



«НАШИ СТУДЕНТЫ БУДУТ СТАЖИРОВАТЬСЯ В SPN OGILVY»

7-8 февраля в швейцарском Давосе прошел Всемирный форум Communication on Top — одно из главных событий коммуникационной индустрии. Ведущие эксперты в области PR и маркетинга обсуждали глобальные тренды в медиа, и, в том числе, перспективы образования в этой сфере. В качестве почетных гостей форум посетили ректор МГУП Константин Антипов и научный руководитель Института коммуникационной и медиа индустрии Борис Еремин. О результатах визита они рассказали нашей газете.



Константин Антипов

— МГУП имени Ивана Федорова впервые стал участником коммуникационного форума. Насколько значимо это событие для нашего университета?

— Это признание международным профессиональным сообществом значения Университета печати для медиаиндустрии. Кроме того, форум — это еще один важный ресурс для улучшения образовательного процесса, за счет развития связей в профессиональной среде, установления прямых контактов с наиболее авторитетными в стране и Европе работодателями медиасферы. Я надеюсь, что наше участие будет регулярным.

— Какие темы обсуждались в Давосе?

— Соотношение офлайн и онлайн коммуникаций, создание и развитие медиапроектов в бизнесе, политике, других областях. Одна из дискуссионных площадок была посвящена профессиональным конкурсам в сфере связей с общественностью. Здесь от Университета печати выступал профессор Борис Еремин. Ему удалось развернуть дискуссию в сторону медиаобра-

зования, и обсуждение показало, что нам есть чему поучиться у европейских коллег, а им — у нас. В кулуарах мне удалось пообщаться с очень широким кругом специалистов и основной вывод по результатам общения таков — в отрасли созрело понимание необходимости образовательного кластера в сфере коммуникаций, отрасль готова идти нам навстречу с целью актуализации профилей и направлений подготовки, готова участвовать в формировании учебного процесса.

— В Давосе вы много рассказывали о нашем вузе. Что, прежде всего, интересовало зарубежных коллег?

— Больше всего вопросов было о том, как построен у нас учебный процесс, какие проблемы мы испытываем при его реализации и во взаимодействии с отраслью. Выяснилось, что во многом эти проблемы схожи у российских и европейских вузов. Развивая такие контакты, мы можем почерпнуть уже готовые решения и использовать их в контексте развития университета.

— О соотношении офлайн и онлайн медиа — спор давний. Когда-то эти каналы противопоставляли, какой взгляд на эту проблему сейчас, что об этом говорили на форуме?

— Коллега из Болгарии предложил участникам проголосовать — кто разделяет мнение о том, что последняя газета на бумаге выйдет в 2021 году. Поднялось всего несколько рук, и это меня порадовало. Консолидированное мнение участников дискуссии — соотношение печатного и электронного слова будет гармонизированным. Сегодня коммуникации в обоих направлениях развиваются равно интенсивно. Говоря об онлайн-коммуникации,

мы говорим только о появлении нового инструмента в решении части коммуникационных задач. Онлайн-пространство имеет целый ряд преимуществ перед печатью: возможность таргетирования, актуального диалога с аудиторией и т.п. Но эти преимущества не умаляют значения печатного слова, а в некоторых случаях оно становится более весомым и эффективным, более понятным аудитории. Есть над чем поразмышлять, совершенствуя наш образовательный процесс.

— Велись ли переговоры о сотрудничестве МГУП с зарубежными партнерами?

— Мы достигли договоренностей о прохождении практики, стажировок наших студентов — журналистов и пиарщиков — в ряде известнейших в мире агентств, например, в коммуникационном агентстве SPN Ogilvy. Это не просто расширяет горизонт взаимодействия с отраслью, но и позиционирует вуз в качестве ведущего центра подготовки кадров для медиа.

— Какое место сегодня занимает МГУП имени Ивана Федорова в мировой образовательной системе?

