

Личное мнение. Михаил Кучеренко. Июнь 2015. "Но мы выбираем трудный путь" - В чём смысл аудио альпинизма?

В 1943 году американский психолог Абрахам Маслоу издал свою знаменитую книгу «Теория Человеческой Мотивации», которая ввела в обиход представление о людях, как о существах, имеющих иерархию потребностей.

«Эта иерархия потребностей обычно представляется в виде пирамиды. В её основании – наши базовые потребности, то есть основы нашего физиологического выживания (такие как пища, воздух и вода), а также безопасности (такие как закон, порядок и стабильность). Уровнем выше – наша потребность в любви и близких. Еще выше уровнем находится наши потребности в росте и развитии – в возможности добиваться собственных целей, в овладении знаниями и мастерства, в признании наших заслуг и достижений. И, наконец, на вершине этой пирамиды находится наше желание того, что Маслоу впервые назвал «самореализацией», то есть достижение собственного счастья путём следования моральным идеалам и использования собственных творческих способностей ради самого творчества». (книга Атула Гауанда «Будучи Смертным», стр. 93)

Причём все потребности завязаны в единое целое, где каждая существует в непрерывном взаимодействии с остальными, позволяя обеспечивать устойчивость всей конструкции, а каждый последующий уровень соответствует последовательным стадиям формирования зрелого человека.

Выражение «думать о высоком» полностью перекликается с моделью Маслоу, поэтому в контексте разговоров о «Высоком Конце Аудио» упоминание его теории, на мой взгляд, было бы очень полезным. Особенно, допустив, что каждый уместный уровень человеческих потребностей в его модели «обслуживает» соответствующая аудио техника. Так как, даже на беглый взгляд, моя собственная биография в аудио содержит массу парадоксов, которые не совсем согласуются с классической «пирамидой» иерархий Маслоу, то мне всегда хотелось разобраться, где же в ней кроется подвох. Тем более, что я уверен, что, в иерархиях моей личной мотивации к занятию Хай Энд Аудио кроется ряд общих для всех аудиофилов особенностей.

В прошлом году я опубликовал в своём «Личном Мнении» серию статей «My Way», внимательно прочитав которые, можно увидеть не одно противоречие моих жизненных поступков иерархиям классической модели Маслоу. В этот раз, уже разобравшись с его «пирамидой», я начну с другого аспекта моей жизни в аудио, с парадоксов моей аудио журналистики. Первый парадокс связан с тем, что в течение последних двадцати лет я опубликовал в различных СМИ около ста статей. Ни за одну из них я не получил ни копейки... Вернее, за исключением одной... И эта **единственная** статья, которую мне «официально» заказал за деньги один из российских аудио дистрибьюторов, оказалась **не опубликованной**. В той статье я «прошёлся» на тему далеко не приоритетного, на мой взгляд, вклада кабелей в общий звук аудио систем, а также по незначительной актуальности «винтажной» технике в современном контексте. Заказчик же, продающий, как приоритет, кабели и, как впоследствии оказалось, сильно расположенный к «винтажной» технике, после прочтения моего материала, решил отказаться не только от

его размещения на своём электронном ресурсе, но и от дальнейшего сотрудничества со мной. При этом, надо отдать ему должное, он заплатил «по полной»... После чего, я, с его благородного разрешения, этот материал, всё же, где-то опубликовал, где не помню, но на этот раз уже «за бесплатно».

Ещё один пример из «той же оперы». Пару лет назад мне позвонил главный редактор «Аудиомагазина» и предложил мне возобновить в их журнале серию моих интервью, наподобие тех, которые я взял в 2007-м году у выдающихся звукорежиссеров. Я ему ответил, что, в принципе, я - не против, но так как, «если гора не идёт к Магомету, то Магомету нужно идти к горе», соответственно, в состоянии ли журнал оплачивать мои необходимые передвижения по миру с целью взятия подобных интервью? При этом я напомнил ему, что затем, чтобы посидеть и поболтать за одним столом с Аланом Парсонсом или Филом Рамон, либо, чтобы покурить сигары и взять интервью у Эл Шмидта и Эллиота Шайнера на Карибском круизе, я сам себе покупал все путёвки, билеты и бронировал номера в гостиницах. Также за свой счёт я нёсся самолётом в Нэшвилл, чтобы побеседовать там в студии «Black Bird» с Джорджем Массенбургом. И так далее... На что редактор «АМ» мне ответил, что, дескать, нет, таких денег у журнала нет, они могут мне заплатить только несколько тысяч рублей (на которые, понятно, далеко не уедешь) за готовый материал. Так как в нынешние времена, как мне бы этого не хотелось, я уже существовать в стиле «jet set» себе позволить не могу, то на этом разговоре мои отношения с «АМ» так и закончились. В том числе, и по причине того, что «покупать» какие-либо другие мои статьи для размещения в журнале, они не захотели.

