj dotyczy indywidualnych ofert zamieszczanych współcześnie w różnych mediach (głównie Internet), dawniej wymiana sprzętu odbywała się przez komisje techniczne, prywatnie i zaufanych handlowców.

6. Rady przed zakupem – właściwa dla komunikacji z osobami o mniejszym doświadczeniu, które szukają pomocy lub inspiracji w doborze sprzętu.

Typy kontaktów

Przeobrażenia komunikacyjne w wyniku rewolucji technicznej spowodowały, że współcześnie główny nurt kontaktów przeniósł się z przekazów indywidualnych i prasowych do Internetu. Obecnie można zaobserwować następujące typy kontaktów językowych w środowisku audiofilów:

A) pośredni nieinteraktywny w Internecie:

– strony internetowe portali audio,

¹⁵ Punkty 2. i 3. składają się na występujące najczęściej w magazynach audio recenzje, łączące opis informujący z wartościującym. Dotyczyć to może również płyt, które ze względów audiofilskich są szczególnie polecane.

- strony internetowe czasopism audio,
 - strony internetowe sklepów ze sprzętem audio,
 - strony internetowe audiofilskie,
 - strony internetowe producentów sprzętu audio (audio-wideo)¹⁶;
- B) pośredni nieinteraktywny poprzez czasopisma (w nowej wersji również poprzez stronę internetową z możliwością kontaktu pośredniego interaktywnego):
- tylko drukowane („Magazyn Hi-Fi”, „Hi-Fi i Muzyka”) lub z wersją internetową („Audio Video”),
 - tylko internetowe z możliwą wersją drukowaną („High Fidelity.pl”);
- C) pośredni interaktywny:
- fora internetowe,
 - Facebook,
 - blogi tematyczne;
- D) bezpośredni:
- spotkania podczas wystaw, pokazów, dni otwartych sprzętu,
 - spotkania w punktach handlowych,
 - spotkania towarzyskie miłośników organizowane w przestrzeni prywatnej.
- Poniżej zostaną bliżej zaprezentowane wybrane kontakty, w których dokonuje się komunikacja audiofilów. Są to typowe i zarazem różnorodne przykłady aktywności językowej badanego środowiska. W dużej mierze obrazują one przebieg działalności hobbystycznej tejże społeczności.

Portal HIFI.pl – serwis i giełda

Portal stanowi przykład dobrze prowadzonej działalności sieciowej o stosunkowo długim stażu. Jest aktualny, bardzo bogaty w treści pisane przez kompetentnych autorów, ma dużo odnośników i prowadzi działalność zarobkową, o czym świadczą liczne reklamy sprzętu *hi-fi* i salonów sprzedaży audio. Stanowi centrum, z którego można łatwo poprzez łącza przekierować się na rodzime i zagraniczne portale serwisowe i prasowe z branży (3). Ma charakter specjalistyczny i ekspercki, w związku z czym zamknięto prowadzone wcześniej forum, gdyż nie spełniało ono oczekiwań poziomu i rzetelności wymiany informacji (4).

Podstawowe treści portalu oscylują wokół wiedzy. Odpowiadają za to działy porad (np. *Jak ustawić kolumny – podstawowe zasady*), dział nowości rynkowych poświęcony

¹⁶ Od czasu wprowadzenia na rynek kina domowego w latach 90. XX wieku, a w szczególności od spopularyzowania wysokojakościowego formatu *Blu-ray* interesy producentów audio i wideo zaczęły się krzyżować. Wiele firm producenckich audio ma w swej ofercie sprzęt do kina domowego wysokiej jakości. Podobnie sklepy z droższym sprzętem audio prowadzą ten zakres sprzedaży.

sprzętowi oraz przewodnik dystrybutorów, istotnych stron internetowych, tematycznej prasy specjalistycznej, wystaw oraz organizacji branżowych. Autorzy namawiają do poszukiwania wielu źródeł wiedzy z branży oraz konfrontowania ich z własnymi doznaniem słuchowymi. Dopelnieniem są tu reportaże ze spotkań środowiska i wystaw sprzętu oraz wyjątkowy i niespotykany gdzie indziej słownik terminów audio. Jest on wciąż uzupełniany, zawiera obecnie 230 haseł z encyklopedycznymi wyjaśnieniami w języku specjalistycznym (5)¹⁷.

(3) Witryna www.hifi.pl została założona w 1998 roku. Od tego czasu systematycznie rosła. Obecnie każdego miesiąca odwiedza nas kilkadziesiąt tysięcy czytelników. Ze swoim połączeniem dużego zasięgu i niskich cen [hifi.pl](http://www.hifi.pl) oferuje unikalne i bardzo atrakcyjne możliwości reklamy dla wszystkich ogłoszeniodawców związanych z audio i pokrewnymi dziedzinami. Nasza witryna zawiera szerokie spektrum materiałów. Publikujemy informacje o nowościach, recenzje sprzętu, wywiady, felietony, artykuły techniczne, reportaże z wystaw. Prowadzimy też bardzo popularną rubrykę ogłoszeń drobnych oraz branżowy audio przewodnik z dużą kolekcją linków, <http://www.hifi.pl/onas> [dostęp: 14.09.2015].

(4) Dlaczego zlikwidowaliśmy forum na [hifi.pl](http://www.hifi.pl)? Odpowiedź krótka brzmi: bo się nie sprawdziło. [...] Fora miały się stać ośrodkami wymiany użytecznej informacji. Zaś w rzeczywistości stały się swoistymi destylatorami zwiększającymi stężenie dezinformacji, <http://www.hifi.pl/felieton/zamkniecieforum.php> [dostęp: 14.09.2015].

(5) Długość fali

Odległość pomiędzy grzbietem fali sinusoidalnej a kolejnym następnym grzbietem. Długość fali można obliczyć dzieląc prędkość dźwięku przez częstotliwość. Do oznaczania długości fali stosuje się zwykle małą grecką literę lambda, <http://www.hifi.pl/sloownik> [dostęp: 5.01.2016].

Drugi zakres prowadzonej witryny dotyczy opinii, które odnoszą się do sprzętu oraz do środowiska audiofilów, np. *Nie ufajcie rankingom* (6). Autorskie recenzje poświęcone sprzętowi wyrażają namysł nad jego jakością po poczynionych odsłuchach i obserwacjach. Zasadniczy trzon wypowiedzi stanowi dokładny opis różnych cech poddawanych przez autorów standaryzacji, co ma dać wrażenie obiektywności. Na tej podstawie wyciągane są wnioski dotyczące jakości urządzenia i przydatności do zadań reprodukcyjnych dźwięku (7).

