

КТО ЗАКАЗЫВАЕТ "МУЗЫКУ"? (ТОТ ЛИ, КТО ЗА НЕЕ ПЛАТИТ?)

В середине апреля сего года Сергей Таранов, зам. главного редактора журнала «Аудио Магазин», находясь у нас в гостях, предложил мне что-нибудь написать для его журнала¹. При этом он подчеркнул, что никаких ограничений ни по объему, ни по тематике нет. Вскоре мне подвернулась подходящая тема, а именно, взаимоотношения между читателем и журналом. Я с большой признательностью к Сергею Таранову взялся за свой Rotring с целью продолжить разговор, который у нас с ним (и с читателями «АМ») продолжается уже более двух лет. Мне тогда показалось, что наглядным примером возникающих иногда между ними противоречий могут послужить выдержки из одного из последних номеров «АМ» (см. ниже). Я уверен, что я не единственный читатель этого журнала, обративший на это внимание. Скорее, каждому, кто внимательно его читает, должны были прийти в голову те же мысли, что и мне. Именно потому, что в этих цитатах скрыты глубокие противоречия, свойственные для всей аудиопрессы в целом и препятствующие благополучному развитию High End Audio, я посчитал дискуссию на данную тему очень актуальной для широкого круга читателей.

Вкратце о том, как эта статья оказалась не в «Аудио Магазине», а в журнале «Class A». В начале мая я послал материал в редакцию «АМ». Примерно через месяц на выставке Stereophile Show в Сан-Франциско Сергей Таранов и главный редактор Юрий Цеберс подтвердили, что в ближайшем номере материал будет напечатан. Когда в следующем номере «АМ» я его не увидел, я позвонил в редакцию и поинтересовался, когда же появится моя статья. Мне ответили, что готовится ответ редакции и материал появится в следующем номере. Этого опять не произошло, и мне сообщили, что «АМ» в конце концов решил не печатать мой материал. Сергей Таранов заявил, что он оставил свой ответственный пост и больше не контролирует содержание материалов для журнала. Юрий Цеберс объяснил это решение тем, что статья состоит из двух плохо стыкующихся частей и не производит впечатления законченного матери-

ала. Однако предложения скорректировать статью и после этого напечатать ее в «АМ» не поступило, и мне показалось, что отказ вызван тем, что редакция «АМ» так и не смогла подготовить убедительный ответ на вопросы, которые могут возникнуть при чтении этого материала. Так как Юрий Цеберс уверил меня, что он не имеет ничего против опубликования моей статьи в другом журнале, я предложил ее редакции «Class A». Согласие последней напечатать ее еще раз подтверждает то, что в редакционной политике могут быть разные подходы. Не претендуя на истину в последней инстанции и понимая важность обсуждаемой темы, я надеюсь, что читатели примут участие в обсуждении того, какими должны быть взаимоотношения между журналами и их читателями и как можно сделать публикуемые материалы более достоверными.

Начну с трех цитат.

1) «...Но цифровые источники звука звучат плохо. Нет, сама по себе «цифра» в принципе неплоха. Просто сегодняшнее состояние дел скверно... Операции с цифровым кодом кощунственно убивают музыку. Остается только ее арматура. «Цифровые» искажения просто недопустимы. Поэтому, чтобы музыки было хоть сколько-нибудь, цифровой тракт должен быть более скрупулезно подобранным, настроенным, гармонизированным и выверенным, чем аналоговый, т. к. аналоговые искажения ... не убивают музыку, только ее слегка ранят. Большое количество ран тоже может быть губительным, однако при цифровом методе может случиться, что и одна рана станет смертельной...»

Что касается более дорогих изделий, то, действительно, цифровые источники приближаются по качеству звучания к аналоговым, но только при использовании специальных аудиофильных дисков, которые я лично не переваживаю... Ну а нормальная музыка на CD выглядит по сравнению с LP так же, как картина великого художника, облистая серной кислотой...»

2) «...я решил написать только о недостатках, так как остальное — достоинства. Раздражение началось через четы-

¹ Он отдает себе отчет, что часть моих мнений может быть расценена как либо «аудиоересь», либо как «аудиопорнография». На самом деле речь идет всего лишь о фиговом листке на здоровом теле High End Audio.

