

Piotr Grycner

Od Woodstocku do instalacji

Community

Historia, którą chcę Wam dziś przybliżyć, rozpoczęła się jeszcze w erze festiwalu Woodstock. Jednak żeby dobrze ją zrozumieć, najpierw trzeba poznać tło tamtych czasów.

Nowa generacja młodych przedsiębiorczych ludzi zaczyna dochodzić do głosu. W odróżnieniu od poprzednich generacji ich celem nie są kolejne zera na koncie, w przeciwieństwie do poprzedników swoje ambicje koncentrują na pełnej niezależności. Nowe pokolenie chce pracować i jednocześnie tworzyć. Rynek

zalewają produkty innowacyjne, zrywające z dotychczasowymi trendami.

To optymistyczne wizjonerstwo w zderzeniu z realiami ekonomii skończyło się dla wielu młodych przedsiębiorców porażką. Wielu z tych, którzy odnieśli na początku sukces zaprzepaściło go z powodu braku organizacji i zarządzania zdobytym

kapitałem. Tylko nieliczni zachowali niezależność i ducha innowacyjności, realizując własne wizje.

POCZĄTEK HISTORII

Jest rok 1960. Młody człowiek o imieniu Bruce Howze, nasz główny bohater, rozpoczyna swoją karierę jako realizator wizualizacji świetlnych. Dzięki świetnej znajomości tematu szybko zostaje zatrudniony jako rezydent technik w kilku muzycznych klubach w Filadelfii. Wśród nich znalazł się Electric



fot. archiwum Tommex

Do fundamentów sukcesu Community należy zaliczyć bardzo profesjonalne podejście do pomiarów akustycznych

Factory, zdecydowanie największy tego typu obiekt w okolicy. Klub, który przygotowano na 1.500 osób, niejednokrotnie podejmował aż 2.500 gości.

Imprezy w Electric Factory stawały się coraz bardziej popularne. Ze względu na ograniczone miejsce i wciąż rosnące zainteresowanie klub zaczął organizować festiwale na świeżym powietrzu. Z czasem doprowadziło to do powstania firmy Festival Group, którą później nazwano Activated Air. To właśnie tu Bruce Howze po raz pierwszy spróbował swoich sił jako inżynier dźwięku. Trzeba przyznać, że swoje pierwsze kroki stawiał w doborowym towarzystwie. Podczas współpracy z Activated Air miał okazję miksować koncerty Janis Joplin, Dr. John, Franka Zappi i wielu innych artystów, którzy dziś są uznani za muzyczne ikony tamtego okresu. Tamten okres to również pierwszy moment, w którym nasz główny bohater zwrócił uwagę na pewną niepokojącą zależność. Podczas wszystkich festiwali, w jakich brał udział, efekty wizualne były lepiej dopracowane niż dźwięk, który powinien mieć bezwzględne pierwszeństwo. Po długich badaniach tego problemu uznał, że przyczyną tego problemu jest skala. Koncerty były coraz większe, wymagały coraz większej skuteczności akustycznej, a sprzęt nagłośnieniowy nie umiał sprostać nowo wyznaczanym standardom.

W latach 60. większość systemów PA budowano w oparciu o kinowe kolumny głośnikowe, które oferowały w miarę daleki zasięg i szerokie pasmo przeniesienia częstotliwości. Wadami tych systemów była dwudrożność, która pozabawiała średnie pasmo spójności, co często utrudniało wyraźną komunikację. Kolejnym problemem była waga. Kinowe kolumny z drewnianymi obudowami były naprawdę ciężkie, a podczas koncertowych tournée łatwy transport i mobilność to podstawa sukcesu.

W roku 1968 Bruce Howze został zaangażowany na trasie z Jefferson Airplane jako inżynier dźwięku. Jak twierdzi sam bohater, to właśnie podczas tego tournée zdobył swoje największe doświadczenie,



fot. archiwum Community

Bruce Howze, założyciel firmy Community.



fot. archiwum Community

Monitory sceniczne Community.

korzystając z pierwszych systemów nagłośnienia koncertowego. Mógł empirycznie sprawdzić, co w nich działało, a co zawodziło. Ponieważ systemy nagłośnienia często nie spełniały oczekiwań, Bruce decydował się na modyfikacje. Wtedy też zauważył, że wymiana drivera z 30-watowego na 100-watowy pozwalała grać zdecydowanie soczyściej.

Z czasem życie mistyka w drodze ustąpiło realiom codziennego pakowania ciężkiego sprzętu. Bruce wciąż zadawał sobie pytanie, czy nie ma innej metody do stworzenia optymalnego brzmienia audio. Wtedy też podjął decyzję o zmianie profilu swojej pracy. „Wolałem szukać rozwiązań problemów, z którymi stykałem się

na co dzień, w jednym miejscu, niż tworzyć na szybko prowizoryczne rozwiązania w trasie.”

