

## Блогнот. 10 лет с iPhone: нам шашечки или ехать?

9 января 2007 года Стив Джобс впервые явил миру iPhone. В этой связи уже неделю читаю в мировой прессе и блогах два типа откликов: восторженные и презрительные.

Восторженные — о том, как iPhone навсегда изменил наш мир, нашу жизнь и привычки. Презрительные — о том, что это всё игрушки для глупых хипстеров, для которых свет клином сошёлся на кнопочках и иконках их гаджетов, а на самом-то деле ничего в нашей жизни не изменилось, и измениться по определению не могло. Люди остались те же люди, они не стали ни умней, ни добрей, не нашли смысла в жизни, не перестали друг друга ненавидеть, мучать и убивать.



Оба подхода одинаково мимо кассы. Второй — просто глупая демагогия: нельзя винить изобретателя пенициллина в том, что он не предотвратил Хиросиму. Смысл его открытия был в другом. А первый подход — неверен фактически. Все те изменения, которые будто бы случились в нашей жизни с появлением iPhone 10 лет назад — либо возникли у других производителей электронники раньше, чем у Apple, либо отсутствовали в iPhone 2G, а в общем случае — и то, и другое сразу. Например, приложения (apps) — это действительно сегодня гигантский рынок, но, во-первых, сторонние приложения ставились на смартфоны Нокии ещё в 2002 году через Ovi Store, а во-вторых, в iPhone 2G никакого AppStore ещё не было, а был только запрет сторонним разработчикам лезть в iOS и разрабатывать свои приложения под эту систему. То же касается и геолокации, без которой мы сегодня не мыслим существования, без которой не было бы ни Убера, ни Pokémon Go. Во-первых, не Джобс изобрёл GPS, во-вторых в iPhone 2G эта функциональность отсутствовала. То же касается мобильных фото и видео, индустрии селфи, культуры Снапчата/Инстаграма: камеры в смартфонах появились за 5 лет до прихода Джобса на этот рынок, а в iPhone 2G не было фронталки, чтобы сделать селфи...

Но значит ли это, что все заслуги Джобса — один голимый маркетинг и наглое присваивание чужих идей, как мышка и графический интерфейс в Макинтоше 35 лет назад, MP3-плеер, магнитная присоска у зарядника, или

вокзальные швейцарские часы в iOS?

Нет, не значит. Потому что употреблять слово «маркетинг» применительно к техническому прогрессу — это уровень анализа, достойный маркетолога, он же гордый потомок Эллочки Людоедки в XXI веке. Человек, склонный копать глубже Эллочкиного уровня, может вспомнить, что технологическому прогрессу немало тысяч лет. Изобретение колеса, письменности, асептики с антисептикой, Интернета — частные случаи того же самого прогресса, что и смартфон. Нужно просто понимать, что между каждым таким изобретением и его превращением в универсальный технологический стандарт, меняющий жизнь людей, могут пройти не только годы, но и тысячелетия. Там, где Эллочеке в силу её разумения видится «маркетинг» или «впаривание», стоит на самом деле говорить о внедрении. Ибо именно им определяется значимость тех или иных достижений научно-технического прогресса для человечества в целом.

Интернет, как мы знаем, возник полвека тому назад, но до тех пор, покуда он оставался технологией для служебного пользования в Пентагоне и американской NSF, ни о какой общественной революции, связанной с его появлением, говорить не приходилось. Когда академик Сахаров весной 1974 года в статье [«Мир через полвека»](#) предсказывал создание всемирной информационной системы (ВИС), которая сделает доступным для каждого в любую минуту содержание любой книги, когда-либо и где-либо опубликованной, содержание любой статьи, получение любой справки — он описывал не протокол TCP/IP, к тому моменту 7 лет уже используемый военными и учёными в США, а именно последствия внедрения такой системы в масштабах общества и человечества. Которое может даже не подозревать о существовании TCP/IP — главное, что оно пользовалось его возможностями.

Действительно, инженеры Apple не придумали MP3-плеер. Это ещё в 1990-е годы сделали в компании Diamond Multimedia, которой затем пришлось пройти долгий путь до Верховного суда США, доказывая, что существование музыки в файловом, цифровом формате не является интеллектуальным пиратством. Но революцию в цифровом потреблении музыки сделали, увы, не они — она случилась с появлением iPod и iTunes Store.

