

# Лирическая беседа

Интервью с Майком Кэйем,  
основателем элитного салона **Lyric HiFi**

**М.К.:** Во время интервью, которые я брал у таких известных людей, как Гарри Пирсон, Эдди Зингер, Джон Аткинсон, они обязательно упоминали вас в качестве наиболее знаковой фигуры в *high end audio*. Как начиналась ваша карьера, что предшествовало появлению салонов **Lyric HiFi**?

**М.Кэй:** На моей родине, в Греции, я выучился на радиоинженера и получил диплом. В то время, в 50-е годы, аудиоиндустрия не была настолько развитой, как сейчас. Существовало несколько AM- и FM-радиостанций и небольшое тесное сообщество студийных инженеров, музыкантов и ведущих радиостанций. Начинать я на одной из студий, где и получил свой первый опыт работы со звуком. Но впоследствии мне пришлось перейти на передающий центр, где я обслуживал мощные радиопередатчики. Через некоторое время я уже был вторым человеком в группе инженеров, которая строила 150-киловаттный передатчик неподалеку от Афин. Этот проект позволил получить богатый практический опыт, без которого сухие книжные знания ничего не стоят. Но время шло. Шел 1955 год, и я все отчетливее понимал, что на задворках Европы, в запущенной и бедной Греции после оккупации, мне вряд ли светят особые перспективы. Я решил уехать в Канаду. Там вместе с моим коллегой-инженером мы открыли небольшой магазин и стали заниматься, в том числе, и установкой аудиоаппаратуры под заказ (растущая популярность ультракоротковолновых радиостанций была нам на руку). А в начале 1960 я переехал в США и открыл небольшой салон в Нью-Йорке — **Lyric HiFi**.

**М.К.:** Каковы были ваши устремления на тот момент? Вы сразу обратились к эксклюзивным аудиокомпонентам или начинали с ширпотреба?

**М.Кэй:** Меня всегда влекла качественная аппаратура и никогда не интересовали изделия массового производства. Торгуя ширпотребом, я не мог бы получать такого удовольствия от своей деятельности. Я верил в хорошую технику и в то, что я делаю. И, конечно, я всегда очень любил музыку, отсюда и страсть к аппаратуре. Выбирая бренды и модели, я оценивал их авторов по таким же меркам: я уверен, что только тот, кто, как и я, занят постоянными поисками лучших компонентов и решений для воспроизведения музыки и кто сам верит в то, что делает, способен создать нечто выдающееся. И люди такие были: Джон Далквист, Билл Джонсон, Марк Левинсон — у них было много того, что могло меня заинтересовать. Мне легко давалось удачное продвижение их изделий, потому что эти компоненты очень нравились мне самому: не приходилось кривить душой перед клиентами. И значение для меня имели не только сами компоненты, но и люди, которые за ними стояли, их идеология, история их поисков. Со временем многие американские производители стали предлагать мне свою продукцию, но я жестко придерживался своих принципов и наотрез отказывал тем, кто просто пытался побыстрее заработать, не вложив в свои изделия душу и большой труд. Это всегда видно невооруженным взглядом. Зато таким же фанатикам, как я сам, я охотно помогал, и не только в продвижении их товаров. Марк Левинсон, когда я с ним познакомился и попросил образцы, как оказалось, мог на тот момент представить только прототипы, собранные им в собственном доме. Но я решил принять активное участие в маркетинге нового бренда.



Время шло, и в моем более чем скромном салоне стали собираться необычная публика. Приходили как в клуб, в долгие беседы в первую очередь о музыке с переходом на паратуру.

**М.К.:** А откуда у вас такой интерес к музыке и эрудиции музыковеда?

**М.Кэй:** Когда я начинал работать в афинских студиях звукозаписи, мне очень повезло с наставником. Это был бывший дирижер филармонии Метропулос, который прекрасно разбирался в технике звукозаписи, как и в самой музыке буквально заражал своей страстью всех, кто находился в кругу. Я был буквально зачарован его искусством звукоинженера и его фанатизмом. Чувствовалось, что человек не просто занимается любимым делом, а что это его единственное предназначение. Отсюда, наверное, у меня и сформировалось персонифицированное отношение к аудио — пристанное внимание к личностям, которые стоят за своими изделиями, и стремление к бесконечному поиску все лучше и лучше звучащих компонентов.

