

Интервью с Энди Зингером

часть 1

Как неумолимо летит время... Представляемый ныне материал открывает третью ежегодную серию интервью с мировыми лидерами индустрии *high end audio*.

В самом начале 2006 года **АМ** открыл это обсуждение как исторических, так и наиболее актуальных аспектов правильного домашнего воспроизведения музыки серией интервью с выдающимися звукоинженерами — отдав право, так сказать, первого удара профессионалам в полном смысле этого слова, стоящим у истоков нашего увлечения и не понаслышке знающим, как на самом деле изначально звучат фонограммы.

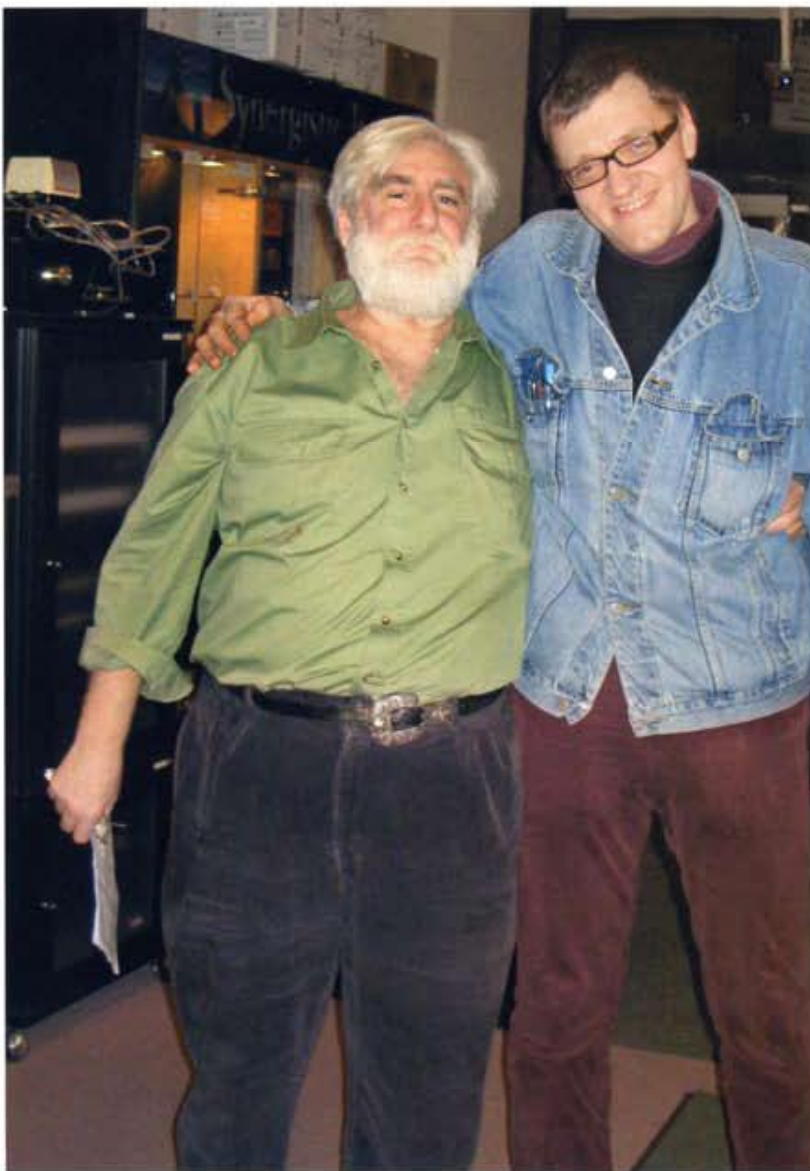
В течение всего прошлого года были опубликованы интервью с ключевыми фигурами аудиожурналистики, обеспечивающей идеологическое обоснование и создающей контекст вокруг соответствующих принципов выбора и настройки домашних комплектов музыкальной техники самого высокого уровня качества.

В новом, 2008 году мы посчитали необходимым предоставить возможность высказаться наиболее влиятельным в мире аудиодилерам. Тема продавцов аппаратуры постоянно всплывала во всех предыдущих интервью, и не всегда в самом положительном свете, — хотя в большинстве случаев именно они находятся на "переднем крае обороны", как бы реализуя те правильные представления, на которых настаивали в своих интервью как профессионалы, так и журналисты...