— Мы были единственным университетом, представленным на форуме, и это о многом говорит. Сейчас мы являемся, пожалуй, единственным образовательным научным центром, способным стать ядром образовательного медиакластера в России. Это определяет и наше место в профессиональной международной среде — в числе ведущих университетов России и Европы, ориентированных на удовлетворение квалификационных потребностей медиасферы. А схему взаимодействия определить очень просто: мы способны удовлетво-

рять кадровые потребности любого оператора этого рынка на основе взаимовыгодного сотрудничества. Разумеется, уровень международной известности МГУП пока еще недостаточен для того, чтобы выстроилась очередь из зарубежных партнеров. Тем не менее, хочу подчеркнуть, сам факт нашего участия в форуме в качестве почетных гостей и представителей российской системы образования, дает основание говорить о том, что интерес к нам проявлен. Мы будем развивать сотрудничество с зарубежными партнерами, расширяя академическую мобильность наших студентов и преподавателей, укрепляя международные связи и привлекая иностранных студентов.



Борис Еремин

— Чему было посвящено ваше выступление на форуме?

— Профессиональным наградам в сфере PR и коммуникаций. Я выступал с такой позиции, что функция индустриальных премий — стратегическая, а не тактическая. Они выполняют задачу просвещения и самой индустрии, и околоиндустриальной среды, позволяют

понять, что в нашем сообществе есть профессиональная компетенция — за что награждают. Поэтому премия отражает не только тенденции и моды, но и реальную ситуацию на рынке, степень профессионализма, уровень конкуренции.

— Как иностранные коллеги восприняли вашу точку зрения?

— Судя по реакции, многие на эту тему задумываются, но одни хотя бы посмотреть в зеркало премии — то есть, видеть тенденции, которые в нем отражаются, другие — нет.

— Так или иначе, институт премии — это часть образовательного процесса. Что вы думаете о современном образовании в сфере коммуникаций, каковы различия в методике западных и российских школ и вузов?

— Во всем мире основу образования для коммуникационной индустрии составляет образование не первое. Все-таки работа в сфере маркетинга, рекламы и PR — это сложный процесс со сложной мотивацией. Такую профессию, как правило, люди выбирают уже второй, до этого обучаясь психологии или социологии. В итоге они делают свой выбор осознанно, идут на профпереподготовку и становятся хорошими, компетентными специалистами с качественным бэкграундом в виде первого образования. В России, мне кажется, утвердилась не очень правильная тенденция, когда школьник в 16-17 лет принимает решение о том, что он будет рекламистом или пиарщиком, ориентируясь на поверхностную, общедоступную информацию о профессии. Поэтому выбор часто оказывается ложным, а поменять что-то потом тяжело.

Окончание интервью на стр. 2

НОВОСТИ

НОВЫЕ ПРОЕКТЫ МГУП В ЮЖНОЙ КОРЕЕ

Ректор МГУП имени Ивана Федорова Константин Антипов посетил с деловым визитом Республику Корея, где встретился с представителями Корейского института машиностроения и материаловедения (КИММ) и университета Джунг-Бу. На встречах обсуждались вопросы сотрудничества в сфере научных исследований. В частности, с дирекцией КИММ была достигнута договоренность о совместной научной

работе по магнитной левитации и о заключении нового контракта на продолжение партнерских исследований в области планарных технологий и полиграфии.

Константин Антипов также провел переговоры с руководством университета Джунг-Бу. Их итогом стала новая, расширенная программа академического обмена.

ДОНОРАМ — СЛАВА!

4 и 5 марта в студенческом отделении московской городс-

кой поликлиники № 6 прошли Дни донора. Студенты МГУП имени Ивана Федорова приняли активное участие в акции.

Вместе со студентами кровь также сдали заведующий кафедрой связей с общественностью Владимир Кошель и аспиранты Александр Пучков и Владислав Верещагин.

В благодарность за оказанную помощь Центр студенческих инициатив МГУП дарит билеты в Театр имени Маяковского всем участникам акции. За билетами

обращаться к Горловой Ольге Евгеньевне (каб. 2301).