Trzeci istotny zakres funkcjonowania portalu obejmuje giełdę, czyli drobne ogłoszenia prywatnych osób o kupnie lub sprzedaży sprzętu i płyt (8). Jest to dział o zdecydowanie największej aktywności. Każdego dnia obserwuje się dziesiątki najróżniejszych propozycji.

¹⁷ Należy przyznać, że zakres słownika świadczy o profesjonalnym podejściu właścicieli. Widać to na tle portali poświęconych na przykład zegarkom. Tworzone tam słowniczki nie doczekały się postaci o takich rozmiarach. Język użyty do eksplikacji jednostek mógłby być mniej specjalistyczny, lecz należy pamiętać, że w założeniu ma on trafić do osób, którzy pewien zasób wiedzy o sprzęcie już mają. Wybór języka opisu jest także dowodem, że o specjalistycznych sprawach technicznych nie da się mówić wyłącznie pojęciami języka ogólnego.

Całość przekazu dopełniają prowadzony blog oraz wywiady. Blog ma charakter wielofunkcyjny. Zawiera refleksje na tematy teoretyczne (*OLED kontra mit kwantowych kropek*), porady (*Zapytaj zanim kupisz, czyli serwisowe absurdy*), informacje (*Światowy rynek winyli w 2014 roku*). Nieliczne wywiady zostały przeprowadzone przez pracowników redakcji z zagranicznymi twórcami sprzętu. Ponadto serwis oferuje okno kontaktu oraz usługi reklamowe, których zasady opisuje w osobnej zakładce (*Ogólne zasady emisji reklamy*).

(6) Nie ma sposobu by wyrazić jakość sprzętu hi-fi przy pomocy jednej liczby. Kryteria oceny są bardzo liczne, co powoduje, że nie da się ustalić uniwersalnego systemu punktowania. Nikt nie jest w stanie powiedzieć, które kryteria są mniej, a które bardziej ważne. Każdy z nas sam ustala swoje kryteria. Jest bardzo mało prawdopodobne aby kryteria konkretnego użytkownika były takie same jak kryteria czasopisma, które opublikowało ranking. Jaki jest sens korzystania z ocen, które ignorują Wasze prywatne preferencje? Odpowiedź jest jasna – takie oceny są dla Was bezużyteczne, <http://www.hifi.pl/felieton/ranking.php> [dostęp: 14.09.2015].

(7) Nowe Qba Sobieski powinny spełnić zapotrzebowanie na wyrafinowane monitory audio. W brzmieniu zestawów można doszukać się pewnych cech charakterystycznych, chodzi o określony balans tonalny i podbarwienia w pewnych zakresach częstotliwości. Nie są to zatem głośniki uniwersalne, ale swoim charakterem mają szansę urzec spore grono słuchaczy.

Największe wrażenie w brzmieniu małych Qba robi obecność i namacalność przekazu, momentami mogą przenieść słuchacza do autentycznego klubu jazzowego lub sali koncertowej. Bardzo dobrze nasycone zostały barwy, dobre wrażenie sprawia prezentacja sceny i mikrodynamika instrumentów, <http://www.hifi.pl/recenzje/kolumny/qba-sobieski3.php> [dostęp: 14.09.2015].

(8) Aesthetix Janus Signature. Cena: 29.500 zł. Przedwzmacniacz Aesthetix Janus Signature [z phonostagem]. Urządzenie ex-demo, stan idealny, gwarancja [jesteśmy dystrybutorem marki w Polsce] <http://www.hifi.pl/ogloszenie/audio/38/201282.php> [dostęp 14.09.2015].

Sklep internetowy AUDIOFIL.eu

Najważniejszą działalnością sklepu jest oferowanie urządzeń odtwarzających dźwięk i obraz. Z tego powodu przedstawiane są propozycje ze szczegółowym opisem technicznym oraz wyróżniającą charakterystyką (9). Towarzyszą temu chwytne promocyjne (przeceny, wyprzedaże, ceny dnia) oraz informacje o dostępnych nowościach. Strona internetowa umożliwia zakup, więc istnieje odesłanie do koszyka i dalsze finalizowanie transakcji.

W celu zbudowania swojej wiarygodności właściciele prezentują historię firmy i rozmaite wieloletnie doświadczenie, którego dowodem są dokumentujące zdjęcia zakończonych realizacji (np. całość zestawu domowego, nagłośnienie klubu itp.). Podobny cel ma deklaracja legalności towaru oraz informacje o gwarancji i oferowanym serwisie.

Istotny walor komunikacyjny sklepów to kontakt indywidualny. Odłona internetowa jest formą pośrednią, która nakłania do takiego spotkania. Kupno drogiego sprzętu bez jego uprzedniego testu to tylko możliwość, z której się raczej nie korzysta. Z tego powodu właściciel przygotował salę odsłuchową, aby osobiście zaprezentować towar i dać szansę jego swobodnego wypróbowania. Ten kontakt jest polecany szczególnie, gdyż umożliwia omówienie wielu kwestii (10). Ponadto zachęca się do telefonowania oraz do korespondencji elektronicznej. Można także zapisać się na listę mailingową, by otrzymywać informacje o promocjach i nowościach. Kolejny kanał kontaktu odbywa się poprzez Facebook, który zachęca do polubienia strony, czytania często dodawanych wpisów oraz komentowania ich.

(9) Podłogowy trójdrożny głośnik **SCALA V2** zachował wszystkie cechy poprzedniej wersji, która już pięć lat temu znalazła uznanie wśród najbardziej wymagających audiofilów na całym świecie. Głośnik ten został doceniony za piękny design, niewiarygodną muzykalność oraz niezwykłą łatwość do zainstalowania w systemie, <http://sklep.audiofil.eu/pl/p/Focal-Scala-V2-Utopia-III-para/254> [dostęp: 14.09.2015].

(10) Ilość urządzeń na rynku jest ogromna, a wszystko zależy od przedziału cenowego w jakim chcemy się obracać. Aby dobrać odpowiedni do naszych potrzeb amplituner konieczny będzie odsłuch. Stąd też gorąco zachęcam do odwiedzin naszego salonu ☺, <http://sklep.audiofil.eu/czeste-pytania> [dostęp: 14.09.2015].