В качестве ещё одного проявления «странности» своей журналистской биографии, приведу пример того, что, несмотря на существующую между всеми нами конкуренцию, различные отечественные дистрибьюторы регулярно приглашают меня к сотрудничеству с их компаниями на предмет написания мною «заказных» материалов. Чтобы не было недомолвок, скажу сразу, что подобные разговоры имели место и в компаниях, в которых я числился сотрудником.

Разговор всегда начинался и заканчивался примерно одинаково: с хвалебных отзывов в мой адрес, что «я-то им, как раз, и нужен», переходящих на ...«но нам бы хотелось, всё-таки, чего-то «другого»...». Далее, как правило, я наткнулся на мало разборчивую речь, нередко, в стиле Элочки-Людоедки, видимо, подразумевающую, «какие у нас роскошные бренды» и «...как для всех нас просто необходимо, чтобы о них **хорошо** написали...». Какой именно смысл вкладывался в слово «хорошо», при этом, конечно, всем было ясно, но, в явном виде, значение этого слова не уточнялось. На это я всегда был вынужден отвечать, что, к обоюдному сожалению, есть люди, которые сделают это намного лучше меня, так как они на этом специализируются. Ведь, компании нужен материал, имеющий потребительские свойства, которые можно определить как «за деньги». А, если посмотреть на мою журналистскую биографию, то, по этим потребительским свойствам, увы, я им, явно, не подхожу. Это не означает, что я не могу написать ничего хорошего об их продукции. Вне всякого сомнения, вокруг меня чрезвычайно много очень достойной техники, включая кое-что из того, что обсуждалось на таких переговорах. Просто, существует вполне конкретный алгоритм написания подобных статей, который в последние много лет всеми считается наиболее эффективным, но которым я не владею. Вернее сказать, почему-то, **не испытываю непреодолимой потребности** им владеть.

Если следовать изначальной модели Маслоу, то получается, что на протяжении всех этих лет, подобная «бесплатная» аудио журналистика не только не помогала мне реализовать свои базовые потребности «приземлённого» свойства, но и, более того, им мешала. То же самое можно сказать и об усилиях и ресурсах, потраченных на работу с собственными

аудио системами, описанных в «My Way». Тогда какие из моих потребностей, по теории Маслоу, помогало удовлетворять моё «парадоксальное» увлечение High End Audio? Перебирая и складывая различные варианты, я видел вклад от каждого из возможных уровней «пирамиды» в общую картину, но противопоставив им мотивации из других уровней, я не увидел в этих отдельных компонентах, или их совокупности, достаточной силы для объяснения моего такого длительного и «оголтелого» состояния. Поэтому, так как я долго не смог найти чёткого ответа на поставленный свыше вопрос, то у меня в течение продолжительного времени складывалось впечатление, что с **изначальной** пирамидой Маслоу, всё-таки, действительно, что-то не так.

Пирамида потребностей Маслоу

Потребность в самовыражении

Потребность в уважении и признании

Потребность в принадлежности к социальной группе

Потребность в защищенности и безопасности

Физиологические потребности



Понятно, что, во-первых, приоритеты наших наиболее насущных мотиваций «по жизни», то есть положение центра тяжести пирамиды, вместо того, чтобы оставаться постоянным, сильно меняется во времени. Оно также зависит от тех перспектив, которые мы видим для своего дальнейшего развития, то есть насколько «высоко» нам необходимо взобраться на эту «пирамиду», или насколько высоко мы уже взобрались по ней. Если посмотреть на мою аудио-биографию, то можно увидеть, что вместо того, чтобы двигать этот центр тяжести «пирамиды» вниз в сторону материального воплощения успеха и стабильности, мне, по-прежнему, непреодолимо хотелось тянуть его вверх. Поэтому, в конце концов, после двадцати лет такого «восхождения», естественно, не мог не возникнуть вопрос.

