

Личное мнение. Михаил Кучеренко. Июнь 2014. MY WAY. Часть 1

В силу моего относительно недавнего появления на форуме Soundex.ru, я только сейчас осознал, что мне бы стоило поподробней представиться, так как для многих посетителей форума непонятно, во-первых, по каким это вдруг причинам я имею право на «Личное Мнение» и, второе, насколько это мнение должно соотноситься с их собственным. Я останавлиюсь на тех пунктирах своей траектории, которые описывают контекст вокруг этого мнения, так как смысл сказанного, как известно, полностью зависит от контекста.

Моя самостоятельная жизнь началась в Москве, куда я приехал из города Челябинск-70 в 1977 году, поступив на факультет Экспериментальной и Теоретической Физики МИФИ. На старших курсах МИФИ я смог наконец немного расслабиться от изнурительной учёбы, чтобы окончательно понять, что для занятия физикой у меня всё-таки недостаточно таланта, и что на самом деле интерес к «рок»-музыке у меня превалирует над всем остальным.

В то время основным каналом получения актуальной информации были только радио передачи, и, учитывая, что русскоязычные радиопередачи в коротковолновом диапазоне практически полностью «глушились» властями, чтобы больше узнавать о текущих событиях в музыке, мне пришлось во время учёбы сосредоточиться на изучении английского языка. Как в силу более качественного радио приёма, так и в силу изначальной предрасположенности советской аудитории к европейской, а не американской, поп музыке, BBC World Service, а не Voice of America, стали моим основным источником информации. Их, соответственно, советские власти не трогали, не видя в этом смысла, так как иностранными языками, даже на уровне понимания, тогда никто, практически, ещё не владел. Чтобы составить программу их передач, мне приходилось в течение месяца слушать из передачи по 24 часа в сутки 7 дней в неделю с краткими перерывами на сон, так как тогда другого способа для этого не существовало. Через пару лет моё знание английского продвинулось на уровень «умной собаки»: я уже всё понимал, но ничего сказать пока не мог.

Во время учёбы в МИФИ я устраивал всевозможные рок концерты в клубе своего общежития, включая концерты Аквариума, Сергея Курёхина, Майка Науменко, Кино, Станных Игр, Центра и других на тот момент актуальных рок групп и исполнителей. Эти новые знакомства определили мою судьбу на ближайшие десять лет – я окунулся с головой в «тусовку» музыкантов из Питера. Их интерес ко мне подстёгивался моими, не побоюсь этого слова, энциклопедическими, знаниями об интересующей их музыке, почёрпнутыми из редких иностранных журналов, которые до меня доходили, а также из радио передач, которые я всё с большим пониманием продолжал слушать.

Эта история, выдернутая из того контекста, сейчас будет для многих не совсем понятна, но в то время, особенно после учёбы в МИФИ, мало кто мог практически использовать английский язык, хотя бы по причине полного запрета на какую либо связь с иностранцами для подавляющего числа граждан СССР. Так как после института в 1984 году я осознанно сжёг все мосты с официальным истеблишментом и ступил на шаткий мостик неофициального «искусства», я даже не заметил как в годы Перестройки «ветер перемен» неожиданно подул в мою сторону. Кстати, я не приветствовал Перестройку в тех формах, которые она начинала принимать, и даже осознавая её назревшую необходимость, тем не менее, осуждал всё более проступавшие в ней поиски способа пожить за чужой счёт. Как бы там ни было, в конце 80-х в СССР повалила толпа иностранных журналистов и работников западных СМИ, иногда наивных, иногда с плохими намерениями, с которыми я стал знакомиться в силу, во-первых, редкого на тот момент, знания английского языка, а, во-вторых, в силу отсутствия какого-либо желания обрести социальную респектабельность. Среди них попадались журналисты из музыкальных журналов типа New Musical Express и The Rolling Stone, политические комментаторы из New York Times, сыновья американских атташе по культуре, музыканты типа Billy Joel'a и UB 40, а также много других всевозможных персонажей, особенно из мира современного «анти-искусства».

В 1987 году я познакомился в Москве с английским ди-джеем Джоном Пилом, с которым у меня завязалась многолетняя дружба. Джон Пил на тот момент был, пожалуй, наибольшим авторитетом, формировавшим музыкальные вкусы в Великобритании, открывая новые имена в музыке. Впоследствии я несколько раз останавливался у него дома под Лондоном, он меня приглашал на интервью на BBC. В-целом, он проявлял ко мне особые чувства. В то время мои музыкальные вкусы были полностью сформированы под его непосредственным влиянием, и он, по-видимому, во мне ощущал воплощение смысла собственной работы, где даже за «железным занавесом» он влиял на умы.