ГЕНИЕВ УПАКОВКИ ЖДУТ НА КОНКУРСЕ

Международный студенческий конкурс на лучший дизайн упаковки «Заводной апельсин» вновь начинает работу. Организаторами конкурса выступают МГУП имени Ивана Федорова, журнал «Тара и упаковка» и НП «Центр упаковки, этикетки, дизайн». Главная цель проекта — выявить талантливую молодежь

и развить творческий потенциал студентов. Победители «Заводного апельсина — 2013» получают возможность заключить контракты с ведущими производителями товаров народного потребления на создание образцов упаковки и фирменных товарных знаков.

Конкурс пройдет в один этап, все работы до 1 июля необходимо выслать на электронный адрес Оргкомитета: krc48@mail.ru. Все подробности — на сайте www.magpack.ru.

«НАШИ СТУДЕНТЫ БУДУТ СТАЖИРОВАТЬСЯ В SPN OGILVY»

Окончание. Начало на стр. 1

— Какие качественные изменения происходят в российском пиар-образовании и происходят ли вообще?

— Постепенно они происходят, и этому способствует глобализация информационного пространства. Потому что появляется возможность если не лично приехать поучаствовать, то почитать в сети материалы — и давосского коммуникационного форума, и различных конференций, и проекты, представленные на премию «Серебряный лучник». Если ты хочешь, то можешь сравнивать, анализировать, и понимать, где ты

еще далек от совершенства. В этой ситуации возникает понимание главной компетенции, которая нужна специалистам в нашей сфере — это интеллектуальная компетентность. Хочешь стать профессионалом в сфере коммуникаций, развивай свою голову, занимайся развитием интеллектуальной культуры в своей организации, в своем коллективе. Это касается и студентов, и преподавателей.

— Болонская система помогает совершенствовать учебный процесс в сфере коммуникаций?

— Конечно. Почему нам полезна болонская система? Потому что есть специальности, которые не зависят от твоей националь-

ной культуры, наоборот — ты должен уметь различать разные национальные культуры и учитывать их в работе. В свое время был замечательный слоган у одного

разных ситуациях ты должен использовать по-разному. Но и наоборот, для того, чтобы уметь это делать, ты должен быть универсалом. Нужно стратегически подходить к своей деятельности. Это значит, что ты не можешь сказать — я буду спецом по рекламным кампаниям, а все остальное мне неинтересно. Ведь жизнь поменяется, пройдет время и частичные знания в профессии, узкая специализация тебе уже не поможет.

— Если резюмировать ваши впечатления о форуме в Давосе, какие выводы вы для себя сделали?

— Я еще раз убедился, что в нашей сфере большое количество умных людей, с которыми интересно обсуждать отраслевые вопросы. Многие из них, кстати, не являются специалистами по коммуникации в привычном для нас смысле слова. Они занимаются проектами нового типа, и когда они реализуют эти проекты, они понимают, что без профессионального отношения к коммуникации не обойтись.

Беседовал Данил Евстигнеев

СЕКРЕТЫ ПРОФЕССИИ ОТКРЫВАЮТСЯ ТЕМ, КТО ИЩЕТ

«Курс молодого технолога» — совместный учебный проект Университета печати и компании «Тампо-Механика». Ежегодно он помогает студентам-полиграфистам получать практические знания в области флексографской, высокой, тампонной и трафаретной печати. О том, как проходит обучение на курсе, как молодые технологи постигают основы профессии, рассказывает студент третьего курса ФПТ Никита Полькин.

На первом занятии нас познакомили с предприятием: показывали видео-презентацию, устроили экскурсию; очень понравилась обстановка офиса: все чисто, выглядит современно, во многих местах стоят растения, стенды с продукцией. Приятный лектор Владимир Кислицин нам обо всем рассказывал. Время пролетело незаметно, и я уже ждал следующей лекции, которая была с лабораторной работой.