Если предположить, что в моём зрелом возрасте движение вверх по уровням Маслоу достигло уже, скажем, уровня «самореализации», а непреодолимое желание двигаться в этом направлении всё выше и выше продолжается, то следование моральным идеалам и творчеству ради самого творчества, то есть, самореализация – это что, действительно, пик

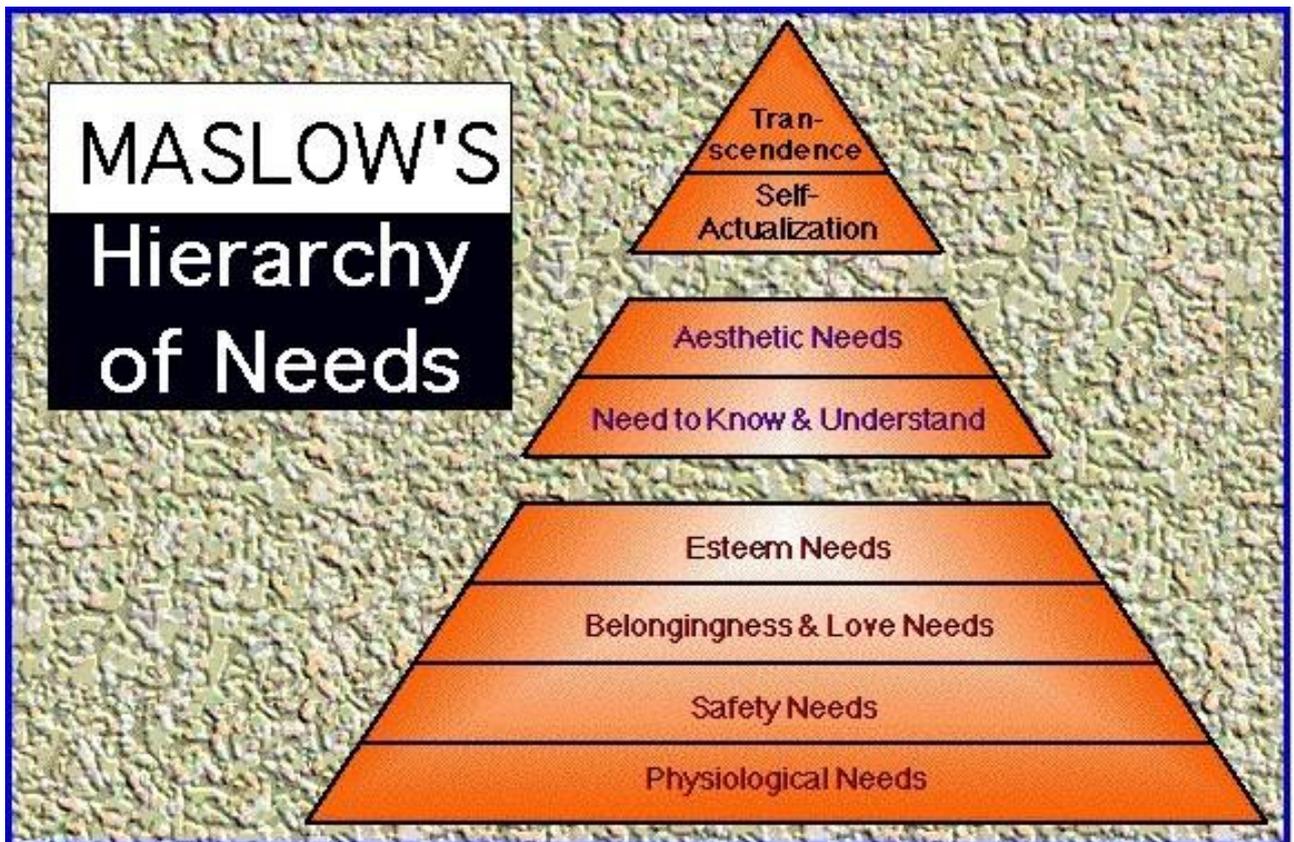
«пирамиды» Маслоу? Или ещё нет? Может, существует что-то ещё выше универсальной потребности в самореализации?

За тридцать пять лет до выхода исследования Маслоу, философ из Гарварда Джосайя Ройс опубликовал свой труд «Философия Лояльности», в котором он попытался понять, почему «просто» полностью обеспеченное существование кажется людям пустым и бессмысленным. Что ещё нам нужно, чтобы почувствовать жизнь наполненную смыслом? Ответ на последний вопрос, по мнению Ройса, состоит в том, что потребность в этом смысле присутствует в **любом** человеке, но мы его ищем **вне** самих себя. Он назвал преданность этому основополагающему внешнему смыслу *лояльностью*. Её он видел в качестве противоположности индивидуализму.