ре часа, когда... я никак не мог отыскать недостатков. Что сразу же удивляет, цифровые источники так не звучат, кто-то или что-то меня обманывает. Обманывал Meridian 508. Вы только подумайте: через четыре часа непрерывного прослушивания проигрывателя компакт-дисков никакого намека на усталость и утомление слуха!.. Чистота и прозрачность верхнего регистра ну вовсе не цифровая... Meridian 508 достаточно хорошо передает богатство и натуральность тембров музыкальных инструментов... просто великолепен на динамических контрастах... словно «цифра» ему не помеха... [бас] прекрасно артикулирован... Боже мой! Сколько волшебных звуков и тонкостей пропадает, когда другие проигрыватели воспроизводят записи Яши Хейфица!.. Bravo, 508.20! Meridian 508 всеяден... очень точен... у Meridian 508 есть именно та тонкость, которая потрясает!..»

3) «В принципе, я весь свой словарный запас исчерпал, описывая Meridian 508.20². Абсолютно теми же характеристиками по части полноты и тонкости передачи музыкального образа обладает и конвертор Audio Note DAC 3... — наглядное пособие для тех, кто не понимает, что такое вовлеченность. То, что делает DAC 3 (сохраняет и передает сознанием «неслышимые» тонкости и мелочи), создает, как я ее назвал, принудительную вовлеченность (точнее сказать, насильственную)...»

Вот уж, действительно, прослушивание, построенное на контрастах. Мне кажется, что не разнесенные ни во времени, ни в пространстве (см. «АМ» N 1 (12), 1997, с. 24 — 33) цитаты 2) и 3) явно контрастируют с цитатой 1). Гриша Микаэлян заслуживает гораздо более уважительного к себе отношения, чем быть мальчиком для битья. В чем же проблема? На мой взгляд, в том, что нельзя быть немного свободным, как нельзя быть немного беременной. Разговор с Сергеем Тарановым, упоминаемый в начале статьи, состоялся тогда, когда «АМ» впервые предложил взять на рецензию какую-нибудь технику из нашего магазина. Я был против, но мы все же решили попробовать, тем более, что относимся к «АМ» и его авторам³ с неизменным почтением.

Итак, каковы результаты тестов для нашего магазина. В экономическом плане — трудноуловимые. Скажем, после теста на Manley SE/PP 300B (кстати, в целом благоприятного) все покупки этого усилителя были сделаны людьми, не читавшими «АМ». В политическом же — одни потери. Почему я так считаю? Потому, что тестирование отдельных компонентов — это, скорее, не информация к размышлению, а дезинформация для заморачивания читательских мозгов. Многие пытаются иронизировать⁴ над моей настойчивостью, когда я требую системного подхода к реализации потенциала системы (и ее отдельных компонентов). Однако цитаты Гриши Микаэляна — как же их понимать?! Какие системные решения нужно было реализовать, чтобы из 1) последовало 2) и 3), из рецензий не ясно. Я вижу этому одно объяснение: рецензент в первой части статьи был в одном состоянии «вовлечения» со своей совестью, а во второй части — в другом. Понятно, что реакция неадекватных производителей/дилеров/дистрибьюторов на негативный отзыв будет однозначной: «Мы снимаем рекламу». Тут наступает момент истины: все же перед кем журнал ответственен? Перед читателями или

перед рекламодателями? Где заканчивается свобода и начинается «беременность»?⁵ Понятно, что существует два вида прессы: для покупателей/читателей и производителей/дистрибьюторов/дилеров. Я считаю несчастливым то, что в российском варианте аудио СМИ второй тип издается, как правило, с иностранным участием⁶. Чьи интересы (за всеми дымовыми завесами) могут защищать такие издания? Безусловно, только свои собственные, а также иностранных производителей, но отнюдь не российских читателей (потребителей)⁷. Однако, я не вижу ничего противоречащего идее издания журнала, полностью ориентированного на интересы читателя. Именно потому, что «АМ» осталось сделать всего один шаг, чтобы стать таким изданием, я и решил задержать их внимание на своих замечаниях.

За последние пару лет «АМ» стал одним из самых авторитетных журналов по аудиотехнике. Великолепно написаны статьи А.М.Лихницкого, профессиональная редакция, мне нравятся материалы Микаэляна (в первом состоянии его вовлеченности). Трудно переоценить заслуги «АМ» по организации и проведению двух международных выставок «Hi-Fi 96» и «Hi-Fi 97», участвуя в которых мы убедились в порядочности и высокой квалификации сотрудников журнала. Раздел писем журнала доказывает высокий уровень читателей, которые доверяют журналу⁸. Достижением также является выпуск «Тест CD-1». Мне кажется очень уместным подход, не имевший до этого прецедента в такого рода тестовых дисках: я полностью согласен с авторами этого диска относительно приоритета высочайшего музыкального мастерства над качеством записи. Вдобавок в технической части этого диска учтены многие недостатки аналогичных «фирменных» продуктов. В общем, заслуги «АМ» налицо.