Второе занятие и большинство следующих проходили по следующей схеме: сначала лекция, потом — практика. На лекции освежали наши знания, а на практике мы их применяли. Лекции читали люди,

На одну из лекций пригласили представителя компании «Кодак» Сергея Томиловского, который рассказывал нам о новейшей технологии изготовления форм флексографской печати с помощью системы Kodak Flexcel NX. Данные формы обеспечивают плоскую поверхность растровой точки. В результате усиливается яркость и насыщенность печатного оттиска. Эти формы стабильны в работе, позволяют сократить производственные затраты за счет экономии красок и обеспечивают высокую длительность тиража. После лекции мы сами изготавливали печатную форму с помощью этой технологии.

Практически после каждого занятия домой мы уходили не с пустыми руками, а с небольшими подарками: печатные формы, буклеты, диски, на которых печатали тампонным способом, папки, на которых печатали трафаретным способом.

Одна из лекций была посвящена биоразлагаемым материалам. Компания является поставщиком биоразлагаемых материалов для производства экопакетов. Это такой вид пластика, который не лежит несколько сотен лет на свалке, загрязняя природу, а разлагается на безопасные элементы за пару лет. Как правило, он изготовлен из кукурузы, подсолнечника и других растений.

На заключительном занятии проводили анкетирование и собеседование. По итогам обучения мы получили сертификаты о прохождении «Курса молодого технолога», под аплодисменты нам их вручала 1-й проректор по учебной работе Татьяна Викторовна Маркелова.

Курс оказался интересным и очень важным для адаптации к самостоятельной практической работе. Я и мои сокурсники смогли на личном опыте разобраться во многих нюансах печати и стать более подготовленными к работе на производстве. Спасибо организаторам и лекторам, а компании «ТампоМеханика» желаю дальнейших успехов!

Никита Полькин



На занятиях курса студенты досконально изучали все аспекты технологии печати. Фото с сайта www.tampomechanika.ru

Начну с того, что я совершенно случайно оказался на лекции «ТампоМеханики», где можно было записаться на «Курс молодого технолога». Нам рассказывали о деятельности компании, что она производит, каковы объемы производства и как будут проходить занятия. Для меня приятной новостью было то, что сама компания находится в пяти минутах от моего дома. После лекции всех заинтересовавшихся приглашали пройти мини-собеседование, которое я, к счастью, прошел. Мне задали вопрос: какие направления работы меня интересуют, мой ответ был: «флексопечать, трафарет — как основное, остальное — менеджмент, качество и т.п.».

которые точно знали, что они рассказывают, а самое главное — просто и понятно. Весь материал демонстрировался на проекторе. Что касается практики, тут было очень интересно: буквально показав как что-то делается, нам самим предлагали попробовать. Даже сложно сказать, какие из практических занятий понравились больше всего: получение нужного цвета с помощью рецепта, которая выводит программа ink formulation, изготовление флексографских и высоких печатных форм, монтаж печатных форм и получение оттиска, тампонная печать: изготовление форм и печать ручным способом, трафаретная печать ручным способом.

ПЛАНИРОВАТЬ КАРЬЕРУ — С ПЕРВОГО КУРСА!

В феврале рекрутинговый портал Superjob.ru открыл для студентов новый сервис по поиску работы. Его особенность в том, что молодые соискатели и работодатели смогут общаться на сайте напрямую и регулярно получать новости друг о друге по заданным параметрам.

Новый сервис дает возможность работодателю искать студента не по вузу, а по специальности. Таким образом компания может «достучаться» до нужного ей студента в любой точке страны и затем отслеживать его успехи в процессе обучения и трудовой деятельности, и, если необходимо, выходить с ним на связь. Студенты тоже получают дополнительные инструменты поиска. На своих персональных страницах они указывают свою специальность (это можно сделать уже на первом курсе) и дальше получают информацию обо всех потенциальных работодателях.

