

## THE WHOLE STORY



Kiedy biorą Państwo do ręki najnowszy numer „[High Fidelity](#)” (proszę się nie gniewać za ten zwrot, ale – paradoksalnie – jestem przywiązany do papieru...), świętujecie z nami Przyjaciele piątą rocznicę powstania pisma. Numer 1. ukazał się bowiem w sieci dokładnie 1. maja 2004 roku, przed południem. Traktowany początkowo jako wypełnienie wolnego czasu, pozostałego po testach do „[Audio](#)” (w „[Audio](#)” chciałem pracować odkąd pismo zaczęło wychodzić, jeszcze w formie „[Od Radio do Audio](#)” w styczniu 1995 roku – i niech ktoś powie, że marzenia się nie spełniają...), stał się, dość szybko zresztą, czymś specjalnym. Duża w tym zasługa Państwa, którzy od samego początku przyjęliście ten nowy „byt” w ciepły, niemal czuły sposób. Nowa „era” w jego historii rozpoczęła się 1. kwietnia 2005 roku, wraz z pojawieniem się okładki – to wówczas wykrystalizowała się idea tego magazynu jako normalnego pisma, tyle, że wychodzącego w sieci. I w taki sposób zostało ono w zeszłym roku zarejestrowane w sądzie („[High Fidelity](#)” jest miesięcznikiem, kolportowanym za pośrednictwem internetu, zarejestrowanym w Polsce i krajach Unii Europejskiej). Mamy nadzieje, że jest tym, czego Państwo oczekiwaliście i odpowiedzią na wasze potrzeby, a może po prostu chwilą relaksu.



W październiku 2006 roku ukazała się po raz pierwszy angielska wersja magazynu. Jest to wybór spośród polskich artykułów z danego miesiąca. Początkowo niemal niezauważalna przez audiofilów spoza Polski, powoli, powoli zdobywała swoje miejsce w ich komputerach. Momentem przełomowym, myślę, że i zwrotnym dla tej wersji jest jednakże zawarcie umowy z największym pismem internetowym na świecie, prowadzonym przez Srajana Ebaena „6Moons”. Od kwietnia nasze pisma będą się wymieniały artykułami, co pozwoli poszerzyć zakres czytelnictwa. Pierwszy artykuł mojego autorstwa już można na „6Moons” przeczytać – to test przetwornika USB Wavelength Brick [TUTAJ](#). Myślę, że to dla „High Fidelity” okazja na to, by dotrzeć do ludzi, którzy inaczej, być może, nigdy by się o jego istnieniu nie dowiedzieli. Wybór „6Moons” na partnera nie był przypadkiem. Czytam to pismo od kilku lat i wiele razy łapałem się na tym, że podchodzimy ze Srajanem do wielu spraw w niezwykle zbliżony sposób, że traktujemy pismo podobnie. Magazyn audio ma być mianowicie miejscem, gdzie można przeczytać testy urządzeń, recenzje muzyki, relacje ze spotkań itp. i o jego atrakcyjności stanowiąc mają właśnie artykuły (zawartość). Kiedy zaś czytelnicy będą usatysfakcjonowani zawartością, będzie ich przybywać. I dopiero wówczas magazyn stanie się atrakcyjny dla reklamodawców. Wszystkie pisma utrzymywane są bowiem przez reklamy. W przypadku druku koszt egzemplarza nie porywa nawet kosztów druku i kolportażu. Tak więc partnerzy biznesowi, tj. dystrybutorzy, producenci, sklepy itp. są podstawą do tego, żeby w ogóle profesjonalne magazyny mogły się ukazywać. Ważne jest jednak, aby od początku hierarchia była taka, jak opisałem: najpierw Czytelnik i potem reklamodawcy. W przypadku „High Fidelity” sprawa była prosta: początkowo nikt nie traktował tego pisma poważnie. Raczej jako fanaberię, ciekawostkę. Dlatego nigdy nie było „ciśnienia” z czyjekolwiek strony. I tak pozostało. Wolność to piękna rzecz i cenię ją sobie ponad wszystko. Myślę, że „6Moons” powstało w podobny sposób i że również jest wolne od uwikłań biznesowych. Rozmawiałem z wieloma dystrybutorami z zagranicy oraz producentami z całego świata i nie znalazłem nikogo, kto by mógł pismu coś zarzucić. Z ocenami zawartymi w testach można się nie zgadzać, można krytykować sposób wyboru urządzeń do testu, jego warunki, itp., ale nikt nie powiedział złego słowa, jeśli chodzi o ingerencję osób z zewnątrz na zawartość pisma. I to mi się podoba.