Когда мне удавалось найти какие-то выдающиеся компоненты и собрать из них хорошо звучащую систему, я обзавал всех своих знакомых и зазывал их на прослушивание, чтобы не только поделиться с ними своей радостью, но и узнать их мнение. И я никогда не гнался за количеством. Даже в моем теперешнем салоне, впятеро более просторном, чем тот первый, всего лишь три системы. Каждая из них поистине уникальна в своей области. Например, эта (собрана на основе колонок *Nola Exotic Reference*), скорее всего, самая реалистичная в мире! Ни одна другая акустика не сможет настолько точно передать ощущения присутствия слушателя на концерте, даже если ее установить в сравнительно небольшой комнате. Такие же колонки я слышал у Гарри Пирсона дома, и мы горячо спорили об их звучании. Он очень болезненно воспринял мои критические замечания, но когда я привез к нему другой комплект усилителей и система зазвучала совершенно по-новому, мир между нами был восстановлен.

**М.К.:** Я тоже слышал его систему *Nola Exotic Reference* как и вашу, и поэтому могу сравнить. У него чувствуется, что он, как любой аудиофил, долго шлифовал систему, в то время как у вас это удачная инсталляция без излишнего вмешательства



ства со стороны, но при лучших акустических условиях, что играет немаловажную роль.

**М.Кэй:** Я не сторонник слишком усердной доводки системы. Для меня достаточно, чтобы выйти на уровень высокой реалистичности, достоверности звучания. Многие путем "твикинга" пытаются вывести свои системы на уровень сверхреализма, что, по моему мнению, излишне и только отвлекает их от главного — музыки.

**М.К.:** В чем отличие тех первых аудиофилов, которые собирались в вашем салоне в начале 60-х, от теперешних?

**М.Кэй:** Все начиналось не с аудиофилов, а с меломанов. По сути, ранний *high end* как хобби носил, скорее, не техногенный, а культурный характер. Приходили в основном люди искусства: музыканты, дирижеры, продюсеры, — хотя было много и деятелей науки, высокой культуры и блестяще образованных. Начиналось все с разговоров о музыкальных новостях, аппаратура воспринималась не как самоцель, а лишь как средство качественного воспроизведения музыки.

**М.К.:** На тот момент у вас не было конкурентов?

**М.Кэй:** Ни одного. Уже спустя какое-то время Энди Зингер открыл свой салон аппаратуры **High End Audio**, сделав это назло мне. Он довольно необычный человек со сложным характером, и после нескольких инцидентов в моем салоне, когда пришлось его выпроваживать, он всерьез обиделся и решился на такой жест. Хотя, в сущности, мы с ним так и не стали конкурентами по-настоящему, места под солнцем хватило нам обоим. Мы с ним, как и другие фанатики нашего дела, скорее, общими усилиями развивали тогда молодое еще направление *high end audio*. Так, Гарри Пирсон, безусловно, создал специальную терминологию, благодаря которой мы все смогли по-

нимать друг друга. Джон Гордон Холт поспособствовал развитию журнала **Stereophile** и разработал систему тестов. И так далее.

**М.К.:** Когда вы начинали, термина *high end* еще не существовало. А был ли сам *high end*?

**М.Кэй:** Хорошая аппаратура существовала всегда. Но именно как *high end* она начала позиционироваться, когда появились знаменитые модели **Marantz** и **McIntosh**. До того лучшим, что можно было найти на рынке, был **Sherwood**. Но все же это была элита среднего класса аппаратуры, и именно **Marantz** впервые взмошел на верхнюю ступень. Ну, а потом появились замечательные компоненты **Audio Research** — еще задолго до Левинсона. С Биллом Джонсоном я длительное время поддерживал сотрудничество не только в качестве дилера и маркетолога, но и спонсора. Затем — **Magnepan, Dahlquist**.

**М.К.:** Что вы можете сказать о пошатнувшихся позициях стерео в связи с растущей популярностью многоканальных систем домашнего кинотеатра? Есть ли у стерео перспективы возрождения?

