

## ТИПОЛОГІЯ АКЦИДЕНТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

*Запропоновано здійснювати поділ акцидентної продукції на основі її матеріальної будови, за геометричною формою, за наявністю засобів захисту, за відношенням до виготовлення книг і журналів, за наявністю ознак товару й за необхідністю приклеювання.*

**Ключові слова:** акцидентна продукція, типологія.

### I. Вступ

Як правило, у теорії видавничої справи розглядають лише такий вид видавничої продукції, як видання. Проте не менш важливими щодо можливого отримання прибутку є й акцидентна продукція. Так, за даними роботи [3], обсяг отриманого прибутку за цей різновид видавничої продукції (реклама/бланки, упаковка/етикетки) становить понад 60% (на жаль, виділити акцидентну продукцію з поданих даних окремо немає змоги). Такі обсяги прибутків вказують на актуальність цієї теми.

Класифікації акцидентної продукції, яка була б стандартизована так, як паперові видання [2], поки що немає. Це створює певну проблему, яку повинна розв'язати наука.

### II. Постановка завдання

Об'єктом розгляду в нашій статті є акцидентна продукція, а предметом – її типологія. Мета статті полягає в тому, щоб запропонувати таку типологію акцидентної продукції, яка з часом могла б лягти в основу створення державного стандарту на види акцидентної продукції. Для цього, насамперед, необхідно зібрати інформацію про різні види акцидентної продукції.

### III. Результати

Акцидентна продукція (від лат. *accidentia* – випадок, випадковість) – це різновид паперової видавничої продукції малого обсягу, в наборі якої використовують різноманітні декоративні шрифти, лінійки, орнаменти, предметно-сюжетні ілюстрації [4; 9]. Синонімом до терміна акцидентна продукція є професіоналізм акцидентія. Використовуваний у цій продукції акцидентний набір належить до складного набору. Типовим його прикладом є набирання різноманітних рубрик за допомогою декоративних шрифтів великого кегля.

До різновидів акцидентної продукції належать (подаємо за алфавітом): альбоми (для фотографій), анкети, атестати, афіші, бланки (юридичних документів<sup>1</sup>, реєстраційної, облікової та звітної документації), блокноти, буклети, візитівки, грамоти, дипломи, етикетки,

журнали (шкільні), зошити (шкільні), календарі, карти (гральні), книги (облікової та звітної документації), конверти, листівки (найрізноманітніших видів і призначення), малянки (перевідні), наклейки, обгортки, обкладинки (для вставлення в них книжкових блоків), паперове покриття оправ (для наклеювання на оправи книг), пакети, папки, плакати, платіжні документи<sup>2</sup> (марки поштової й акцизної, ваучери, векселі тощо), проїзні документи (квитки, їх комплекти), рахунки (їх комплекти), щоденники (шкільні та ділові) тощо.

Щодо акцидентної продукції за окремими винятками практично немає публікацій [11], причому як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі. Відомості про акцидентну продукцію подають, як правило, тільки в довідкових, зокрема термінологічних словниках [4–7; 9–10].

Акцидентна продукція частково перехрещується з виданнями (наприклад, афіші, плакати, календарі), і з цінними паперами (наприклад, марки, векселі).

Видавання більшості видів акцидентної продукції можна здійснювати без наявності свідоцтва на право ведення діяльності в галузі видавничої справи. Тому дуже часто такою діяльністю поряд із видавництвами й видавничими організаціями займаються друкарні.

**Типологія акцидентних видань.** Існує низка публікацій, в яких описують типологію видань [1; 2; 8]. Проте типологія акцидентної продукції практично не досліджена.

Для класифікації акцидентної продукції використаємо шість основ поділу.

Класифікація 1. Акцидентну продукцію потрібно класифікувати на види, що ґрунтуються на їх матеріальній будові:

- продукція у формі нефальцьованих аркушів або їх частки (наприклад, листівки, грамоти, атестати, дипломи, анкети, обкладинки, оправи, обгортки, етикетки, ві-

<sup>2</sup> Такі документи мають, як правило, або низьку ціну (деякі поштові чи акцизні марки) або є бланками для заповнення платіжних документів (деякі ваучери та векселі). Умовно такі платіжні документи можна назвати *напівцінними паперами* (на противагу поняттю *цінні папери*).

