



Искусство “дефрагментации” С. Дали - С. Джобса.

Реминисценции сюрреализма.



Пересказывать истории о достижениях фирмы Apple было бы, наверное, излишне: многие образцы ее продукции уже несколько десятилетий являются брендами в IT-индустрии, часть их, достигнув наших рубежей, также удачно прижилась, получив должное признание и оценку. Тем не менее, несмотря на огромную популярность корпорации, множество посвященных ей публикаций, официальных и неофициальных суждений о внутренних пружинах и механизмах ее деятельности, имя компании до сих пор, словно, окутано непостижимым “белым” ореолом тайны, завесой и загадочностью, присущих Apple, кажется, уже при ее появлении на свет.

Для раскрытия темы нам, все же, придется прибегать иногда к кратким дискурсам в область креативного мира Apple, поэтому публикация в большей степени будет интересней тем пользователям, которые, хотя бы в общих чертах, знакомы с историей фирмы или найдут время, чтобы познакомиться с совсем небанальным жизнеописанием ее главного (в недалеком прошлом) действующего лица Стивена Джобса. (Многие источники информации сейчас охотно представляют на своих ресурсах подробные биографические материалы, непредвзято, описывающие деятельность основных персон, сыгравших когда-то важную роль в недавнем прошлом компании, или представляющих ее сегодняшнее настоящее.)

Безусловно, многочисленные решения Apple, связанные с ними успехи (а иногда и неудачи), раньше и сегодня прочно ассоциируются с именем одного из ее директоров и основателей - Стивена Джобса.

Вот, что сказал о нем в одном из интервью, Уолтер Айзексон, автор биографической книги о С.Джобсе

- Я думаю, что он умел строить эмоциональную связь с людьми, он сам был очень эмоциональным и сентиментальным человеком. Он мог понимать эмоции людей и создавать продукцию, которая отвечает их эмоциональному настрою. Стив создавал продукты, способные занять место в душах людей. Его чувство дизайна и художественность - это как раз то, что соединяло его с людьми, как у поэта или художника.

Был ли в истинном значении слова Джобс профессиональным “художником от электроники” - разработчиком и конструктором? И да, и нет. В начале своей инженерной карьеры он, разумеется, прошел свои университеты, лично участвуя в воплощении стартапов “в железе”, но еще раньше он очаровался возможностью производственной, коммерческой реализации инновационных идей в компьютерной технике - идей, которые ему самому нравились намного больше, чем кому бы то ни было, и, которые на тот момент мало бы кто решился продвигать в качестве бизнес-проектов. Даже в начале своего менеджерского пути, обладая довольно скудными

познаниями в маркетинге, он ни секунды не сомневался, что эти идеи, получив адекватное оформление, непременно найдут отклик в душе массового потребителя, а успех, например, в коммерческом производстве микрокомпьютеров, непременно, должен будет быть обеспечен. Казалось бы, такая романтическая коммерческая безрассудность, наверняка, должна была бы привести юного предпринимателя к экономическому краху уже в начале его пути. Но в том-то и состояло искусство дефрагментации Стивена Джобса, что с ранних лет, он знал толк в том, как воплотить в бизнесе ту реально ощущаемую им красоту идей, материализованных иногда в скупом оформлении, а иногда существующих лишь виртуально, в виде разрабатываемых схем. Причем, с тех же молодых лет он был классическим сторонником делания конкретных дел в конкретное (читай ограниченное) время, что называется - здесь и сейчас - не менее и не более того. В этом, кстати проявился и его, ставший впоследствии знаменитым перфекционизм: умение выделять (дефрагментировать) главное, весьма, жестко ограничивая возможности функционального расширения, доводить идеи до стадии планового производства технических устройств, то есть, говоря иначе: он очаровывался идеями ровно до того момента, пока чувствовал перспективы их функционального использования и возможности оптимальной коммерческой реализации. При том, что и на ранних этапах, и в более поздние периоды своей деятельности он часто был не в состоянии оценить всю степень риска просчетов, особенно перспектив расширения функциональных возможностей тех продуктов, за выпуск которых он в компании отвечал персонально.

(Кто знает: не стало ли это тогда одной из отправных точек роста развития тенденций в дифференциации использования (возможностей расширения) функциональных качеств широкого класса технических устройств, которые сегодня мы повсеместно наблюдаем в практике их коммерческой реализации.)