**М.Кэй:** За последние годы я много раз наблюдал такую ситуацию, когда люди, прожившие несколько лет с многоканальной системой на встроенных колонках, приходят и говорят: нам все очень нравится, но нельзя ли сделать так, чтобы не только кино, но еще и музыка звучала хорошо? Конечно, многоканальный звук в первые годы своего появления сильно потеснил стерео, но оно не ушло, как не уйдет и многоканальный звук, когда ренессанс стерео наберет полную силу. Это вопрос эволюции: все возвращается на круги своя, но на новом уровне. Я с нетерпением жду, когда наконец видео и аудио начнут развиваться параллельно, а не порознь. Их разделение про-

Transfiguration



Japan

MicroMagic



Swiss

Da Vinci Audio Labs



Swiss

darTZeel



Swiss

GONG-Δ

эксклюзивный дистрибьютор

тел.: (495) 767-08-29, (495) 773-75-26; www.gong-av.ru; info@gong-av.ru

Bösendorfer



Austria

Montana Loudspeakers



U.S.A.

Aesthetix



U.S.A.

EDGE



U.S.A.

изошло, когда Эдисон изобрел устройство для записи звука. Об изображении тогда вопрос не стоял. Но ведь, если говорить об абсолютном реализме, то на настоящем концерте мы не только слышим, но и видим исполнителей. Развиваясь отдельно друг от друга, видео отучает людей слушать, а аудио — смотреть. Когда появились первые DVD-диски, смешно было говорить о системах уровня *high end* с таким источником. Но технологии не стоят на месте. И многоканальный звук в скором времени, несомненно, сможет соответствовать лучшим достижениям стерео, заметно обогатив восприятие.

**М.К.:** А в чем, как вы полагаете, причина теперешнего кризиса индустрии *high end audio*?

**М.Кэй:** Во-первых, в том, что нашу нишу переполнили дельцы в погоне за высокой нормой прибыли, которые относятся к этой деликатной области только как к бизнесу. Слишком много компаний занялись производством дорогой техники, качество которой не соответствует ценнику. И, конечно, скомпрометировали саму идею *high end audio*. Во-вторых, новое поколение, в отличие от нашего, выросло не на книгах и музыке, а на технологиях, на видео, на компьютерных играх. Знаете, как можно определить, что в доме нет тинэйджеров? По мигающей цифре "12-00" на дисплее видеомэгнитофона. Старикам обычно просто не знают, как настроить в нем часы!

**М.К.:** Но есть ли надежда на то, что рано или поздно наступит ренессанс в *high end audio*?

**М.Кэй:** Обязательно наступит. Вечные ценности не могут быть забыты навечно. К ним периодически возвращаются. Технологическая эйфория постепенно пройдет, и молодое поколение начнет интересоваться настоящим качеством. Сейчас продается огромное количество недорогой техники. И если хотя бы один процент покупателей когда-нибудь обратится к более качественной аппаратуре, вся индустрия *high end audio* не сможет удовлетворить такое количество запросов! Максимум — пол- или три четверти процента!

**М.К.:** В чем секрет успеха **Lyric HiFi**?

**М.Кэй:** Думаю, в моем упорстве и вере в то, что я делаю. Я часто повторяю моему сыну: чтобы добиться успеха, нужно очень много работать. Но еще важнее — вера в то, что делаешь, без которой любые усилия вряд ли принесут плоды. Как я уже говорил, мое небольшое предприятие, хотя и прибыльное в коммерческом отношении, базируется не на коммерции как таковой, а на моей страсти к музыке и на бесконечных поисках *лучшего*, что может сделать ее звучание более совершенным.

**Lyric HiFi** — это сперва храм музыки, а потом уже магазин. В салоне несколько комнат с разными системами, но я не спешу любого сразу затащить в эти комнаты, я приглашаю его только тогда, когда вижу перед собой такого же неугомонного ценителя музыки. В противном же случае мне хватает духу отказать посетителю в гостеприимстве. Потому что так честнее и для него, и для меня. Вот, кстати, еще один компонент моего успеха — честность.

**М.К.:** Откровенно говоря, странно слышать столь высоко-моральные откровения от обитателя Манхэттена. Нью-Йорк ведь славится своей циничностью, и слишком красивые слова здесь, скорее всего, воспринимаются как непростительная наивность либо неуклюжая попытка "развести" клиента, в котором увидели простак...