Первые поездки в Лондон в 1990 году сопровождались всякими курьёзными событиями - ну, как же, я же всё-таки в Лондон приехал, а не куда-нибудь!- которые я, хоть это и смешно, но в силу головокружительных перемен, воспринимал как само собой разумеющееся. Однажды, на одной из вечеринок, куда меня пригласил друг, в небольшом ресторане в Лондоне я «тусовался» в одной маленькой комнате одновременно с Бобом Диланом, Вэном Моррисоном, The Edge'em из U2, Энни Линокс, Алисон Мойет, и прочими, при этом в туалете столкнулся у писсуара с Элвисом Костелло. Примерно в это же время я мог болтать в гримёрке с Дэвидом Боуи в перерыве его концерта с Tin Machine, кажется, в Brixton Academy. В Америке я познакомился с басистом Grateful Dead Бобом Уиром. И как-то после ужина он меня пригласил на концерт Screamin' Jay Hawkins в Сан Франциско. После чего мы трепались с Бобом и Screamin' Jay за кулисами.

Это состояние эйфории вокруг музыки и ощущение собственного высокого полёта было тем духом времени и внутренним настроением, с которым я подошёл к следующему этапу в своей жизни.

В 1990 году, во время своей первой поездки по США, гостя у друга из Сан Франциско, я увидел на его журнальном столике маленькую брошюрку под названием «Stereophile». Конечно в СССР у каждого была мечта иметь хорошую музыкальную технику, но те названия, которые мелькали в этом журнале были мне абсолютно неизвестными, а тексты рецензий на аппаратуру вызвали полное недоумение. Друг мне сказал, что вечером он приглашён в местный «аудио-салон» на вечеринку, и что я могу пойти вместе с ним. В этот вечер, в апреле 1990-го года, произошло моё аудио крещение. С этой вечеринки я вернулся с купленными на последние 260 долларов парой колонок Mirage M260.

Подцепив в тот день аудиофильский вирус, я стал неистово штудировать все выходящие аудио журналы и собирать деньги. Через год усиленной подготовки я уже был готов сделать следующий шаг: уже осознанно купить «настоящий» Хай Энд.

Что значит «осознанно»? Конечно, интуитивное внутреннее состояние также влияет на выбор. Я уже упомянул, что в то время как вокруг музыки вообще, так и внутри меня, было ощущение полёта вверх. И мне нужно было найти то, что соответствовало моему дальнейшему движению в том же направлении. Сейчас я понимаю, что системы рожденные летать не умеют ползать, и наоборот. Что внутренний вектор развития человека вверх или вниз делает за него выбор, и как состояние «полёта», так и депрессивный настрой «на излёте» приводит к соответствующим решениям, которые сохраняя инерцию, тянут его либо вверх, либо, вниз. И что производитель, в рамках тех же сил, и на своём уровне, закладывает в свои изделия эти «лётные» качества. Я чувствовал, что для получения необычайно «высокого» результата, то, что мне нужно, должно, как минимум, выглядеть необычно. Прочитывая все аудио журналы как Stereophile, Absolute Sound, Audio, HiFi News and Record Review от корки до корки, я выделил для себя все «необычные» колонки и электронику. Окончательно на мой выбор колонок повлияла сдержанная по стилю, но восторженная по содержанию, рецензия на них журналиста Stereophile Дика Олшера в 1990 году. В то время этот журнал был совсем другим. В каждом из номеров разворачивалась перепалка между редакцией и производителями аппаратуры из-за недовольства критикой в журнале. На тот момент

в прессе ещё оставался приоритет ответственности перед читателем, а не перед рекламодателем. Читая статьи Олшера, я проникся доверием к его мнению, и положился полностью на его мнение, выбрав колонки Arogee «Stage» за 1995 долларов/пара.

В августе 1991-го года придя за этой покупкой в нью-йоркский салон Sound By Singer, продавец предложил мне их послушать на системе с Krell. Если бы я покупал эти колонки на основе такого прослушивания, я бы их никогда не купил. Но даже эта бессмысленная демонстрация не отвратила меня от глубокой убеждённости в правильности решения. Так как, начитавшись журналов, я уже осознавал, что вопрос не в том, чтобы сделать правильный выбор, а в том, чтобы сделав выбор, потом его сделать правильным.

Несколько лет спустя я познакомился с Диком Олшером во время одной из хай фай-ных выставок в Америке. Каково же было моё удивление, когда я узнал о том, что он работает физиком ядерщиком в Лос Аламосе, который является городом-побратимом (!) Челябинска-70 (переименованного к тому времени в Снежинск), где я родился и вырос! Воистину рыбак рыбака видит издалека!