POWSTANIE COMMUNITY

Pod koniec 1968 roku Bruce wraz z Thomasem Walterem założyli firmę – Community Light and Sound. Ich cel to stworzenie bardzo lekkich, mocnych zespołów głośnikowych oraz, w konsekwencji, stawienie czoła takim gigantom branży jak JBL, Electro-Voice i Altec. Po dwóch latach do firmy dołączył John Wiggins, ambitny audio maniak, który tamten okres podsumowuje jednym zdaniem „Początki nie należały do łatwych, chociaż optymizm płynął strumieniami,

nie przekładało to się w żaden sposób na przepływ gotówki”.

W 1970 roku firma zaprezentowała swój pierwszy produkt – LMF, średniozakresowy horn uformowany z włókna szklanego. Community udowodniło swoim produktem radykalnie inne podejście do tematu nagłośnienia. Początki lat 70. to czasy obudowy z drewna, cienkiej blachy lub żelaza. Jednak Bruce uznał, że to właśnie włókno szklane jest idealnym materiałem. Było lekkie, wytrzymałe i łatwe w formowaniu, co umożliwiało tworzenie kształtów zgodnych z matematycznymi równaniami, zdecydowanie dokładniej niż w przypadku innych materiałów.

W 1974 roku Community przedstawiło swoje produkty szerokiej publiczności na wystawie AES (Audio Engineering Society). To był zimny prysznic dla całej firmy. Młoda dziewczyna o imieniu Christine (później żona Bruca Howze), która dołączyła rok wcześniej do zespołu, starała się powstrzymać łzy na widok projektantów konkurencji śmiejących się z „plastikowych puszek”. Mimo bardzo chłodnego przyjęcia ich nowatorskich pomysłów, Bruce nie zmienił swoich priorytetów i metod dążenia do celu. Z upływem czasu ten upór się opłacił.

Jednym z pierwszych klientów Community była festiwalowa firma Activated Air (były pracodawca Bruca). Kolumny naszego bohatera ruszyły w festiwalowe tournée i zaczęły wzbudzać coraz większe zainteresowanie. Inżynierowie dźwięku dopytywali o te lekkie i potężnie grające konstrukcje. Z czasem włókno szklane,



Bruce Howze z żoną Christine i Johnem Wigginsem, w latach młodości.

które początkowo było przekleństwem, stało się znakiem rozpoznawczym Community. Firma zdobyła rozgłos za swoje nietuzinkowe rozwiązania, a z czasem „plastikowe puszki” zainstalowano w kilku ważnych obiektach na terenie USA.

NOWY ROZDZIAŁ

Do tej pory Community, tworząc obudowy, korzystało z driverów wyprodukowanych u zewnętrznych producentów. Kolejnym krokiem było stworzenie własnych przetworników dźwięku. Dla Bruce’a cel jak zwykle był prosty: stworzyć driver, który będzie najgłośniejszy i możliwie dokładny w przetwarzaniu dźwięku. Firma zainwestowała w magnetyzer 15.000 funtów, a Bruce, John i Clifford Henriksen (poprzednio zatrudniony w Altec) usiedli do projektowania prototypów. W efekcie ich pracy powstał M4 – driver ciśnieniowy z 4-calowym wylotem. Ultralekka membrana o średnicy 6,5 cala ważyła tyle, co papier, i zachowywała niezwykłą sztywność. Premiera M4 miała miejsce w 1980, a w 1981 pokazano go na AES. Konwencja zakończyła się sporym sukcesem. Driver zrobił potężne wrażenie na pozostałych wystawcach. Do 1981 roku takie osiągnięcia według wielu inżynierów były nierealne do osiągnięcia. Wtedy też po raz pierwszy padła uwaga, że produkt o takiej skuteczności sprawdziłby się nie tylko na koncercie rockowym, ale również na wielkim stadionie. Przetwornik M4 to prawdziwy punkt zwrotny w historii Community. Dzięki niemu firma stała

się kompleksowym producentem zespołów głośnikowych, a nie wykonawcą pojedynczych elementów.