При этом Ройс ненавидел воинствующий индивидуализм. Наоборот, он писал, что (цитируется по тому же источнику, стр. 126): *«...Человеческим существам, как воздух, нужна лояльность. Она не обязательно приводит к счастью, и может быть даже сопряжена со страданиями, но всем нам нужно что-то большее, чем мы сами, чтобы наша жизнь становилась переносимой. Без этого большего, нами управляют только наши желания, а они – мимолётны, капризны и ненасытны. Они приносят, в конце концов, только муки... Каждый момент существования человека изнутри – это переход от одного импульса к другому... Так как мы не можем увидеть никакой свет внутри себя, давайте же тогда попробуем увидеть его снаружи».*

Современные психологи заменили термин «лояльности» по Ройсу, то есть, вкратце, «чего-то большего, чем мы сами, снаружи нас», на понятие «*трансцендентности*». После чего они установили на вершине пирамиды Маслоу, сверху «уровня собственной самореализации», ещё один дополнительный уровень мотивации, «трансцендентную» потребность. Это дополнение произошло, в том числе, и потому, что в последние десятилетия значительно продвинулись научные представления о естественных **последовательных фазах формирования полноценного и зрелого индивидуума**. Несмотря на идеологические противодействия со стороны воинствующих «индивидуалистов», все научные факты подтверждали именно такую модель развития человека, где заключительная фаза связана с формированием личностной потребности искреннего сочувствия другим людям через «трансцендентность».

Любопытно, что откорректированное изображение пирамиды Маслоу с верхним элементом «трансцендентности» я нашёл в интернете только в английской версии, все русские доступные изображения оказались устаревшими: до сих пор все они заканчиваются (и, видимо, не случайно), на уровне (особо актуальной для «смутного» времени у нас в стране) «самореализации». Кстати, проведя, по совокупности, не один год «за Бугром», хоть, и на крайне редких примерах, мне постепенно стало очевидным, что их **более зрелая** модель Маслоу, с пиком «трансцендентности», насаженным на наш нынешний «бугор», действительно, восстанавливает правильные представления о том направлении, куда **должна** двигаться общемировая цивилизация. К сожалению, как и здесь, путь этого движения пока там не менее тернист... Поэтому, несмотря на то, что мне неоднократно предлагали сотрудничество в европейских и американских аудио изданиях, по-видимому, видя в моих статьях определённую ценность, я, несмотря на присутствии пика «трансцендентности» в «импортной» версии этой пирамиды, никогда не питал никаких иллюзий насчёт плотности его населения где бы там ни было. Совокупная реакция на мои немногочисленные публикации «на Западе» лишней раз подтвердила то, что, хотя в его составе и есть немного сахара, но «Tabasco редьки не слаще».



Увидев усовершенствованную «трансцендентностью» «пирамиду» Маслоу, я понял, что, оказывается, действительно, есть ещё куда стремиться выше уровня потребности в самореализации. И это осознание позволило мне, наконец, определиться со многими «странностями» моей аудио биографии. Расписать, как по нотам, в чём конкретный смысл этих «трансцендентных» потребностей, и почему их удовлетворение приняло именно такие формы, может каждый только сам для себя. И это – отдельный разговор. В моём случае просто исторически сложилось так, что я выбрал форму «покорения вершин» High End Audio. Получив возможность взглянуть по-новому на смысл «Хай Энда» с помощью «трансцендентной» пирамиды Маслоу, я не смог удержаться от того, чтобы, адаптировав её для нужд аудио, не поделиться далее рядом интересных примеров, которые эта модель, на мой взгляд, очень убедительно объясняет.

Возвращаясь в первом примере к только что отмеченным различиям в иерархии потребностей «за Бугром», не могу не отметить, что основное отличие зарубежных аудио выставок, которое мне удалось посетить за все эти годы, от российских - это регулярное присутствие на них, хоть и малочисленных, но поистине «трансцендентных» демонстраций наивысшего уровня. Судя по результатам поиска иллюстраций для этой статьи, мне теперь становится понятным, что у нас по обе стороны «прилавка», гораздо чаще, чем на Западе, «всё» заканчивается на уровне удовлетворения, как максимум, потребности «самореализации». Так как «трансцендентность» у нас даже нигде не обозначена, то, естественно, сразу возникают два вопроса: во-первых, откуда, тогда, у нас возьмутся в большом количестве такие демонстрации?! И, во-вторых, самое главное, для кого?! Не зря приезжавшие к нам на выставки «фирмачи» регулярно показывали на, казалось бы, «обкатанных» компонентах гораздо более эффектный результат, чем, то, что получалось с этими же образцами у их местных представителей. И я уверен, что такой результат был связан не только с более высоким уровнем профессионализма и опытом первых, но и с их стремлением к **чему-то большему**, чем тот уровень качества, на

который претендовали, **в соответствии** со сформировавшимися на отечественном рынке требованиями к «звуку», последние.

