

## Беспросветный реализм и будущее High End Audio

### Интервью с Кеном Кесслером

Часть 1

Мне хотелось закончить эту серию интервью беседой с Джоном Гордоном Холтом — основателем журнала **Stereophile**: что называется, получить резюме “из первых рук”. Но, к сожалению, он меня послал (в достаточно грубой форме) куда подальше, написав по почте, что *хай-энд* превратился за эти годы в “механизм развода богатых простачков «пожиже»” и что ему противно об этом даже вспоминать.

Поэтому последним представителем триумвирата *знаковых* аудио-журналистов в нашей серии интервью является Кен Кесслер. Он как никто другой знает современное положение нашей индустрии как “изнутри”, так и “снаружи”.

Мне он сказал, что его семья имеет российские корни и у нас в стране они носили фамилию Хазановы.



**М.К.:** Мой первый вопрос — о том, когда возникло направление *high end audio* и какой вам видится история его развития. И еще о том, как лично вы к нему приобщились.

**К.К.:** На самом деле можно говорить о возникновении в определенный момент самого термина *high end audio* (и сумасшедших цен); аппаратура же, которая при этом подразумевается, существовала всегда с момента появления изделий *hi-fi*. Это были просто лучшие модели компонентов, в противоположность огромному количеству “мусора”. Во времена моей юности были распространены в основном “комбайны” — радиолы и магнитолы, что продавались в мебельных магазинах. Но некоторые компании уже начинали переходить к выпуску отдельных компонентов, из которых можно было собрать “приличную систему”. Помню, у одного из моих друзей была система из компонентов *Fisher* с проигрывателем *Dual*. Это можно отнести к настоящему *хай-энду* тех лет.

Моя первая система была куплена в 1968 году: колонки, усилители и тюнер фирмы *Scott*, “вертушка” *Dual 1019*. Через несколько лет мне довелось работать по совместительству в специализированном салоне аудиоаппаратуры — это было начало 70-х, самый расцвет эпохи квадрофонии. Там был полный простор для творчества: подбор фронтальных и — поменьше размером — тыловых колонок, усилителей, ресиверов; здесь я приобрел определенные навыки и опыт в этом деле. Затем мне пришлось перебраться в Великобританию, и в связи с ограниченностью в материальных средствах я позволил себе приобрести систему только через несколько лет после переезда. Но зато это был уже настоящий винтаж! Мне всегда нравился ламповый звук, и поэтому я выбрал усилители *Rogers*. Примерно в то же время, в конце 70-х, мир узнал о громадных усилителях *Phase Linear*, которые (и подобные им моноблоки *Mark Levinson*) с подачи Харри Пирсона позже стали называть *хай-эндом*.

**М.К.:** И все же какие изделия первыми вошли в категорию *high end*?

**К.К.:** Усилители *Mark Levinson*. Они были не менее массивными, чем некоторые модели 60-х годов, но при этом не обладали запредельной мощностью, в них делался упор именно на качество звука. Что же касается АС, то здесь подобный переход не очевиден: хорошие колонки всегда были большими, и лучшие модели даже очень ранних периодов автоматически подпали под определение *high end* после появления соответствующего термина. Парадоксально, но *хай-энд-акустика* предшествовала *хай-энд-электронике*, а не наоборот. Хороший пример — те же “Клипши” 1948 года, которые были и остаются *хай-эндом* с самого начала и до сих пор. Однако, говоря о *хай-энде* ранних лет, нельзя не упомянуть ламповые компоненты *McIntosh*, *Harman Citation*, плюс некоторые другие американские бренды. К слову, европейский вклад в развитие *хай-энда* на ранних стадиях весьма скромнен: кроме *Rockford* да пары полузабытых британских брендов, назвать некого. Интересно, что даже *Quad* вписался в данную категорию не сразу: Питер Уокер, ориентировавшийся на широкую аудиторию, долго боялся выйти за разумные ценовые рамки, и потому модели данного бренда позиционировались (и звучали) как “средний *hi-fi*”. Прошли многие годы, пока появились знаменитые “63-и” электростаты и усилители “300-й” серии.

