

ПОЛИГРАФИЯ: МЕСТО ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Артюх Е.Е.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники.

Научный руководитель – доцент, канд. техн. наук Мартыненко А.Д.

Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства имени Петра Василенко, 61050, Харьков, Московский проспект, 45, кафедра ТСРП, E-mail: tservis@ticom.kharkov.ua; тел. (057) 732-73-28

Казалось бы, что с наступлением века информационных технологий значимость печатной продукции со временем ослабнет, и наконец, люди вообще перестанут обращать внимание на бумажный носитель информации. Однако, это не так, реалии сегодняшнего дня таковы, что люди читают, причем читают постоянно и повсеместно.

Именно поэтому, не смотря на появление электронных носителей, и развитие новых технологий по доставке информации, полиграфия остается актуальной, и по сей день. С ее помощью хорошо удается распространять всевозможные идеи. Газеты, книжки, рекламные каталоги, флаеры, визитки, упаковки и многое другое – все это несет какую-то информацию. Полиграфия имеет совершенно разные виды, цели и задачи. Печатная продукция занимает важную нишу в современном мире. С ее помощью существуют практически все сферы общества - коммерческие и некоммерческие предприятия, промышленная и торговая деятельность, а также госструктуры. В обыденной жизни мы постоянно сталкиваемся с полиграфией, только не задумываемся о том, насколько она важна.

Современное поколение, благодаря воспитанию и влиянию социума, все еще считает, что книга – прекрасный подарок или знак внимания.

Несмотря на то, что множество электронных версий печатных изданий представлены в свободном доступе в интернете и доступны с любого девайса, печатная продукция остается популярной и востребованной.

У печатной книги, согласно исследованиям, проведенным в интернете, есть ряд неоспоримых субъективных преимуществ: запах и шелест бумажных страниц под пальцами, сам процесс выбора книги в магазине или на полке в библиотеке, возможность коллекционировать.

Книга была и остается произведением искусства.

Современная детская литература выходит на новый уровень. Технологии печати позволяют создавать яркие интерактивные книги, способные увлечь ребенка на долгое время. Чем ярче и красочней печатное издание книги, тем больший на неё спрос.

Не только книги нашли себе место в современном мире.

Печатные открытки и поздравительные конверты стали неотъемлемым атрибутом современной жизни. Чтобы не терять внимания покупателя, с каждым годом разрабатывается все больше ярких и интерактивных дизайнов.

На новый уровень выходят визитные карточки. Без данного атрибута не обходится ни одна кампания, что так же помогает печатным изданиям «дер-

жаться на плаву».

Полиграфическая продукция занимает важное место в жизни любой компании. Она может быть как рекламной, так и информационной. Обычно визитки, флаеры, каталоги, буклеты или листовки первыми попадают в поле зрения потенциальных клиентов, и по их внешнему виду складывается впечатление о целой компании. Именно поэтому важно иметь качественную полиграфическую продукцию, чтобы формировать благоприятный имидж фирмы.

Развитие мирового полиграфического рынка зависит от ряда факторов, определяемых общими тенденциями развития современного общества. Полиграфический рынок изменяется, приспособляясь к новым потребностям общества.

Из выше изложенного мы можем сделать вывод, что печатная продукция вполне устойчива в современном мире. Спрос на неё не падает даже в век электроники. Возможно, в будущем это изменится, но на ближайшие десятки лет вряд ли что-то сможет пошатнуть печатную продукцию на рынке торговли.

Список использованных источников:

1. Печатные книги и электронные: «за» и «против». Режим доступа: <https://stylus.ua/articles/412.html>
2. КомпьюАрт: ежемесячный журнал по полиграфии, дизайну и компьютерной графике. Режим доступа: <https://compuart.ru/about>
3. Штоляков, Валерий. Читать или считать?.. / В. Штоляков // КомпьюАрт. – 2015. - №1. Режим доступа: <https://compuart.ru/article/24804>
4. Дубина, Николай. Художественное оформление книжного издания. Часть 1. Краткие рекомендации для начинающих / Н. Дубина // КомпьюАрт. – 2015. - №3. Режим доступа: <https://compuart.ru/article/24909>
5. Соколова Л. В. Способы повышения эффективности товарной рекламы / Л. В. Соколова, И. Б. Чеботарева, Н. Н. Некрасова // Информационные системы и технологии : материалы 3-й Междунар. науч.- техн. конф. ИСТ-2014, 15-21 сент. 2014 г., Харьков : тез. докл. – Х. : НТМТ, 2014. – С. 174-175. Режим доступа: <http://openarchive.nure.ua/handle/document/7208>