**ОСНОВНІ ВИДИ ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Поліграфія** (від грец. Πολύς/полі – «багато» і γράφω/графо – «писати») – це галузь промисловості, що займається виготовленням друкованої продукції, а саме **газетної, книжково-журнальної, ділової, етикеткової та пакувальної продукції.**

**Друкована продукція сучасного поліграфічного підприємства поділяється на наступні види:**

* Книжково-журнальна та газетна друкована продукція.
* Всілякі календарі: настільні, кишенькові, настінні, корпоративні (з фірмовою символікою), квартальні.
* Офісна поліграфія: візитки, самокопіюючі бланки, блокноти, бланки.
* Рекламна та інформаційна поліграфічна продукція: листівки, барвисті буклети, афіші, флаєри, каталоги, стікери/наклейки, меню, поліграфічна продукція для виставок.
* POS-продукція: різні шелфтокери, диспенсери, цінники, мобайли для торгових точок.
* Етикетки, пакувальні матеріали, тара.
* Захищена продукція (друкується на спеціальних захищених державних типографіях): грошові знаки, цінні папери, дипломи, паспорти, посвідчення, поштові марки.
* Вироби і напівфабрикати для подальшого їх використання в інших галузях народного господарства - шпалери, відбитки з перекладними зображеннями, відбитки з текстурою цінних порід дерева.

**ГАЗЕТА –** масове періодичне видання, яке виходить через певний проміжок часу, вміщує оперативну інформацію про поточні громадсько-політичні, міжнародні, внутрішні та місцеві події, статті про політичні, виробничі, наукові та інші теми, різноманітні ілюстрації. В газеті повинні бути розміщені статті, повідомлення про останні події, які відбуваються буквально за декілька годин до виходу газети. Тому головною метою газетної поліграфії є оперативність, тобто максимальне скорочення строків виконання всіх редакційних процесів і виробництва газети.

**ЖУРНАЛ** - періодичне журнальне видання, що містить статті або реферати з різноманітних суспільно-політичних, наукових, виробничих та ін. питань, а також літературно-художні твори, що мають постійну рубрикацію, яка офіційно затверджена в даному виданні.

*Цікаво, що слово «журнал» походить від французького le journal — «газета» (дослівно — «щоденний», le jour — день). Отже, в процесі запозичення слово journal змінило своє первинне значення на майже протилежне, адже «журнал» французькою (художній, науковий, політичний) — la revue (ревю), а ілюстрований — le magazine (маґазін). І лише шкільний журнал, або ж журнал для запису спостережень, звучить французькою як «журнал» (le journal).*

**ЛИСТІВКА** - паперовий лист, як правило формату А4/А5, запечатаний з однієї або з двох сторін, в одну або кілька фарб. Залежно від об'єкта реклами і типу цільової аудиторії листівки можуть бути іміджевими або інформаційними, містити цінові пропозиції або лише описувати характеристики і переваги продукції.

**БУКЛЕТ** - багатобарвне видання, віддруковане на одному аркуші, зігнуте (сфальцьоване) будь-яким способом у два і більше згину (гармошкою, дельтаобразним, з поперечним згином і т.д.). Відноситься до іміджевої друкованій рекламі, виконується на якісному папері. Буклети, об'єднуючи в собі переваги невеликої вартості і високої інформативності, є одним з найбільш широко використовуваних і ефективних видів рекламної поліграфії.

**БРОШУРА -** це друковане видання, більш об'ємне, ніж буклет, об'ємом від 5 до 48 сторінок, в м'якій обкладинці, у вигляді зброшурованих і скріплених аркушів друкованого матеріалу. Брошури ідеальні для презентаційних цілей або для розміщення великого обсягу інформації. Даний вид рекламної поліграфії використовується для подання друкованої інформації при невеликих тиражах і низькій собівартості поліграфічної продукції.

**АРКУШЕВА** **ПРОДУКЦІЯ** – це друкована продукція, яка не потребує подальшої обробки – фальцювання, підбирання, брошурування, а випускається окремими аркушами. До аркушевої продукції відносять: репродукції картин, плакати та афіші – текстові та графічні, призначені для розклеювання, плакати для наглядної агітації в процесі навчання людей, листівки, відкритки з художнім зображенням та без нього, тощо. До аркушевої продукції можна віднести бланкову продукції, яка не потребує подальшої обробки, квитки, етикетки, географічні карти, декоративні папери, тощо. Аркушева продукція виготовляється всіма способами друку – високим, глибоким, плоским та спеціальними видами друку.