**М.К.:** Какие временные промежутки за последние 50 лет, на ваш взгляд, можно назвать периодами наибольшего подъема и спада в *high end audio*?

**К.К.:** Трудно сказать. Во все времена существовали и выдающиеся, и весьма посредственные компоненты. Даже если говорить о “смутном” времени середины 80-х, когда широкое распространение получили кассетные магнитофоны, а цифровая запись только делала свои первые неуклюжие шаги, можно вспомнить, что компания **Audio Research** производила великолепные усилители. Достаточно сказать, что всегда был винил — а значит, и потенциально высокое ка-

чество звука. И всегда можно было найти хорошую акустику, усилители и прочие компоненты, чтобы реализовать этот потенциал. При этом, конечно, история развития *high end audio* не столь безоблачна, и я склонен рассматривать ее с точки зрения не качества “железа”, а, скорее, отношения потребительской аудитории. Соответственно, большое значение имеет то, какая тогда была музыка, что происходило в звукозаписывающей индустрии. С учетом всего этого, я считаю, что 80-е годы были наихудшим периодом для *high end audio*. Почему? Достаточно сопоставить музыкальные чарты, скажем, середины 60-х (*Beatles*, *Rolling Stones*, Синатра) с таковыми в середине 80-х. Это упадок романтики и творческого начала, которые уступили место предельной коммерциализации. Если раньше бедный независимый лейбл, записавший группу, которая вчера была никому не известна, но которой сегодня аплодируют миллионы, мог в одночасье стать величиной, то в 80-х в бизнесе звукозаписи все поделили окончательно; на первый план вышло не творчество, а тиражи и прибыли. Посмотрите, какую дрянь в наше время качает из Интернета молодежь! Нужно ли для всего этого высокое качество звука? Конечно, независимым лейблам Интернет принес определенное избавление от прессинга больших компаний, поскольку последние в досетевую эпоху успели полностью захватить доступ к дистрибуторским сетям, а теперь у них земля уходит из-под ног из-за Интернета. Но, видимо, мейджоры успели настолько основательно задавить “инициативу снизу”, что до сих пор, несмотря на изменившиеся в лучшую сторону условия для спонтанного творчества (я имею в виду независимые лейблы), творческий вакуум ощущается до сих пор. Искусство, однажды проиграв битву экономике, регенерирует потом очень долго.

**М.К.:** Чем же объяснить заявления многих авторов известных журналов, что 90-е годы для *хай-энда* были временем настоящего расцвета, на фоне которого то, что творится сейчас, — полная катастрофа?

**К.К.:** Я не вижу оснований для подобного заявления в первой его части, в то время как со второй полностью согласен. Да, сегодня мы наблюдаем последние деньки *high end audio*. Если отталкиваться от такого критерия, как энтузиазм аудитории. Как я уже говорил, для воспроизведения скачанных из Интернета MP3-файлов никакой *хай-энд* не нужен. Как и для самой музыки наших дней, лишенной утонченных эмоций, искренности. Поэтому пиком развития *хай-энда* можно было бы назвать период с начала 70-х до середины 80-х.

**М.К.:** Как вы думаете, есть ли способ исправить положение, зажечь новые поколения интересом к нашей теме?

**К.К.:** Вряд ли. Время сейчас диктует иные ценности. Поэтому производители *хай-энда* сегодня делают ставку не на западный рынок, а на новые страны: Россию, Индию, Южную Корею, Китай. Там рынок пока не достиг критической насыщенности, люди старшего поколения не успели “наесться” *хай-эндом*, поэтому интерес к нему пока что более или менее на высоте.

**М.К.:** И все же я не могу согласиться с тем, что все настолько беспросветно. Меня самого в мир *хай-энда* привела любовь к музыке, желание вникнуть в ее суть. Неужели мы не вправе ожидать появления категории столь же пытливых меломанов в среде нового поколения?