По общему мнению, среди самых влиятельных дилеров в США на первом месте находится Энди Зингер. Его авторитет основан не только на количестве эксклюзивно представляемых линий аппаратуры в наиболее важном регионе США (Нью-Йорк, Манхэттен) и, соответственно, абсолютных объемах продаж, но и на его "харизматической" личности. Во все более политкорректной Америке Энди "подает" себя абсолютно без какого-либо стеснения, постоянно балансируя на грани фола (а как считают многие недоброжелатели, и за гранью).

Ходят слухи, что, пользуясь своим влиянием, он диктует ряду производителей, что, как и почему делать, — и даже что он является одним из совладельцев нескольких именитых брендов.

Как свои первые *хай-эндные* колонки *Apogee Stages* за 2000 долларов в 1991 году, так и последние *Apogee Grands* за 86 000 через десять лет я купил в его салоне "Sound by Singer". В 2001 году, узнав о моих планах покупки дорогих колонок у Энди, многие отговаривали меня от этой сделки, ссылаясь на его "непредсказуемость". Могу сказать, что был короткий период, когда я почти пожалел, что не прислушался к этим советам, однако в результате Энди проявил себя очень ответственным



но и по-джентльменски. Поэтому, если судить не по словам, а по делам, то у меня есть все основания доверять и очень внимательно прислушиваться к тому, что он говорит. Да и вряд ли его бизнес просуществовал бы не один десяток лет, если бы слова расходились с делом.

М.К.: Как и когда вы пришли в *high end audio*?

Э.З.: С детства я мечтал стать гитаристом, играть рок-н-ролл и блюз. Мне удалось освоить технику в достаточной степени для того, чтобы в студенческие годы неплохо играть в неплохом ансамбле. Я не только играл, но и активно изучал все, что связано с музыкой, иногда принося занятия в жертву моему увлечению. Однако что-то делать "неплохо" в наше время ничего не значит, поэтому я не рискнул посвятить гитаре всю свою жизнь и карьеру, с трудом представляя себя в 50 лет учителем

музыкальной школы. Я круто изменил свою жизнь: поступил в юридический колледж и стал адвокатом. Но, проработав четыре года, я понял, что мне ненавистна почти каждая минута этого периода. Единственной отдушиной по-прежнему оставалась музыка. Я вдруг открыл для себя мир *high end audio*, который в конце 70-х был совсем крошечным, и хорошо звучащие компоненты аппаратуры среди залежей японского и американского мусора можно было пересчитать по пальцам. У меня еще в детстве была домашняя ламповая система, звук которой я хорошо запомнил, к тому же я обладал хорошим слухом. И вот я с 10 тысячами долларов в кармане (что на сегодняшний день эквивалентно 60-70 тысячам) отправляюсь в самый фешенебельный салон Нью-Йорка и прошу собрать систему, которую собираюсь купить, — чтобы ее послушать. Мне отвечают: плати деньги в кассу, и тогда мы проверим, чтобы все работало. В ответ на мои обвинения в некорректном обращении с клиентом мне указали на выход. Тогда я и решил открыть свой магазин "Sound by Singer", в котором все будет по-другому. Это был 1978 год. Я не знал многих тонкостей бизнеса, на меня тут же свалилась огромная куча незнакомых проблем. Помог, как ни странно, мой опыт на юридическом поприще: адвокатам приходится в короткие сроки пропускать через себя гигантское количество информации и, отфильтровывая второстепенное, по крупицам собирать ценную информацию.

М.К.: По-вашему, как соотносятся среднее качество аппаратуры и покупательская аудитория в то время и сегодня?

