

## Личное мнение. Михаил Кучеренко. Оптимистическая Трагедия. OUVERTURE.

С момента опубликования моей статьи «Великая Аудиофильская Трагедия.Coda» и «Послесловия» к ней прошло ровно полгода.

На днях мне напомнил о ней один мой старый знакомый с этого форума. Я решил её перечитать и с большим удовольствием увидел, что её просмотрели за это время более 11 000 раз. Всем просмотревшим, а тем более прочитавшим, искреннее душевное спасибо!

Этот знакомый, которого я знаю и высоко ценю много лет, но отношения с которым у меня возобновились только после моего недавнего появления на этом форуме, сообщил мне, что по его сведениям, чаще всего прочитавшие эту статью недоумевали, «ЗАЧЕМ он это написал?». Вопрос явился для меня абсолютно неожиданным, и я решил, хотя бы для самого себя, попробовать на него ответить.



Вкратце: мои материалы были написаны по ТЕМ ЖЕ причинам, по которым люди пишут на этом форуме. С помощью информации, представленной в этой статье, в своеобразном по форме и содержанию стиле, я искренне хотел добиться ДОВЕРИЯ со стороны моих читателей, ЧТОБЫ они смогли воспользоваться моими знаниями.

Не смотря на то, что за прошедшие полгода я принял участие в отечественной выставке Moscow Audio Show, а также съездил на ежегодную выставку CES-2014 в Лас Вегасе, но не то, что писать об этих мероприятиях, а даже вспоминать их, мне лично, совсем неинтересно, в силу их, увы, предсказуемости и отрицательной инерции, которым посвящены вышеуказанные материалы. Что же интересного произошло, с моей точки зрения, за это время, что же могло бы подтвердить, что, да, эти статьи для форума были написаны не зря? Откуда мог появиться у меня повод для оптимизма?..

Основное событие этих шести месяцев - это то, что я ВСЁ-ТАКИ встретил своих единомышленников с форума, которые говорят со мной на одном языке и относятся с сочувствием к моим переживаниям. До появления на форуме с этими статьями, я многие годы не ощущал этой ПОЛОЖИТЕЛЬНОЙ обратной связи. Без сомнения, моё участие в деятельности форума позволило нам найти друг друга, обратить друг на друга внимание, даже если кое с кем из них мы с ними были знакомы с незапамятных времён. Я не предполагаю, что все должны думать также как и я, и говорить так же, как и я, но теперь я знаю, что с помощью большей активности в этой новой информационной среде, мои знания и опыт ВСЁ ЖЕ могут быть востребованы.

Один из участников обсуждения моих материалов на форуме обратил внимание на статью «Великая Аудиофильская Трагедия», напечатанную мной в журнале «Класс А» в 1996 году. Я намеренно использовал то название и добавил к нему слово «CODA», чтобы закончить начатое 18 лет назад. Уже тогда я почувствовал, что с приходом DVD и Home Theater начался ЗАКАТ того расцвета чистого аудио, который мы сейчас наблюдаем. И тогда, и сейчас, я пытаюсь и пытаюсь понять, что же можно сделать, хотя бы для самого себя, чтобы сохранить всё то лучшее, что составляло первопричину нашего искреннего

увлечения. Я не посыпаю голову пеплом, но в отличие от относительно «недавних» аудиофилов, у меня есть с чем сравнить ТО, что мы потеряли, и ПОЧЕМУ об этом можно сожалеть.

Хотя и тогда, как и сейчас, меня обвиняли именно ЗА ЭТО в пессимизме.

Недавно я НАКОНЕЦ продал одному из участников форума soundex.ru систему Arogee “Mini Grand”, которая пролежала у меня с середины 90-х (!), и к которым я, используя весь свой ресурс, безуспешно пытался привлечь внимание аудитории все эти восемнадцать(!) лет, ровно с того, «клохматого» уже, 1996-го года. Поверьте, я радуюсь этому не из меркантильных соображений. Просто для меня эта система – воплощение всего того лучшего в Хай Энде начала 90-х, о потере чего я так искренне сетовал в этих двух статьях, разнесённых по времени на все эти годы. То, что это потеряно не безвозвратно, а до сих пор может быть всё-таки востребовано, и что у меня есть кому передать эстафетную палочку, вот в этом-то и есть основная причина моих радости и зарождающегося оптимизма.

