

У крокодильцев бывают общие праздники, во время которых обычно деловой Пролетарский зал превращается одновременно в дискуссионный клуб, чайную, просто место для дружеского общения.

И как-то во время подготовки таких приятельских посиделок самый молодой и резвый сотрудник предложил:

— А почему бы нам, кстати, и не потанцевать? Я знаю, что весь промышленный отдел с удовольствием отплясывает классическую кадрили, а знатоки морали и права могут станцевать уанстеп, вальс-бостон и даже джигу.

Конечно, можно было бы попробовать пригласить на скромный крокодильский праздник, скажем, духовой оркестр. В крайнем случае тривиальный ВИА — вокально-инструментальный ансамбль. Но вмешался Крокодил, сказав, что никаких излишеств у себя дома он не потерпит. И чтобы все было как у людей.

Как у людей — это означало разумную эксплуатацию редакционного проигрывателя. Потрафление, так сказать, всем музыкальным вкусам. Хочешь духовой оркестр — возьми и поставь пластинку. Желает популярный шлягер — опусти звукосниматель на диск. И нечего вести затяжные переговоры, скажем, с ансамблем «Апельсин», если куда как проще пойти и купить в «Мелодии» его пластинку.

— Составь список, — сказал своему специальному корреспонденту Крокодил, — кто какую музыку предпочитает, и бегом в магазин.

Список был составлен. Но обернуться по формуле «одна нога здесь — другая там» крокодильский корреспондент не смог. Потому что очень надолго застрял «там» — в музыкальных отделах, салонах и фирменных магазинах «Мелодия».

— Хотелось бы, знаете, — углубившись в длинный перечень желаемых дисков, говорил он у первого прилавка, — приобрести последнюю пластинку с записями песен Аллы Пугачевой. Также заверните все, что есть у вас из репертуара Мирей Матье, Клиффа Ричарда, ансамбля «Зодиак», Яакка Йоала... Я не быстро говорю, вы успеваете упаковывать?

Представитель редакционных меломанов поднял глаза и натолкнулся на изумленный взгляд продавщицы.

— Может быть, вам еще и последнюю новинку — диск ансамбля «Иррапшн»?

Корреспондент заглянул в свой реестрик и кивнул.

— У вас что, меломания величия? Да откуда ж все это взять? — продавщица явно заинтересовалась необычным клиентом.

...Во втором магазине корреспондент действовал уже более осмотрительно.

— Мне бы чего-нибудь такого, — прищелкнул он пальцами, — популярного. Модного.

— Чего именно?

— Да вот, недавно по телевидению новую песню слышал. — И крокодильский представитель в силу своих способностей воспроизвел понравившийся мотивчик.

— Не имеем.

— А это? — просвистел он музыкальную фразу из другой, не самой последней, но все еще популярной песни.

— Пока не поступала.

— ...Хоть что-то из пластинок, пользующихся повышенным спросом, у вас есть? — почти без надежды на успех спросил фельетонист в третьей музыкально-торговой точке.

— Выбирайте, — на прилавок легло несколько совершенно одинаковых, безликих конвертов. — Только покупать не советую. «Апрелевский завод». Качество аховое...

Погоня за популярными мелодиями привела корреспондента во Всесоюзную фирму грамзаписи «Мелодия», к ее генеральному директору П. Шабанову.

— Да, да, да, — согласно кивал головой генеральный директор в ответ на недоуменные вопросы ушедшего ни с чем из магазинов фельетониста. — В популярной песне есть слова «без музыки — тоска», да только у нас-то тоска совсем по другим вещам... Мы прекрасно знаем, что наша фирма отнюдь не удовлетворяет спроса на популярную классическую и эстрадную музыку. А спросите нас — почему?

— Почему? — исполнил просьбу генерального директора крокодильский корреспондент.

— А где они, обещанные нам новые мощности? На наш проект об их увеличении Госплан СССР ответил двухгодичной паузой. Мы даже и не знаем, в какой долготы ящик уложены посланные нами предложения. Вы, кажется, хотели купить в магазинах пластинки, которые «Мело-

дия» выпускает по лицензиям зарубежных фирм?

— Хотел, — потупился корреспондент.

— Их тираж, увы, ограничен. Мы, конечно, пытаемся сделать все возможное для увеличения тиража, но есть определенные ограничения. Мало средств.

А. ЯЧМЕНЕВ



КРУЖАТСЯ ДИСКИ

— Хорошо. А как тогда быть с выпуском пластинок популярных советских исполнителей?

— Тоже проблема. Захочешь быстро выпустить диск с записями популярного советского певца или ансамбля — и опять-таки не выпустишь. Мало звукозаписывающей аппаратуры. А и сделаешь оперативно запись — вставят палку в колесо полиграфисты, которые изготавливают конверты для пластинок совсем без учета того, что шлягер — товар скоропортящийся. За те полгода, а то и год, пока печатаются конверты, он уже перестал быть шлягером. Можно, конечно, распихать диски в стандартные конверты — мы называем их сделанными из «селедочной» бумаги, — но это далеко от эстетики и резко ухудшает качество пластинок.

— Кстати о качестве, — вставил в грустный монолог директора словцо корреспондент. — А почему это мне отсоветовали покупать продукцию «Апрелевки»?

— Дело в том, что оборудование на Апрелевском заводе уже трижды выработало все свои резервы. А одесское производственное объединение «Прессмаш», разрабатывающее для нас новые прессы, вот уже много лет их только разрабатывает. Нам же уже сегодня необходимо не менее 300 новых машин. И не только прессов.

Смешно сказать, но альбомы для пластинок мы, между прочим, клеим вручную. А также дрожим над лишним листком бумаги, из которой делают наклейки на диски, потому что ее нам выделяют всего 600 тонн на год. Также для того, чтобы вы слушали не хрип и сип, а настоящую запись, нам нужна высококачественная пластмасса — винилит. И профессиональные художники-дизайнеры. Чтобы покупатель не шарахался от безликости конверта. И своя полиграфическая база. И...

...С поджатыми на каждое «и» пальцами рук и ног неудачливый покупатель вернулся в редакцию.

...Чаепитие проходило под шорох кондиционера. Танцев не было.

И только откуда-то издали ветерок доносил обрывки популярной мелодии со словами: «Кружатся диски, кружатся диски, тихо и плавно скользя».



ДИСКОБОЛ

Рисунок Е. ШАБЕЛЬНИКА