“Из-за переориентации бизнеса на массового неискушенного потребителя между Джобсом и Возняком (талантливый конструктор, партнер С. Джобса, сооснователь Apple) возникли первые серьезные разногласия. Джобс предлагал оставить только два слота: для принтера и модема. Возняк настаивал, что слотов должно быть восемь: “Люди вроде меня обязательно придумают, что бы ещё такого добавить в свой компьютер”. Но Джобс предпочитал сам решать, что нужно людям. В итоге Стиву пришлось уступить, так как всегда покладистый Воз на этот раз поставил ультиматум, предложив партнёру поискать для продажи другой компьютер.” (Текст: <http://ru.wikipedia.org>)

Довольно часто фортуна благоволила Джобсу, но иногда это, в самом деле, приводило к коммерческим неудачам и даже провалам некоторых направлений в деятельности компании. Еще раньше этому предшествовали внутренние жесткие коллизии с топ-менеджерами и ведущими конструкторами - разработчиками прототипов изделий, готовящихся или уже находящихся в стадии промышленной сборки.

Но глубоко входить в детали споров и доводов оппонентов Стивен Джобс, по-видимому, не хотел, а может быть, и не умел. Успешно начатое дело, по выпуску первых персональных компьютеров (а точнее даже плат для их сборки) требовало определенных комплексных, часто рутинных, усилий в столь кропотливом процессе, как выпуск электронных устройств. Заниматься бизнесом, в таком разрезе, Джобс, похоже, был не намерен. Его темперамент, интуиция, вихревые потки идей того времени в области

микроэлектроники диктовали ему совсем иные ощущения. Также, например, как в свое время, творцов сюрреализма, глубоко впечатляли работы символистов, Джобса, как следует из его биографии, почти маниакально интересовали все самые современные элементы электронных устройств, релизы готовых изделий и проч., процесс создания которых, получил наибольшее развитие в зарождающейся тогда Кремниевой долине США - местности, где тогда жил и набирался бесценных знаний и опыта будущий основатель одной из крупнейших фирм по производству компьютерной и другой микроэлектронной техники.

Он находил настолько изумительными идеи, составляющие на том этапе базу творческого конструкторского креатива микроэлектроники, что, может быть, как никто другой из его коллег-современников мечтал о массовом производстве и применении устройств, в которых эти замечательные идеи нашли бы свое воплощение. Стоит заметить, что, функционально, некоторые разработки были тогда, частично, реализованы в различных аппаратных и программных продуктах корпораций, производящих электронную технику (а какие-то -приватно выполнены конструкторами, частными лицами). Однако, мало кто тогда, и среди них Джобсу по праву может принадлежать пальма первенства, так глубоко ощущал, как именно, в каком сочетании эти решения могут пригодиться массовому пользователю, уж тем более заполнить нишу рынка бытовой и профессиональной микроэлектроники, микрокомпьютеров, породить бум в сложнейшей области высокотехнологичного промышленного производства.

По творческому горению, жизненному темпераменту, своеобразной манере поведения Стивен Джобс чем-то очень напоминает легендарного сюрреалиста Сальвадора Дали (совпадают, кстати, и важные, ключевые моменты их биографий).

Каждый в своей стихии, но оба отчетливо сознавали и представляли мощь будущего воплощения: один - эстетики нового искусства, другой - универсальных возможностей применения новых технологий. Их роднила безоглядная, безоговорочная, часто (к сожалению окружающих), безапелляционная уверенность в их, по личному мнению обоих, безукоризненно правильных и единственно верных способах реализации новаторских замыслов: С. Дали - в искусстве, С. Джобса - в технике и маркетинге.

Феномен новаторства сюрреализма состоит в том, что из всей причудливой смеси качеств характера, часто, в избытке наделенных пионерами-первопроходцами: таланта и зазнайства, работоспособности и аутизма, просветляющих догадок в решении творческих задач и иррациональных методах их осуществления, вырастает непрерывное действенное движение, которое в итоге, в самом деле, приводит к реформаторским преобразованиям в разных сферах деятельности людей, и за счет чего осуществляется самореализация новаторов-сюрреалистов.

- Я всегда видел то, чего другие не видели; а того, что видели другие, я не видел.