Так как я – представитель старой формации, и только привыкаю к новой информационной среде, для меня стиль письма и ответственность за содержание делают формулу статьи более подходящей для участия в диалоге. Наличие разностороннего многолетнего НЕПОСРЕДСТВЕННОГО опыта в индустрии High End Audio, а также журналистского опыта, позволяет мне смотреть на происходящее на форумах с позиции «экспертного мнения», так как в «моё» время печатное слово проходило достаточное количество фильтров на предмет компетентности и квалификации. Без ложной скромности скажу, что если и зайдёт речь о носителях «хай-эндного» языка, возникшего в США сорок лет назад, оставляя ПОКА за скобками содержания моих высказываний, то я – по объективным причинам, один из них.

Идеализируя посетителей форума, я рассчитывал, что в эпоху Интернета, с сопутствующим ему информационным «шумом», экспертное мнение оказывается ещё БОЛЕЕ востребованным, чем до него, соответственно, моё мнение должно быть, в любом случае, полезным для аудитории.

Кто такой эксперт? Для меня, это - в первую очередь, человек, вызывающий доверие. Как я надеялся, содержание моих материалов на протяжении последних двадцати лет позволяет мне рассчитывать на это доверие. Однако, то, с чем я столкнулся на soundex в первую очередь, оказалось непреодолимым желанием моментального удовлетворения, желанием получить ответ на волнующий именно ЕГО вопрос, причём, здесь и сейчас, невзирая насколько этот вопрос соответствует масштабу повествования. Хотя большинство из таких вопросов звучат для меня примерно так же, как звучал бы вопрос о способе выучить английский язык за один день. Как можно ОДНОВРЕМЕННО ответить на 11 000 вопросов, исходящих одновременно от разных людей, с разными интересами, разными возможностями и разной степени подготовки?!

Мне могут резонно ответить: сиди на форуме и отвечай по одному. Такое тоже возможно, но есть люди, которые именно этим и занимаются. Тогда я решил, что могу попытаться найти другую форму, добиться того же самого, но за счёт подъёма масштаба обсуждения. Ведь институты никто не отменял, и книги тоже пока печатаются. Поэтому тем, кто задали мне вопрос, зачем я написал эту статью и к ней послесловие, и которые всё же хотят извлечь конкретную практическую пользу из этого чтения, советую прочитать эти материалы ещё раз, а, если нужно – повторение - мать учения - и ещё, и ещё, и ещё раз. Если постараться, то там можно найти ответы практически на ВСЕ ваши вопросы.

Положа руку на сердце, могу искренне утверждать, что за более чем двадцать лет профессиональной деятельности, я, как никто другой, знаю, что многим из вас действительно нужно. Просто пока у вас не получается сформулировать ваш вопрос ПРАВИЛЬНО, по-другому сказать, сформулировать вопрос на «языке оригинала», чтобы я смог на него сходу ответить. По моему мнению, аудио- это только ПОВОД для вхождения в это увлечение. Спектр дискуссий на форуме, и диапазон накала страстей - очевидное доказательство этому. Чтобы увлечение не переросло в бездумную страсть, а было продуктивным, как мне кажется, необходимо, по Харвиллу Хендриксу:

-уметь выражать чувства словами

-уметь СОЕДИНЯТЬ опыт с его значением

-уметь идентифицировать то, что запускает чувство беспокойства

-уметь СОЕДИНЯТЬ то, что вы думаете с тем, что вы чувствуете.

Во всём вышеуказанном, важен язык, на котором происходит осознание, а как любым языком, им не овладевают за день. Он либо впитывается с «молоком матери», и это – называется талантом, либо он является результатом многолетних усилий по определённой методологии. Фундаментальной же причиной, мой взгляд, лежащей в основе нашего увлечения, является стремление любого человека к обретению цельности, по-другому сказать, к обретению счастья. Даже если, по Марии Савиной, кому для этого нужно «рыгалово», а кому-то – «воющие тётки у камина».