Portal AUDIO LIFESTYLE

Audio Lifestyle. Magazyn Muzyczny, Płyty i Audiofilski oraz o Innych Przyjemnościach Życia¹⁸ ma formalnie rozbudowaną strukturę blogu. Jest jednak czymś więcej niż tylko zbiorem ułożonych w kalendarzu wpisów. Jak wskazuje użyta nazwa magazynu, jest zbiorem wielu ilustrowanych publikacji na podane w podtytule portalu tematy. W tym wypadku została strona poświęcona w znacznie mniejszym stopniu stronie technicznej polecanych urządzeń audio, a w większej części luksusowemu stylowi życia, który w zamierzeniu powinien towarzyszyć melomanom-słuchaczom. Za część techniczną odpowiadają recenzje sprzętu z anglojęzycznego serwisu whathifi.com oraz niektóre wpisy ogólne. Większość materiałów to odesłania do innych stron, np. producentów sprzętu. Autorskiego udziału jest tu mało. Ponadto pod jedną z zakładek znajduje się krótka relacja z Audio Show 2014 oraz wiele zdjęć dokumentujących to środowiskowe wydarzenie.

Tym, co różni stronę magazynu od pozostałych stron audiofilskich, jest informowanie o nośnikach z materiałem odsłuchowym w specjalnych wysokorozdzielczych formatach. Zakładka *Sono Perfect* odsyła do wydawnictw muzycznych, a *Audio Blu-ray*

¹⁸ Portal jest dostępny pod adresem <http://audiolifestyle.blogspot.com/>.

do publikacji wideo. Dodatkowo autorzy zaproponowali krótkie opisy wraz z linkami do wzorcowych nagrań, które można legalnie pobrać z sieci za darmo (11).

Kolejne dwa nietypowe elementy magazynu to nieco nonszalancki dział z audiofilskimi prawdami. Zawiera on zbiór kilkudziesięciu (obecnie 75) maksym-prawideł charakteryzujących audiofila, jego życie, środowisko itp. w zgrabnych, czasem dowcipnych jedno-, dwuzdaniowych ujęciach (12). Drugim dodatkiem zatytułowanym *Luxury* jest krótki opis niezwykle drogich przedmiotów, jakimi może otaczać się człowiek, np. sportowe samochody i motocykle, alkohole czy inne drogie gadżety, np. zegarki (13).

(11) Wspaniały prezent z okazji 330. urodzin Jana Sebastiana Bacha! Pomnikowe „The Well-Tempered Clavier” w wybitnej interpretacji japońsko-niemieckiej pianistki dostępne jest od dzisiaj bezpłatnie w superaudiofilskiej jakości

Das Wohltemperierte Klavier, genialne dzieło Jana Sebastiana Bacha, w nowej interpretacji Kimiko Ishizaki za darmo i w 24-bitowej rozdzielczości. Nagranie na fortepianie Bösendorfera odbyło się w berlińskim studio Teldex, jednym z najlepszych na świecie, i było możliwe dzięki hojności ponad 900 osób, które złożyły się na ten cel podczas zbiórki przeprowadzonej na Kickstarterze. Dzięki temu album można pobrać bezpłatnie i dzielić się nim z innymi miłośnikami muzyki swobodnie i bez żadnych opłat. Wcześniej w podobny sposób Kimiko nagrała słynne *Wariacje Golbergowskie*, które również należą do domeny publicznej. Dziękujemy i czekamy z otwartą sakiewką na kolejne tego rodzaju projekty. Płyta w jakości 24bit/96kHz do załadowania tutaj, <http://audiolifestyle.blogspot.com/p/adownia.html> [dostęp: 15.09.2015].

(12) 7. Jeśli twoja żona/narzeczona/konkubina/gospośia posiada biżuterię droższą od twoich kabli, powinienes pomyśleć o wymianie kabli, <http://audiolifestyle.blogspot.com/p/audiofilskie-prawdy.html> [dostęp: 15.09.2015].

(13) 18-karatowe szare i różowe złoto, pasek ze skóry aligatora z Mississippi, mechanizm Tourbillon Escape, 319 części, 108-godzinna rezerwa chodu. Zegarek szwajcarskiej firmy Manufacture Royale Opera zostanie wyprodukowany zaledwie w 12 egzemplarzach, a cenę każdego z nich ustalono na... 1,2 mln \$. Tak jak opera, nie jest więc dla każdego. Zegarek jest dostarczany w drewnianym pudełku, będącym repliką Bastille Opera House. Zamówienia można składać pod tym adresem, <http://audiolifestyle.blogspot.com/p/luxury.html> [dostęp: 15.09.2015].

Magazyn nie umożliwia zamieszczania wpisów czytelników na swej stronie. Można jedynie poprzez pocztę elektroniczną napisać do jego twórców, szczególnie z poleceniem zamieszczenia ciekawego materiału z zakresu poruszanego na tej stronie. Magazyn odsyła również do prowadzonego bardzo sumiennie profilu na Facebooku, Twitterze oraz Pinterescie. Wszystkie zamieszczone tam wpisy powielają treści ze strony głównej magazynu.

Polska fabryka z Wrześni wytwarza głośniki od 1945 roku, podczas gdy większość funkcjonujących dziś producentów kolumn (a także innego sprzętu) powstała po 1989 roku. Strona internetowa jest wizytówką firmy i zawiera materiały tekstowe, zdjęcia oraz filmy promocyjne. Mieszczą się tu także informacje o sieci dystrybucji i profesjonalnym serwisie. Najlichniesze są opisy rozmaitych produktów. Polska marka na rodzimym rynku cieszyła się uznaniem od dawna, gdyż oferowała dobre kolumny taniej niż konkurencja zagraniczna. Wybredni klienci nie patrzyli jednak na produkty Tonsilu łaskawym okiem. Obecnie zaledwie dwa najdroższe modele to zestawy *hi-endowe* przeznaczone dla audiofilów. Renomę jednego z nich ma podkreślać wyjątkowa konstrukcja oraz jej znany zagraniczny twórca (14).

Strona internetowa producenta daje skromne sposobności komunikacyjne. Można podjąć kontakt z przedstawicielami firmy telefonicznie czy elektronicznie (podano numery i adresy), można również dokonać zakupu w sklepie internetowym. Więcej możliwości daje profil facebookowy, w którym internauci bardzo żywo komentują i „lajkują” poszczególne publikacje (15).