В качестве усилителя для Arogee я, по экономическим причинам, купил ламповый кит SFM-1 фирмы Sonic Frontiers, который я, с помощью друга, сам собрал в Москве. Привезя этот комплект в Москву, и не имея никакого практического опыта, я столкнулся с техническими проблемами, с которыми мне у себя дома было обратиться не к кому. Ещё стоял 1991 год. И я стал искать, к кому бы мне обратиться за помощью.

Пройдя через серию компьютерных инженеров и радиолюбителей, я вышел на Юру Макарова. Видимо, мне был нужен предусилитель, а он в то время частным образом производил свой «Neophyte». Я тут же купил этот предусилитель, если не ошибаюсь, то ли за 30, то ли за 60 долларов (тогда трёх-комнатная квартира в Москве стоила 4-5 тысяч).

Это изделие для меня до сих пор одно из самых выдающихся по звуку, несмотря на все огрехи, вызванные теми объективными условиями, в которых оно производилось.

Я не могу переоценить того положительного влияния, которое Макаров оказал на меня, особенно на первом этапе моего аудио-становления. У него крайне редкое сочетание талантов и, опять же, редкая целеустремлённость. Когда я с ним познакомился, он был для меня глотком чистого воздуха, так как одно дело читать прессу, всё же сохраняющую дух политкорректности, другое – живое общение с эрудированным и доброжелательным собеседником. То, что Макаров – максималист, он, естественно, не скрывает, и его изделия говорят напрямую об этом. Более того, понимая, что у любой медали есть две стороны, он об этом даже предупреждает своих поклонников. Но мои пути с ним разошлись именно из-за этого. Я всегда пытался подходить к аудио с более утилитарных позиций, и даже в случае максимального подхода пытался избежать «стрельбы из пушек по воробьям».

В апреле 1992 года я поехал на свою первую выставку Stereophile High End Show в Лос Анжелесе. Тема аудио меня настолько захватила, что я даже не задумывался о том, что стоимость этой поездки была сопоставима со стоимостью однокомнатной квартиры в Москве. Тогда у меня не могло быть даже планов о какой-либо профессиональной деятельности в этой области. За исключением того, что я захватил с собой Юрин «Neophyte» с непонятными целями, который чуть не убил током президента фирмы Cary Audio Дениса Хэда, который его пытался включить для прослушивания в свою систему.

Соответственно, очень жаль, но после этого до прослушивания дело так и не дошло (Юра, по моему возвращению в Москву, прокомментировал этот инцидент тем, что надо было соблюдать технику безопасности). На этой выставке царил подъём, которого я никогда больше не наблюдал. Хотя, возможно, это моё личное восприятие, но я всё же верю, что это было следствием той эйфории от музыки и общения через неё используя аудио, которое наэлектризовывало всех участников и посетителей.

Дэйвид Мэнли демонстрировал систему в самой большой комнате на выставке используя громадные студийные рупорные мониторы и аналоговые мастер ленты записей в собственной студии, воспроизводимые со студийного магнитофона. Ни до, не после этого, такого уровня демонстраций Мэнли не устраивали. Вообще, впоследствии на всех шоу, где я побывал, складывалось впечатление, что для них качество демонстраций на выставках не имеет никакого значения. Видимо, они пришли к тому же выводу, что и я (через несколько лет) : уровень продаж от этого никак не зависит. Почему - это отдельная тема. Вокруг Дэйвида крутилась какая-то девчонка, о которой все думали, что это - его дочь. Оказалась, что, нет, это – его жена ИвАнна.

В один из дней после выставки Дэйвид позвонил мне в дом, где я остановился и пригласил меня к себе в гости в пригород Лос Анжелеса Chino «на вечеринку». Я немедленно собрался и приехал на свою первую в жизни хай-эндную «тусовку». Несмотря на то, что все гости, включая Дэйвида, были уже «впополам», и я тоже быстро догнал, общение было тёплым и незабываемым- сам Дэйвид Мэнли удостоил меня своим почтением!

Но самое «незабываемое» событие случилось по дороге назад в Холлиуд Хиллз, где я остановился. Дэйвид, с трудом врубаясь в то, что происходит, посадил меня в машину с одним из своих работников: «Не беспокойся, Умберто тебя довезёт куда надо!».

Картина (до мобильных телефонов и GPS): я сижу в машине в Богом забытом районе Лос Анжелеса рядом с мексиканцем-шофёром, который не говорит ни слова по-английски и не знает куда ехать, а я не могу ему этого объяснить, и я - спрашиваю у сутенёра и сгрудившихся вокруг него проституток-трансвеститов и торговцев наркотиками, как нам проехать в Холлиуд Хиллз. Слава Богу, после нескольких таких остановок, доехали.