С. Дали

- В шесть лет я хотел стать поваром, в семь - Наполеоном, а потом мои притязания постоянно росли.

С. Дали

К объективным социальным потребностям этого явления, следует, наверное, отнести особенности общественной психологии общества, которые в начале XX-Века стали играть важную роль, вследствие развития его демократических институтов, увеличения образовательного и культурного уровней людей, значительного влияния на общественную жизнь последствий технической революции: появления мощных средств

радиосвязи, новых средств массмедиа, появления и развития новых классов транспортных средств и др.

И Дали и Джобс как-то по особенному улавливали моменты времени, когда в обществе остро назревала потребность перемен, проявлялось ли это масштабно, в форме борьбы за социальные преобразования, социальные права и демократию - лучшие и более свободные формы существования миллионов людей разных континентов, или более локально - в потребности новых форм, нового искусства, новой моды и проч., всего, что порождало новую эстетику и новые технологии, призванных еще больше гуманизировать и гармонизировать жизнь людей.

- Меня зовут Сальвадором - Спасителем - в знак того, что во времена угрожающей техники и процветания посредственности, которые нам выпала честь претерпевать, я призван спасти искусство от пустоты. С. Дали

- Вы хотите посвятить свою жизнь продажам сладкой воды или хотите пойти со мной и по настоящему изменить мир?

С. Джобс

Например, времена, когда сюрреализм, проявил себя, как направление искусства, вызвал к жизни почти повсеместную моду на яркость и экспрессивность, что проявлялось в стиле одежды, дизайне, обустройстве жилья, пользовании бытовыми электроприборами, радиоприемниками, автомобилями, открывшимися новыми возможностями путешествовать. Людям той эпохи, сумевшим за короткий период времени реализовать огромный индустриальный прорыв, требовалась мощная духовная подпитка их достижений, новые эстетические форматы жизни: залитые светом города, блистательный кинематограф, новые театральные постановки, особенная живопись и музыка, и т.д. Для того, чтобы адаптироваться к стремительно меняющемуся миру, иметь возможность продолжения развития, стоило бы освободить их духовный мир от многих догматов и постулатов прежних времен - это, в самом деле, было объективной потребностью того времени. Это одновременно было и вызовом новому искусству, задача которого заключалась в переосмыслении (новой интерпретации) Означаемого и Означающего для условий изменившейся действительности. Сюрреализм не только не мог пройти мимо этой задачи - он просто рожден был, чтобы выполнить эту функцию.

В случае с "Джобсом-Apple" временной континуум 70-80-х годов, также требовал преобразований, вызванных очередной волной технической революции, на этот раз - информационно-компьютерной. Огромный скачок в развитии и применении электроники, разработанной на основе полупроводниковых материалов, вместе с информационным бумом, вызванным прогрессом телекоммуникаций, внедрения информационно-вычислительных систем, необычайно мощным импульсом в прикладной математике, программировании, вызывали необходимость создания новой инструментальной среды, предназначенной для индивидуального хранения и передачи значительных объемов информации (обмена данными), устройств, которые могли бы применяться в качестве универсальных средств в профессиональной деятельности, обучении, бизнесе и проч. Кроме того, такие устройства, в перспективе, должны были бы

потеснить заполнившее к тому времени массовое сознание, ставшее всеядным телевидение, предоставив пользователям возможности диалога с компьютерами - более конструктивный мир, в котором нашлось бы место не только развлечениям, но и созидательной, образовательной деятельности, на основе совершенно иной коммуникативной среды. Все это, как и в случае массового завоевания умов в 20-40-х годах прошлого века (времени расцвета сюрреализма) новыми философскими течениями, новой эстетикой, означало одно - человечеству на тот момент времени (70-80 гг. XX Века) в очередной раз потребовалось расширение институтов общественной мысли, общественной психологии, проявившихся на этот раз в интуитивном стремлении к иной форме коммуникаций - межличностного диалога на основе информационно-компьютерных технологий; диалога, более свободного от контроля государства, и даже физических свойств времени и пространства.

- Согласно закону возмещения, постулату о неустойчивости равновесия и принципу разнородности недостаток чего-либо дает в конечном итоге новую систему отношений. С. Дали

- Я бы обменял все свои технологии на встречу с Сократом. С. Джобс

Джобс интуитивно чувствовал необходимость перемен в обществе; как и Дали, он стремился строить свою личную жизнь, опираясь на чувство внутренней свободы, которым природа щедро наделила его.