**К.К.:** Давайте рассуждать реалистично. Посмотрим, кому сегодня нужен *хай-энд* и кто в состоянии на него замахнуться. Итак, наша надежда — новое поколение. Начнем с того, что они не могут, еще не заработали. И, к тому же, не хотят. Взять хотя бы моего собственного 16-летнего сына. Сколько раз я предлагал ему хорошую аудиосистему! Но в ней нет выхода в Интернет, нет компьютерных игр, нет пары сотен FM-станций, ее невозможно носить в кармане. При этом мой сын ▶

обожают музыку, он настоящий меломан! Просто критерии качества у меня и у него совершенно разные. Мы с вами в качестве эталона принимаем звучание в концертном зале или студии — это для нас абсолютная звуковая реальность, к которой мы стремимся. А для молодого человека, воспитанного в виртуальной среде, на MP3 для портативных плееров с наушниками, реальность — это, скорее, компьютерная анимация, чаты и всемирная паутина. И музыка у них соответствующая. Ну и зачем им *хай-энд*?

Современный стиль жизни не способствует глубокому погружению в музыку. Новому поколению свойственно более поверхностное восприятие того, что они вполне искренне любят. Музыка все чаще используется в качестве фона, а для подобных целей существует огромное количество недорогой *hi-fi*-техники (и здесь речь уже не только о молодежи, а о наиболее широкой части потребительской аудитории, которая никогда не заинтересуется *хай-эндом*). Это нас с вами в наши 16 лет от музыки могли отвлечь разве что книги и походы в кино, у нас не было компьютера, сотен круглосуточных телеканалов и радиостанций. У нас была другая музыка, мы слушали больше классики и джаза, да и новые стили тех лет имели гораздо более близкое отношение к настоящему искусству, нежели сейчас.

Теперь дальше. Самая пристрастная часть слушательской аудитории, казалось бы, — это музыканты. Но не тут-то было! Почти у всех музыкантов примитивные системы, если не сказать *паршивые*. Им не важно качество звука — им важно исполнение, а обладая натренированным слухом, они в состоянии “вытащить” все, что им нужно, из обычного *бумбокса*. Так что остается только две категории: это аудиофилы-фанатики старой закалки и просто состоятельные люди, которые могут приобрести дорогой *хай-энд* по инерции или из соображений престижа.

Однако и тут возникает проблема: *хай-энд* оказывается не в состоянии должным образом презентовать самое себя! Представьте себе автомобильный салон, где вам предложат “*Порше*” за 90 тысяч долларов, собранный из тысяч прецизионных деталей. Качество сборки, внешность автомобиля и его технические возможности — все буквально кричит о том, что предмет стоит своих денег. Плюс кожаные диваны роскошного салона, чистые кофейные чашки, грамотные консультанты, с готовностью отвечающие на любые вопросы, шикарные буклеты, драйв-тесты, бонусы... И вдруг вам за те же деньги предложат какой-нибудь триодный одноконтурный спаянный в гараже из пары сотен деталей. Салон, где он будет демонстрироваться, по убранству чаще всего напоминает тот же гараж или забитый коробками склад, а сумасшедший консультант-аудиофил с неммытыми волосами и несвежим дыханием вещает какие-то одному ему понятные истины... Даже порядочного буклета нет у него под рукой, поскольку качественная полиграфия не вписывается в бюджет. Если вы пока еще не фанатик звука, а просто человек со средствами, вы просто убежите из этого салона и купите себе еще один “*Порше*”.

Из всего этого можно сделать вывод: мотивация к покупке *хай-энда* в большинстве случаев не имеет ничего общего с любовью к музыке (удовольствие от музыки можно получать и на дешевых системах). Но и в нише предметов роскоши *хай-энд* никак не может обосноваться, несмотря на свои астрономические цены и вызывающий внешний вид.