Э.З.: В целом современная аппаратура гораздо качественнее. Если тогда было сложно найти что-то достойное, то сегодня, напротив, придется потрудиться в поисках откровенно неудачного образчика оборудования. Но и теперь по-настоящему выдающиеся компоненты — редкость, основную массу составляют приемлемые, неплохие и весьма неплохие модели. Изменился и уровень компаний-производителей, а не только их количество. Постоянно приходится наблюдать, как новички пытаются влиться в рынок, кто-то неуклюже, напролом, а кто-то более или менее изящно. Общей тенденцией современной индустрии *хай-энда* является снижение роли личности в ущерб технической базе. Изменилась с тех пор и среда покупателей дорогой аппаратуры. В те годы в числе клиентов было множество врачей, юристов, университетских преподавателей, деятелей науки и искусства. Это были профессионалы в своей области, обладающие высоким уровнем квалификации. Теперь же типичный наш клиент — человек с хорошим заработком, но не сильно отягощенный образованием, чувством вкуса, внутренней культурой. Многие выбирают аппаратуру из соображений престижности, по ее внешнему виду, будучи не в силах оценить ее истинный потенциал. Они просто слушают не ту музыку, на которой адекватная оценка качества аппаратуры стала бы возможной. Какой смысл покупать *high end*, чтобы слушать рэп?

М.К.: Вы считаете, чтобы оценить гениальность, нужно самому быть гением?

Э.З.: Нет. Я только хочу сказать, что каждый может отличить хороший звук от посредственного, проецируя его на музыку, которую он любит, и при наличии развитого вкуса.

Основная проблема сегодня — усталость индустрии *high end audio*. Слишком сильно сместился акцент в сторону домашних кинотеатров, все большее число производителей полностью отказывается от традиционного стерео. А ведь именно в стереосистемах разница между компонентами разных брендов и ценовых категорий становится наиболее очевидной. Сегодня практически отсутствует "социальный заказ" на выявление этой разницы по изложенным выше причинам, относящимся к современной клиентской аудитории Америки.

М.К.: А что вы могли бы сказать о российской аудитории?

Э.З.: Мне кажется, что в целом Россия бездумно копирует американскую массовую культуру, перенимая в первую очередь самое посредственное. Есть и великая американская культура, но она в России не так востребована. Я понимаю, ваша страна прошла через десятилетия испытаний, и народ изголодался по материальным благам, поэтому с жадностью бросается на все, что теперь стало доступным. И в этой потребительской вакханалии вы потеряли то, что стояло на очень высоком уровне в советские годы, — ваше искусство. Теперь стало незачем стремиться к совершенству, если за это не платят. Достаточно быть середнячком! Тут очень важно не упустить принципиальный момент: двигателем развития социалистического строя, при всех его недостатках, является соревнование. Каждый индивидум пытается сделать что-то лучше других. А конкуренция при капитализме — это борьба за выживание. Выживает же, как известно, лучше всего серость.

М.К.: Вы, очевидно, хорошо знакомы с русской историей?

Э.З.: Я забыл сказать в начале интервью, что у меня степень магистра по истории России.

М.К.: Возвращаясь к нашей теме. Какие компании, на ваш взгляд, стояли у истоков *high end audio*?

Э.З.: Audio Research, Threshold, Mark Levinson, Magnepan, Dahlquist.

М.К.: Считаете ли вы «слепые» тесты наилучшим способом оценки систем?

Э.З.: Нет. «Слепые» прослушивания связаны с дополнительной психологической нагрузкой на эксперта, который не видит объекта испытаний и от этого чувствует подсознательный дискомфорт. К тому же, усиливается страх ошибиться и поставить под сомнение уровень своей квалификации. Что, если он предпочтет дешевый компонент гораздо более дорогому, к тому же уже получившему массу положительных отзывов от других экспертов! Мы не знаем всех сложнейших алгоритмов работы нашего мозга. Эксперт, проводящий «слепой» тест, подобен человеку, которому завязывают глаза и требуют вынести авторитетное решение. Неизбежный страх и неуверенность от завязанных глаз вызывают излишнее психологическое возбуждение, которое мешает глубоко вникнуть в тонкие звуковые особенности системы.

М.К.: Но ведь во многих областях, где присутствует состязательный момент, — хотя бы в спорте — возбуждение не является препятствием для оценки результатов. Многие изделия тестируются именно «слепым» способом, это общепринятая практика (взять те же сигары). Мне кажется, данный способ более объективен, поскольку субъективность оценок во многом зависит от второстепенных факторов, не имеющих отношения к качеству, а именно — от внешнего вида, стоимости, степени популярности бренда и т.д.