(Об этом очень подробно излагается во многих публикациях и биографических очерках, а также официально изданной биографии Стивена Джобса, работу над которой начал Уолтер Айзексон, с одобрения самого Джобса.)

Реализуя свои иллюзорные миры: один - в живописи, искусстве инсталляции, другой - в гаджетах, электронных устройствах, два творца, отдаленных по времени эпох, осуществляли непрерывное действенное движение (см. выше), приводящее к реформаторским преобразованиям: в искусстве - в одном случае, компьютерной технике и технологиях - другом.

Любопытны принципы, соответствующие их реформаторской устремленности, появившиеся у обоих по мере становления их творческих судеб, (как и возникновения коллизий в отношениях с окружающим их миром).

Но для начала подчеркнем удивительно сходящиеся параллели двух биографических линий:

- Безусловная гениальность Дали была в том, что он выбрал оптимальный путь для реализации своего скромного живописного дара и удовлетворения более чем нескромного честолюбия.

(Источник цитаты: <http://www.mir-dali.ru/>)

- Он был гением в своей способности соединять искусство с технологией. Он не был самым лучшим компьютерным инженером своего времени, но он умел соединять идеи разных людей и создавать прекрасное из этих идей. В этом суть его гения. (Уолтер Айзексон, автор биографической книги о С. Джобсе)

Аналогия личностных качеств двух героев, как говорится, более чем очевидна.

- Художник не тот, кто вдохновляется, а тот, кто вдохновляет. С. Дали

- Невозможно создать хороший продукт, основываясь на опросах людей или пользуясь фокус-группами. Люди сами не знают чего они хотят, пока им это не покажешь. С. Джобс

- Бежать впереди Истории гораздо интереснее, чем описывать её. С. Дали

- Основной причиной, из-за которой люди будут приобретать домой компьютер - это возможность быть связанными с национальной коммуникационной сетью. Сейчас все только начинается, но это будет настоящий прорыв. Примерно как телефон. С. Джобс

- Думаю, что сейчас у нас средневековье, но когда-нибудь настанет Возрождение. С. Дали

- Мы носим одежду, которую сшили другие люди. Мы говорим на языках, которые были придуманы другими людьми. Мы едим пищу, которую научились выращивать другие люди. Теперь пришло время и нам стать полезными человечеству. С. Джобс

Очень похоже, обе творческие личности всегда стремились конструировать свою жизнь и создавать адекватную атмосферу творчества. В большей степени этому соответствовали даже не художническая, в случае Дали, или конструкторская, в случае Джобса, черты характера - оба, определенно, исповедовали режиссерский стиль, который, как бы репродуцирует процесс творческих разработок, ассоциативно присовокупляя к нему визуализацию действия, как некой ролевой игры.

...Джобс слишком хорошо знал своего друга. Он не стал убеждать Возняка, что компания непременно принесёт доход, а расписал их предприятие как увлекательное приключение. И это работало:

- Я подумал, что это будет здорово. Два лучших друга организуют свою компанию. Класс. Я понял, что очень этого хочу. Как я мог отказаться?

(Текст: <http://ru.wikipedia.org>)

Кстати в жизни обоих было множество эпизодов и даже длительных периодов, связанных с искусством кино, дружбой с профессиональными режиссерами, продюсерами, участием в производстве картин, создании популярных устройств - средств мультимедиа.

Эта кинематографическая чувствительность, проявляла себя, кажущимися на первый взгляд чудачествами - на самом деле, другой категорией логики, неочевидным,

сюрреалистическим методом анализа, конечный результат, которого, как для оппонентов внутри корпорации, так и за ее пределами - в лице конкурентов, мог проявиться *значительно позже*.