Подробнее об этом рассказал президент Superjob.ru Алексей Захаров: «Студент сможет посмотреть, что это за компания, чем занимаются, что предлагают, сможет следить за их деятельностью и репутацией по новостям. И когда придет время стажировки, он выберет наиболее подходящую, а по окончании вуза придет на собеседования в те самые компании, которые давно у него на слуху. Если говорить о работодателе, то он может отметить в системе, что через год

будет нанимать, например, экономистов, и данная информация отправится всем студентам, которые учатся на экономических специальностях. Таким образом, я как работодатель смогу донести информацию до студентов тех вузов, в которых физически не могу присутствовать, причем сделаю это адресно — не просто до всех студентов, а до каждого будущего экономиста. Сам процесс коммуникации между студентом и компанией меняется, поскольку работодатель весь поиск осуществляет онлайн. Фактически он может с помощью сервиса создавать индивидуальные программы по работе со студентами непосредственно «под себя».

Сервис значительно расширяет спектр поиска для студентов, так как показывает ему все отрасли и все компании, где его компетенции могут пригодиться. Например, филолог узнает, что его потенциальный работодатель — «Яндекс» или Mail.Ru, а художник-иллюстратор, что его ищет крупная продюсерская компания. «Все это делает поиск эффективнее, сокращает дистанцию между работодателем и соискателем, — утверждает Алексей Захаров. — Сегодня даже крупные бренды работают только с тремя ведущими вузами, а с четвертым вузом — не успевают. А может, именно в четвертом вузе и учится студент, который больше всех мотивирован развиваться в данной компании? А сейчас вытащить лучших студентов, в том числе из регионов, стало реальным».

Сергей Венглинский

Работа должна доставлять удовольствие!

SuperJob

Москва
8 495 790-72-77
В Ростове
8 800 200-72-77
Звоните, не платите

Создать резюме
Разместить вакансию

198 193 вакансии на сайте
11 034 833 резюме на сайте

Работа Резюме

работа для студента

Например, инженер, менеджер или бухгалтер

А В Б Г Д Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Э Ю Я

ИОН

РОСБАНК

Сбербанк

RESERVED

ПОКОН TYRES

Бюджет 730 000 руб/год

Создать вакансию

Разместить резюме

Свершилось
Новости
13 мая Алексей Захаров на «Глобусе»

Считается платой
Обзоры зарплат
Зарплата от 500 тысяч, платят вакансии
Москва на Superjob.ru, март 2013

Нельзя пропустить
Ближайшие события
загрузка
11 апреля «IT-Security for Telecom»

Кто сказал, что на работу в банк трудно попасть?

ТЕАТР ОДНОГО ЧИТАТЕЛЯ



В Университете печати грядет революция, сопоставимая с «революцией Гуттенберга». На факультете графических искусств в мастерской профессора Василия Валериуса студенты разрабатывают инновационный формат электронной книги и уже добились впечатляющего результата. Мы поговорили с руководителем мастерской о том, что такое художественный макет электронной книги и о его рыночных перспективах.

— Василий Евгеньевич, что из себя представляет проект дизайна уникальной электронной книги, и на каком он сейчас этапе?

— История с электронной книгой только начинается. Проблема в том, что электронная книга — абсолютно не однородное понятие. И делится на две неравные группы: большая — книги, которые работают на ридерах, и меньшая — книги для планшетов.

— В чем отличия?

— Простые ридеры предоставляют читателю контент, а также массу удобств прагматического свойства. вы возите в ридере всю свою библиотеку, применяя необходимые настройки света или размер шрифта. И это связанная с чтением, как с физиологическим процессом, история. А в планшетах, помимо текста, вокруг лите-