(См. окончание интервью в следующем номере **AM**)

Беседовал Михаил Кучеренко

## Комментарий Михаила Кучеренко

На данный момент материалы Кена Кесслера по поводу “продвинутого” аудио и видео, вне всякого сомнения, — самые печатаемые в мире. Помимо регулярных статей и рецензий на аппаратуру в американских **Stereophile**, **Robb’s Report**, английском **Hi-Fi News and Record Review** (где он является одним из редакторов), а также всевозможных материалов в европейских аудиожурналах, он — постоянный (и очень востребованный!) автор на тему аудио-видео в “обычных” средствах массовой информации. Кроме этого, многие крупные производители аппаратуры прибегают к его услугам для освещения своей деятельности (в частности, в прошлом году он опубликовал флиант об истории легендарной фирмы **McIntosh**).

Поэтому его взгляд на положение вещей в нашей индустрии намного шире и реалистичней, чем у тех же Харри Пирсона и Джона Аткинсона, и тем печальней звучит его пессимизм: “Да, сегодня мы наблюдаем последние деньки *high end audio*”.

Эти “последние деньки” лично я наблюдаю, как минимум, пятнадцать лет, и здесь я абсолютно не согласен с Кеном. Да, нынешний подход ко всем аспектам *хай-энда*, судя по всему, обречен, и Кен это подтверждает, — но сие не означает, что на месте современной аудиоиндустрии, используя все ее достижения, не возникнет обновленная структура. Собственно, лейтмотивом всех наших интервью и является попытка обозначить контуры этого обновления. Странно, что Кен не видит прямой связи между энтузиазмом аудитории и тем продуктом, который должен его вызывать. Лично у меня те же MP3-файлы не вызывают никаких противоречий, хотя, конечно, лучше работать с более высоким разрешением компакт-диска (а еще лучше — с более качественным носителем). Однако даже в случае “MP3-музыки” остальные компоненты системы и их согласование(!) по-прежнему имеют значение и могут обеспечить очень приличный звук: демонстрации Марка Левинсона — тому прямое подтверждение. Мне кажется, что пессимизм Кена Кесслера — не более, чем нежелание признать свои недостатки и попытка уйти от ответственности.

Что касается “музыки наших дней”, тоже не согласен: появляется масса новой классной музыки, те же *Antony and The Johnsons* — всего лишь один тому пример.

Если Джон Аткинсон (см. два предыдущих номера **AM**) — англичанин, переехавший в США, — до сих пор патристично пропагандирует английскую технику, то Кен Кесслер — наоборот, американец, перебравшийся в Туманный Альбион, — не случайно явно пренебрежительно относится ко вкладу континентальной Европы в копилку исторических достижений *high end audio*.

Лично мне интересно: а когда настанет момент — и наши аудиожурналисты будут проявлять такой же патристизм? Конечно, непросто любить Родину за 35AC, но наши аудиоинженеры, на мой взгляд, вполне конкурентоспособны, а нынешняя экономическая ситуация у нас в стране более чем способствует возникновению российских компаний, готовых постоять за себя на общемировом уровне (кстати, такие попытки уже делаются).

Кен абсолютно прав, говоря о том, что “искусство, однажды проиграв битву экономике, регенерирует потом очень долго”. Что мы, собственно, и наблюдаем на примере индустрии *high end audio*, как раз и находящейся на стыке техники и искусства (и также на стыке, как мы видим, эпох!).

С поступательной эволюцией техники я особых проблем не вижу, а вот то, как долго будет регенерировать аспект искусства воспроизведения музыки, — полностью зависит от каждого из нас. ■

# Интервью с Кеном Кесслером

Часть 2

**М.К.:** Какой период истории вы считаете “золотой эрой” *high end audio*?

**К.К.:** Несомненно, 60-е годы XX века. Если смотреть не на абсолютные показатели, а на рост продаж качественной аппаратуры (не будем называть ее *хай-эндом*, будем говорить просто о отдельных компонентах высокого класса), то мы обнаружим, что этот рост был максимальным именно в данный период. И даже если не принимать в расчет такие “отвлекающие” от музыки факторы, как компьютеры, Интернет, домашнее кино и пр., это ничего не изменит. Именно тогда “железо” достигло достаточного уровня качества, а музыка еще не начала деградировать настолько, что это качество могло стать ненужным. Именно тогда аппаратура вышла из мебельных магазинов, и стали появляться специализированные фешенебельные салоны, еще были живы великие академические исполнители XX века, а топ-чарты современных жанров содержали имена, которые и полвека спустя не утратили своей значимости. Одно это уже являлось достаточным мотивом для покупки качественной аппаратуры. Тогда вместе сошлись различные культурологические, экономические и технические факторы, что и определило невиданный подъем индустрии.