- Стив управлял NeXT с навязчивой идеей эстетического совершенства. Вместе с Эсслингером они разработали дизайн компьютера NeXT, идея которого принадлежала Джобсу. Магниевый корпус компьютера представлял собой идеальный матово-чёрный куб с длиной ребра точно в 1 фут (30,48 см). На таком корпусе хорошо заметны малейшие царапины, но Джобса это не смущало. Стив не знал компромиссов, когда дело касалось дизайна: идеальные прямые углы представляли серьёзную технологическую проблему, однако Джобс не поспешил на расходы. Для производства компьютеров Джобс, как и в случае с Macintosh, построил белоснежный завод во Фримонте. Полностью роботизированная сборочная линия длиной 50 метров состояла из выкрашенных в яркие цвета станков и работала по японской системе “Канбан”, воплощая логистическую концепцию “точно в срок”. (Текст: <http://ru.wikipedia.org>)

Джобс как бы предвидел сцены, в которых будущий покупатель испытывал эстетическое “юзабилити-наслаждение” приобретенным девайсом Apple. Если же, напротив, умозрительная сцена пользования гаджетом, казалась непрезентабельной, так что впору было разочароваться, ему хватало смелости и твердости настоять, чтобы менеджмент фирмы, ведущие конструкторы, инженеры и технический персонал компании, провели дополнительную доработку (бывали случаи и серьезных переделок, почти, готовых для серийного выпуска прототипов) и довели оригинал-макет выпускаемого девайса до таких технических и дизайнерских форматов, которые бы соответствовали его интуитивным ощущениям.

- После девяти месяцев напряжённой работы Джобс понял, что дизайн телефона его не устраивает. Главным козырем модели был большой стеклянный экран, но его визуально подавлял металлический корпус. Джобс посоветовался с Айвом и объявил его команде:

Ребята, вы чуть не угробили себя, работая над этим дизайном, но мы собираемся изменить его. Мы собираемся работать по ночам и выходным, если хотите, мы можем раздать вам пистолеты, чтобы вы могли пристрелить нас прямо сейчас. - Стив Джобс

Стеклянный экран был доведён до самого края, металлической осталась лишь узкая полоска на торце. Это зрительно подчинило все части экрану, телефон стал приятнее на ощупь, но пришлось изменить расположение внутренних компонентов.

Телефон был представлен в январе 2007 года на традиционной выставке Macworld Expo. Айзексон склонен считать эту презентацию лучшей в карьере Стива Джобса. Согласно опросам, шесть из десяти американцев знали о его выпуске 29 июня 2007 года. Журнал Time объявил его изобретением года.

(Текст: <http://ru.wikipedia.org>)

Это являло собой перфекционизм уже зрелого и опытного топ-менеджера,

перфекционизм, которым полнились слухи внутри самой фирмы и который не уставали раздувать падкие на сенсации средства массовой информации. Но, если смотреть, на это качество характера Джобса, как одно из проявлений его сюрреалистической интуиции, то, очевидно, он предвидел успех там, где другим его придирки, казалось, вели к пустым затратам времени и средств. В известной мере, его упрямство и жесткость в делах позволяли ему все-таки чаще добиваться выполнения поставленных перед самим собой (или перед коллективами разработчиков) целей, а о неудачах он умел (или научился еще в ранней молодости) быстро забывать: ошибки он использовал во будущее благо (по крайней мере, так это выглядело в жизни, и так он сам утверждал).

- Мы иначе смотрим на дизайн. Дизайн - это не то, как продукт выглядит и воспринимается. Дизайн - это то, как он работает.
Стив Джобс

- Нет такого понятия, как успешный человек, который ни разу не оступился и не допустил ошибки. Есть только успешные люди, которые допустили ошибки, но затем изменили свои планы, основываясь на этих самых ошибках. Я как раз один из таких парней.
Стив Джобс

Полагая, что определенная схожесть методов творчества Сальвадора Дали (как и методов многих художников, представителей этого направления) и, сопоставляемых им в данной публикации методов разработки инновационной техники Стивена Джобса, уже как-то обозначилась, приведем в заключение расшифровку тезиса, вынесенного в название публикации.

Искусство дефрагментации в том аспекте, в каком велась речь, в данной публикации означало бы на наш взгляд следующее: это свойство и качество творческой личности интуитивно схватывать (очень часто в ходе молниеносного анализа) любые идеи, репрезентированные в виде готовых предметов искусства, образцов изделий или их прототипов, находящихся в стадии разработки, с целью последующей их креативной трансформации (в ходе творческого процесса) в новые, наиболее адекватные для удовлетворения в ближайшей перспективе потребностей социума эталоны и модели. Отчетливо представляя себе запросы современного общества, сюрреалисты как бы ведут его дальше: их задача привнести в общество новую эстетику, открыть новые черты и качества человеческой личности в ее стремлении к гармонизации сложного взаимодействия с миром, особенно в условиях технократического бума.