(14) Omega. Tonsil rozpoczął produkcję pierwszych w swojej historii kolumn dla audiofilów. Zestaw zaprojektowany został przy udziale Russella Kaufmanna, <http://www.tonsilproducent.pl/pl/zestawy-stereo/omega> [dostęp: 15.09.2015].

(15) Jarosław Żardecki Szacunek za pieczołowite podejście do każdego detalu. Właśnie to się obecnie liczy. Dopracowanie szczegółów i jakość. Jeśli gra tak jak wygląda przyłącze, to będzie rewelacja!, <https://www.facebook.com/TonsilProducent> [dostęp: 15.09.2015].

Forum internetowe i magazyn AUDIOSTEREO

Audiostereo powstało jako forum internetowe w celu wymiany wszelkich poglądów osób zainteresowanych sprzętem audio wysokiej klasy. Jest to obecnie działalność skupiająca dużą i aktywną społeczność, gdyż obejmuje ona ponad 54 tysiące zarejestrowanych użytkowników i ponad 3 miliony zapisanych postów. Największa liczba jednocześnie aktywnych osób przekroczyła 13 tysięcy¹⁹. Zapisać się tu może każdy i wprowadzić lub odszukać dowolny temat. Notuje się wypowiedzi szczegółowe i ogólne, praktyczne i teoretyczne, doradcze i refleksyjne. Swój udział mają tu również producenci i dystrybutorzy (16). Często spotyka się prośby o rady przed zakupem (17), na które forumowicze odpowiadają (18).

Audiostereo z czasem rozrosło się i stało jednym z portali ogólnych o sprzęcie nagłośnieniowym. Zawiera w swych zasobach prezentacje urządzeń, recenzje, blogi

¹⁹ Dla porównania forum na portalu Audio.com.pl ma ponad 9 tys. zarejestrowanych użytkowników, 105 tys. napisanych postów, a najwięcej jednocześnie było aktywnych 9170 użytkowników, <http://forum.audio.com.pl> [dostęp: 24.09.2015].

redaktorów. Aktywnością pobudzającą użytkowników są ogłaszane konkursy z cennymi nagrodami na napisanie recenzji wybranych modeli sprzętu²⁰. Portal prowadzi również wysyłkowy sklep omawianych towarów. Właściciele zachęcają do wpisania się do specjalnego klubu. Z tytułu przynależności do niego otrzymuje się większe możliwości na forum oraz kartę, która uprawnia do zniżek w wybranych sklepach z elektroniką. W ramach portalu można napisać własną opinię na temat dowolnego urządzenia (19) lub wydanej płyty.

(16) Jeśli szukacie wysokiej klasy wzmacniacza dla swoich referencyjnych słuchawek to **Schiit RAGNAROK** właśnie do tego został stworzony. Jeśli oprócz słuchawek, macie w domu kolumny, wielki **Ragnarok** prawdopodobnie będzie idealnym wyborem, http://www.audiostereo.pl/schiit-ragnarok-poteczny-wzmacniacz-sluchawkowy-i-nie-tylko_122327.html [dostęp: 23.09.2015].

(17) Witam, postanowiłem zrezygnować z zakupu mini wieży (pianocraft e410 lub onkyo cs-315) i zacząłem się rozglądać za czymś poważniejszym. Zwiększyłem budżet do ok 2,5tys w tej cenie chciałbym byście mi pomogli wybrać amplituner stereo i kolumny podłogowe stereo, http://www.audiostereo.pl/system-stereo-do-2500-zl-500-zl_102082.html [dostęp: 23.09.2015].

(19) Jeżeli sprzęt ma być nowy to proponuję Yamahę RX797 z kolumnami Tonsil Maestro, Premium i (jeżeli mógłbyś trochę przekroczyć założony budżet) Siesta. Te kolumny zagrają dużo lepiej od takiego chłamu jak E60, http://www.audiostereo.pl/system-stereo-do-2500-zl-500-zl_102082.html [dostęp: 23.09.2015].

(19) Wpadł mnie w ręce wzmacniacz który w końcu ma odpowiedni zapas mocy i potrafi wysterować AKG K601 i K7XX. Sprzęt czysto chiński i skopiowany z Lehmann Black Cube Linear z bardzo dużym powodzeniem. Osobiście bardzo ucieszyły mnie małe dip'y na spodzie sprzętu do regulacji dB na każdy kanał – całkiem ciekawa sprawa i miły dodatek od chińczyków, http://www.audiostereo.pl/diy_matrix-m-stage-amp_wzmacniacze-stereo-329-5583-2.html [dostęp: 23.09.2015].

Portal społecznościowy FACEBOOK

Facebook jest portalem społecznościowym, na którym zakładane są profile osób prywatnych i firm. Przedstawiciele firm (media, producenci, sklepy) zwykle przedstawiają materiały ze swoich stron internetowych w skróconej formie, wraz z odsyłaczami

²⁰ Osoby zgłoszone i zweryfikowane otrzymują na kilka dni testowane urządzenie, np. słuchawki lub kolumny, a ich zadaniem jest napisanie recenzji. Najciekawsza zdaniem forumowiczów praca jest premiowana nagrodą w postaci testowanego sprzętu. Wysoka cena nagród jest zachętą dla uczestników.

do pełnych wersji. Obserwuje się tu przeważający udział zdjęć, czasem materiałów wideo, jak filmy promocyjne i teledyski. Producenci sprzętu, jeśli tylko mogą, chwają się dobrymi opiniami na ich temat zamieszczonymi w mediach (20). Z polskich producentów niewielka część ma takie konto, a często jest ono prowadzone w języku angielskim lub nawet w dwóch wersjach językowych (21). Charakter publiczny przyjmuje także profil wydarzeń poświęconych sprzętowi wysokiej jakości, np. polskie Audio Show – wystawa organizowana co roku w listopadzie w Warszawie.