**М.Кэй:** И, тем не менее, честность и еще раз честность. Может быть, вы были бы правы, если бы речь шла о других видах бизнеса. Например, о торговле мебелью, одеждой, бижутерией или дешевой техникой. Знаете, какая самая большая проблема для продавцов таких магазинов? Сказать клиенту

"Нет"! Это считается недопустимым. Хорошо натренированные *сейлзмены* стараются угадать любые пожелания клиента еще до того, как он сам их озвучит, чтобы только не пришлось говорить *нет*. А мой бизнес — другой. В нем вместо обезличивания, напротив, большую роль играет личность, репутация, принципиальность. Люди верят только тем, кто верит сам себе. А без веры никто не станет покупать аудиосистему за сотни тысяч долларов. Кстати, я пробовал открыть филиал в Греции, но там в силу местных условий пришлось пойти "навстречу клиенту", сделать упор не на эксклюзивный звук, а на технические новшества, удобство управления, пульты и пр. И компромисс себя не оправдал: салон в конце концов закрылся.

**М.К.:** А что можно сказать о ваших американских салонах? Вы по-прежнему управляете ими лично или передали дела другим людям?

**М.Кэй:** Сейчас я фактически на пенсии. Салонами управляют опытные менеджеры, которые стали совладельцами. Они прекрасно справляются, чем я очень горжусь — как профессор, который видит, что студенты превзошли его самого. Я появляюсь там периодически в качестве консультанта и иногда участвую в переговорах с клиентами. Для меня очень важно, чтобы оставалось место, куда я, как говорится, мог бы прийти и повесить шляпу на гвоздь.

**М.К.:** Большое спасибо за беседу!

### Комментарий Михаила Кучеренко

Так как я еще застал изучение диалектики в рамках теории научного коммунизма, то интервью Майка Кэя, погруженное в современный контекст, — это хорошая иллюстрация к теме "эволюционного развития по спирали" и роли личности в истории.

Абсолютно не случайно то, что *полвека* назад он начинал свою деятельность в области музыкальных *custom installations*: ведь люди абсолютных амбиций никогда не довольствуются малым. Другое дело, что нынешнее понятие "систем под заказ" приобрело совсем другой смысл, и именно поэтому данное интервью дает очень хорошее историческое сравнение текущего состояния *high end audio* с тем, когда все только начиналось.

Когда Майк открыл свой **Lyric HiFi**, как следует из его интервью, самые престижные марки, такие как **Audio Research** и **Mark Levinson**, были не более, чем "самопалом": основным занятием Марка Левинсона было музицирование на контрабасе, а основателя **Audio Research Corporation** Билла Джонсона — торговля грампластинками. В свободное время тот и другой колдовали в своих гаражах, создавая не только прототипы своих первых изделий, но и зачатки целой новой индустрии.

Вряд ли что они задумывались о последствиях своих усилий; уверен, что движимы они были только поисками музыкальной *правды*.

В том, что из искры таких сподвижников, как Левинсон и Джонсон, "возгорелось пламя" бума индустрии качественной аудиотехники под рабочим названием *high end audio*, безусловно, сыграло свою роль сочетание конкретных исторических факторов: существенный рост жизненного уровня на Западе, выход техники звукозаписи и носителей на очень высокий уровень, появление идеологического обоснования качественного звуковоспроизведения в лице таких авторитетных изданий, как **Stereophile** и **The Absolute Sound** (см. предыдущие интервью в **AM**).

Но и без поддержки столь ярко мыслящих продавцов, как Майк Кэй, которые взялись продвигать весь этот "самопал", он бы так им и остался... Ведь, как говорится, кто платит, тот и



заказывает музыку. Когда Кэй рассуждает на тему отпечатка авторской индивидуальности в их изделиях, задумавшись: кто, как не дилер, пропустив ее через собственную систему знаний и чисто человеческого опыта (а также опыт личного общения с создателями аппаратуры), в состоянии донести этот "сухой остаток" до "стороннего" покупателя, который как раз и платит?!

Ставка на безразличие и, в широком смысле, необразованность покупателя, как показывает текущее состояние дел в *high end audio*, может быть также (относительно) успешной бизнес-моделью. Но и она, как и все в Природе, не вечна, и ее показатели будут также двигаться то вверх, то вниз (что сейчас, собственно, и происходит...).

В той ситуации пятидесятилетней давности, которую попытался обрисовать Майк в своем интервью, есть интересная информация к размышлению. Если сейчас успех любого аудиосалона в значительной степени связан с *узнаваемостью* и *престижностью* представляемых им марок аппаратуры (достаточно посмотреть на рекламу таких заведений, где, кроме этого, а также их адреса и логотипа, по сути, нет никакой другой информации), то на чем же тогда мог построить свой успех **Lyric HiFi**, предлагая на заре своего существования никому не известный "самопал" под названиями типа *Audio Research* или *Mark Levinson*?