- Увидел - и запало в душу, и через кисть пролилось на холст. Это живопись. И то же самое - любовь.
С. Дали

- Креативность - это просто создание связей между вещами. Когда творческих людей спрашивают, как они что-то сделали, они чувствуют себя немного виноватыми, потому что они не сделали ничего на самом деле, а просто заметили. Это становится им понятно со временем. Они смогли связать разные кусочки своего опыта и синтезировать что-то новое. Это происходит потому, что они пережили и увидели больше, чем другие, или потому, что они больше об этом размышляют.

С. Джобс

Если с возрастом художника (изобретателя) революционный дух, стремление изменить воззрения культурной, идеологической или близкой по теме профессиональной среды как-то уменьшает свою интенсивность, пламя творчества - фирменный признак мастеров никогда не угасает.

В самом деле, добившись посредством конкретных разработок реализации своих идей, всеобщего признания, и, часто, владея умами почитателей, большее внимание креативщики начинают уделять вопросам сохранения лидерства, закрепления приоритетов: то что было инновациями еще недавно, теперь уже можно рассматривать в качестве классики.

- Проблема в том, что я стал старше и понял, что технологические новинки не способны действительно изменить мир. Извините, но это правда.

С. Джобс

- Сосредоточенность и простота - вот моя мантра. Тяжелее добиться простоты, чем усложненности: нужно работать изо всех сил, чтобы начать мыслить ясно и сделать какую-нибудь простую вещь.

С. Джобс

Именно в такой период Дали выполняет работы, эстетически более взвешенные (если только так, вообще, можно сказать о сюрреализме), где в большей степени присутствует его мастерство и талант живописца.

- Для начала научитесь рисовать и писать как старые мастера, а уж потом действуйте по своему усмотрению - и вас будут уважать.

С. Дали

В то же время, в это время начинает сильно проявляться, другая сторона искусства дефрагментации, основанная не только на грандиозной интуиции авторов, но уже и на огромном опыте профессиональной деятельности - маркетинге, стратегии взаимодействия с массовой аудиторией, массовым потребителем творческих идей, созданных и реализованных образов и продуктов.

Что более захватывающе: искусство творить или искусство манипуляции? Трудно сказать. Во всяком случае, в зрелости мастеров эта сторона жизни (у Дали под руководством его жены Галы) проявляла себя не менее интригующе, чем их эпатажная юность. Каждый чувствовал не только полное владение материалом: у одного - живописные образы, кинематограф, фотоинсталляции, у другого - великолепные знания элементной базы, технологий разработки и производства гаджетов, но и возможность маневра: продолжать удивлять публику - становится уже трендом, даже независимо от того полюбит ли публика новые творения, также как старые - кайф в том, что гуру уже может позволить себе свободу и большую долю независимости от мнений, вкусов и ожиданий масс.

- Я высокомерен и многообразно порочен. Я - пособник анархии. Если уж я беру, то всегда перебираю. Все у меня переменчиво и все неизменно.

С. Дали

- Я - единственный человек, который знает, что такое потерять четверть миллиарда долларов за год. Это закаляет характер.

С. Джобс

Так, каков же, в свете всего сказанного, мог бы быть сюрреалистический мессидж эволюционного релиза iPhone5 Стивена Джобса и его соратников по Apple S?

Вспомним, что Джобса никогда не останавливала боязнь принимать ответственные решения, если его ощущения психологических свойств временного континуума складывались в определенную схему, которой он руководствовался при выборе решений и которая казалась ему единственно правильной.

В этом проекте Джобс, как всегда, проявил сюрреалистическое чутье, оставаясь верным интуиции, на которую он видимо полагался, как на главное качество ведения дел, он и в этот раз не проиграл.

Итак, тот успех, который все-таки состоялся у Apple - просчитан ли он был до конца, или это все-таки дело случая, последствия стечений всех перипетий и обстоятельств, которые предшествовали этому событию.

Как уже сегодня известно *технические характеристики смартфона iPhone5* не отличаются (кардинально) от своего предшественника iPhone4S, в этом релизе Apple по общему мнению выполнила эволюционную доработку предыдущей версии гаджета, чтобы так или иначе соответствовать тем современным требованиям, которые сегодня желательно иметь марке - бренду.