**БЛАНКОВА ПРОДУКЦІЯ** – це друкарські форми документів, які призначені для подальшого заповнення від руки або на пишучих машинках. Практично всі поліграфічні підприємства випускають бланкову продукцію. Бланки поділяють на дрібно тиражні та крупно тиражні. До дрібно тиражних відносять фірменні бланки, бланки для бухгалтерського обліку, тощо. Крупно тиражні бланки – бланки статистичної звітності, банківські бланки, поштові бланки, тощо, їх зазвичай друкують в спеціалізованих друкарнях з використанням ротаційних рулонних машин. Ряд бланків випускається з нумерацією, наприклад, бланки довіреностей, товарно-транспортні накладні, тощо. В даний час багато дрібно друкованих бланків виготовляють на підприємствах, складають на комп’ютерах, друкують на принтерах.

**БІЛОВІ ТОВАРИ –** це такі, які виготовлені з паперу та картону в основному без друкованого тексту та ілюстрацій і призначені для запису. До них відносять: зошити, блокноти, альбоми, книжки для запису, канцелярські та алфавітні книжки, папки для паперів, тощо. Для виготовлення білових товарів діють спеціальні стандарти форматів паперу, вихідними форматами є ряд А0, ряд В0, ряд С0 (кожен наступний формат можна отримати шляхом ділення навпіл попередньої більшої сторони). Поліграфічні підприємства, які випускають білові товари оснащені спеціалізованим поліграфічним обладнанням: ліновальні машини, призначені для нанесення на папір різних ліній – „в клітинку”, в лінійку, „в косу лінію”, так виготовляють учнівські зошити. Для виготовлення алфавітних книжок є інші машини для вирубки алфавіту. При виробництві часто використовують фурнітуру: спіралі, спеціальні закріплювачі, замки, тощо. Великої популярності набули обкладинки та палітурки із пластмаси, із поліхлорвінілу, тощо.

**ФЛАЄРИ** - бувають двосторонніми або однобічними. Розмір може бути різний А5, А6, **єврофлаєр** 210х100 мм. Папір для виробництва флаєра підбирається досить тонкий - 90-130 гр/м кв. Вартість виготовлення низька, саме тому вони користуються такою величезною популярністю.

**ЕТИКЕТКИ** – це зовнішнє оформлення харчової та промислово-товарної продукції, широкого вжитку, вони надають продукції цікавого виду і слугують одним із засобів реклами товарів. З кожним днем якість оформлення етикеток зростає.

**КВИТКИ** – є грошовими документами, для їх друкування створюються спеціальні підприємства та цехи на великих поліграфічних підприємствах. З точки зору поліграфічного виробництва всі види білетів розділяються на бланкові, стрічкові та картонні. Квитки нумеруються, для чого використовують спеціальні нумератори у формах, як правило способом високого друку.

**НОТИ** – виготовлення нот відрізняється від інших видань методом виготовлення форм. До недавнього часу для складання нот використовували нотні знаки з нотним станом, каси для комплекту нотних літер складалися з 380 ячеєк. Це був дуже складний трудомісткий процес. В даний час на комп’ютерах існують спеціальні програми, в яких можна здійснювати складання нот.

**ПАКУВАННЯ** - крім захисної, виконує ще й рекламну функцію, дає прекрасну перспективу якнайповнішого представлення інформації про споживчі властивості товару і барвистого необхідного рекламного і інформаційного послання, що характеризує товар.

**НАКЛЕЙКИ** - зазвичай друкуються на папері, що самоклеїться, по-іншому їх називають **стікерами**. Розмір такого виробу, може бути різним, тут все залежить від потреб клієнта.