Indywidualni audiofile na Facebooku najczęściej „lajkują” i komentują wpisy nadawców instytucjonalnych. Są to zazwyczaj opinie o prezentowanym sprzęcie (22) lub wydarzeniu, ewentualnie zapytania temu poświęcone. Czasem zdarzają się rozbudowane konwersacje, szczególnie gdy ktoś przedstawi swój kontrowersyjny pogląd (23). Na własnych profilach osoby prywatne zazwyczaj prezentują interesujący je sprzęt w odesłaniach do wpisów producentów lub recenzentów, czasem zamieszczają własne zdjęcia. Notki poświęcone sprzętowi i muzyce nie są jedyne. Audiofile dają dowody tego, że lubią estetyczne otoczenie, drogie gadżety czy aktywne życie. Jedynie osoby zawodowo zajmujące się tą przestrzenią większość swoich wpisów poświęcają sprzętowi i muzyce. Wielu z prawdziwych audiofilów nie chce się ujawniać lub ma bardzo skromne profile i używa ich jedynie po to, aby mieć dostęp do innych materiałów. Nie obserwuje się profili grupowych, które łączyłoby to środowisko.

(20) Miesięcznik HighFidelity.pl umieścił na swoim portalu recenzję kolumn Diamond 28, zapraszamy do zapoznania się z testem.

„[...] To nie jest matowe i zmlone brzmienie, które maskowałyby ostrości, które chowałyby kompresję (wprowadzoną na etapie masteringu). To brzmienie otwarte, góry jest tyle, ile trzeba, nie musimy się wsłuchiwać, żeby dostrzec ciężką blachę, żeby werbel uderzył, żeby klang na gitarze basowej odezwał się tak, jak tego oczekujemy. [...] Na koniec parę słów o obrazowaniu, tj. połączeniu tzw. sceny dźwiękowej i umiejętności ukazywania brył instrumentów. Pylony czarują skalą i dzięki temu wydarzenia przed nami mają podobny charakter, jak podczas wydarzeń na żywo”. Poniżej umieszczamy link do recenzji: <http://highfidelity.pl/@main-2538&lang=,https://www.facebook.com/Pylon-Audio-298515023545504/timeline> [dostęp: 17.09.2015].

(21) Let's introduce something new – acoustic panels combining acoustical treatment of the room (no surprise) with LED light source – fresh look and cool tool for “mood improvement”.

Coś nowego – panele akustyczne z możliwością podświetlenia LED. Świeży wygląd oraz fajne narzędzie do poprawy nastroju podczas klimatycznych odsłuchów, <https://www.facebook.com/AVCON-153041384753413/timeline> [dostęp: 19.09.2015].

(22) **Jan Tomasz** Bardzo, bardzo mi się podobają te głośniczki ☺ za kilka miesięcy będę chciał zmienić swoje Kefy C7 na coś lepszego.... choć przyznam, że myślałem o Sapphire 31, lub tych mniejszych. Ale na pewno przed zakupem posłucham gdzieś w Krakowie, <https://www.facebook.com/Pylon-Audio-298515023545504/timeline/> [dostęp: 16.09.2015].

(23) **Wojciech Sienkiewicz** Zimno ostro i nieprzyjemnie. Demon, NAD lub inna ciepła klucha ale nic naturalnego lub jasnego... Onkyo plus Pylon równa się latające ostrza po mieszkaniu. Stanowcze nie dla takiego połączenia, <https://www.facebook.com/Pylon-Audio-298515023545504/timeline/> [dostęp: 16.09.2015].

Magazyny prasowe

Magazyny prasowe pierwotnie najsilniej odzwierciedlały ducha środowiska. Ich powstanie świadczyło o istnieniu zdeterminowanych ludzi, których potrzeby skupiały się w tym kręgu zainteresowań. Obecnie na rynku dostępnych jest kilka tytułów prasowych, które kierowane są do środowiska audiofilów i miłośników sprzętu audio i kina domowego. Są to: „Audio”, „Audio Video”²¹, „Hi-Fi i Muzyka. Pismo Audiofila i Melomana”, „Magazyn Hi-Fi”²², „Hi-End.pl”, „Hi-Fi Choice & Home Cinema. Edycja Polska”. Ostatnia z pozycji jest polską reedycją dwóch angielskich tytułów („Hi-Fi Choice” oraz „Home Cinema”)²³. Oferta treściowa pism pod względem tematycznym jest bardzo podobna. Są one skierowane do wszystkich zainteresowanych odtwarzaniem muzyki i obrazu w najwyższej jakości, jednak szczególnie do audiofilów (24)²⁴. Wybrane tytuły, jak „Audio Video”, w równym stopniu poświęcają swoje ramy odtwarzaniu obrazów (telewizory, projektory, odtwarzacze wideo) (25), niektóre zaś, jak „Hi-Fi i Muzyka”, „Hi-End.pl”, polecają wybrane produkcje muzyczne (płyty audio i wideo) oraz przekazują informacje z życia muzycznego (aktualności, wywiady, sylwetki, reportaże).

Główną zawartością treściową magazynów są testy i recenzje rekomendowanych urządzeń elektroakustycznych poszerzone o reportaże z wydarzeń (spotkań, wystaw i targów, wizyt w fabrykach) oraz felietony poświęcone zagadnieniom sprzętowym. Całość dopełniają informacje o nowościach na rynku i wywiady z twórcami.

²¹ Jest to najstarszy wydawany dotąd od 1984 roku miesięcznik poświęcony sprzętowi. Na karcie tytułowej pisma widnieje dopisek *Najlepszy magazyn entuzjastów dobrego brzmienia i obrazu*, a w jego treści została wydzielona część zatytułowana *Hi-end*.

²² Te dwa tytuły o nieco różniącym się zakresie tematycznym są wydawane przez ten sam podmiot i redagowane przez częściowo wspólną redakcję; mają wspólnego redaktora naczelnego – Macieja Stryckiego.

²³ W polskiej wersji autorskie są recenzje płyt audio, DVD i *Blu-ray*. Współpraca w różnym zakresie z zagranicznymi redakcjami jest na rynku medialnym spotykaną praktyką. Polscy dziennikarze specjalistyczni piszą swoje recenzje (głównie), reportaże lub felietony i publikują je w czasopiśmie obcojęzycznych (zazwyczaj anglojęzycznych). W zamian czasami publikują wypowiedzi gości zagranicznych lub przeprowadzają z nimi wywiady.

²⁴ Powstanie kilku magazynów o bardzo podobnej tematyce świadczy o tym, że poglądy na odtwarzanie wysokiej jakości muzyki nie są jednorodne. Testy i opinie różnią się, a działania producentów i handlowców nie pozostają bez wpływu na wyrażane przez dziennikarzy opinie.