В своем интервью Майк Кэй, по-моему, дает ответ на этот вопрос, когда он говорит о том, что "**Lyric HiFi** — это сперва храм музыки, а потом уже магазин".

Я это понимаю так, что брендом в этом случае всегда являлся не совокупный набор представляемых линий аппарату-

ры, а сам салон под названием **Lyric HiFi**. Соответственно, все вопросы покупателей должны были адресоваться не к *отдельным* компаниям, выпускающим *отдельные* компоненты, как это происходит в подавляющем большинстве случаев сейчас, а непосредственно к совокупной работе с покупателем, продельваемой **Lyric HiFi**. "Храм" — это, может, и преувеличение, и лично я бы заменил слово *храм* на *ателье*. Оно, на мой взгляд, более точно определяет специфику аудиосалонов, *индивидуально* изготовляющих и подгоняющих системы под конкретный заказ потребителя. По этой аналогии, качество "ткани" (аудиокомпонентов) является таким же необходимым условием *качественного результата*, как и "кройка и шитье" (проектирование и установка системы), но при этом далеко не *достаточным*. Достаточным же условием является совокупная реализация *об-еих* составляющих процесса на достаточном уровне, и сказать, что здесь важнее, право, даже не берусь...

В нынешней ситуации роль прессы, пропагандирующей отдельные компоненты от отдельных производителей, в значительной степени сводится к *аудио-порнографии* для тех, кто, похоже, получает больше удовлетворения от абстрактного процесса выбора аппаратуры и рассматривания картинок, чем от ее реального использования. Поэтому идея переложить ответственность подбора аудиосистемы с покупателя, который сам тщательно отбирает компоненты своей системы, на "Тщательно Отобранного Аудиодилера" пока широкой поддержки не получила.

В том числе и потому, что редко встречаются среди нас такие люди, как Майк Кэй: значит, за последние полвека появилось не так много претендентов на это почетное звание... ■

телеразвлекательная компания



Барнаул «Салон Звука» (3852) 61-01-01. Волгоград «Кристалл» (8442) 90-00-99. Вологда «Босфор» (8172) 54-55-95. Воронеж «РЭТ» (4732) 77-93-39. Екатеринбург «Аура» (343) 349-44-00. «Домашние Аудио Технологии» (343) 268-11-19. Иркутск «Коллизей» (3952) 33-28-84. Краснодар «Hi-Fi Ателье Репортер» (8612) 75-00-34. «Гармония» (8612) 68-61-00. Красноярск «Лаборатория Звука» (3912) 96-64-44. Магнитогорск «Пари» (3519) 22-00-58. Москва «Нота» (495) 238-10-03. «АК Comfort» (495) 389-64-55. «Резонанс» (495) 737-60-17. «Аудио Галерея» (495) 917-43-85. «Пульс.ру» (495) 755-55-60. SoundProLab (495) 204-43-95. Мурманск «Норд Деоникс» (8152) 45-52-38. Набережные Челны «VIP Electronics» (8552) 35-69-68. Нижний Новгород «Алисс» (8312) 34-36-43. Новосибирск «A-Z Electronics» (383) 211-08-09. Пенза «Салон Дом Кино» (8412) 52-50-16. Пермь «Навигатор» (3422) 44-61-67. Псков «Смотри и слушай!» (8112) 72-30-27. Ростов-на-Дону «Гриффон» (8632) 40-82-82. «Студия Звука» (8632) 32-35-43. Самара «Альтернатива» (846) 264-02-94. Санкт-Петербург «Hi-Fi Audio» (812) 325-30-85. Саратов «Архимед» (8452) 52-37-52. Смоленск «Март» (481) 259-99-65. Тольятти «Музыка и Кино» (8482) 20-22-76. Тюмень «Нирвана» (3452) 41-50-13. Хабаровск «Торговый дом КИО» (4212) 73-86-32. Чебоксары «Зона Hi-Fi» (8352) 68-10-88. Челябинск «Мир Звука» (3512) 64-22-22.

Эксклюзивный дистрибутор в России компании «РЕЛ» Москва, Большая Ордынка д. тел.: (495) 953 4097, 953 52. e-mail: info@nota.ru, полный каталог и прайс лист на сайт [www.rel-acoustics.ru](http://www.rel-acoustics.ru)