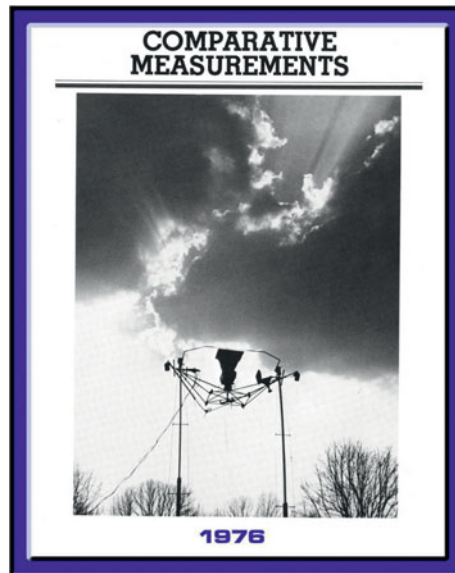
KONIEC MAGII

Do fundamentów sukcesu Community należy dodać bardzo profesjonalne podejście do pomiarów akustycznych. To właśnie Bruce Howze i John Wiggins postanowili jako pierwsi bardzo dokładnie przeanalizować charakterystyki poszczególnych produktów i zrobić ich analizę porównawczą. Bruce, korzystając z uprzejmości rodziców swojej żony Christine, wybudował na ich farmie wieżę o wysokości 30 stóp (9,1 m). Do obracania mikrofonów oraz zestawów głośnikowych



fot. archiwum Community

Pierwszy głośnik własnej konstrukcji to M4 – driver ciśnieniowy z 4-calowym wylotem.



Bruce Howze i John Wiggins jako pierwsi bardzo dokładnie przeanalizowali charakterystyki różnych zestawów głośnikowych i zrobili ich analizę porównawczą, korzystając z 9-metrowej wieży pomiarowej własnej konstrukcji.

Kooperacja Whelen i Community zaowocowała licznymi kontraktami oraz pozwoliła zdobyć unikatowe doświadczenie w zakresie termoprzewodnictwa oraz niezawodności produktów alarmowo-ewakuacyjnych

o precyzyjne 10 stopni wykorzystał aparaturę bezprzewodową. Z tak przygotowaną instalacją Bruce i John spędzili na farmie kilka miesięcy, testując wszystkie swoje produkty oraz produkty innych producentów. Rygorystycznie pilnowali, aby warunki każdego testu były identyczne – mierzyli skuteczność, zakresy przenoszenia częstotliwości, propagację i wiele innych parametrów. Skrupulatna analiza doczekała się publikacji i na zawsze zmieniła branżę. Specyfikacje kolumn zostały ogłoszone z magii, a stały się za nimi twarde liczby i wzory. Publikacja trafiła, prędzej czy później, na biurko każdego liczącego się inżyniera i projektanta. Od tamtej pory każdy nabierał respektu przed tą małą firmą z Pensylwanii.

NOWY KIERUNEK

Produkty Community wyróżniały się skutecznością akustyczną oraz innowacyjnymi rozwiązaniami. Nowinki technologiczne zwróciły uwagę osób spoza branży, co zaowocowało niecodzienną współpracą Community z firmą Whelen Engineering, specjalistą w dziedzinie systemów ostrzegawczych i ewakuacyjnych. Whelen zwróciło się do Bruce'a o pomoc przy stworzeniu nowego produktu. Początek wspólnego projektu miał miejsce tuż po wydarzeniach w 1979 roku, kiedy omal nie doszło do katastrofy w elektrowni jądrowej Three Mile Island. Skala potencjalnych konsekwencji była bardzo duża, dlatego rząd federalny postawił przed firmami zadanie stworzenia urządzenia, które usprawni ewakuację poprzez komunikację głosową w silnie zaludnionych terenach. Korzystając z doświadczenia Community i Whelen chcieli stworzyć głośnik typu horn, który swoim zasięgiem i mocą będzie dorównywał pneumatycznym syrenom alarmowym, a oprócz podstawowej alarmowej funkcji umożliwi komunikację głosową. Efektem 5-letniej współpracy był produkt, który złamał wszelkie



fot. archiwum Community



fot. archiwum Community

Produkty Community można spotkać w instalacjach na całym świecie, np. na lodowisku w Turynie czy torze wyścigowym Fuji w Oyama-chō w Japonii.

dotychczasowe bariery i wyznaczył nowe standardy. Specyfikacja obejmowała 153 dB mierzone z 1 m. Testy produktu odbywały się w tunelu aerodynamicznym tak, aby oddać warunki wiatru o prędkości 150 mph, czyli 241,5 km/h.

Kooperacja Whelen i Community zaowocowała licznymi kontraktami oraz pozwoliła zdobyć unikatowe doświadczenie w zakresie termoprzewodnictwa oraz niezawodności produktów alarmowo-ewakuacyjnych. Wiedza ta jest do dziś jednym z największych kapitałów Community. Bruce, tworząc kolejne

produkty, korzystał z tego doświadczenia pełnymi garściami, a współpraca pomiędzy obiema firmami trwa po dziś dzień.

STAŁY KURS

Czas mijał, a Community na czele z Bruce'em starało się zdobywać swoimi produktami kolejne sektory branży pro-audio, niemniej jednak ich największa siła tkwiła w produktach instalacyjnych.