То, что Хай Энд Аудио стоит на стыке техники и искусства, в отличие от чисто утилитарного подхода, основанному на «голой» информации, означает НЕОБХОДИМОСТЬ использования «соединённого» знание, основанного на интуиции и чувствах, в дополнение к «изолированному», основанному на объективной информации. «Соединённое» знание позволяет увидеть отражение себя в зеркале другого человека. Но оно возможно, если этот человек – не пустота и не кривое зеркало, подчас намеренно искривляющее это отражение, а относится с искренним сочувствием и желанием помочь. При этом, он должен быть не только твоим единомышленником, но и, соответственно, говорить на одном с тобой языке. Как и с помощью любого другого искусства, люди находят в аудио возможность решения своих психологических проблем и стимул внутреннего роста за счёт формирования таких доверительных отношений. Без возникновения разговора «по душам» и без того, чтобы найти (или выучить!) этот общий «язык», никакой прогресс в решении этого глобального вопроса произойти не может. Такие доверительные отношения являются НЕОБХОДИМЫМ условием получения результата. Вне подобных отношений внутренняя эволюция человека невозможна, соответственно, наши вопросы, на неё опирающиеся, всегда останутся без правильных ответов. Основная проблема заключается в том, что миллионная толпа во всём мире, на разных уровнях, работает над тем, чтобы, не дай БОГ, вы не стали задавать правильные вопросы. И, чтобы, наоборот, перекачивались терабайты из одного тёмного угла в другой, обсуждали неправильные.

Чтобы не быть голословным приведу несколько чисто ИЛЛЮСТРАТИВНЫХ примеров. Правда оговорюсь, что их не следует воспринимать на все 100% серьёзно. Более того, первый блин может оказаться комом, и мой эксперимент может провалиться из-за неточности метода, но вопросы и ответы ниже показывают, как обсуждение аудио техники может быть выведено за те строгие рамки, которые строго контролируются заинтересованными в них сторонами, которые специально концентрируют внимание

потребителей на мелочах, уводя их внимание, таким образом, от обсуждения главного. Надеюсь, что меня не упрекнут в собственной ангажированности, просто я использую те факты и те имена, о которых именно мне известно. С помощью этих примеров я хотел бы показать пользу от расширения границ подобных дискуссий, чтобы из-за деревьев не показался лес.

Итак, первый «правильный» вопрос.

Много лет, работая с двумя известными ламповыми кампаниями, Manley и Audio Research, меня часто потребители «пытали» на тему: какая из этих кампаний выпускает лучшую, по соотношению цена/качество продукцию? При этом вопрос звучал примерно так: «Что лучше - небалансная схмотехника (у Manley) или балансная (у Audio Research)?».

На самом деле, правильная постановка вопроса, которая дала бы правильный ответ на него, такая:

*«Почему коровье дерьмо так плохо пахнет?»*

Дело в том, что выбирая место под фабрику, Manley искали себе точку под Лос Анжелесом, центром звукозаписывающей индустрии в США, с наименьшей АРЕНДОЙ ЖИЛЬЯ. Это было сделано с целью платить наименьшую зарплату своим сотрудникам, размер которой определяется, в-основном, стоимостью этой аренды. Район города Chino, где они в результате обосновались, известен двумя «достопримечательностями»: одной из самых крупных тюрем в Америке (нулевая аренда жилья для обитателей) и крупными животноводческими фермами, соответственно, летом там можно находиться только в противогазе. Понятно, что жить в этом районе охотников не много, что делает стоимость аренды жилья в разы меньше, чем по ближайшему соседству и, соответственно, рынок рабочей силы, даже квалифицированной, настроен на другие уровни зарплат. Зарплата сотрудников Audio Research, комфортно живущих в живописной Миннесоте в разы выше, чем на Manley. Соответственно, примерно, в два раза, выше и цена аналогичной по качеству продукции Audio Research (при прочих равных условиях - уровень исполнения, качество комплектующих, и т.д.).

Второй правильный вопрос, выявляющий возможную разницу между аудиотехникой, можно было бы сформулировать так: *«Что лучше: совдеповский журнал «Новые Товары» или современный глянец?»*.