Однако в бочке меда есть одна ложка дегтя: это раздел тестов отдельных компонентов. Если бы их воспринимали на правах рекламы, я бы особо не беспокоился. Однако, посеяв к себе доверие за счет «основной» части журнала, «АМ» дезориентирует читателей, рекомендуя ему отдельные компоненты.

О вреде рекомендаций отдельных компонентов и отсутствия системного подхода я уже писал. Добавлю только два обстоятельства. Первое: как раз издания, защищающие интересы производителей⁹, опираются в своей политике на публикацию максимального количества тестов, сравнений и т.п. Второе: я отдаю себе отчет, что мы продавец, а вы журналисты, и наши занятия — вроде бы не совсем одно и то же. Я отдаю себе отчет в том, что наличие тестов является основной причиной того, что журналы покупают. Поэтому я не предлагаю отказаться от тестов вообще. Чтобы не быть голословным, я предлагаю, на мой взгляд, правильную процедуру проведения таких мероприятий.

Все очень просто. Техника должна тестироваться в том месте, где она продается. Это как раз то, с чего я начал разговор с Сергеем Тарановым два года назад. На мой взгляд, причин для этого несколько.

Первое. Журнал должен описывать не то, что можно услышать в редакционной комнате прослушивания или дома у эксперта в другой системе, а то, что обычный читатель/покупатель услышит у конкретного дилера в салоне.

2 Правда? Я думал, он был исчерпан в первой цитате.

3 Гриша, честно, извини!

4 Или я не прав?

5 Я имею в виду время ответственности за свои высказывания.

6 «Салон AV», «Стерео & Видео», «HI FI & Music».

7 Потенциальных покупателей.

8 Мне, например, очень понравилось письмо Лозового, N 2, 1997.

9 По идее, нам их должны швырять бесплатно в почтовый ящик.

Тогда он действительно может сопоставить услышанное и прочитанное.

Второе. Я не верю в любовь с первого взгляда, как и в то, что чересчур близкое знакомство всегда приводит к презрению. Однако, даже нескольких месяцев, прожитых с системой, может быть недостаточно для того, чтобы выяснить все свойства компонентов. Дилер по идее должен лучше других знать свойства компонентов, которые он продает, подбирать их один к другому и т.д. Собственно, в цену системы как раз и входит опыт, квалификация дилера при оптимизации и установке системы. Если я правильно понял, журналисты «АМ» не в состоянии выезжать на дом ко всем своим читателям и доказывать на деле выводы и заявления из своих тестов. Этим будут заниматься консультанты-дилеры.

Примером обратного может служить серия тестов для журнала «Салон AV», состоявшаяся в нашем магазине. Я присутствовал не все это время, но мне оказалось достаточно пяти секунд, чтобы, сунув голову в комнату для прослушивания, ужаснуться невыносимому звуку и скрежету, издаваемому нашими Alon V mk II с транзисторным усилителем Musical Fidelity. Я ничего не имею против «Musical Fidelity», но я объяснил Руслану Тарасову (журналисту «Салон AV») несовместимость колонок, созданных для ламповой техники, и транзисторного усилителя. Я сочувствую Руслану, так как, с одной стороны, все звучало ужасно, однако его положения обязывает «вовлечься»¹⁰ и написать что-то хорошее. А потом произойдет то, от чего я постоянно пытаюсь избавиться: повалят покупатели, тыкающие пальцем в журналы и настаивающие на своем мнении.

Наконец, **третье.** Я хотел бы указать на то, что, спору нет, в журналах работают авторитеты и классные специалисты. Их мнение, безусловно, представляет ценность (но только в системном контексте — sorry!). Но нельзя сбрасывать со счетов квалификацию тех, кто работает в магазинах. Они ведь тоже люди и часто неплохие специалисты.

Совсем недавно у нас был случай, когда наши сотрудники «прописали» покупателю по его же категорическому требованию аппаратуру из раздела «Рекомендованные компоненты» журнала «Stereophile». Понятно, что покупателю невдомек, что он не прав, слепо полагаясь на мнение неизвестных ему людей, особенно когда это мнение звучит примерно так: «Это был лучший усилитель из того, что было у меня дома», — а что у него было дома, остается за кадром.