**М.К.:** Какое, на ваш взгляд, изобретение можно назвать наиболее значимым для *high end audio*?

**К.К.:** Изобретение головок *moving coil* для виниловых проигрывателей.

**М.К.:** Но если имеет место тенденция схождения на нет индустрии *high end audio*, должна существовать и обратная тенденция: когда-нибудь начнется очередное возрождение...

**К.К.:** Слишком поздно уповать на это. Загнать выпущенного джина обратно в бутылку очень трудно. Я не вижу никаких предпосылок для расширения аудитории *high end audio* сегодня. Ведь даже такие несомненно революционные достижения, как появление форматов высокого разрешения (например, SACD), революции на рынке не сделали. В глобальном плане они остались практически незамеченными. Беда *high end audio* еще и в том, что эта область имеет ярко выраженную кастовую ориентацию: это узкая секта аудиофилов, практически не имеющая выхода во внешний широкий мир. Скажем, если я напишу рецензию на какую-нибудь сверхкачественную головку *moving coil* в специализированный аудиожурнал, аудитория поймет меня без лиш-

них уточнений. А если эта головка появится в глянцевого издания рядом с часами “Ролекс”, брильянтами, дорогими машинами, напитками, одеждой, шторами, пылесосами и холодильными камерами? Ведь все это тоже *хай-энд*, но объяснить неподготовленному читателю, почему пылесос высшего класса стоит пять тысяч долларов, гораздо проще, чем сделать то же самое по отношению к MC-головке или ламповому предусилителю. Даже для тех, кто потенциально готов потратить большие деньги на аудиосистему, кто любит музыку. Чтобы объяснить таким людям, зачем все это, на страницах печатного издания, придется рассказать и о головках с подвижными магнитами, и о многих других технических подробностях, которые им вряд ли настолько интересны. Вот и получается, что те же дорогие часы могут продавать сами себя (достаточно упоминания бренда и хорошей фотографии), а компоненты *high end audio* этого не могут. И однотактный ламповый усилитель за те же деньги, что автомобиль *Porsche*, — карикатура в глазах широкой аудитории. Индустрия *high end audio*, так и не разработав методов подхода к потенциальным покупателям, способных быстро ввести человека в курс дела, — но при этом заламывая подобные цены, в буквальном смысле рубит под собой сук, на котором сидит.

**М.К.:** А специализированная аудиопресса — разве она не несет ответственности за грядущий развал индустрии?

**К.К.:** Конечно, несет. Как и безграмотные дилеры, для которых важнее скорее что-нибудь продать и, получив деньги, выпроводить клиента с глаз долой. Именно продавцы аппаратуры в наибольшей степени виновны в том неудобном положении, в котором оказалась индустрия *high end audio*, поскольку только они имеют выход на “свежую” часть аудитории — иными словами, на людей, кто зашел случайно или под впечатлением от прочитанного в журнале ревью. Их неспособность качественно показать продукт перечеркивает все старания журналистов. Мы, пресса, как и производители аппаратуры, виновны в меньшей степени, поскольку апеллируем в основном к уже сложившейся аудитории энтузиастов, к тем, кто уже “в теме” и кого некачественной демонстрацией от *хай-энда* не отпугнешь. Конечно, помимо плохих, есть и хорошие дилеры, но их мало — один хороший на десяток плохих.



**М.К.:** Вина прессы в том, что она пишет о компонентах, а не о системах, а это такой же нонсенс, как если рассказывать потребителям не о готовом автомобиле, а только описывать его отдельные узлы.