# hi-fi+



Podobnie prowadzone jest (przynajmniej do tej pory) moje ukochane pismo drukowane, brytyjski „[Hi-Fi Plus](#)”. Założone w roku 1999 (Issue 1 nosi datę April 1999) przez Roya Gregory’ego, od początku było przygotowywane w niezwykle profesjonalny sposób – od sposobu przygotowywania recenzji, przez ich napisanie, na genialnej formie graficznej skończywszy. Nie był oczywiście sam –

pismo miało wydawcę, Davida Ayersa. I znowu – sposób rozumienia audio, magazynu o nim traktującego, to, jak ustawione były relacje na linii pismo-reklamodawcy, wszystko było dla mnie po prostu znakomite. A przecież nie byłem spoza branży – znam ją od drugiej strony bardzo dobrze i sędzę, że jeśli by gdziekolwiek był jakiś fałsz, to bym go wyłapał. A jednak wszystko się zmienia. Nie mówię o zawartości merytorycznej, jestem daleki od tego, a po prostu o „życiu”. We wstępniku do numeru ze stycznia z 2006 roku (Issue 43) wszem i wobec ogłoszono to, co można było od jakiegoś czasu usłyszeć, a mianowicie, że pismo zostało kupione przez spółkę Absolute Media (UK) Ltd, której firmą-matką jest Absolute Media Inc. (AMI), wydawca amerykańskiego magazynu „[The Absolute Sound](#)”, a także „The Perfect Vision” i „The Winding Road”. Jak pisał Atul Kanagat, Strategic Advisor (to pierwszy wstępniak napisany nie przez Gregory’ego), we wspomnianym artykule: „Chcielibyśmy mu podziękować [Davidowi Ayersowi – przyp. red.] za zaufanie nam. Chcielibyśmy jednocześnie zapewnić i jego, i Państwa, że będziemy kontynuowali to, co on zapoczątkował”. I rzeczywiście – nawet nie zauważyłem, że wydawcą jest już ktoś inny. HFP zyskał mocną promocję w Stanach Zjednoczonych, a jego treść w żaden sposób się nie zmieniła. Pomyślałem więc, że jest dobrze. A przecież wcześniej byłem świadkiem zupełnego szaleństwa związanego z najstarszym angielskim pismem audio, z „[Hi-Fi News](#)”, gdzie zmiany na stanowisku redaktora naczelnego (też po zmianie wydawcy) były zupełnie bezsensowne. Jeszcze głębsze były podchody związane z piszącym tam od lat Kenem Kesslerem, który raz w jednym miesiącu pracował w HFN, w drugim u konkurencji w „Hi-Fi Choice”, potem znowu w HFN. Było to żenujące, jeszcze bardziej niż wyjaśnienia składane Czytelnikom. Ponieważ znamy się od lat z długoletnim zastępcą redaktora naczelnego, Andrew Harrisonem, wiedziałem na bieżąco, co się tam dzieje. A chodziło po prostu o pozbycie się kierujących pismem ludzi. Andrew i tak wytrzymał długo, ale i on nie zdurzył i w zeszłym roku przeniósł się do „[Hi-Fi World](#)”.



W każdym razie chodzi o to, że w „Hi-Fi Plus” niczego takiego zauważyć się nie dało. Aż do najnowszego numeru, kiedy zupełnie niespodziewanie dowiedzieliśmy się, że nastąpiła zmiana na stanowisku redaktora naczelnego. Począwszy od numeru z marca 2009 roku (Issue 64) będzie je piastował Alan Sircom, piszący wcześniej do HFN i HFC. W swoim wstępniku (wersja ang. [TUTAJ](#)) mówi m. in., że więcej miejsca będzie poświęcał na tańsze urządzenia i że więcej uwagi będzie zwracał na nowe media, jak np. odtwarzacze sieciowe. Życzymy mu wszystkiego najlepszego! Gdzieś, na dnie, jest jednak niepokój związany z tym, że nic w świecie nie dzieje się

bez przyczyny i odsuwanie (jakkolwiek by to nazwać) od kierowania pismem jego twórcę jest sygnałem zmian. Oby na lepsze...



Wojciech Pacuła  
Redaktor naczelny