



СТЕРЕО саунд

# ЧТО СТАНЕТ С ИМПЕРИЕЙ звука?

Григорий Чикнаверов

«Все идет к тому, что рухнет индустрия high end... и слава Богу».\*

Рухнула...

Наиболее резвые производители надевают свои аппараты в оболочку lifestyle или включают их в системы домашнего театра.

Смерть high end как индустрии оказалась очень быстрой, но не безболезненной. Мне, как человеку, занимающемуся продажами этого самого high end, было несложно предсказать его кончину в 97 году. Далее действие развивалось стремительно. Через несколько лет легко будет все разложить по полочкам, рассказать историю рождения, жизни и смерти индустрии high end, но боюсь, что тогда это станет интересно лишь узкому кругу любителей. Поэтому я хочу попытаться сделать это

сейчас, пока на полках роскошных магазинов еще можно найти «высший предел».

Но прежде немного истории. Звукозапись началась с восковых валиков и фонографа Эдисона, потом наступила эпоха граммофонов, телефонов, электрофонов. Носители делались из воска, шеллака, природных смол, поливинилхлорида с различными наполнителями. Приоритетами при очередной смене поколений служили износостойкость и объем носителя, а качество звучания финансировалось по остаточному принципу. Старожилы утверждают, что наиболее утонченные ценители того времени страшно боялись перехода с грампластинок 78 об/мин. на долгоиграющие пластинки. Но прогресс не остановить, ценители отодвинуты в сторону, а скорее, просто не замечены.

В пятидесятые годы виниловая пластинка достигла предела в плане износостойкости и вместительности, стерео готово к вторжению на рынок, конструкторам дана полная свобода, качество записи и воспроизведения растет.

В далеких 50-х и в начале 60-х годов перед разработчиками аудиотехники стояли ясные, четко сформулированные задачи: расширить полосу частот, уменьшить все виды искажений, увеличить мощность и т.д. Тогда же возник термин hi-fi, нормируемый RIAA\* по основным параметрам (тем же искажениям, полосе частот и т. д.). К тому же самих производителей в то время было не так много.

В конце 60-х, с заполнением аудиорынка транзисторной техникой набирающих силу японских брендов, полоса 20 Гц–20 кГц и искажения менее 0,1% стали доступны широким массам. И термин hi-fi был дезавуирован. В качестве альтернативы массовой японской продукции в Европе и Америке расплодились небольшие, т. н. «гаражные» фирмы. Японцы в качестве приоритетов заявили еще большую мощность, еще более широкую полосу частот и еще меньшие искажения. Речь идет о крупных фирмах (в Японии хватало своих «гаражников», однако их продукция была мало известна за пределами их страны).

Европейцы и американцы, напротив, делали упор на индивидуальность, каждый разработчик имел свою концепцию аудио (или псевдоконцепцию) и, размахивая ею, как флагом,嘗試edся отвоевать себе место под солнцем.

Аудиоинженеры претендуют на роль творцов, иногда не без оснований. Подобно тому, как исполнитель музыки, играя классика, интерпретирует его (и часто считает свою интерпретацию единственной верной), разработчики аудиоаппаратов с помощью своих электронных творений стремятся по-разному «выразить» музыку.

Однако исполнитель является звеном в короткой цепи «автор—исполнитель — слушатель». А какая цепь возникает при домашнем

Акустическая система, создающая так называемый «изо-тропный» звук (эксклюзивная разработка известной немецкой фирмы «mbi»). Редкое сочетание дизайна lifestyle и качества звучания, доступного только бескомпромиссному high end.



\* Автор цитирует самого себя, см. журнал «Класс А» 1997, №2.

## СТЕРЕО саунд

К иллюстрациям: дизайн lifestyle в AV-технике и тонарм винилового проигрывателя — идеологические символы войны в аудиомире.