Дам правильный ответ в приложении к тому же Manley и VTL, отделившимися в середине 90-х друг от друга. Manley, в отличие от VTL, всегда пытались проводить политику отсутствия платной рекламы в профильных СМИ. В-частности, потому что 80% их выпускаемой продукции - это оборудование для студий звукозаписи, а в той области, правила игры опираются на профессионалов, где пустопорожние заигрывания с «чайниками» через платную рекламу, просто неуместны. Конечно, и в про-среде присутствует платная реклама - куда уж без неё совсем - но она опирается на объективное ИНФОРМИРОВАНИЕ. В отличие от них, VTL после разделения решили играть в Хай-Эндные игры, используя отраслевые журналы для «специфичной» в случае Хай Энда рекламы, считая, что в этой индустрии, она - двигатель прогресса.

Кто платит за рекламу, за все эти мегафоноские выкрутасы типа «Все Ваше Будущее - В Прошлом»?! Понятно кто...

Конечно, не 90% как у пресловутой бутылки Кока Колы, но некоторая часть стоимости VTL оплачивается их покупателями в качестве стоимости рекламы этой самой продукции. Также и концептуально, так как любительский Хай Энд предполагает другой набор потребительских свойств, включая люксовый внешний вид, который в студиях звукозаписи не востребован, разница в цене в аналогичных образцах от этих производителей отражала соответствующие алгоритмы. Подход VTL к продвижению своей продукции соответствовал механизмам продаж, свойственным Хай Энд Аудио, включая установление цены, основанное на ДОПОЛНИТЕЛЬНОМ обязательном присутствии дилеров в этой цепочке. В Америке Manley продают свою hiFi продукцию напрямую с фабрики, минуя дилеров.

К слову, лично я - правда, это не всегда получается - СТАРАЮСЬ покупать продукцию, которая вообще не рекламируется за деньги, так как именно среди неё и находятся наилучшие товары, как говорят, не нуждающиеся в рекламе и рекламирующие сами себя. СМИ и интернет ресурсы, существующие только за счёт рекламы, по сути, реализуют суть рекламы, как узаконенной дезинформации, по-другому, торгуют краденным - украденным доверием. Распространение правдивой информации вполне может осуществляться и без проплаченной рекламы, как – тема отдельная, но есть примеры фирм, бьющихся за качество, и при этом не использующих платную рекламу. Папуасские порядки в нашей стране в области рекламы, в-основном, импортной продукции, приучили нас, в контексте «не нагрёбёшь, не проживёшь», что по-другому не бывает.

Не знаю, как для кого, но лично для меня, выбирая из двух зол - полного отсутствия рекламы в СССР (и наличия только «голой» информации в журналах типа «Новые Товары» и специализированных изданиях) и навала «полуправды» в глянцево-гламуре, я бы выбрал первое в качестве гораздо меньшего зла.

Как говорят, быть «немного» правдивым – это как быть «немного» беременным. Не смотря на то, что «с волками жить – по-волчьи выть», и я сам - не агнец в этом смысле, я всё же считаю, что нам НАВЯЗАЛИ, как и многое другое, оплату толпы пустопорожних «маркетологов» в качестве союзников господства паразитических классов. Это конечно, утопия, так как все УЖЕ играют по этим правилам, но, по моему мнению, товар должен рекламировать сам себя - тот же хлеб никто не рекламирует, так как он в рекламе НЕ НУЖДАЕТСЯ. Обманывать тут не кого. Если сказать по-другому, то в наибольшей степени от рекламы зависят только некачественные или ненужные товары, продажа которых основана, в значительной степени, на «заблуждении», причём «заблудшие» эту рекламу ещё САМИ и оплачивают.

Например, в Америке высококачественная продукция таких фирм как Tumi (багаж) или Kiehl's (косметика) постоянно улучшают качество своей продукции, не прибегая к платной рекламе. Президент Costco (американские гипермаркеты типа нашего Metro, известные высоким качеством и низкими ценами на товары, которые они продают) воевал даже с Кока Коллой, выкидывая их товары со своей сети, также, категорически не прибегая к собственной платной рекламе и не заботясь о привлечении потенциальных посетителей только за счёт крупных рекламодателей. Когда несколько лет назад общемировые цены на кофе упали, он позвонил президенту Starbucks, и потребовал снижения цены на их продукцию в своих магазинах. Когда его оппонент спросил: «Ты что, полиция цен?», тот ему ответил: «Да».