Тем не менее, этот проект, несмотря на кажущуюся свою “простоту”, представляется все-таки хорошо, просчитанным и в базе своих решений - комплексным. В основе его, видимо, лежало прагматичное предположение Стивена Джобса и руководства Apple о необходимости пролонгирования идеологии предыдущего выпуска iPhone4S (с добавлением некоторых усовершенствований в дизайне, используемых материалах корпуса, увеличения значений технических параметров смартфона и др.) Джобс, к тому же, скорее всего, посчитал, что раз смартфон был так сильно популярен у публики в последнее время, стоит предложить пользователям эволюционное продолжение бренда с улучшенными характеристиками (так он, кстати, не единожды поступал в своей карьере); все остальное: продвижение новой модели, благоприятное публицити и, в конечном, итоге коммерческий успех ее реализации должны сделать марка Apple и имя Джобса. Может быть, это был один из случаев, когда художники или изобретатели могут воспользоваться своим именем, поскольку оно работает на личность (до того, как известно, часто бывает так, что долгие годы творцы работают над созданием имиджа, Имени, тратя на это уйму времени и сил, почти, не получая в взамен каких-то серьезных дивидендов.) Кроме того, Стивен Джобс не мог не учитывать, что начавшаяся параллельная гонка с рядом других компаний по части технической навороченности гаджетов, в этот раз, наверняка, была бы проиграна компанией Apple S, в силу того, что конкуренты в своих разработках выходили, в этом плане, на более качественные и совершенные прототипы моделей. Такая гонка могла бы не просто измотать Apple, но даже быть для нее критическим шагом, пусть компания в то время в прямую конкуренцию. Предчувствуя возможность такой неблагоприятной ситуации, Джобс мог, довольно прагматично, ограничиться тем прототипом для выпуска новой серии смартфонов, который являет собой iPhone5. Это было как раз в его духе: загадка с вызывающим намеком конкурентам - даже такой, не сильно модифицированный по сравнению с прошлым релизом девайс, все еще превосходит по своим качествам и имиджу. А, что до ожиданий очередного чуда потенциальными покупателями, фанатами и почитателями марки, то они давно уже стали как бы членами

одного ордена (а многие еще стремятся приобщиться), девизом которого, могла бы быть такая, например, сентенция: “Качество - это функциональность и надежность, но еще стиль и респектабельность”. Поэтому, компания (в лице Джобса) могла рискнуть, в расчете на взаимопонимание своих почитателей (основательно прикрывающих сегмент рынка Apple S), полагаясь на их поддержку, как членов одного, глобального по масштабам клуба (известный факт: обладатели смартфонов Apple, очень часто стремятся приобрести и все последующие релизы фирмы).

Может быть, когда ни будь, мы точно узнаем, как менеджмент компании принял такое решение об эволюции смартфона.

Судя по инсайдерской информации, были сведения, что Apple S готова принять решение о глубокой модернизации моделей и самого производства смартфонов, или перепрофилировании значительной доли бизнеса компании в другие сферы приложений, в том числе, в развитие электронно-образовательных систем, ресурсов. В последнем случае это уже получило определенные импульсы (о чем сообщалось на страницах Новостей e-Learning сайта Департамента образования).

Как бы то ни было, в этом проекте Стивен Джобс снова, как бы предстает в роли прагматичного сюрреалиста, искренне рассчитывающего на понимание покупателей, будущих пользователей, приверженцев продукции его компании. Он, словно, предлагает пройтись под белым парусом по глади озера, полюбовавшись на этот раз красотой тихой заводи, отлично сознавая, что парусник еще не только крепок и стремителен, а имеет и, вполне, современную функциональную оснастку: отличный такелаж, мощный двигатель, и узнаваемый профиль - фирменный стиль бренда.

Разве от этого не становится теплее. Перфекционизм Джобса и его команды на тот момент, даже несмотря на утечку информации, как никогда, заключался в том, чтобы не дрогнуть, довести разработанный проект до стадии сборочного производства так, как он и был задуман. Это дорого стоит для всей корпорации: в бизнесе не бывает места для сантиментов, а стрелы критики могут не оставить и камня на камне от гипотетических надежд любого коллектива менеджеров и разработчиков: все, в конце концов, определяется практикой - коммерческим успехом - количеством продаж.