прослушивания? Автор—интерпретатор—запись—воспроизведение—слушатель; при этом запись состоит из техники—персонала—помещения студии, а воспроизведение — из головки звукоснимателя—тонарма—фонокорректора—усилителя—акустических систем и бесконечного множества проводов, различных аксессуаров, стоек и т.д. Я не драматизирую. Сюда можно добавить еще пару звеньев — аудиожурналистов и аудиодилеров, якобы пытающихся помочь слушателю правильно составить цепь. Продолжать можно до бесконечности, но попытаемся сформулировать, что же такое high end? Когда может случиться этот высший предел? Ответ таков: когда на одну волну, задаваемую первым звеном цепи — автором музыки, удается настроиться исполнителю, звукорежиссеру, разработчикам проигрывателя, усилителя, акустических систем и в конце концов — слушателю (если ему при этом не помешают провода, аксессуары и аудиожурналисты с аудиодилерами).

Но вернемся к истории. В середине 80-х на рынке аудио произошли значительные изменения. Прежде всего, появился компакт-диск. Звучание первых CD было ужасающим, среди ценителей звука ругать новый формат было модно (некоторые до сих пор не могут остановиться), однако CD стремительно заполнили

прилавки магазинов, первое время они соседствовали с «винилом», потом вытеснили его окончательно. Впрочем винил остался культовым атрибутом эзотерического high end (к этому понятию мы еще вернемся).

Аппаратура для записи и воспроизведения CD совершенствуется по сей день. Несмотря на это, большинство ценителей утверждает, что виниловое качество недостижимо для CD. Соглашаясь с ними в целом, внесу три поправки:



1. Все дифирамбы винилу уместны только для оригинальных изданий. Удачные переиздания встречаются нечасто.

2. Деградация винила началась задолго до наступления эпохи CD. Она выражалась в дешевой виниловой массе, огромном количестве покоробленных пластинок, эксцентриките и т.д. Даже роскошное оформление конвертов, типичное в эпоху расцвета, встречается все реже.

3. Грамотно собрать цепочку: головка—тонарм—стол—кабель—фонокорректор—задача не из легких, а уж настроить — целое искусство. Степень затягивания каждого винта, крепящего тонарм и головку, влияет на тембр и динамику. И вообще, полноценно выставить головку и тонарм можно только при помощи измерительных пластинок и осциллографа с частотомером, но об этом не принято упоминать всуе.

В результате к винилу тянутся либо энтузиасты с некоторой склонностью к мазохизму, либо инженеры, не реализовавшие себя в основной деятельности. И те и другие слишком увлекаются процессом, чтобы думать о результате, то есть о доступности всех звеньев аудиоцепи (иногда приоритетом в ней считается скрипнувший под пианистом стул, но для истинного ценителя аудио, естественно, приоритет — тончайшая связь исполнителя и автора музыки, с минимальным акцентом на остальные звенья).

Здесь надо уточнить: а потребитель кто? Как он изменился со времен восковых валиков? За что он платит, покупая новую аудиосистему?

Во времена Эдисона воспроизведение музыки было чудом само по себе, причем чудом домашним (тем, что позже стало называться home entertainment). Весь XX век такие чудеса сыпались как из рога изобилия: аудио-, телевидение, видеотехника, компьютер, Интернет, различные гибриды, вроде домашнего кинотеатра и мультимедийных комплексов.

Каждое новое чудо в сфере home entertainment притягивает к себе взоры и кошельки потенциальных покупателей, причем предыдущее чудо перестает быть таковым, становясь просто товаром или, в лучшем случае, предметом первой необходимости. Чтобы покупатель не забыл о нем, экс-чудо должно развиваться и в плане конструкции, и в плане внешней формы, дизайна.