**К.К.:** Это отдельная проблема, но не главная. Ведь есть же компании — тот же *Meridian*, — которые предлагают готовые системы от источника до колонок, и их продукция позиционируется как единый бренд с гарантией наилучшей совместимости компонентов, как технической, так и эстетической. Это очень сильный аргумент, однако и он не способен обеспечить “монобрендовым” системам достойное место на страницах глянцевого журналов рядом с часами и прочими предметами роскоши, привлекательность которых, в отличие от *хай-энда*, для потребителя очевидна и не вызывает сомнений. А в аудиофильской аудитории подход “все от одного производителя” не очень популярен: энтузиасты предпочитают продукцию производителей узкой специализации, понимая, что в готовых системах не может все быть на одинаково высоком уровне.

**М.К.:** Может быть, беда еще и в том, что специализированная пресса практически не уделяет внимания розничной торговле, не пишет о лучших салонах и дилерах?

**К.К.:** Мы же пишем об аппаратуре, а не об ее продавцах. К тому же, читателю из Чикаго будет совершенно неинтересно читать о салонах Нью-Йорка. Тем более мы не можем дублировать функции дилеров, наш бизнес — продавать журналы, а не аппаратуру. Знаете, что меня бесит больше всего? Письма читателей, которые просят посоветовать, какой усилитель или колонки им лучше купить! Как я могу давать такие советы, не зная ни музыкальных предпочтений, ни бюджета,

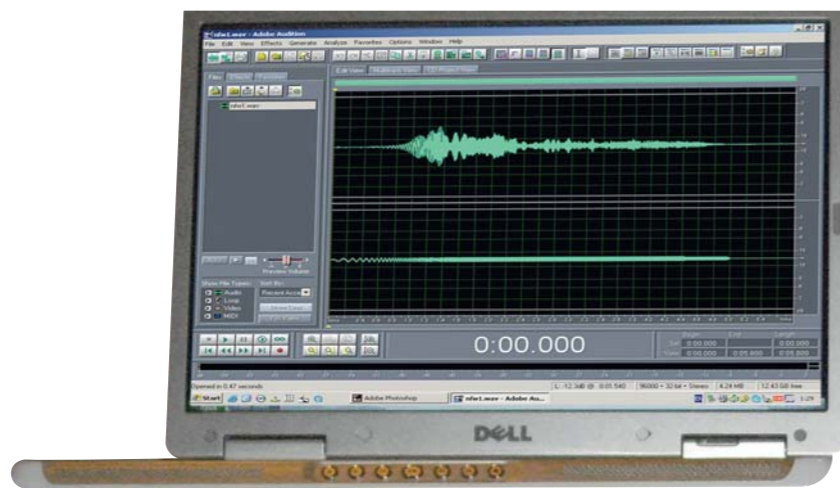
ни особенностей конкретного помещения? Да и, повторюсь, давать советы, подкрепляемые качественными демонстрациями, — это функция продавцов, а не журналистов!

**М.К.:** Мне все же хочется перевести нашу беседу в более оптимистическое русло. На ваш взгляд, какое технологическое достижение последних лет является наиболее важным в *high end audio*?

**К.К.:** Трудно говорить о чем-то одном, ведь как система состоит из компонентов, так и каждый компонент — из этих самых “достижений”. Нельзя рассматривать головку в отрыве от тонарма и все такое. Но с точки зрения сторонника минимализма, каковым я являюсь, могу сразу исключить различные варианты обработки сигнала, эквализацию, коррекцию акустики помещений и пр. Если взять последние лет 35, то лично для меня наибольший прогресс видится в том, насколько выросло качество малогабаритной акустики. Это дает возможность тем, кто не в состоянии позволить себе большие колонки, получать практически такое же удовольствие от малых. В связи с этим нужно упомянуть итальянских производителей, которые достигли высоких результатов как в качестве звука, так и в области дизайна АС, — да и китайских тоже: у них отлично получаются бюджетные модели. Я не склонен также принижать роль многоканального звука, хотя считаю, что он в гораздо большей степени важен для кино, чем для музыки.