Кто-нибудь слышал о подобных попытках снижения цен в Хай Энде? Я отвечаю- «Да, слышал».

И отсюда- третий пример правильного Хай Эндного вопроса «на засыпку»: «*Сколько миль должно быть на спидометре?*»

Лет двадцать назад, будучи в гостях на фирме Magnepan, я обратил внимание на раздолбанность их личного автопарка. Я задал наивный вопрос, а почему? На что мне их вице президент ответил, что он не хочет перекладывать стоимость своей машины на плечи покупателей своих колонок.

Он продолжал ездить на своём Форде, когда на спидометре уже было 460 тысяч МИЛЬ. «Интересная» позиция, не правда ли? В-частности, и поэтому, за последние двадцать лет цена тех же самых моделей Магнепанов увеличилась всего на 10-15%, что с поправкой на инфляцию означает, что за это время они в реальности ПОДЕШЕВЕЛИ.

Намного более типичной является ситуация, когда производитель меняет машины как перчатки, и стоит ли удивляться, что, скажем, Карл Марчисотто из Nola, при всём моём уважении к нему, КАЖДЫЙ РАЗ, когда я с ним встречаюсь, ездит на самой последней модификации Porsche Cayenne. Устраивая, в отличие от Magnepan, как будто специально, бесконечную чехарду в модельном ряду, видимо, пряча концы в воду, он за эти же самые годы поднял стоимость своей самой дорогой модели колонок с 25 000 долларов до 300 000. Если в 1993 году его самая дорогая модель стоила 3 400 долларов, то сейчас самая дешёвая не намного меньше. А Гари Ко из Genesis за последние годы увеличил стоимость своей «Второй» модели ровно в ПЯТЬ раз с 32 000 до 160 000, при этом если раньше она производилась полностью в США, то теперь - в Малайзии.

Та же история и с местными дистрибуторами: надеюсь, не надо объяснять, кто оплачивает смену их автопарка?!

Конечно, какой-нибудь форумчанин из, скажем, Вологды, и понятия не имеет кто там на чём ездит и какие часы носит, для него главное из какого материала сделаны его межблочные кабели или диффузоры в колонках. Многие из них даже не задумываются, что цена аудиоконпонетов может устанавливаться произвольно исходя из стратегии компании по продвижению продукта и подобного рода «обременений». Но я-то «их» многих видел и знаю. В отличие от него, общаюсь напрямую и без переводчика. Поэтому для меня не удивительно, что себестоимость, скажем, кабеля за «рекомендуемые» 1000 долларов, может колебаться у разных производителей от 40 до 200 долларов. Он думает, что я пишу не совсем понятно зачем, а я-то понимаю, что есть американская поговорка «you can't get a good deal from a bad guy», в вольном русском переводе «на нём где сядешь, там и слезешь». Я искренне пытаюсь ему помочь разобраться, что сейчас происходит в этом мире, и who is who, чтобы он мог сделать более информированное решение, оперируя правильными приоритетами при его принятии. Где модель автомобиля, на котором ездит производитель, и его пробег, имеет не меньшее, а, может, даже и большее, влияние на качество звука, чем материал, из которого сделаны диффузоры в его колонках.

Вышеуказанных трёх примеров достаточно, чтобы вы поняли, что я имею в виду под «правильными» вопросами, которые, поначалу, безусловно, вызовут недоумение у многих. Которые меня могут с кем-то «соединить», с кем-то «разъединить». Но часто ответы на подобные вопросы значат гораздо больше, чем та информация, которая бесконечно обсасывается на форумах. На мой взгляд, привлечение подобной, не совсем «профильной» информации, и в том числе из эпицентров развития, как бы скандально на первый взгляд она не звучала, однозначно положительно повлияет на улучшение результатов, который каждый из нас старается получить у себя дома.

