

От партнера издания

...В августе 1993 года я впервые оказался в США — на выставке MacWorld в Бостоне. Я приехал в первый день работы выставки. Для начала мне пришлось полтора часа простоять в длиннющей уличной очереди жаждущих зарегистрироваться. Когда же я вошел, то оказался в настоящем волшебном царстве, почти Диснейленде. Тысячи людей с горящими глазами сновали между множеством стендов в двух огромных залах выставки. Горели вывески известных производителей софта и всяческого железа: мониторов, принтеров, сканеров, фотокамер, дисков, памяти, сетевого оборудования, всевозможных аксессуаров. Несколько крупных издательств продавали свои книги. Везде лежали журналы — MacUser, Macworld, MacFormat, Publish и многие другие. На разных стендах в режиме non-stop шли презентации. Во множестве конференц-комнат проходили семинары. Собирались и обсуждали свои дела группы пользователей из разных городов, именуемые MUG: Mac User Group. Все это было настолько заманчиво и интересно, что я без раздумий погрузился в этот мир и вынырнул оттуда лишь через несколько дней, с чемоданом книг, журналов, рекламочек, охрипший от многочасовых переговоров и счастливый от того, что наконец нашел что искал — чудесный и загадочный цветной мир Apple, мир людей с шестицветной кровью*. Мне захотелось стать частью этого мира. Много лет после этого я бывал на разных выставках и конференциях Apple, и этот мир не тускнел и не угасал, через какие бы бури и ненастья ни проходила компания.

В России на протяжении 90-х годов и в начале «нулевых» число пользователей Apple было незначительным, главным образом они группировались в области «Дизайн и Принт»,

* Термин «шестицветная кровь» произошел от логотипа, украшавшего первые компьютеры компании Apple, — шестицветного надкусанного яблока. Времена изменились, в 1998 году надкусанное яблоко стало белого цвета, а термин six-coloured blood, обозначающий страстную любовь к продукции Apple, прижился.

в среде художников, фотографов, верстальщиков. Купить Apple можно было у немногочисленных дилеров, в основном в Москве и Санкт-Петербурге. 2005 год стал годом перелома. В России начались активные продажи айподов, и сотни тысяч наших сограждан вошли в этот мир. С тех пор многое поменялось — вы можете купить то или иное устройство производства Apple практически везде. Этот разноцветный «яблочный» мир теперь в полной мере существует и в нашей стране. Вы можете увидеть заветный логотип везде: в кафе, поезде, аэропорту, метро, на лавочке в парке... Среди пользователей Apple многочисленные представители элиты страны: бизнесмены, банкиры, чиновники, художники, актеры, юристы, даже учителя и врачи. Студенты и школьники, женщины и мужчины, люди различных возрастов и профессий. И среди них даже президент страны! Новые продукты вызывают такой же ажиотаж и нетерпение, как и во всем мире. Ими так же гордятся и хвастают друг перед другом, как и везде.

К сожалению, наиболее популярные продукты приходят к нам позже, чем в США и страны Западной Европы. Это касается и мегапопулярных айфонов, и революционного планшета iPad, которому посвящена эта книга. Но ждать осталось недолго, и я надеюсь, что выход книги совпадет с началом продаж в России этого замечательного устройства.

Перед выходом iPad на рынок во всем мире началась оживленная дискуссия о судьбе этого класса продуктов. Не утихает обсуждение и сейчас, когда за первый квартал продаж Apple уже реализовала 3,27 млн этих устройств и из-за небывалого спроса вынуждена была задержать начало продаж iPad в ряде стран. О чем же спорят эксперты и пользователи? Вопросов множество. Нужен ли компьютер без клавиатуры? А без CD/DVD-привода? Без жесткого диска, с одной лишь флеш-памятью? Без Ethernet, только лишь с Wi Fi и Bluetooth? Да и компьютер ли это вообще? Может, обычная электронная читалка? А может, большой телефон? Для чего он нужен, чем полезен? И — шире: это новое магистральное направление развития компьютерной индустрии или небольшое ответвление, к тому же тупиковое, небольшой эпизод в истории развития информационных технологий? Миллионы человек, уже приобретшие iPad, получили ответы на эти и многие другие подобные вопросы. Вам, уважаемые российские читатели, это еще предстоит.

Данная книга рассчитана и на тех и на других. Она полезна для новичков, лишь входящих в мир Apple, но небезынтересна и для опытных и искушенных.

Добро пожаловать в «яблочный» мир!

Евгений Бутман, президент Группы компаний ECS Group, владеющей сетью фирменных магазинов re:Store