ратуры возникает много всего. Возможны: саундтрек (и от него меняется ваше читательское настроение) — звуковое сопровождение или музыка; появление изображения — неподвижного, как иллюстрация в книге, и анимированного; изменение носителя текста как такового, этой условно называемой «бумаги»; активной типографики — интерлиньяж, игра кеглей и гарнитур, интерактивность. Таким образом, на человека оказывается мощное художественное воздействие, возникает дополнительный художественный текст, состоящий из изображения, звуков, музыки, фактуры. Кроме того, изображение воздействует на нашу психику не только тем, что изображено, но и тем, как изображено. Например, человек прочитал страницу, сделал жест перелистывания, а вместо следующей страницы мне дают картинку. Я рассмотрел ее ровно столько, сколько мне нужно (7-8 секунд), листаю дальше, но вместо перелистывания картинка вдруг оживает и начинает жить своей жизнью и спустя несколько секунд выходит на новую страницу. Я попадаю на эту страницу, пройдя сквозь некое художественное переживание. Конечно, это окрашивает восприятие.

— То есть книга, благодаря тому, что она электронная, становится аудиовизуальным произведением, а не просто книгой?

— Может стать.

— Не видите ли вы аналогий с сегодняшней ситуацией в кинематографе? И у 3D, и у аромакино, и у остальных «прибамбасов» та же цель, что и у электронной книги: сделать нечто большее, чем было раньше. Какая же основная цель у электронной книги? Почему ей необходимо включать в себя дополнительные смыслы?

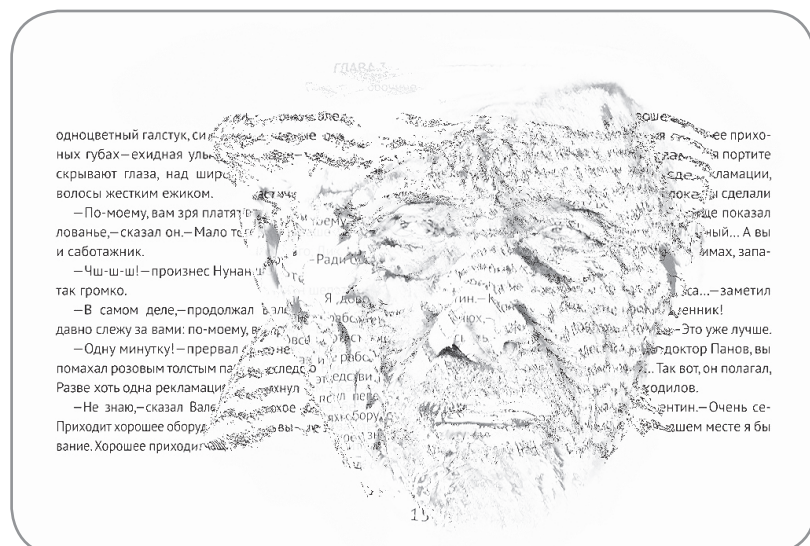
— Разница между фильмом и книгой в том, что в кино вы абсолютно пассивны. А в электронной книге вы проживаете дополнительный объем художественной информации, не выключая собственного воображения, потому что вы обязаны читать. На сегодняшний день получается, что изображение в электронной книге — это сценография. Мы рисуем пространство, которое читатель сам заполняет образами, родившимися у него от чтения.

— А студенты готовы заниматься такой книгой? И что им нужно для того, чтобы быть готовыми?

— Художники делятся на две неравные группы: первые — те, кто срисовывают с натуры, вторые — создают собственные миры. И последняя — более трудная, затратная история. Художник электронной книги должен быть из этой второй группы порождающих миры. Его воспитание состоит из двух частей: воспитания личности художника, выявления тех идей, которые по своему внутреннему устройству



Фрагмент макета электронного издания повести братьев Стругацких «Пикник на обочине». Автор — Мария Алышева



Фрагмент макета электронного издания повести братьев Стругацких «Пикник на обочине». Автор — Мария Алышева

относятся ко второй группе — создателей миров, а уже из них выбрать тех, которые обладают еще дополнительными режиссерскими способностями. А ведь совсем необязательно, что хороший рисовальщик будет хорошим режиссером. Не уверен, что если бы Франсиско де Гойя попросили написать режиссерский сценарий, он сделал бы это хорошо.

— Сколько ваших студентов смогут себя талантливо реализовать в этой профессии?