Любой производитель скажет, и тот же Владимир Лэмм мне это подтвердил в личной беседе, что действительно важная информация никогда не выносится производителем на публичное обсуждение, так как не только является «секретом фирмы», который её держит «на плаву», но и требует серьёзного инженерного уровня понимания проблематики, отсутствующего на потребительских аудио форумах. Наоборот, в публичное поле вбрасывается либо незначительная и поверхностная общепринятая истина, либо, в отсутствии даже такой, всякий бред, который и обсасывается до бесконечности неспециалистами, выдавая желаемое за действительное. Хочу предостеречь тех, у кого безусловный рефлекс на непонятное, от проецирования на оппонентов, как на экран, СВОЕГО кино: как правило, вы смотрите его БЕЗ ПЕРЕВОДА, «читая» их текст по губам и жестам. Понятно, что для единомышленников, говорящих на одном «языке», такой перевод не требуется. Те, кто изучал иностранный язык, помнят, что после первых навыков появляется ЛОЖНОЕ ощущение уверенности, когда кажется, что ты уже можешь свободно общаться. Однако, это – только кажется, на самом деле ты понимаешь, подчас, всё совсем наоборот.

Например, декларируя, что им «не всё равно» как звучит их аудио система, многие ведут себя так, как будто им «всё равно», во всяком случае, такое представление складывается со стороны, судя по тому, КАК они принимают свои решения и как ДЕЙСТВУЮТ. Видимо, они просто ещё не поняли разницу между значениями этих двух ИДИОМ, и в каких случаях и как ими пользоваться.

Один из возможных примеров этого – пресловутый вопрос о скидке. Как правило, ДЕКЛАРИРУЯ до этого момента, что им главное – качество звука, когда заходит разговор о скидке, все предыдущие содержательные разговоры задвигаются на задний план, и покупатель моментально меняет свои планы. Как будто теперь ему уже «всё равно» как будет звучать его аудио компоненты, главное – ему не всё равно, сколько они будут стоить.

Так ГДЕ же ему «всё равно» и ГДЕ - «не всё равно»?! Надо определиться...

Можно, например, купить кабель за 1000 долларов с 50%-й скидкой, но это будет кабель с себестоимостью в 40 баксов, а можно купить кабель за ТЕ ЖЕ 1000 долларов с 20%-й скидкой, но это будет кабель в пять раз дороже по себестоимости, и, возможно, во «все пять раз» лучше по звуку. Вы, конечно, можете, как и я сам, пройти через те же события, что и я, приобрести тот же опыт и знания и научиться, так же, как и я, говорить на современном «хай эндном» языке с НЕ-посредствованными участниками событий. Однако, если у вас на это нет ни сил, ни времени, для начала можно просто научиться правильно ставить вопрос, и, соответственно, найти переводчика, который, поможет вам его правильно перевести.

Так же и в случае ответа, тот же переводчик всегда вам может помочь его перевести на обывательский язык. По сути, вам нужен не столько специалист-профессионал в области аудио, кем, кстати, лично я никогда и не был, а единомышленник, кем, кстати, я никогда и не буду, СУДЯ ПО ОТКЛИКАМ НА МОЮ СТАТЬЮ, для большинства форумчан. Но я считаю эту ситуацию абсолютно правильной и нормальной. Попросту говоря, моя задача – продемонстрировать свою, по Лимонову, «убежденность, совесть и здравый смысл», а их задача – найти единомышленников – экспертов, вместе с которыми, такие как я будут создавать более ПОЛНУЮ картину аудио мира.

Я, к сожалению, или к счастью, часто нахожусь в «противофазе» с происходящими вокруг меня доминантами, хотя и отдаю себе отчет в том, что моя «противофаза» может

стать когда-то «фазой», нужно только немного подождать - пусть даже и все восемнадцать лет, как с вышеуказанными Аргее. И я, конечно, черпаю свою информацию к размышления у тех, кто как раз и находится «в фазе» с происходящим, где возможности интернет форумов трудно переоценить.

Таким образом, мы все «СОЕДИНЯЕМСЯ» друг с другом, как фазы в PLL, обеспечивая работоспособность всей конструкции.

-----

\* -Phase-Locked Loop- термин из «ИЗОЛИРОВАННОЙ» области аудио инженерии

Михаил Кучеренко