**М.К.:** А в чем вы видите негативные тенденции за тот же период?

**К.К.:** Главная из них — непомерное раздувание роли аксессуаров в ущерб качеству основных компонентов систем. Если система изначально плоха, никакие аксессуары не в состоянии сделать ее хорошей. ▶



**М.К.:** Что вы, ярый приверженец винила, можете сказать о компакт-диске?

**К.К.:** Для меня CD — просто еще один формат носителя. Да, в целом я предпочитаю винил, но при этом признаю, что очень многие компакт-диски звучат потрясающе хорошо. Основное же преимущество компакт-диска — удобство. Хотя это преимущество имеет и свою оборотную сторону: с винилом приходится обращаться очень осторожно, “дышать” на него, зато это воспитывает уважение к носителю, аккуратность и тщательность, и такое отношение распространяется и на всю систему. Компакт-диск же, напротив, стимулирует небрежность.

С точки зрения качества, бесспорным лидером является студийная магнитная лента, но этот носитель непрактичен и бесперспективен. Столь же бесперспективными окажутся и цифровые носители высокого разрешения, включая SACD, DVD Audio, HD DVD и Blu-Ray, если на них в ближайшее время не будет представлен достаточно широкий ассортимент музыкального материала.

**М.К.:** Если сравнивать аудиосистемы 35-летней давности с современными, какие вы предпочли бы?

**К.К.:** Тут все не так однозначно. Современные системы, относящиеся к категории *super high end*, гораздо лучше старых, а вот системы средней ценовой категории, скорее всего, хуже. И, тем не менее, если говорить о соотношении качество — цена, то сегодня оно в целом ощутимо выше, особенно у электронных компонентов (среди акустических систем эта разница не столь ощутима).

**М.К.:** Какие изменения в нашей индустрии можно ожидать в течение следующих пяти лет?

**К.К.:** Главное — ожидается устойчивое уменьшение рынка *high end audio*. Однако это не обязательно означает сужение ассортимента техники, поскольку

многие производители, занимающие узкие ниши на рынке, не нуждаются в больших объемах продаж для продолжения своей деятельности. Предвижу появление новых цифровых форматов аудио и уверен, что винил сохранится, хотя и не возьмет реванша в глобальном смысле. Также предвижу значительное расширение производства компонентов *high end audio* по индивидуальным заказам. Многие люди, обладающие средствами, не любят серийной продукции и предпочитают единичные тиражи. Но наиболее интригующим, думаю, станет быстро развивающийся процесс отмирания “жестких” носителей фиксированного содержания и замещения их сетевыми ресурсами.

**М.К.:** Можно ли ожидать в свете вышесказанного какого-либо прогресса на стороне дилеров аппаратуры?

**К.К.:** Вряд ли. Уже сегодня розничная торговля испытывает нарастающую конкуренцию со стороны виртуальных торговых структур. Если даже в более благоприятных условиях прошлых лет дилеры так и не смогли найти подходящего подхода к “свежей” части аудитории и способов качественной презентации их продукции, теперь наверстать упущенное будет еще сложнее.

**М.К.:** Благодарю вас за откровенную беседу!

Беседовал Михаил Кучеренко

#### Комментарий Михаила Кучеренко

Для меня интервью с Кеном Кесслером явилось хорошим примером того, что в психологии проходит под термином “теневого” неосознанного представлений.

Например, в творческом запале он произносит: “Именно продавцы аппаратуры в наибольшей степени виновны в том неудобном положении, в котором оказалась индустрия *high end audio*, по-

скольку только они имеют выход на “свежую” часть аудитории — иными словами, на людей, кто зашел случайно или под впечатлением от прочитанного в журнале *review*”. Далее по тексту: “Мы, пресса, как и производители аппаратуры, виновны в меньшей степени, поскольку апеллируем в основном к уже сложившейся аудитории энтузиастов, к тем, кто уже “в теме” и кого некачественной демонстрацией от *хай-энда* не отпугнешь”.

И, наконец, скажем, вот это: “Беда *high end audio*... в том, что эта область имеет ярко выраженную кастовую ориентацию: это узкая секта аудиофилов, практически не имеющая выхода во внешний широкий мир”.