Второй интересный пример по использованию адаптированной «пирамиды» «трансцендентности» для объяснения происходящих в аудио процессах, опять связан с моей журналистикой и «Аудиомагазином». В течение многих лет в его редакцию регулярно обращались мои коллеги по аудио цеху с требованием немедленно свернуть в нём мои публикации. Под предлогом того, что, дескать, «по какому праву вы даёте преимущества одним аудио дистрибьютором и рекламодателем над другими, печатая их «дополнительные» собственные материалы?!». Однако, надо отдать должное руководству журнала того периода. На подобные «наезды» жалобщиков редакция «АМ» предлагала им делать то же самое, что и я, а именно, также выходить со своими собственно написанными «дополнительными» статьями в журнал, которые он, также как и в моём случае, обязательно опубликует. Уверен, что моим коллегам всегда было о чём написать, тем более, что уровня выпускного сочинения в школе для этого было бы более, чем достаточно. Но, тем не менее, **никто** из них этого так и не сделал. Поэтому возникает вполне естественный вопрос, почему? Не потому, ли, что не считали нужным этого делать, полагая что «заказных» материалов вполне достаточно? Или, может, потому, что «в мутной воде легче ловить рыбку»? Полагая, что ничего полезного для себя из того, что «раскроют душу» перед потенциальными покупателями, они не извлекают?!

Если оба эти предположения справедливы, то такое «отстранённое» поведение трудно оправдать какой-либо бизнес стратегией, особенно в такой области, как High End Audio, которая стоит на стыке техники и искусства. Ведь, любой вид искусства предполагает, в качестве основного элемента, сугубо личностную позицию.

С точки зрения теории потребностей Маслоу, такие «наезды» на мои материалы вкупе с собственным молчанием, можно объяснить только, либо проявлением отрицательной сублимации, которая возникает при невозможности реализовывать свои естественные потребности, либо - проявлением **отсутствия** или **недоразвитости** этих потребностей.

Если справедливо первое, то такое отсутствие профессионализма, ещё полбеда. Гораздо хуже, если справедливо последнее. Такой инфантилизм некоторых моих коллег, может «сойти им с рук» только в одном случае: когда такой же недоразвитостью потребностей и, соответственно, инфантилизмом, страдают и их потенциальные покупатели. А это, уже, может служить явным признаком **системного сбоя** во всей нашей индустрии. Так как, пытаюсь оперировать «взрослыми» идеями, мы, оказывается, апеллируем ими к сознанию недоразвитых «детей».

Откуда можно прямиком проследовать к третьему примеру использованию этой «пирамиды» для объяснения, подчас, скрытого, а то, и явного, противодействия «трансцендентности» при обмене мнениями среди потенциальных потребителей высококачественного аудио. Например, если судить по большинству участников интернет-форумов, то, даже, несмотря на возможность спрятаться за замысловатыми «никами» и «взятую с потолка» личную информацию, там тоже, на фоне обилия детского кривляния, существует похожая боязнь **зрело** высказываться с «открытым забралом». Особенно, когда речь начинает касаться признания хотя бы даже **самой возможности** существования «трансцендентного» желания и искренней потребности помочь другим.

Понятно, что плохие примеры и дух времени играют свою роль. Но широко распространенное **противодействие** такому признанию - это наилучший пример, характеризующий низкий, то есть, незрелый уровень потребностей значительной части

этого сообщества. Похоже, что подавляющее большинство участников аудио форумов, всё ещё, никак не может наиграться в **свои собственные** игрушки, поэтому любые попользования на их «железки», пусть, даже, обоснованные и из самых лучших побуждений, они неразумно встречают в штыки.

Иногда даже диву даёшься, как люди, совершенно далёкие от аудио, намного чаще демонстрируют правильные реакции на «звук» и намного более здоровое чувство логики, чем некоторые, «зацикленные» на своём, закоренелые «специалисты» на форумах. Например, если сравнивать адекватность оценок качеству звука знакомых мне систем, которые некоторые аудиофилы «со стажем» «выдают» время от времени, с теми оценками, которые я получаю в ответ на предложения незнакомым людям «со стороны» послушать и описать звук своих наушников, то в последнем случае я сталкиваюсь с гораздо большим количеством адекватности и здравого смысла. Быть может, это происходит потому, что, в отличие от многих участников аудио форумов, они не видят на мне клейма, свидетельствующего о том, что я им что-то пытаюсь «впарить»?