Ponieważ prasa jest typowo branżowa, dużą część zajmują artykuły sponsorowane przez producentów i dystrybutorów oraz tematycznie związane reklamy.

W wybranych tytułach recenzje służą również sporządzeniu rankingów pomagających w zakupie sprzętu. Można takie znaleźć w czasopismach: „Hi-Fi i Muzyka”, „Magazyn Hi-Fi”²⁵ oraz w „Audio Video”. Urządzenia zostały w nich podzielone na kategorie (kolumny, wzmacniacze, odtwarzacze CD itd.), a te następnie na odpowiednie przedziały cenowe lub klasy jakościowe.

Konsekwencją przeprowadzanych testów i ocen sprzętu są dodatkowo coroczne nagrody i wyróżnienia przyznawane przez redakcje urządzeniom poznanym w poprzednim roku („Hi-Fi i Muzyka” oraz „Magazyn Hi-Fi”). Otrzymują je urządzenia każdego typu (kolumny, wzmacniacze itd.). Podobnie nagrody „Płyta roku” redakcja przyznaje wydawnictwom fonograficznym. Tu nagrody główne i wyróżnienia otrzymują nagrania w kilku kategoriach: muzyka klasyczna, jazz, muzyka rozrywkowa.

Obecnie wszystkie czasopisma drukowane rozszerzyły swoją działalność o portale internetowe, które zapewniają bezpłatny dostęp do wybranych materiałów, a czasami do całych numerów. Niektóre tytuły oferują wersje elektroniczne swych magazynów (w tym także przeznaczone na urządzenia przenośne, np. tablety) za odpowiednią opłatą. Postaci cyfrowe zwykle są bogatsze od drukowanych. Zawierają dodatkowe zdjęcia oraz treści interaktywne (linki do artykułów, stron internetowych i filmów). W serwisie internetowym czasopism zazwyczaj znajdują się funkcjonalności typowe dla specjalistycznych portali audio, które nie wydają wersji papierowych, jak forum, ogłoszenia, sklep. Notuje się także przypadek działalności dziennikarskiej, w którym podstawową działalnością jest publikowanie miesięcznika w wersji elektronicznej, a wersja drukowana pojawia się raz do roku i jest wyborem tego, co zamieszczono w Internecie („High Fidelity.pl.” „Miesięcznik Hi-Fi”, „Hi-End”).

(24) Pismo adresowane jest do ludzi wymagających dla których najważniejsza jest wysoka jakość a high-end jest stylem życia, <http://www.hfc.com.pl/info> [dostęp: 24.09.2015].

(25) Audio Video to magazyn entuzjastów dobrego brzmienia i obrazu. Jest ukazującym się od wielu lat miesięcznikiem, którego tematyka – zgodnie z tytułem – jest skupiona wokół zagadnień dotyczących sprzętu audio i wideo. Trzonem każdego numeru są testy różnych urządzeń: sprzętu hi-fi i high-end (m.in. odtwarzaczy, wzmacniaczy, kolumn głośnikowych, słuchawek), zestawów kina domowego, telewizorów czy projektorów, http://www.e-kiosk.pl/audio_video [dostęp: 25.09.2015].

²⁵ Na wspólnej stronie internetowej obu pism dostępny jest do pobrania w pliku pdf.

Spotkania indywidualne

Spotkania indywidualne audiofilów to kolejna bardzo ważna odsłona kontaktów i komunikacji środowiska. Odbywa się ona w trzech przestrzeniach, do których należą: a) wystawy, targi i prezentacje; b) sklepy i salony audio-wideo; c) spotkania towarzyskie.

Wystawy, targi i prezentacje organizowane przez producentów i dystrybutorów dają możliwość pokazania nowego sprzętu oraz demonstracji jego zalet. Trudno wtedy o wnikliwe wsłuchanie się w niuanse odtwarzanej muzyki ze względu na liczbę osób. Ważniejsze jest tu opowiadanie o zaletach urządzeń, zastosowanych rozwiązaniach technicznych czy wręcz wprowadzanie nowych trendów. Jest też okazja, aby zobaczyć sprzęt niedostępny w innych warunkach, posłuchać go, a także skonfrontować go z innym dostępnym na spotkaniu²⁶. Waga wydarzeń tego typu dla środowiska jest na tyle duża, że pojawia się na nich znaczna liczba zainteresowanych osób, a to sprawia, że dochodzi do wielu spotkań, a także choćby pobieżnie zawieranych znajomości czy wymiany zdań. W wielu przypadkach kontakty te są podtrzymywane w świecie wirtualnym lub przeradzają się w bliższą znajomość. Na duże spotkania bywają zapraszane ważne osoby (26), dzięki temu istnieje możliwość kontaktu z gośćmi zagranicznymi, np. konstruktorami znanych firm (27). W bardziej kameralnych okolicznościach zachodzi szansa na rozmowy przy kawie. Jeśli wystawa ma charakter lokalny, łatwo poznać osoby z najbliższego regionu o tych samych zainteresowaniach. Organizatorzy dbają zazwyczaj, aby czas spędzony był miło i pouczająco, wydarzeniu towarzyszą konkursy, nagrody, wystawy, degustacje oraz zakulisowe informacje.

(26) Tym razem gospodarzem imprezy będzie Fusic, a do udziału w spotkaniu zaproszonych zostało wielu znakomitych gości – zarówno w dosłownym rozumieniu tego słowa, jak i w przenośni. Za świetną oprawę, repertuar oraz prezentację odpowiadał będzie znawca i miłośnik Muzyki (przez duże M) - Piotr Guzek, <http://audio.com.pl/sklepy-lista/wroclawski-fusic-zaprasza-na-kolejne-spotkanie> [dostęp: 7.06.2015].

(27) Na prezentacji w Premium Sound można było posłuchać sprzętu, poznać innych hobbyistów interesujących się audio, a i dobrej kawy nie zabrakło. No ale największą atrakcją prezentacji była bez wątpienia obecność konstruktora. Jeśli traficie Państwo na podobne okazje do rozmowy z twórcami sprzętu audio, to warto z nich korzystać. Z pozoru może się wydawać, że najlepszym miejscem na takie rozmowy są specjalistyczne wystawy, ale nie do końca tak jest. O ile można liczyć, że na wystawie porozmawiamy z krajowymi konstruktorami, to dostępność gości z zagranicy jest często ograniczona – zwykle mają oni nadmiar obowiązków i kontrahentów do obsługi. Natomiast taka prezentacja jaką zorganizowano w Premium Sound ułatwia bardziej osobisty kontakt. Można spędzić czas miło i jednocześnie pouczająco. A dla mnie dodatkową korzyścią była też garść ciekawych, zakulisowych informacji (GS), <http://www.hifi.pl/blog/> [dostęp: 7.06.2015].