**ШПАЛЕРИ ТА ДЕКОРАТИВНИЙ (ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ) ПАПІР** – друкуються на спеціальному обладнанні високого, глибокого, трафаретного та флексографічного способу друку. Загальна особливість шпалер та декоративних паперів полягає в тому, що малюнок, який наноситься повинен бути безперервним, по всій довжині паперового полотна. Друкарські машини для друкування шпалер, оснащені 8-12 секціями, які забезпечують друк всіх фарб та пристроями, які дозволяють друкувати з рулону і намотувати на рулони. Для отримання на поверхні шпалер рельєфу наноситься тістоподібна фарба товстим шаром по малюнку або по сітці. Основною умовою є збереження рельєфу після наклеювання. Це досягається виготовленням шпалер на папері великої щільності.

**ГРОШІ, ЦІННІ ПАПЕРИ** – спеціальний вид друкованої продукції, що має високий ступінь захисту, що забезпечується на стадіях дизайну, використовуваних способах друку, матеріалів, післядрукарської обробки). На сьогоднішній день, гривні, наприклад, друкують лише дві установи – Фабрика банкнотного паперу та Банкнотно-монетний двір.

**ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА (OUTDOORS)**

**БІЛБОРД** (англ. Billboard) - окремі щити з рекламними плакатами 6×3 м, рідше 8×4 м.

**СІТІЛАЙТ** (англ. Citylight), лайтбокс - тротуарне панно. Конструкція, що встановлюється на тротуарах і уздовж проїзної частини. Забезпечена підсвічуванням. Розмір 1200 х 1800 мм.

**БРАНДМАУЕР** - величезний плакат або щит на стіні будівлі.

**ТРОЛЛИ** (від англ. Troll) (рекламна розтяжка) - двосторонні рекламні конструкції, перпендикулярно розташовані над проїзною частиною на вертикальних опорах, обладнані підсвічуванням зсередини, за рахунок чого дуже ефективні в темний час доби. Підсвічування зазвичай здійснюється люмінесцентними світильниками.

**ВІТРИНИ** - засклена частина фасадів будівель, призначена для інформації про товари і послуги. Вітрини повинні мати підсвічування в темний час доби відповідно до графіка її включення.

**МАРКІЗИ** - козирки і навіси з нанесеною на них рекламною інформацією і розміщені над вітринами, входами або прорізами будівель і споруд. Маркізи складаються з елементів кріплення до будівлі, каркасу та інформаційного поля, виконаного на м'якій або жорсткій основі.

**КРОНШТЕЙНИ** (або панель-кронштейни) - двосторонні консольні площинні конструкції, що встановлюються на опорах міського освітлення, опорах контактної мережі або на будівлях.

**УСТАНОВКИ НА ДАХАХ** - об'ємні або площинні конструкції, що розміщуються вище рівня карниза будинку.

**ШТЕНДЕРИ** - підлогові конструкції, що встановлюються безпосередньо перед входом в місце продажу або вказують напрямок до нього. Вони зручні тим, що легко переносяться. **Стрітлайн** (від англ. Streetline), розкладачка, штендер - виносна складна конструкція з інформацією на одній або двох рекламних поверхнях. Виготовляється з металу або пластику. Типовий розмір: 0,6 × 1,35 м, форма рекламного поля - арка або прямокутник. Встановлюється на тротуарі.

**СТЕЛА, ПІЛОН** - рекламна конструкція частіше з металу, на бетонній основі з полями для рекламної інформації. Встановлюється поблизу будівель, місць скупчення людей, перехресть транспортних потоків.

**МЕДІАФАСАДИ** на будівлях - це світлодіодний екран, дисплей або поверхню будь-якого розміру і форми.

**POS МАТЕРІАЛИ**

**POS-матеріали** - це рекламно-інформаційні вироби, які встановлюють безпосередньо в місцях продажу товарів, метою яких служить привернення уваги до продуктів з подальшим його продажем.

**До pos-матеріалів відносяться:** тротуарна графіка (footway drawing), торгові стійки, стелажі, таблички, підставки під товари, воблери, панелі-кронштейни, штендера, світлові знаки, мобайли, дисплеї, диспенсери, муляжі, шоу-кард, лефлет-холдери, product cards, хенгери, HoReCa (термін, що позначає сегмент сфери послуг індустрії гостинності (громадського харчування та готельного господарства) і канал збуту товарів з безпосереднім споживанням продукції в місці продажу, назва «HoReCa» (акронім) походить від перших двох букв в словах Hotel,Restaurant, Cafe/Catering