Я привожу этот пример, чтобы проиллюстрировать всё то хорошее, что было в Дэйвиде, но и всю ту оголтелость, которая в нём была. У него просто не было возможности остановиться и подумать, как этот «русски» вместе с его колдырём доберётся в городе Ангелов (или Дьяволов, как кому нравится) до дома. По похожему алгоритму развивалась и его собственная динамика: от чрезвычайных взлётов, до брошенной на произвол компании, которая только благодаря ИвАнне и сыну Люку осталась на плаву. От шедевров, обозначивших пик развития производимой ламповой техники- типа усилителей Ichiban на 300B или GM-70- до анонимной жизни в Париже в последние годы, когда он был вынужден представляться как «меня зовут Дэйвид Мэнли, да, именно тот Дэйвид Мэнли». ИвАнна, казалось бы, несмотря на отсутствие предпосылок для этого, смогла невозможное: не только сохранить всё то лучшее, что осталось от Дэйвида, но и вернуть здравый смысл в происходящее.

Я так долго остановился на личности Дэйвида Мэнли не только потому, что я испытываю глубокое уважение к его талантам, но и по той причине, что мой следующий, профессиональный этап жизни начался именно с него.

В 1993 году мои два сокурсника по МИФИ (вот где мне и пригодилась учёба там!), с которыми мы хлебали суп из пакетика из одной тарелки в общаге, обратили своё внимание на мои участвовавшие поездки в Америку. Николай Щёлок и Юрий Ребедаило к тому времени уже успели открыть компанию «MegaPro» специализировавшуюся, как и многие другие в то время, на торговле орг-техникой.

Как-то я привёл Николая домой и включил ему свои Arogee. Он меня спросил, когда я собираюсь ехать следующий раз в Америку. Я ответил, что через месяц в Сан Франциско будет следующая выставка Stereophile High End Show. Надо отдать ему должное, ни секунду не думая, он сказал,- «Я поеду с тобой».

На выставке мы были первыми русскими появившимися там с профессиональными намерениями за всю её историю. Видимо, опять сыграло роль моё знание языка.

На нас все смотрели с ужасом и никто не хотел даже разговаривать ни о каком бизнесе.

Единственно, кто на нас положительно среагировал, был пофигист Дэйвид Мэнли: «Гоните бабки, всё будет!». Его оголтелость тут

сыграла свою положительную роль. Заодно он нам продал свои бэушные колонки Mirage M1 (которые потом долго стояли у Юры Макарова) и, что самое главное, отрекомендовал нас Карлу Марчисотто из фирмы Alon, сказав, что на данный момент это – лучшие колонки на рынке.

Рекомендация Мэнли облегчила решение в нашу пользу у всё колебавшегося Марчисотто. При наличии двух американских брендов, уже работающих с нами, мы обеспечили себе возможность договариваться со всеми остальными.

По возвращению в Москву пару месяцев эти изделия VTL (так тогда Мэнли брендировали свою непрофессиональную технику) и Alon стояли в офисе «MegaPro» на улице Бурденко.

В середине лета, без всяких промедлений, опять же надо отдать ему должное, Николай вызвал меня посмотреть помещение на Космодемьянской набережной, где с 1993 по 1998 год размещался магазин «Пурпурный Легион». Я долго противился этому названию. По мне – оно полная бессмыслица, к тому же, «Purple Legion» и «Purple Lesion», которые очень близки по написанию и произношению, приводили многих иностранцев в состояние шока. Представляете, вы приходите на переговоры и говорите: «Хай, я из Пурпурной Язвы». Но мои партнёры, видимо, всё никак не могли наслушаться «Smoke On The Water», поэтому переубедить их я так и не смог.

Мы с Щёлоком оказались в нужное время, в нужном месте. Так как нам никого не надо было расталкивать руками, мы «брали» в Америке всё, что нам захочется: Krell, Audio Research, Magnepan и много чего ещё. И чем больше брендов мы брали, тем выше росла наша репутация, и тем сговорчивей вели себя все остальные.

Я этого тогда не понимал, но магазин на Космодемьянской оставлял у приезжавших иностранцев неизгладимое впечатление. Помню мне как-то в Америке Нил Синклер из Theta долго и взахлёб рассказывал о том что он был потрясён побывав там. Поездив по Америке и посмотрев в каких сараях и закутках существовал там Хай Энд, я понял весь размах сталинского помещения с высотой потолков в десять метров, и что русские опять оказались впереди планеты всей.

Времена 1994-98 «ПЛ» на Космодемьянской я считаю пиком своей карьеры в Хай Энд Аудио. Несмотря на следующее помещение на Новокузнецкой, 1, в котором «ПЛ» просидел более 15 лет, и с которого они недавно переехали, в девяностые годы не столько объём спроса, сколько его качество, были несравненно выше.