²⁶ Wielokrotnie w magazynach audio pisano o najdroższych urządzeniach, których nie oferowały polskie salony, a były one obecne na targach czy wystawach (np. zagranicznych).

Wiele sklepów oferuje asortyment RTV, lecz audiofile odwiedzają przede wszystkim salony audio, w których znajdują się wyjątkowe urządzenia, specjalne sale odsłuchowe, a pracują w nich miłośnicy najlepszego sprzętu, a jednocześnie melomani muzyki. Oprócz oglądania i przesłuchiwania poszczególnych modeli aparatury zazwyczaj dochodzi do wymiany poglądów między sprzedawcą a klientem, a mniej wytrawny znawca otrzymuje fachowe doradztwo. Pracownicy sklepów zwykle proponują odsłuch wybranych urządzeń w sklepie, a niektórych także w domu klienta. Sprzedawcy są zorientowani w cenach i dostępie towarów, pomagają w doborze komponentów i osprzętu, czasem projektują całość inwestycji. Dopóki jest prawdopodobieństwo, że dojdzie do transakcji, handlowcy dbają o kontakt i motywują do zakupu, negocjują cenę i ustalają dogodne warunki sprzedaży. Po zakupie sprzedawcy informują o chętnie kupowanych zestawach. W sytuacjach zajścia awarii sprzętu, klienci wracają do sklepu z reklamacjami. Dobre relacje z salonem wpływają na chęć zakupów w przyszłości. Salon może także prowadzić sprzedaż literatury i prasy branżowej. Zawsze ma ulotki i foldery reklamowe.

Spotkania towarzyskie audiofilów odbywają się najczęściej w domach prywatnych (28). Wymiana zdań między audiofilami odbywa się także telefonicznie czy elektronicznie. Są to zazwyczaj różne tematyczne informacje i wymiana opinii na temat poszczególnych komponentów oraz publikacji fonograficznych. Właściciele lubią chwalić się swoim sprzętem, opisywać jego zalety. Jeśli nie udało im się dotąd nabyć odpowiedniego zestawu, poszukują lepszego i zachwalają swój wymarzony, przedstawiając plany zakupowe. Zdarzają się wspólne odsłuchy i konfrontacje wrażeń, czasem dochodzi do wymiany komponentów dla próby i porównania. Jeśli ktoś decyduje się na zakup zestawu DIY, może szukać porad u osób z większym doświadczeniem. Może też pomagać innym, jeśli ma większe doświadczenie.

(28) Odsłuchy mają miejsce w domach członków, dlatego też ilość uczestników jest limitowana i zależna od Gospodarzy, odpowiedzialnych za poszczególne spotkania, <http://www.highfidelity.pl/@kts&lang=> [dostęp: 7.06.2015].

Język

Język jest podstawowym i nieodzownym narzędziem komunikacji. Umożliwia przekazywanie informacji i budowanie wspólnoty²⁷. Dobra znajomość języka własnego danej wspólnoty komunikacyjnej wzmacnia przynależność do grupy, a także umożliwia zajęcie wysokiej w niej pozycji²⁸. W przypadku audiofilów ich socjolekt

²⁷ M. Bugajski, *Język w komunikowaniu*, Warszawa 2006, s. 436.

²⁸ S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin 1994, s. 117.

oparty jest na języku ogólnym, a przedstawiciele grupy identyfikują się ze wspólnotą narodową, co kwalifikuje ich wśród wspólnot tradycyjnych²⁹. Skupienie się na tematyce urządzeń odtwarzających dźwięki i jakości wytwarzanej przez nie muzyki wpływa na uwypuklenie słownictwa temu poświęconego. Dominuje tu terminologia naukowa elektroakustyki (29, 30) i technologii materiałowej (31)³⁰, gdy prezentowane są konstrukcje urządzeń, a przy omawianiu wrażeń estetycznych dołącza się terminologia muzyczna i wzornictwo przemysłowe. W przekazach swobodniejszych (fora, kontakty indywidualne) wielokrotnie używa się określeń potocznych, z których część składa się na profesjolekt w dużej mierze wspólny osobom o wykształceniu technicznym (32).

(29) *sztuczne sygnatury brzmieniowe* – W skrócie streściłbym ją jako dobór elementów, które są ze sobą nawzajem dobrze zharmonizowane i przy tym wolne od sztucznych sygnatur brzmieniowych, <http://www.hifi.pl/blog/> [dostęp: 7.06.2015].

(30) *średniotonowy* – W kolumnach Xavian używane są miękkie, tekstylne kopułki oraz głośniki (nisko)średniotonowe z membranami polipropylenowymi lub papierowymi, co nie jest przypadkiem, <http://www.hifi.pl/blog/> [dostęp: 7.06.2015].

(31) *głośnik, membrana, obudowa, podstawa* – Dotyczy to doboru głośników, materiałów membran, obudów czy podstawek, <http://www.hifi.pl/blog/> [dostęp: 7.06.2015].

(32) *niewygrzany* – No i kolumny były nowe, kolokwialnie mówiąc *niewygrzane*, <http://www.hifi.pl/blog/> [dostęp: 7.06.2015].

Osoby uczestniczące w komunikacji audiofilów reprezentują różny stopień wiedzy tematycznej i stosowanego słownictwa. Nie trzeba być wykształconym znawcą tematu, aby zostać audiofilem – wystarczy zamiłowanie do muzyki i do jej wiernego odtwarzania. Jednak, aby dobrze się w środowisku komunikować, rozumieć teksty producentów sprzętu i dziennikarzy, a przy okazji mieć uznanie u innych, należy zaznajomić się z używanym słownictwem. Znawcy tematu, dziennikarze i konstruktorzy operujący terminami wpływają do pewnego stopnia na hermetyzację wypowiedzi, tym bardziej, że duży w nich udział mają zapożyczenia. Zdarza się, iż ktoś chcący uchodzić za znawcę używa terminów bez ich dobrego zrozumienia, czym obnaża swoją niekompetencję w oczach specjalistów.