К слову сказать, я почувствовал прилив доверия к себе со стороны покупателей после того, как мое имя стало мелькать на страницах журналов, хотя знаний и опыта у меня от этого не прибавилось. Я иногда пытаюсь огрызаться, что, дескать, мне предлагали писать для журнала «Stereophile»¹¹, но я пока не нашел для них времени, так как считаю, что русская пресса мне дороже. Хотя мнение, высказанное в «Stereophile», стоит пока много дороже, чем в отечественном журнале, я думаю, что такая ситуация продлится недолго.

Оборотная сторона чрезмерного увлечения тестами состоит в том, что сотрудники магазинов идут по пути наименьшего сопротивления, боятся спорить с покупателем, чтобы не спугнуть, и в результате тот садится между двух стульев: доверяет абстрактной (то есть отличающейся от его конкретной ситуации) информации из журнала (особенно плохо, если этот журнал защищает не его интересы, а интересы продающей стороны) и не получает честной ин-

формации от (допустим) чистосердечного продавца. Что посеешь — то и пожнешь, как и получилось в последнем примере. Если журнал посетит к себе доверие, то его мнение, на которое можно положиться, и будет тем доброкачественным товаром, которым он может торговать. Я не сомневаюсь, что если опросить читателей, согласны ли они вместо 10 тыс. руб. за кучу информации и немного дезинформации заплатить 30 тыс. руб., но уже только за объективную и честную информацию, то подавляющее большинство за ценой не постоит. Дополнительные траты с лихвой окупятся при покупке аудиосистемы. Для тех, кто читает журнал, не интересуясь следующей покупкой, может быть система подписки, где цена номера будет почти такой же, как и была. При окончательном освобождении от гнета непорядочных производителей/дилеров/дистрибьюторов и соблюдении вышеуказанных пожеланий «АМ» может выйти на существенно более высокий уровень доверия читателей и качества материалов в целом. Проведение же экспертных оценок «на местах» создаст условия для большего доверия работающим там специалистам. Я уверен, что порядочные дилеры/производители рекламы «по пустякам» снимать не будут — им нужен доступ к читательской аудитории. Успех журналов для читателей в других странах это подтвердил.¹² Не совсем понятливые производители/дилеры могут кинуться под защиту «своей» прессы, которая их будет только хвалить и предоставлять читателю/покупателю вместо информации за его же деньги дезинформацию, однако доверие к таким изданиям будет рано или поздно подорвано. То, что у нас может быть свой путь, мы убеждались не раз на собственной истории. Почему же и у нашей аудиопрессы не может быть своего пути?! Ведь я не вижу противоречия в том, что человеку можно не только продать что-нибудь, но и чтобы это «что-нибудь» хорошо играло и было результатом добросовестного отношения к покупателю. Ведь очевидно, что нам и нашим журналам не жить друг без друга.

Михаил Кучеренко

Надеемся, что коллеги из «АМ» и других журналов правильно воспримут тот факт, что мы решили напечатать у себя «чужой» материал, и не сочтут его «камнем в свой огород». Нет, камень этот брошен не в чей-то огород, а в тихий и, увы, глубокий омут всем нам (и нашим читателям в том числе) известных проблем и пока не разрешенных противоречий. Пусть тот, кто скажет, что обозначенные проблемы высосаны из пальца, первым бросит этот камень в нас (если, конечно, он сможет достать его со дна омута. Глубоко!).

Честный материал требует честного отношения. Сглаживание острых углов и замена известных имен выражениями типа «один известный в кругу аудиофилов деятель» однозначно привели бы к потере значимости этой статьи. Можно спорить по поводу выводов и рекомендаций М. Кучеренко, но в главном он прав. И мы все хорошо это знаем. И они (читатели) тоже догадываются. Зарыванием головы в песок никаких проблем не решить. Единственный путь добиться доверия (точнее, начало пути) — это честный и откровенный диалог с читателем. Будем считать, что один сеанс такого диалога состоялся. — Ред.

¹⁰ Нам нужен новый вид аудиомедитации.

¹¹ Это сущая правда. Джон Гордон Холт предлагал мне написать статью для Stereophile во время моей беседы с ним на Stereophile Show в Лос-Анджелесе в 1995 году.

¹² Например, Stereophile в США или HI-FI News & Record Review в Великобритании.