В те годы технику, в-основном, покупали люди, у кого она была приоритетом, подчас, над всем остальным. В последующие годы, несмотря на появление новых технологий и Домашнего Театра, объёмы, конечно, возросли, но качество спроса стало другим: для кого-то это стало статус символом, кто-то это стал покупать для кучи. А кто-то просто заигрался в игрушки. Количество истинных энтузиастов резко сократилось.

В девяностые я начал активно и регулярно сотрудничать с аудио прессой, регулярно печатаясь в «Аудиомагазине», «Классе А», «Салоне AV», а также печататься в непрофильных изданиях. Честно скажу, я до сих пор искренне удивляюсь, почему остальные мои коллеги не делают того же самого. Не думаю, что им нечего сказать.

С появлением первой хай-эндной системы в моём распоряжении, поначалу не отдавая себе в этом отчёта, я через какое-то время заметил, как я практически полностью перестал слушать свою старую музыку и переключился на новую. Конечно, это могло произойти и само по себе- годы идут, но, я уверен, что направление, в котором это произошло, и, что немаловажно, глубина испытываемых эмоций, вне всякого сомнения, коррелирует с теми впечатлениями и опытом звукового прослушивания, которые я приобрёл имея у себя в распоряжении полностью подходящий инструмент для изучения музыкальной реальности.

В 1995 году я решил пойти дальше, и продал свою первую акустическую систему на основе Stages, купленных в 1991 году (и позже дополненных сабвуферами Arogee Mini Grand), я приступил к постройке своей второй, уже полностью активной, системы на основе следующей модели этого же производителя - Arogee Studio Grand. О ней я написал в своей предыдущей статье на форуме. В это время Арогее, как и вся наша индустрия, находились в апогее своего развития.

Личное мнение. Михаил Кучеренко. Июль 2014. MY WAY. Часть 2

Обращаясь назад во времени, я могу констатировать, что 1995-1997 годы были пиком развития High End Audio. Как и сейчас, в период его заката, его рассвету в те годы способствовали те же самые несколько факторов, но действовали они с точностью до наоборот.

Неуклонный экономический подъём на Западе, поражение стран Восточного Блока в Холодной войне и открытие их внутренних и внешних рынков, ставка на дешёвую рабочую силу в Китае, стабильное развитие музыкального бизнеса и наличие молодого поколения, верящего в музыку как в религию, позволили сформироваться этому спросу. Который на протяжении двадцати лет, с начала 1970-х, стимулировал рост интереса к качественному звуку.

Основы благополучия пошатнулись в 1996-м году с разворачиванием крупного экономического кризиса сначала в Юго-Восточной Азии (в которой продаётся значительная часть всего Хай Энда) и последующего его распространению по всему миру. Так как параллельно разрабатывались новые цифровые аудио и видео форматы, которые должны были прийти на смену как CD, так и аналоговому LaserDisc'у, вся индустрия потребительской электроники оказалась на распутье, решая во что же инвестировать основные ресурсы дальше.

В то время Sony и Philips стали показывать свои первые демонстрации нового многоканального звукового формата SACD, обозначая своё видение дальнейшего развития в сторону совершенствования воспроизведения музыки, а не видео.

Одновременно DVD Alliance, во главе с Toshiba и держателем контента Warner Brothers, объявили о создании нового видео носителя, способного поддерживать новый телевизионный формат HDTV, подталкивая магистральное развитие в сторону видео. На основе политических и экономических решений музыка всё же была отодвинута в сторону, и все силы и ресурсы индустрии потребительской электроники были брошены в сторону видео. Собственно поэтому, за эти, почти двадцать лет, никаких новых значительных технологий воспроизведения звука с твёрдых носителей так и не появилось.

Нужно понимать, что в то время присутствие потребительской электроники дома означало наличие телефона, телевизора и музыкальной системы. Ни о каком Домашнем Кинотеатре никто и не мечтал, все свободные средства люди тратили «на музыку». Технология видео кассет не позволяла получать относительно качественное изображение ни на чём большем, чем размер среднего экрана телевизора. Появление DVD и HDTV, внезапно позволившим увеличить размер изображения, задвинуло производителей качественной музыкальной аппаратуры за кулисы и вывело на сцену новых игроков.

Когда я первый раз поехал в 1996 году стажироваться на американскую фирму Runco, выпускавшую в те времена потребительские проекторы, во-первых, все они были перекрашенные и самую чуточку переделанные профессиональные проекторы для видео презентаций, а, во-вторых, в процессе их настройки, мы ковырялись внутри них отвёрткой. У крупных производителей ещё не было

даже и мысли о производстве потребительских видео-проекторов. Во всём мире было три-четыре производителя видео-проекторов, условно говоря, для дома, и суммарно на них работало не более ста человек.