W wypowiedziach audiofilów podstawowym gatunkiem jest recenzja urządzenia (czasem też osprzętu – np. kabli). Jej podstawowymi funkcjami są opis urządzenia oraz ocena jego działania. Opis techniczny może być mniej lub bardziej dokładny, specjalistyczny lub ogólny w zależności od potrzeb. Natomiast relacja wrażeń słuchowych wyraźnie wyróżnia audiofilów. Podejmowane próby mówienia o trudnym w ujęciu dźwięku³¹, a jednocześnie nadawanie mu walorów oceny, skutkuje niesprawdzalnymi

²⁹ H. Satkiewicz, *Norma polszczyzny ogólnej a język subkultur*, [w:] „Język a kultura” 1994, t. 10, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław, s. 9-17.

³⁰ Potwierdzają to słowniczki dołączane do wybranych stron internetowych, np. portalu Hifi.pl.

³¹ P. Kładoczny, *Semantyka nazw dźwięków w języku polskim*, t. 1-2, Łask 2012.

indywidualnymi sądami. W tym celu używa się zabiegów, takich jak metafory, obrazowe porównania i synestezje, a także różne inne środki zastępcze, którym towarzyszy duża kreatywność (33). Z tego powodu audiofile bywają uważani za ludzi przesadnie emocjonujących się, niezrozumiałych i zarozumiałych. Audiofile przeważnie mają świadomość swojego języka, lecz także zdają sobie sprawę z trudności nazywania rzeczy, o których mówią (34).

(33) Wielka głęboka i bardzo szeroka scena, dźwięk jest potężny ogarniający, bardzo nasycony, ale jednocześnie zwinny i pieruńsko szybki. Świetnie kontrolowany bas, ogromna dynamiki i jednocześnie słycać może detali; <http://galeria.orlowsky.com/turystyka/podroze-USA-best-of-analog-vs-best-of-digital.php> [dostęp: 7.06.2015].

(34) Mamy zamiar wyszukiwać na naszym rynku urządzenia wspaniałe, wyjątkowe, cudowne i zniewalające. Skąd to słownictwo? Wyjątkowe urządzenia wymagają niezwykłego języka, a przynajmniej nie technicznego, ten przyda się przy opisywaniu konstrukcji i dywagacjach teoretycznych, <http://www.hi-end.pl/index0.php?id=hi-fi&ia=1> [dostęp 24.09.2015].

Podsumowanie

Funkcjonowanie w ramach ogólnych norm społecznych (również językowych) oraz werbalizowanie małego wycinka rzeczywistości i skupienie na typowych sytuacjach komunikacyjnych sprawia, że język audiofilów jest przykładem socjolektu tradycyjnego właściwego dla grup zawodowych wykonujących pewien zawód lub połączonych wspólnym hobby³². Grupę tę tworzą specjaliści z wykształceniem technicznym elektroakustycznym (lub szerzej – technicznym), producenci i handlowcy oraz wszystkie inne osoby, które mają zamiłowanie do muzyki i poszukują urządzeń, które będą ją odtwarzać w najlepszej jakości. Środowisko audiofilów nie jest zintegrowane w zorganizowanej strukturze. Najsilniejszym bodźcem łączącym są przedsięwzięcia medialne, kiedyś magazyny audio (audio-wideo), dziś głównie rozmaite tematyczne portale internetowe. Na ich łamach dochodzi do największej liczby kontaktów językowych i zachodzi najbardziej aktywna komunikacja.

Skróty

EM – *Encyklopedia muzyki*, red. Andrzej Chodkowski, Warszawa 1995.

NKJP – *Narodowy Korpus Języka Polskiego*, dostęp na stronie: www.nkjp.pl.

³² T. Piekot, *Język w grupie społecznej. Wprowadzenie do analizy socjolektu*, Wałbrzych 2008, s. 33-34.

Bibliografia

- Bugajski M., *Język w komunikowaniu*, Warszawa 2006.
- Deska K., Dziura M., *Suma na zero, heble w dół, czyli kilka słów o języku realizatorów dźwięku*, „Rozprawy Komisji Językowej” 2013, t. XL, red. J. Miodek, W. Wysoczański, s. 127-141.
- Grabias S., *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin 1994.
- Kładoczny P., *Semantyka nazw dźwięków w języku polskim*, t. 1-2, Łask 2012.
- Perlman M., *Golden Ears and Meter Readers: The Contest for Epistemic Authority in Audiophilia*, „Social Studies of Science” 2004, t. 34, s. 783-807.
- Piekot T., *Język w grupie społecznej. Wprowadzenie do analizy socjolektu*, Wałbrzych 2008.
- Satkiewicz H., *Norma polszczyzny ogólnej a język subkultur*, [w:] „Język a kultura” 1994, t. 10, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, s. 9-17.
- Wierzchoń P., *Depozytorium leksykalne języka polskiego: nowe fotomateriały z lat 1901-2010*, t. 2, Warszawa 2011.

Kontakty językowe i komunikacja w środowisku audiofilów

Streszczenie: Artykuł jest poświęcony kontaktom językowym i komunikacji w środowisku audiofilów. Audiofilem jest człowiek o zamiłowaniu do sprzętu odtwarzającego dźwięk w najwyższej jakości. Audiofile to przeważnie mężczyźni. Nie tworzą oni grup sformalizowanych i stowarzyszeń. Ich kontakty skupiają się na prasie branżowej, portalach internetowych oraz kontaktach bezpośrednich na wystawach, w sklepach audio oraz między przyjaciółmi o podobnych zainteresowaniach. Tematyka wypowiedzi audiofilów dotyczy recenzji sprzętu, wymiany zdań i porad przy zakupach.

Słowa klucze: audiofil, kontakty językowe, komunikacja

Language contacts and communication in an audiophile community

Summary: The article concerns language contacts and communication in an audiophile milieu. Audiophiles are people who have a passion for audio equipment which produces top quality sound. Audiophiles are mainly men. They do not function like formalized groups or associations. Their relations are focused on specialist press, internet web pages and portals as well as direct contacts at audio shows, in audio shops and among friends who pursue the same hobby. Conversations among audiophiles concentrate predominantly on audio equipment reviews, voicing personal opinions and providing useful advice on what to purchase.

Key words: audiophile, language contacts, communication