— Человека четыре из семи, которые занимаются сейчас со мной электронной книгой. Это очень хороший результат! Горжусь и не стесняюсь похвалиться.

— А насколько, по вашему мнению, российская книжная индустрия готова сегодня к художественной электронной книге?

— Сегодня соотношение продаж простых читалок и планшетов резко изменилось в пользу последних. Но заниматься в России такой электронной книгой почти бессмысленно: все украдут, взломают или бесплатно скачают из Интернета.

— Так какое же будущее у электронной книги?

— Насчет нашего будущего я вам ничего сказать не могу. Будущее наше туманно (в самых разных аспектах!). Думаю, подобные вещи, конечно, лучше делать на иностранном рынке. Во-первых, англоязычный рынок имеет емкость на порядок больше. Во-вторых, они готовы платить. А по причине того, что рынок большой, себестоимость одной единицы издания резко падает. А в электронной книге, в

отличие от бумажной, стоимость тиража просто отсутствует. Все произведенные затраты — оплата контента, работы художника, программиста, консультантов — не зависят от тиража. А дальше — чистое количество скачиваний. Поэтому мои студенты для дипломов выбрали темы изданий, которые существуют в английском варианте. Будущее бумажной книги понятно — она становится духовной пищей для небольшого количества людей. Нужно четко понимать, что у художников и писателей никогда не будет настоящего народной любви! Это элитарное мероприятие. И вообще цивилизация, культура движется вперед усилиями от 3 до 7% населения. Поэтому артхаус — очень серьезная вещь. А вот для бизнесмена в России данное обстоятельство означает, что нужно выпускать исключительно попу, ведь только это даст быстрые деньги. А другое обстоятельство: в России эти 5-7% преимущественно небогатые, в то время, как на Западе они бывают разные, в том числе и состоятельные. И среди них много и среднего класса. Поэтому они могут позволить себе приобретать такие артхаусные вещи и при небольшом их тираже. А пока мы сидим на нефтяной трубе, так и будет продолжаться. Чтобы в России было иначе, средний класс должен нарастать за счет инженеров, конструкторов, ученых. Только при условии нормального развития среднего класса, у высокохудожественной электронной и бумажной книги есть будущее в России.

Беседовала Дина Назарова

КОММЕНТАРИЙ ИЗДАТЕЛЯ

Борис Макаренков, создатель компании «Книга вслух» и интернет-магазина эксклюзивных подарочных книг Delibri.

Электронная книга — очень перспективное направление, которое способно расширить круг читающих людей и заинтересовать, в том числе, юных читателей. На западе данное направление появилось немного раньше. Первые издания enriched media или enhanced editions стали активно появляться несколько лет назад

вслед за устройствами, давшими возможность воплотить смелые замыслы художников, издателей, аниматоров в пространстве книги. В России электронным оригинальным макетом занялись года полтора-два назад. Пока это развивается весьма неуклюже, что является, скорее, следствием неразвитости нашего рынка электронного контента и консервативными взглядами большинства издателей. Но, как любые смелые начинания, если этим заниматься увлеченно, с верой, то вас ждет успех, как с

точки зрения признания, так и финансовый. Мне — в горизонте 3-5 лет — это направление представляется крайне перспективным, главное — успевать, а зачастую и опережать технологии.

Delibri стало одним из первых издательств, которое выпустило мультимедийную книгу, — «Приключения Барона Мюнхгаузена», как приложение для IPAD. С тех пор мы ставим своей задачей быть идейно впереди и создавать те продукты, которые могут сказать новое слово. Скоро у нас

выходят ряд очень интересных книг в качестве мультимедийных приложений.

Мы продолжаем активно изучать данное направление книгоиздания, анализируем, ищем нишу, где могли бы создать что-то интересное, необычное и вызывающее восторженные чувства, иначе зачем этим заниматься. Одно из направлений — это высокохудожественное электронное книгоиздание, которым мы занялись совместно с Василием Евгеньевичем Валериусом.



Подготовила Дина Назарова