И, в данном случае, такие люди «со стороны» ведут себя гораздо более «трансцендентно», чем те, кто, заведомо пытается **принизить** любое общение на свой уровень, видимо, потому, что в отсутствии собственных **возвышенных** потребностей, они не в состоянии увидеть их ни у кого вокруг. Вместо обстановки здоровой и дружелюбной полемики, настроение на многих форумах, по крайней мере, со стороны, воспринимается, мягко выражаясь, настороженным. И вместо искреннего и дружеского общения на уровне наивысших потребностей, проявляющаяся взаимная неприязнь, вкупе с настороженностью вследствие мимолётного знакомства и **поверхностного** общения «вскользь», постоянно создают непреодолимые препятствия, которые снижают уровень и продуктивность проходящих там обсуждений

Пусть меня обвинят в том, что я отстал от жизни, но не могу удержаться, чтобы не сделать небольшое отступление и не привести пример обратного. Недавно мне позвонил мой друг из Питера и задал вопрос об одном очень удачном, по его мнению, аудио продукте: «Что это – результат целенаправленных действий производителя или случайное попадание им в цель? И как тогда быть неопытному любителю звука, как он, среди такого обилия аналогичных продуктов, сможет увидеть подобный «шедевр»?». Я на это ему ответил следующее: «Паша, сам факт твоего звонка ко мне с этим вопросом многое объясняет. Этот продукт попал к тебе от меня. Я знаю его создателя на протяжении многих лет как человека добросовестного, хорошо разбирающегося в аудио, тонко чувствующего и доказавшего свой профессионализм. Но всё только что перечисленное – это, лишь, необходимые условия, чтобы ты обратил на этот кабель внимание среди обилия других подобных продуктов. А знаешь, какое - достаточное? Это моя **искренняя** многолетняя дружба с ним и **искренняя** многолетняя дружба с тобой. И то, и другое, возникает не случайно, а вследствие того, что в течение многих лет, раз за разом, мы убеждались в том, что мы не только лишь друзья и единомышленники, но ещё и удовлетворяем с помощью аудио потребности **одного и того же уровня**. Вот и делай соответствующие выводы».

Ещё один возможный пример использования аудио версии «пирамиды» Маслоу, на этот раз, для определения уровней претензий «по качеству» всевозможного аудио «железа», мне кажется, также может быть достаточно продуктивным. Любой из уровней такой аудио «пирамиды» полностью соответствует удовлетворению именно тех жизненных потребностей (как производителей, дилеров, так и потенциальных потребителей), которые требуют своего удовлетворения на соответствующем уровне их собственных «пирамид» «по жизни». Возможное положение «аппарата» на одном из уровней такой аудио

«пирамиды» определяется уровнем потребностей, на котором «находятся» его производитель и представляющий этот продукт дилер, то есть какой уровень собственных потребностей «по жизни» они удовлетворяют с помощью этого продукта.

Я не зря много раз упоминал о необходимости понимания «изнутри» мотивации тех или иных компаний, в том числе и на человеческом уровне. Такая информация мало доступна из официальных каналов, и часто доступна только по «дружеским» цепочкам, как в только что приведённом примере выше. Но только с её помощью аудио компонент или система займёт ровно соответствующий им уровень на «пирамиде» аудио иерархий: где-то между «небом» наивысших достижений и приземлённой утилитарностью.

То же самое относится и к положению на этой «пирамиде» потенциальных покупателей этого «железа», чьи **созревшие** потребности «по жизни» могут быть удовлетворены только при помощи соответствующих им по уровню потребностей производителями «железа». Ведь как конкретная реализация этого «железа», так и его поиск, вырастают из этих **первичных** потребностей, а не наоборот. Поэтому, без чёткого представления об этих реализуемых с **обеих** сторон потребностях, могут происходить только недоразумения.

На каждом из аудио уровней «пирамиды» «рыбак» должен и встретить своего «рыбака». То есть, возникший из непреодолимых жизненных потребностей производителей продукт, представленный находящимся на этом же уровне вследствие таких же основных потребностей «по жизни» дилером, должен встретить оказавшегося на этом же уровне иерархии потребностей потенциального покупателя. Отдельный случай – это когда кто-то по обе стороны торговых «баррикад» понапрасну пытается перепрыгнуть через несколько уровней этой пирамиды «из грязи в князи». Заканчивается это, как минимум, для одной из сторон, всегда плачевно. И только созданное и предложенное на самом пике этой «пирамиды», на уровне **удовлетворения «трансцендентных» потребностей**, любое, пусть даже самое недорогое, «железо» обретает душу и становится примером **истинного High End Audio**. И только, взобравшись на него же, полностью созревший и доросший до уровня «трансцендентных» запросов пользователь, может встретить, через такого же высокого уровня дилеров, соответственно, достигших пика «трансцендентности» аудио производителей. Так как мало, кто добирается до этого пика «трансцендентности», тем более, что хорошие намерения, сами по себе, являются только необходимым условием, а профессионализм и «всё остальное» - достаточным, то стоит ли удивляться тому, насколько редко можно увидеть его примеры, насколько малочисленны его демонстрации, и насколько нечасто можно столкнуться с проявлениями такого по-настоящему «Хай Эндного» подхода?!