Появление DVD и HDTV застало индустрию Хай Энда врасплох. Наряду с естественным кризисом традиционного спроса, хоть и пока временным, стремительно развернувшаяся глобальная маркетинговая политика в сторону Домашнего Кинотеатра не оставляла многим из них даже времени на размышления о дальнейшей стратегии развития. Оправдывая свой путь наименьшего сопротивления, многие из них декларировали, что продать шесть колонок- это лучше, чем две, а три стерео усилителя – это также лучше, чем один. Однако, как мне признался в личной беседе Дэн Д’Агостино, основатель фирмы Krell, это – была роковая ошибка, поставившая на грань выживания как его компанию, проходящую сейчас через не самые лучшие времена. Кстати, Krell избавился от него несколько лет назад с помощью новых акционеров.

Хай Энд аудио стоит на стыке техники и искусства. Если в начале его пути по обе стороны от «баррикад» доминировали «души прекрасные порывы», помноженные на «искусство требует жертв», то с приходом Домашнего Кинотеатра стал доминировать элемент «прозаичной» техники для масс, к которому индустрия, построенная на «креативном» самовыражении отдельных личностей, была совершенно не готова.

Для меня лично, выражение «Домашний Кинотеатр» - это такой же оксиморон, как и «Свинцовый Дирижабль». Либо одно, либо другое: квартира- это квартира, а кинотеатр – это кинотеатр. Как говорила Гертруда Стайн: «Роза – это роза». Система класса Хай Энд – это система класса Хай Энд, сделанная творческими любителями музыки для творческих любителей музыки, и использовать её для демонстрации фильмов – как использовать розы для подметания пола. Очень дорого и не эффективно.

Перестроиться же для полноценного производства компонентов для демонстрации кино дома у компаний, выпускавших качественную музыкальную аппаратуру, так и не удалось. Как в силу отсутствия необходимых собственных ресурсов, так и в силу отсутствия компетенции и возможностей для полноценной установки и обслуживания этой техники силами своих дилеров. Хотя бы потому что, во-первых, свойства домашних помещений для этого абсолютно не приспособлены, а, во-вторых, опять же, в силу недостатка компетенции и ресурсов на всех уровнях.

Мало кто из Хай Эндных компаний смогли удержаться от соблазна распылять силы и средства на разработки компонентов для Домашнего Кинотеатра. Как показали дальнейшие события, именно те, кто удержались от этого соблазна, в конечном счёте, и выиграли. Так как переломить тенденцию к снижению продаж соревнуясь с крупными корпорациями они так и не смогли, то, не смотря на дополнительные продажи, напрасно растраченные ресурсы стали ещё большим балластом, потянувшим, в конечном итоге, такие Хай Энд- компании ко дну.

Я остановился подробно на этих событиях, так как являлся их непосредственным участником, работая в то время в «Пурпурном Легионе». До августа 1998-го года наш магазин располагался на Космодамианской набережной. И это место у меня ассоциируется с совсем другим спросом, в котором доминировали совсем другие люди и другие запросы, чем когда мы переехали с Космодамианской набережной на новое место по адресу Новокузнецкая улица, дом 1. Если первое место у меня ассоциируется с людьми, покупавшими сначала колонки, усилители, и прочую аппаратуру, а потом квартиру и машину, то второе – с людьми, поступавшими с точностью до наоборот.

Учитывая отголоски «старого» спроса и его приоритеты, мы тщательно готовили помещения для прослушивания на Новокузнецкой привлекая не только известных специалистов по акустике, но и состоявшихся авторитетов в аудио. Некоторое время там отработали в качестве «продавцов» даже такие личности как Юрий Макаров, Александр Клячин и Григорий Чикнаверов. Там же, в духе того времени, мы построили адекватные помещения и развернули достаточно продвинутые демонстрации Домашнего Кинотеатра.

Как мне казалось, дополнительный фактор непосредственного соседства с магазином по продаже аудио и видео носителей должен был создать нам уникальные конкурентные преимущества. Но в полной мере мы так и не смогли ими воспользоваться. Гораздо более компромиссные возможности в плане демонстраций на Космодамианской набережной давали результат не хуже, а в чём-то и лучше по отношению к новому месту.

Почему это произошло?