1001 06:06

Образец техники, выполненной в ключе lifestyle. Компонентная миши-система «800 M» немецкой фирмы «T+A»

## СТЕРЕО саунд



Не так обстоят дела в high end. Здесь столкнулись претензии на элитарность (звонить только знающим предмет) и такое естественное желание продать побольше и сейчас. Индустрия high end очень долго была ориентирована на наиболее активную (но не наиболее покупающую) группу поклонников, зараженную аудиофилией. Зная о звуке все и каждый раз открывая новое, эти люди были обречены, пренебрегая формой, все время мучиться только содержанием. У ранимых аудиофилов развилась просто патологическая тяга к электронным уродцам. Аппаратура с приличным уровнем дизайна у них вызывает подозрение, а компоненты, спроектированные в ключе lifestyle, отвергаются априори.

Остальные покупатели сталкиваются с тем, насколько трудно грамотно построить стереосистему класса high end, и порой отказываются от этой затеи.

Здесь надо заметить, что техника lifestyle аудио кроме утонченного дизайна имеет еще одно достоинство — она «настроена» на интеграцию в реальный дом. То есть сегодняшний покупатель не согласен платить за технику, диктующую ему стиль жизни, техника сама должна вписываться в его life style.

Очень немногие фирмы оказались готовы к этому. Из производителей акустических систем на коне сейчас «Sonus Faber», «Elac», «Piega», «Revel», среди разработчиков электроники это в первую очередь английская «Linn», немецкие «T+A», «Burmeister», американские титаны «Madrigal A.L.», «Sonic Frontiers», «Theta Digital».

Что интересно, покупается вся эта техника, как правило, в дополнение к видеопроектору или плазменной панели, и подбором AV системы занимается пара «дизайнер—инсталлятор».

Я помню, как три-четыре года назад, когда впервые появился спрос на дорогие AV-системы, из-за дефицита техники lifestyle возникла мода на встраиваемые в стены АС. Сейчас эта мода сходит на нет: все-таки для покупателя естественно желание видеть самому и показывать другим, на что потрачены деньги.

Но что же станет с индустрией high end, с производителями, дистрибуторами, дилерами,

журналами, магазинами, салонами? Как уже говорилось вначале, часть из них примеряет оболочку lifestyle. Разработчикам электроники это гораздо проще — достаточно сделать переднюю панель аппарата из фрезерованного алюминия, и он впишется в большинство интерьеров. Более других усердствуют в этом компании типа «NAD» или «Arcam», старые экгибиционисты. Несколько лет назад они «работали» на аудиофилов, заманивая их убогими серыми корпусами с нарочито непропорциональными ручками и кнопками, для большего акцентирования с красной или зеленой точкой.

Однако другие фирмы готовы потерять еще часть покупателей, но не поступиться принципами. Они остаются верны так называемому эзотерическому high end, который притягивает «непримиримых» дистрибуторов, дилеров, журналистов. К сожалению, от роскошных магазинов и дорогой рекламной полиграфии им придется отвыкать.

Что такое эзотерический high end? Только если к каждому из звеньев аудиоцепи прикоснулся Художник, появляется надежда на high end, который можно назвать эзотерическим, чтобы не путать с тем, что сейчас продаётся.

Например, над акустическими системами «QUAD ESL 63» Питер Уолкер работал с 63 по 81 год, и только после этого они были предложены к продаже. Но разработчик так до конца и не был удовлетворен результатом. Вот один из примеров эзотерического high end. Не случайно у восьми из десяти европейских аудиоэкспертов это любимые или одни из любимых АС. Выглядят они, мягко говоря, непривлекательно, усилитель к ним подобрать нелегко, устанавливать их лучше в полутора-двух метрах от задней стены, они чутко реагируют на фальшь в любом из звеньев цепочки. Но приложил ли руку Художник к CD-проигрывателю, вы услышите с помощью этих колонок моментально.

Здесь не применимы «рекламная стратегия», «маркетинг», «планируемый объем продаж»...

И если вы готовы установить посреди комнаты два больших черных ящика, внутри которых к тому же плеется 5000 Вольт... что ж, тогда добро пожаловать в эзотерический high end.