Моя собственная аудио биографии, может так же, как я уже упоминал, быть неплохим примером использования усовершенствованной «трансцендентностью» пирамиды Маслоу, «открывающей» возможности дальнейшего «восхождения», для объяснения многих кажущихся противоречий и особенностей моей журналистики. Могу определённо сказать, что в качестве побочного эффекта реализации «трансцендентной» потребности в написании материалов на тему аудио, многие специфичные вопросы нашли в моих статьях **именно те** ответы, которые никогда бы не были бы найдены, если бы их рассмотрение происходило не на самом высоком уровне собственных потребностей. Вспоминаю, как на одной из пресс-конференций на выставке журнала «Stereophile» в Лос Анжелесе много лет назад, одному из редакторов задали вопрос, на который он смог ответить только следующее: «Пока не знаю, что Вам и ответить, ведь, я ещё никогда **не писал** на эту тему». К этой крылатой фразе остаётся ещё добавить только то, что содержание написанного будет также очень сильно зависеть от того уровня «пирамиды»

потребностей, на котором этот ответ будет написан. К слову говоря, мои надежды на монетизацию моей аудио журналистской деятельности могут быть связаны лишь только с тем, что без полной смены парадигмы высококачественного аудио и без перехода от тотального сбора урожая к сезону посевной «разумного, доброго, вечного и светлого», оставаясь полностью в неизменном виде, оно долго не просуществует.

Чтобы продолжать профессионально заниматься высококачественным аудио в нынешние времена, хочешь, не хочешь, но придётся вернуться к его истокам. То есть, в разных ипостасях опять заняться «трансцендентным» покорением его вершин, так как **изначальное** удовлетворение этих наивысших потребностей, являющееся **сутью High End Audio**, и позволяло, хоть, и по инерции, собирать урожай с этого поля на протяжении последних многих лет. И если кто-нибудь попытается взяться за подобное, то тогда, вне всякого сомнения, им будут востребованы уже совсем другие алгоритмы продвижения «звука». И в выражении «написать хорошо об аппаратуре», в слово «**хорошо**» должен будет вкладываться, по необходимости, совсем другой, чем в приведённом выше примере, смысл.

Уверен, что у определённого числа читателей, в очередной раз, при чтении моих статей, может возникнуть чувство недоумения: зачем, вообще, писать на такие абстрактные и, подчас, сугубо личные темы? Не лучше ли, сразу, переходить «ближе к делу»?!

Маслоу доказал своими исследованиями, что пока человек не удовлетворит свои низшие потребности, в том числе потребности в самообразовании, потребности формирования эстетического вкуса и потребности самореализации, у него не возникнут высшие. Соответственно, о деталях «восхождения» на самый пик его «пирамиды» говорить будет просто преждевременно. Поэтому, без прояснения для самого себя **фундаментальных** причин мотивации увлечения высококачественным аудио, говорить о конечном результате его применения для удовлетворения необходимых потребностей, будет просто бессмысленно. Так как этот результат будет, однозначно, неполноценным. Перепрыгнув через этот **основной** этап осмысления «зачём всё это нужно», перейдя сразу ко всяким «ближе к делу» частностям, мы можем «свалиться» на более низкий уровень обсуждения. Уйти от главного к второ- или третье- степенному и перестать видеть «лес из-за деревьев». Именно вследствие этого синдрома незначительности большинства предварительных обсуждений, люди так часто испытывают разочарование после покупки аудио систем. Как бы они себя не пытались убеждать в обратном, без попытки разобраться в фундаментальных причинах, толкающих их в сторону выбора «трудного пути», без попытки разобраться в своих потребностях «по жизни», они, как правило, получают совсем не то, что им нужно. При этом, на то, что им, действительно, нужно, они не обращают совсем никакого внимания.