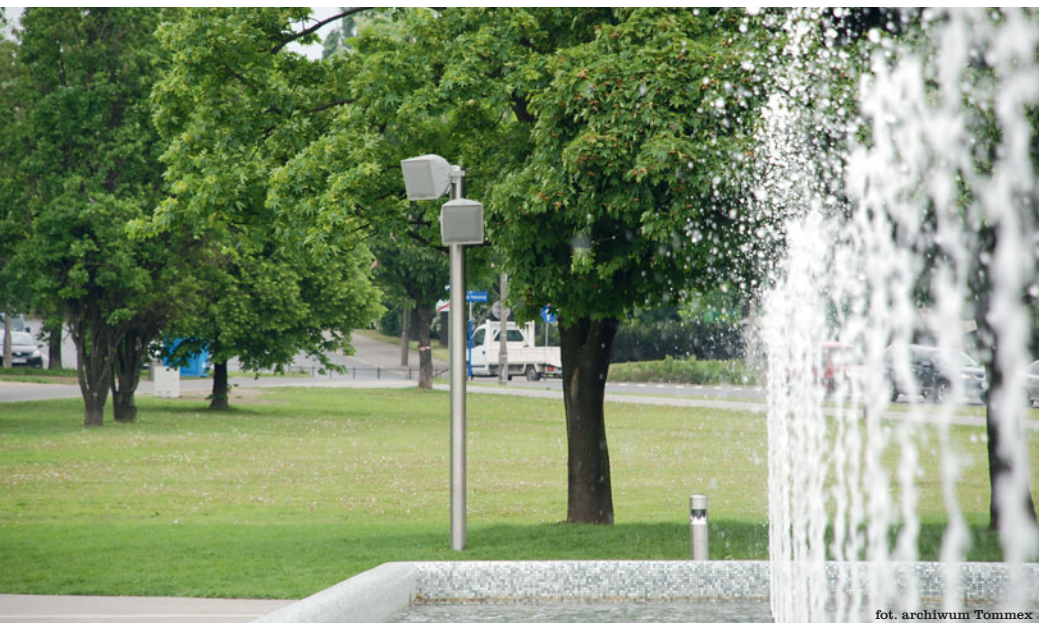
W połowie lat 90. Bruce otrzymał telefon od jednego z dawnych klientów – dzwonił przedstawiciel parku Walt Disney World. Na początku działania firmy,



fol. M. Goleń



fol. archiwum Tommex



fol. archiwum Tommex

Zestawy głośnikowe Community nie są też rzadkością w Polsce, wyposażona jest w nie np. Hala Stulecia we Wrocławiu, stadion Cracovii w Krakowie czy w Park Fontann w Warszawie – to oczywiście tylko niektóre obiekty, bo jest ich znacznie więcej.

jeszcze w latach 70., Walt Disney World kupił od Community kilka monitorów scenicznych NC12. Okazało się, że kolumny były w pełni sprawne i, nawet jak na dwie dekady przepaści technologicznej, wciąż grały bardzo sprawnie. Ta sytuacja nie uszła uwadze innym właścicielom obiektów. Do Community zaczęli się zwracać projektanci nagłośnienia parków rozrywki, stadionów, torów wyścigowych itd.

Bruce Howze i John Wiggins postanowili jako pierwsi bardzo dokładnie przeanalizować charakterystyki poszczególnych produktów i zrobić ich analizę porównawczą

W odpowiedzi na rosnące zainteresowanie w roku 1997 firma zaprezentowała rodzinę pełnozakresowych zestawów głośnikowych typu horn o nazwie R-Series. Zaledwie rok później, w 1998 dołączyły do nich pełnozakresowe zestawy głośnikowe WET. Od tego momentu Community stał się niekwestionowanym liderem w zakresie technologii nagłośnieniowych działających w najbardziej niesprzyjających warunkach pogodowych. Obydwie serie doczekały się rozbudowy i kontynuacji, odnosząc olbrzymi sukces na obiektach całego świata, w tym w Polsce. Na liście obiektów, które zostały wyposażone w zespoły głośnikowe Community, są tysiące pozycji, ich produkty często spotykamy również w naszym kraju. Tylko w 2013 roku nagłośniono przy ich użyciu Stadion Miejski w Mielcu, Stadion Park Sportowy Złotnicza w Jeleniej Górze oraz Halę Widowiskowo-Sportową Aqua Zdrój.

Christine Howze podsumowuje: „Bruce to wciąż chłopak, który przez ostatnie 4 dekady pracował 14 godzin dziennie, przez 7 dni w tygodniu. On nigdy nigdzie się nie spieszy, nie biega, ma swoje stałe tempo i nigdy się nie zatrzymuje. Urodził się, żeby to robić. On wciąż chce tworzyć, odkrywać i uczyć się swojego fachu”.

Więcej informacji o firmie Community i jej produktach na stronie internetowej: www.communitypro.com oraz polskiego dystrybutora: www.tommex.pl.