Во-первых, изменения спроса должны были бы повлиять на организацию компании. Например, организация установок Домашнего Кинотеатра требовала других методов управления, и, других специалистов. Любители музыки плохо подходили для настройки surround-процессоров и видеопроекторов. Специалисты по видео плохо подходили для продажи Хай Энда. Хорошо подходили «середняки»: которые одинаково (плохо или «хорошо») подходили для того и другого. Но ставка на «середняков» неизбежно приводила к «среднему» результату.

Во-вторых, началось головокружение от успехов. В то время мало кому удавалось не используя высокую квалификацию зарабатывать себе на безбедную жизнь. Конечно, за это потом многим потом пришлось заплатить, но произошло это гораздо позже, а тогда об этом никто не думал - ни начальство, не исполнители.

В-третьих, мы столкнулись с проблемой организации демонстраций. Это – очень дорогое удовольствие, учитывая стоимость аренды, рабочей силы и прочего. Однако, в отличие от общепита, где посетитель ресторана вступает в товарно-денежные отношения по факту усаживания за стол и деланья заказа, в торговле можно, по аналогии, усесться за стол, положив ноги на стол, заказать еду, и, не спросив счёта, бросив салфетку, преспокойно уйти, даже не сказав спасибо.

В общепите я часто не доволен принесённой едой, но тем не менее вынужден всегда платить по счётам. Как бы существовал ресторанный бизнес, если бы посетители платили только по принципу, понравилась еда или не понравилась?! Я сам покупал технику в магазинах и знаю о неадекватных демонстрациях не понаслышке. Я также понимаю, что, не поддерживая дилеров, покупатели будут страдать от отсутствия опыта и информации, которую из первых рук часто получить будет нелегко. Но как разорвать этот порочный круг?! Ответ на этот вопрос, не смотря на даже все последующие попытки устраивать хорошие условия для «прослушки», найти я так и не смог, ни в «Пурпурном Легионе», ни в последующем салоне компании «Стереоправда».

Я помню моё посещение аудио салона Кристофера Хансена в Лос Анжелесе в 1992 году с невероятной комнатой для прослушивания колонок Arogee Grand. Громадного размера комната с правильной акустикой и волнистыми потолками, с фонтанами на входе и прочими симпатичными атрибутами. И что?! Через пару лет они были вынуждены также закрыться. В то же самое время их спокойно пережили салоны по всяким подвалам, где чтобы что-то послушать, надо отодвинуть табуретку, с разложенными на ней выпивкой и закуской. В отличие от продаж сотовых телефонов, о которых **всё** можно прочитать в интернете, торговля Хай Эндом традиционно основана на личных отношениях и демонстрациях. Но демонстрации оказались улицей с односторонним движением: покупатели могут делать всё, что хотят, а компании, торгующие аппаратурой, стоят и ждут, когда смогут по-быстрому проскочить в освободившуюся дырку. Поэтому проскакивают самые шустрые, и то, только тогда, когда кто-то из покупателей **зазевается**.

Я думаю, отдельным розничным компаниям переломить эту ситуацию не под силу. Только сильная и организованная внутри себя индустрия может противостоять вполне естественному желанию покупателей «пить кровь из дилера». Типа общепита..

Хотя у мелких производителей, когда они выставляют вполне согласованные условия по работе с локальными дистрибьюторами, это получается, и очень даже неплохо. Видимо, взаимодействие между ними налажено намного лучше, чем у продавцов их аппаратуры.

При этом продавцы их аппаратуры сами являются покупателями, которые покупают значительную часть техники «вслепую», особенно когда речь идёт о предварительных заказах на новые модели.

В результате всё более усугубляющихся противоречий с совладельцами «ПЛ» по поводу стратегии развития и организации работы, в конце 2001-го года я окончательно решил оттуда уйти. Незадолго до этого, в начале 2001-го года, я продал свою предыдущую активную систему на основе Apogee Studio Grand, о которой я уже писал, и купил свою последнюю Хай Эндную акустическую систему - Apogee Grand (которые весь 2001-й год простояли на на демонстрации в «ПЛ» пока я их не вывез к себе домой). За период 1992-1996 годы фирмой производителем Apogee Acoustics было выпущено всего 25 таких систем. На тот момент это была самая дорогая из выпускавшихся в мире «акустик» класса High End Audio. На мой взгляд Apogee Grand – это памятник «золотой» эпохи Хай Энда. Притом, что её заявленная стоимость составляла 86 000 долларов, я купил полу-работающий демо образец (который я довёл «до ума» уже в Москве) за 30 000. Это – четырёх-полосная активная система с двумя встроенными 500-ваттными усилителями фирмы Krell с внешними блоками питания и встроенным четырёх-полосным аналоговым кроссовером той же фирмы, управляемым с пульта. На то время, а это была разработка конца 80-х – начала 90-х! – это была самая «нашпигованная» настройками потребительская акустика. Например, там был порт RS-232 для записи с внешнего компьютера в параметры кроссовера новых кривых разделительных фильтров, а также с помощью пульта можно было вызывать из памяти кроссовера до десяти «пресетов» настройки этих фильтров. Я поставил два недостающих внешних усилителя, полученные вместо денег за трудодни при увольнении из «ПЛ» - Audio Research MB600 и Manley 250 Monos - и начал новый семилетний цикл работы.