Нужно понимать, что достаточно продолжительное время неторопливой подготовки, общения с единомышленниками и планирования, хоть и превозмогая непреодолимый зуд побыстрее потратить ресурсы, позволяют не только сосредоточить и правильно их распланировать, но, что самое главное, в соответствии с иерархиями Маслоу, «дозреть» своим потребностям, которые предполагаемая аудио система сможет удовлетворить. В любом случае, такое долготерпение будет намного более продуктивным, чем непрерывно меняющийся «шило на мыло» аудио «промискуитет», являющийся, по моему мнению, одним из основных проявлений заката высококачественного аудио. Отодвинув в сторону «мгновенное удовлетворение», которое является причиной многих бед современной цивилизации, можно попытаться путём чётко сфокусированного самообразования и работы над собой, взобраться по склону своей «пирамиды» Маслоу на более высокий уровень, чтобы, всё же, попытаться увидеть, по Ройсу, «свет снаружи». Такой «свет» и

является истинной сутью High End Audio, а, без него нет и смысла, вообще, углубляться в эту тему. Если эту технику использовать в духовной «темноте», то в ней, между всей этой аппаратурой нельзя будет «разглядеть» какую-либо разницу. В таком случае просто выхватывается просто то, что «попадается случайно под руку». Что, собственно, повсеместно и происходит.

К сожалению, разговоры о High End Audio часто ведут люди, которым оно, по большому счёту, абсолютно не нужно. Они просто хотят слушать музыку и вполне могут обойтись и без этого высочайшего уровня. Но попусту «заморочиваясь» сами, они своей непродуктивной суетой только «путаются под ногами» у других. Не зря говорят, «что посеешь – то и пожнёшь», то есть без такого последовательного самоанализа и самоотдачи, в чём я много раз убеждался на примерах супер-дорогих, но совершенно бестолковых систем у очень обеспеченных людей, результат будет нулевым, а, может, даже, и со «знаком минус». И, наоборот, у обычных людей, созревшим до пика «трансцендентности» в своём внутреннем развитии и отдающих себе полный отчёт о «смысле этого всего», я слышал «божественный» звук на абсолютно доступных по цене компонентах.

Если жизненные потребности так и не дозрели до «высокого конца» и не предполагают взбираться выше по склону собственной «пирамиды» Маслоу, то какой тогда смысл «выбирать этот трудный путь» аудио «альпинизма» и безуспешно пытаться вскарабкаться на самый «пик»?! Тем более, покупать себе, в качестве страховки, кабель за много тысяч долларов?!

Переходя в конце этой статьи «ближе к делу», я, чтобы подытожить результаты, воспользуюсь последним примером возможного применения теории Маслоу для нужд «Хай Энда». Он возникает при использовании аналогии между «восхождением» по уровням потребностей в аудио версии его «пирамиды» и таким же, казалось бы, далёким от здравого смысла и «приземлённых» потребностей, горным альпинизмом. Соответственно, просто перечислю этапы «трудного пути» для тех, кто, по Высоцкому, «оставив ненужные споры, сам себе всё уже доказал».

Во-первых, всем уже понятно, что к восхождению на «Пик Звука», необходимо «по-альпинистски» основательно подготовиться. При этом надо «прокрутить у себя в голове» все те личные усилия, готовность проявить упорство и выносливость, которые необходимы для успеха подобного «восхождения». Причём, финансовая сторона вопроса, хоть, и имеет значение, но она, очевидно, далеко не самый определяющий фактор.

Во-вторых, всем тем, кто готовится штурмовать вершину «Хай Энда», нужно отдавать себе отчёт в том, что для успешного «восхождения» никак не обойтись без более опытного «друга», на которого, «как на себя самого» можно будет «положиться на него». Кстати, такой шанс есть у немногих, но если они уже внутренне до этого «дозрели», то можно сэкономить массу сил и средств в том случае, если такой друг сможет их сбросить с вертолётки собственных высших достижений прямоком на Пик «Хай Энда». Например, когда покупается и адекватно устанавливается выдающаяся готовая аудио система, на реализацию которой, этот «друг»-единомышленник потратил значительные силы и времени, и, при этом, он готов с ней расстаться.

И, только, в-третьих, а, именно, **в самом конце** всей этой длительной предварительной подготовки, нужно будет идти и покупать всё необходимое «альпинистское» аудио снаряжение. Которое для этого, конкретно, «восхождения», и нужно.

Поступающим с точностью наоборот, то есть тем, кто, как это повсеместно происходит в среде «любителей звука», начнёт сразу с закупки «альпинистского» снаряжения наобум, я бы посоветовал «...лучше свернуть, обрыв обогнуть». Таким, самонадеянно непонятно куда собравшимся впопыхах и сорвавшимся вниз головой в пропасть по пути к вершине «пирамиды» Хай Энда, уже будет поздно говорить о том, что их никто об этом не предупреждал, и что они никакие не «чокнутые» аудиофилы, а просто хотели послушать музыку...

И им тогда, опять же, по Высоцкому, останется только «немного завидовать тем, другим», которые не только **осознанно** «выбрали этот трудный путь», но и которые, намного **основательней к нему подготовившись**, «пройдут тобой не пройденный маршрут».

Михаил Кучеренко.

Июнь 2015.