Каждая из цитат содержит, на мой взгляд, минимум, по одному клиническому противоречию. В первой Кен почему-то считает, что только дилеры имеют выход на “свежую” аудиторию. Могу сказать, что сам я узнал о самом существовании *high end audio* в начале 1990 года из журнала *Stereophile*, случайно валившегося на журнальном столике у моего друга в Сан-Франциско, — и только прочитав его от корки до корки и внезапно загоревшись этой темой, я сподобился найти одного из таких дилеров и посетить свой первый в жизни аудиосалон.

Демонстрация аппаратуры в этом салоне меня, на тот момент еще “свежего”, не то чтобы отпугнула, а, мягко выражаясь, озадачила: как же соотносить нечто услышанное в этом салоне с восторженными отзывами, прочитанными в журнале? С высоты же моего последующего опыта могу сказать, что значительная часть прочитанных мной с того времени текстов в аудиожурналах (того же Кена Кесслера) *отпугивала* меня гораздо больше. И в том числе из-за кастовости и сектантства — а, другими словами, ограниченности большинства из журналистов, пишущих на эту тему.

Вопрос: а кто и что мешает тому же Кену Кесслеру выйти во “внешний широкий мир”, какая политкорректность и страх чего? На протяжении всего интервью я слышал только обвинения (хотя и небезосновательные): дилеров — в их несостоятельности, современных музыкантов — в их бездарности, фирм грамзаписи — в их чрезмерной жадности, производителей аппаратуры — в неграмотности, даже своих собратьев по перу — в “кастовости”... Однако признавать свое, далеко не последнее, участие в становлении представлений об аудио Кен категорически не желал, как бы я его к этому ни “подталкивал”.

Какая “тень” собственного (под)сознания останавливает его от признания

собственной ответственности — и, следовательно, от попыток исправить ситуацию хотя бы на уровне собственных усилий?

Во-первых, как бы жестко ни звучало, но это — комплекс неполноценности и, соответственно, выбор пути наименьшего сопротивления. В предлагаемом интервью ссылка всегда — на прошлое, в котором и аппаратура была лучше, и музыка богаче, и фирмы грамзаписи щедрее, и покупатели повменяемей. Но сколько можно жить представлениями пятидесятилетней давности? Не случайно **McIntosh** заказали Кену написание истории своей компании: он в контексте. Но “внешний широкий мир” не стоит на месте. “Кастовость” *хай-энда* во многом связана с нежеланием развиваться во времени, адаптироваться к текущим процессам и меняться (то есть обучаться!).

Конечно, новые достижения основываются на признании прошлых открытий и заслуг. И, к сожалению многих, чтобы идти в ногу со временем, нужно постоянно трудиться и образовываться. Дух любого смутного времени часто неправильно отрицает эти прописные истины.

Комплексуя перед достижениями современных технологий и напирая на прошлое как точку отсчета всех ценностей, мы рискуем впасть в ретроградство, что крайне непродуктивно (и очень характерно как для нашей индустрии в целом, так и для ее отдельных участников). И тогда мы можем действительно потерять все — не отсюда ли вопли о предстоящем крахе *хай-энд аудио*?

И, во-вторых, вакуум устаревших представлений не только душит все новое, но также ведет, что немаловажно, к этической эрозии на всех уровнях (что, кстати, часто всплывало во время всех последних интервью с журналистами).

Мои первые и робкие шаги в “новое” указывают на революционные улучшения качества воспроизведения музыки, которые нас ожидают в ближайшем будущем.

В самое последнее время я получил колоссальное удовольствие как от значительных улучшений при использовании современных компьютерных технологий для воспроизведения музыкальной информации и коррекции акустических аномалий, так и от “цифровых” усилителей, аккумуляторного питания и новых (или хорошо забытых старых!) наушников конструкций. Я все жду не дождусь, когда же индустрия в целом обратит пристальное внимание на эти вещи, ведь спрос-то очевиден (даже если Кен Кесслер с этим не согласен). И то ли еще будет... ■