По сравнению с предыдущей системой я столкнулся с новой для себя концепцией: вместо полностью триодного звука на уровне преда, кроссоверов и однотактных ламповых усилителей на триодах прямого накала в предыдущей системе, я стал работать с преобладающе- транзисторными технологиями, включавшими мощные усилители.

Году в 1994-м, на обложке журнала «Stereophile» соседствовали новый транзисторный усилитель Krell и новый однотактный моноблок фирмы Cary Audio на прямонакальном триоде 805-й серии. Заголовок был таким: «Если один усилитель из этих двух – хороший, то другой обязательно должен быть плохим. Так?!». Так это, или не так, в чём хорош один, и в чём плох другой, я и убеждался на протяжении последующих семи лет, сравнивая эти две свои системы. Более подробно на эту тему я напишу в последней, третьей части, этих заметок.

Напоследок замечу, что в откликах на форуме меня часто просят меньше растекаться по древу и больше сосредотачиваться в своих материалах на конкретной пользе, которую читатели могут извлечь из моих материалов. Честно говоря, я всегда, хоть и в силу своих способностей, пытался следовать именно этому принципу. Но, чтобы, это прозвучало конкретнее, «сухой остаток» на этот раз таков.

Я не просто тоскую по «тем» временам. Дело в том, что техника, сделанная на подъёме Хай Энда, в силу вышеуказанных причин, была сделана для тех, «кому не всё равно».

Других потребителей тогда ещё, практически, не было. Поэтому она лучше и дешевле, чем та, которую постепенно, стали выпускать позже, адресуя её уже тем, кому «всё равно», кто её покупает «для кучи». Поэтому, по моему мнению, есть прямой смысл покупать на рынке б/у **подходящее** оборудование выпускавшееся в лучшие, для этой индустрии, времена, когда церкви ещё не стали музеями религии и атеизма (хотя снаружи они продолжали выглядеть точно также). В своём случае часто я именно так и поступал.

Но нужно помнить, что из этого правила есть, хоть и редкие, но исключения. Некоторые компании вместо того, чтобы растекаться по поверхности - вверх-вниз по цене и вправо-влево по новому, обязательно более дорогому, модельному ряду - стали копать вглубь и вверх – усовершенствовать свою технологию и находить новые технологии. Эти редкие исключения сосредоточены **только** там, где, либо, у компаний есть **свои** технологии и **свои** возможности их развивать, либо, **на острие** новых, как правило, **цифровых** технологий. Я не раз повторял, что если на подъёме Хай Энда могли делать «простые» вещи хорошо, то на его спаде стали делать «сложные» плохо. Но это относится, скорее, к аналоговым технологиям. По отношению к тем же цифровым технологиям, где многое наоборот, чем в «аналоге», всё также наоборот: если раньше делали «сложные» (и дорогие) вещи плохо, то сейчас «простые» (те же малочисленные и относительно недорогие мультибитные ЦАПы) – хорошо. Особняком стоят также и новые категории, которых раньше просто не было – потребительские цифровые измерительные и настраивающие комплексы, возможности которых позволяют решать те задачи, о которых раньше даже боялись заикнуться.

Я понимаю, что и от инфляции никуда не денешься, и что стоимость новых технологий включает в себя стоимость новых разработок и, по определению, должна быть немалой, особенно по сравнению с ценами, существовавшими двадцать лет назад. Но нужно понимать, что немалая часть, как правило, цифрового оборудования полностью потеряло актуальность за все эти годы. Где-где, а в «цифре», развитие новых технологий происходит непреклонно и поступательно вверх и **лучшие** цифровые образцы сегодняшнего дня значительно лучше лучших образцов дня вчерашнего. В дешёвом сегменте, старые недорогие ЦАПы **могут** быть лучше, чем недорогие новые. Поэтому для получения наилучшего результата недостаточно только копаться по барахолкам в поисках шедевров из 80-х и 90-х (тем более, с непонятным происхождением и непонятно в каком состоянии).

Настроенный на скидку и дешевизну алгоритм поиска может легко дать сбой. Ещё нужен правильный алгоритм планирования бюджета. А ещё нужен и **алгоритм отделять зёрна от плевел**. Последний же алгоритм возвращает всех нас опять на круги своя.