Э.З.: У меня был такой случай: ко мне зашел один мой знакомый, обладающий очень тонким слухом, хотя и совсем из другой сферы деятельности. Я в это время как раз пытался объективно сравнить два усилителя, включая в систему то один, то другой. И каждый раз после такой замены мой знакомый говорил, что теперь звучит лучше! Обычно люди предпочитают компонент, который слушали последним.

М.К.: Такой эффект имеет место. Но ведь вы сами указали на то, что ваш друг не был подготовленным экспертом, а всего лишь имел хороший слух. Может быть, подготовленный эксперт, специально обученный проведению «слепых» тестов и способный побороть в себе подсознательный страх и нервозность, и должен выносить, как вы изволили выразиться, «авторитетные решения»? Кстати, об авторитете. Именно он необходим эксперту, чтобы в случае предпочтения им усилителя за 2 тысячи усилителю за 20 тысяч аудитория подняла бы на смех не его,

а производителя дорогого барахла! Вот почему наша индустрия переживает не лучшие времена — из-за отсутствия «института менторов», предполагающего наличие общепризнанных авторитетов, бесстрашных перед читательской аудиторией, независимых от рекламодателей и оказывающих корректирующее воздействие на производителей!

Э.З.: Вы можете указать, где конкретно таких экспертов готовят? Я убежден в том, что мог бы быть экспертом более, чем кто-либо еще. Но как заставить людей принять то, что я говорю, даже при наличии у меня определенного имени и авторитета? Люди больше любят слышать, когда кто-то констатирует их правоту, а не уличает в ошибках.

(См. окончание интервью в следующем номере **AM**)

Беседовал Михаил Кучеренко

Комментарий Михаила Кучеренко

Скажу сразу, что мне очень близка позиция Энди Зингера по подавляющему большинству вопросов. Хотя я согласен с ним не на все сто процентов. Приведу одну цитату из книги Малколма Гледуэлла (Malcolm Gladwell) «Blink! (The Power of Thinking Without Thinking)», стр. 273-274. Речь идет об официальной на данный момент процедуре отбора музыкантов на свободные вакансии в симфонические оркестры. Много лет назад дирижеры (осознанно или неосознанно) отдавали одностороннее предпочтение исполнителям-мужчинам: «До прихода слепых прослушиваний процент женщин в основных симфонических оркестрах Соединенных Штатов не превышал пяти. Сегодня, двадцать пять лет спустя, он близок к пятидесяти... Сейчас оркестры, избавившись от предубеждений против женщин-музыкантов, нанимают намного лучших музыкантов, а лучшие музыканты означают только одно: что и музыка стала лучше... Установив экран (скрывающий музыканта на сцене от жюри во время прослушивания. — М.К.), они решили проблему раз и навсегда». Звучит знакомо, не правда ли? Энди с этим, судя по интервью, не согласен — и, я думаю, всем понятно, почему...

Кстати, в этой же книге Гледуэлл замечает: «Натренированные классические музыканты говорят о том, что они могут почти сразу сказать, хорош ли исполнитель или не очень, — подчас им достаточно услышать для этого даже не несколько тактов в его исполнении, а всего лишь нот...»

Здесь ключевое слово «натренированные». Только в процессе получения музыкального образования (и, кстати, при наличии минимальных способностей!) исполнитель приобретает определенные навыки. И я далек от того, чтобы требовать от всех аудиодилеров способностей некоего Артура Линтгена, который, глядя на бороздки виниловой пластинки, мог абсолютно достоверно угадывать записанное на ней музыкальное произведение (правда, «только» пост-бетховенскую классику (см. Holland, B. 1981. A man who sees what others hear. The New York Times, November 19).

Тем не менее, я хотел бы услышать от таких влиятельных фигур, как Энди Зингер, в чем же заключаются на практике эти минимально необходимые в нашей профессии навыки, — и как и где их можно приобрести, а также можно ли это сделать вообще, или это врожденные склонности? Энди любит повторять, что трудится не покладая рук в хай-энде только потому, что это его призвание, иначе давно бы обогатился нефтью в Халлибертоне. Может, доброкачественные продавцы аудиоаппаратуры на самом деле должны обладать какими-то особыми музыкальными талантами, как и сами музыканты?

Посмотрим же, что он скажет во второй части интервью... ■