О коммерческом успехе проекта выхода iPhone5 многие уже, наверное, наслышаны - эта новость в свете представленных технических характеристик нового смартфона остается настоящей сенсацией и по сей день. Обескураженными оказались и средства массовой информации: кроме беллетристики, констатирующей факт успеха релиза, практически не было представлено каких-то зацепок, в попытке пролить свет на внутреннюю, содержательную логику этого события, представить аналитику процесса.

До своего ухода с поста директора фирмы, почти все презентации, с большой оригинальностью и мастерством вел сам С. Джобс. Они представляли собой великолепные шоу, всегда задававшее необходимый мажорный тон для последующих коммерческих раскруток представляемых проектов.

Каковы же были перипетии появления релиза iPhone5. После некоторого шока массовой аудитории, вызванного, не столько более чем скромной презентацией нового девайса Тимом Куком, сколько, почти, полным соответствием, просочившихся в прессу данных о характеристиках готовящегося к выходу в свет прототипу iPhone5 и его воочию

представленным коммерческим релизом, пришло время паузы, затишья, словно отпущенного на размышление: чтобы это все значило? Но очень скоро мир любителей Apple, а теперь уже, надо полагать, и все остальные, услышали мессидж, который, видимо, хотел передать Стивен Джобс, работая над этим проектом: не надо пренебрегать продолжением iPh4s в iPh5, они и сами по себе еще очень хорошие эти гаджеты, еще совсем не устарели и они, вполне, в духе времени. Пусть они еще какое-то время побудут украшением вашей жизни, признаком хорошего вкуса, признаком любителей бренда.

...И случилось чудо - чудо сюрреализма. Мир, кажется, непостижимым, гуманистическим образом отреагировал на новое детище корпорации, сочтя новый релиз смартфона не только достойным современным девайсом, но и раритетом, пусть и дорогой, но все-таки данью поклонения авантажному стилю, стилю С. Джобса и Apple S, стилю надежности и респектабельности, стилю посвященных. Покупка iPhone5 стала не рядовой, торговой операцией, а приобретением культовой, ставшей при уже при своем рождении легендарной, почти музейной вещью - реликвией.

Тот, коммерческий успех, который случился с iPhone5, может быть, не что иное, как гигантский флэш-моб сотен тысяч людей на разных континентах, разделенных во времени и пространстве, но соединенных между собой любовью к изящному, уважением к истории, гуманистическими взглядами на природу творчества, в сущности, стихийное, очень современное проявление качества ноосферы.

Нельзя соединить точки своей судьбы, если смотришь вперед; соединить их можно только ретроспективно. Так что надо верить, что эти точки как-нибудь, да соединятся в будущем. Надо во что-то верить - в свой кураж, предназначение, карму, во что угодно. Этот принцип никогда меня не подводил и изменил всю мою жизнь. С. Джобс

Сальвадор Дали когда-то утверждал: “Сам я, когда пишу, не понимаю, какой смысл заключен в моей картине. Не подумайте, однако, что она лишена смысла! Просто он так глубок, так сложен, ненарочит и прихотлив, что ускользает от обычного логического восприятия.”

И еще, С. Дали заявлял: “Я не сюрреалист, я - сюрреализм.” Сказано, конечно, романтично и сильно. Как раз, в духе сюрреализма (или уж в духе его творца - Дали :), хотя в претенциозности он, все-таки, немного перегнул.

Люди стремятся жить по логическим правилам, сообразуясь со здравым смыслом, и законами. Сюрреализм - более интуитивный способ существования и реализации практической деятельности. В некоторые периоды жизни общества потребность в нем возрастает особенно сильно, так, как в этих случаях, с помощью нестандартных, экстраординарных методов, общество кратчайшими способами может достичь необходимого ему для существования состояния гармонии. Сюрреализм, в силу общественной потребности, в такие моменты, как бы индуцируется в личностях, имеющих особую склонность жить и творить, сообразуясь больше всего с чувством собственной интуиции, поскольку именно таким, хотя и не очевидным образом, им удастся оптимально осуществлять наилучшие реформаторские решения, необходимые для прогресса человечества. Деятелей такого типа можно по праву считать сюрреалистами.