Графический пользовательский интерфейс, управляемый с помощью мыши, создатели Apple не изобрели, а подсмотрели в офисах компании Xerox PARC, где он был к тому моменту давно реализован на платформе UNIX, но оставался доступен лишь программистам на зарплате. Джобс задумался не о том, как этот интерфейс изобрести, а о том, как он способен изменить всю модель отношений между человеком и компьютером. Кстати, заслуга по внедрению GUI в планетарном масштабе, как и гигантская прибыль от этого внедрения, досталась не яблочникам, а их вечному сопернику и благодетелю, поныне остающемуся самым богатым человеком на планете Земля, Биллу Гейтсу. Который эту идею тупо украл, лицензировав несколько решений Apple под MS DOS — и реализовал на её основе платформу Windows, благодаря которой миллиарды людей во всём мире были избавлены от необходимости зубрить языки командной строки. Джобс был от такого вероломства в ахуе и обращался в суды, но там ему напомнили, что изобретателем графического интерфейса и мыши его корпорация не является.

То же самое касается всех прочих новшеств, о которых мы сейчас вспоминаем в связи с юбилеем iPhone. Действительно, они не в Apple придуманы, и не в Apple впервые реализованы, и в большинстве своём они в первоначальном айфоне отсутствовали, как AppStore, геолокация или фронтальная камера. Но благодаря успешному внедрению всего этого на популярной платформе iOS все эти вещи за последнее десятилетие стали de facto технологическим стандартом, поэтому сегодня мы без них жизни своей не мыслим. Даже если большинство владельцев смартфонов и планшетов сегодня сидит на платформе Android, и, скорее всего, доля iOS в планетарном масштабе никогда не станет доминирующей, противопоставлять эти две платформы неправильно, ибо они произвели одну и ту же работу, просто в разных сегментах. Благодаря iPhone мобильная революция охватила «золотой миллиард», а благодаря Андроиду она сегодня дошла до глухой индийской, китайской и африканской деревни.

И дело тут совершенно не в маркетинге. Уверяю вас, 95% владельцев смартфонов никогда в жизни не видели никакой рекламы Андроида или iOS. Лучшей рекламой научно-технического прогресса являются его ощущимые результаты. Все эти мифы о том, что популярность программных или аппаратных решений обеспечивается количеством денег, вбуханных в «маркетинг», самими же маркетологами и придуманы, чтобы оправдать перед нанимателем свою полезность. На самом деле, ключевую роль реклама играет лишь там, где объект рекламирования ничтожен, либо полностью вымыщен, как «подсолнечное масло без содержания холестерина» или новый дизайн наклейки на упаковке йогурта. А там, где речь идёт о действительно нужных и полезных вещах, люди всегда сами разберутся, что для них важно. И это в общем случае будут не шашечки, а ехать.

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

[newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

Автор текста: **Антон Носик.**

#### **НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:**

Телеграм: [@bab24\\_link\\_bot](https://t.me/bab24_link_bot)

Эл.почта: [newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

#### **ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:**

эл.почта: [bratska.net.net@gmail.com](mailto:bratska.net.net@gmail.com)

#### **КОНТАКТЫ**

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24\\_link\\_bot](https://t.me/bur24_link_bot)

Эл.почта: [bur.babr@gmail.com](mailto:bur.babr@gmail.com)

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24\\_link\\_bot](https://t.me/irk24_link_bot)

Эл.почта: [irkbabr24@gmail.com](mailto:irkbabr24@gmail.com)

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24\\_link\\_bot](https://t.me/kras24_link_bot)

Эл.почта: [krasyar.babr@gmail.com](mailto:krasyar.babr@gmail.com)

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24\\_link\\_bot](https://t.me/nsk24_link_bot)

Эл.почта: [nsk.babr@gmail.com](mailto:nsk.babr@gmail.com)

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24\\_link\\_bot](https://t.me/tomsk24_link_bot)

Эл.почта: [tomsk.babr@gmail.com](mailto:tomsk.babr@gmail.com)

Прислать свою новость

#### **ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:**

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot\\_link\\_bot](https://t.me/babrobot_link_bot)

Эл.почта: [equatoria@gmail.com](mailto:equatoria@gmail.com)

#### **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:**

Эл.почта: [babrmarket@gmail.com](mailto:babrmarket@gmail.com)

Подробнее о размещении

Отказ от ответственности

Правила перепечаток

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)