- зитівки, гральні карти, перевідні малюнки);
- продукція у формі сфальцьованих аркушів або їх частки (наприклад, буклети, атестати, конверти, пакети, папки);
  - продукція у формі зошитів, іноді з обкладинкою (наприклад, комплекти квитків, рахунків, бланків, шкільні зошити, шкільні щоденники, блокноти);
  - продукція у формі книжкових видань в оправі чи обкладинці (наприклад, ділові щоденники, книги облікової та звітної документації, альбоми для фотографій, шкільні журнали тощо).

Класифікація 2. Крім того, за геометричною формою акцидентну продукцію можна класифікувати на таку, що має форму прямокутну й непрямокутну (коло, еліпс, трикутник, зірка, заокруглені кути тощо). До продукції, що має непрямокутну форму, належать, зокрема, деякі етикетки, обгортки й гральні карти.

Класифікація 3. За наявності засобів захисту від підробки виокремлюють таку акцидентну продукцію: а) захищену (дипломи, атестати, бланки деяких юридичних документів тощо); б) незахищену (решта продукції). Іноді захищену акцидентну продукцію (наприклад, деякі платіжні документи – марки, векселі) зараховують до цінних паперів (фактично, така продукція за своєю вартістю є малоцінною).

Класифікація 4. За відношенням акцидентної продукції до виготовлення книг і журналів поділяють на кодексну й некодексну. Прикладами кодексної акцидентності є обкладинки для книг і журналів, паперове покриття оправ, а некодексної – вся інша акцидентна продукція.

Класифікація 5. За наявності ознак товару акцидентну продукцію ділять на таку, що є самостійним товаром (наприклад, шкільні зошити, папки, альбоми для фотографій тощо), і таку, що самостійним товаром не є (наприклад, оправы для книг і журналів, атестати, обгортки, етикетки).

Класифікація 6. За необхідністю приклеювання акцидентну продукцію ділять на таку, що розрахована на приклеювання (наприклад, деякі етикетки, наклейки, паперове покриття оправ тощо), і таку, що не розрахована на приклеювання (решта видів).

Для отримання прибутку випуск акцидентної продукції традиційно здійснюють друкарні. На відміну від них, для видавництва і видавничих організацій випуск акцидентної продукції є тим резервом, яким вони можуть користуватися за наявності фінансових труднощів. Це той резерв, який вони можуть вводити в свою видавничу політику.

### Означення акцидентних видань<sup>1</sup>.

Альбом (для фотографій) – вид акцидентної продукції, виготовлений у формі книжкового видання з цупкого паперу, без тексту та ілюстрацій і призначений для зберігання в ньому фотографій.

Анкета – вид акцидентної продукції, виготовлений у формі листівки, що містить текст і позиції для заповнення.

Атестат – вид акцидентної продукції у формі листівки з цупкого аркушевого матеріалу, який видають після проходження певного навчання. Як правило, має засоби захисту від підробки.

Афіша – рекламне або довідкове аркушеве видання, яке містить інформацію про культурні заходи (події) та призначене для розклеювання.

Бланк – вид акцидентної продукції у формі стандартного паперового аркуша певного формату з відтвореною на ньому постійною інформацією документа й місцем, відведеним для змінної інформації. Різновиди: фірмовий (входить до складу фірмового стилю компанії, містить адресу та телефон компанії, логотип і інші ознаки стилістики компанії); службовий (існує для заповнення будь-яких форм людьми; прискорює процес одержання стандартної інформації від клієнтів).

Білет – вид акцидентної продукції, який є юридичним документом, що посвідчує відношення людини до тих чи інших обов'язків, належність до певного громадянського стану, організації тощо.

Блокнот – невеликий зошит з відривними аркушами, скріпленими збоку чи зверху за допомогою скріпок або спіралі.

Буклет – видання у вигляді одного аркуша друкованого матеріалу, сфальцьованого у два чи більше згинів.

Візитівка – вид акцидентної продукції, який представляє свого власника, сприяє створенню позитивного іміджу, як особистого, так і фірми. Різновиди: ділова (фірми), особиста. Синонім – візитка.

Грамота (у наш час) – вид акцидентної продукції у формі надрукованої на цупкому папері листівки, що містить текст з подякою певній особі.

Диплом – 1. Офіційний документ у формі паперового аркуша чи листівки, що посвідчує факт закінчення початкового професійного, середнього професійного (спеціального) або вищого навчального закладу та присвоєння відповідної кваліфікації. 2. Офіційний документ про присвоєння наукового ступеня або вченого звання.

Етикетка – вид акцидентної продукції у формі невеликого аркуша паперу, який при-

<sup>1</sup> Оскільки платіжні документи належать до цінних паперів, то їх означення тут не подаємо.

лаштовують на товар, експонат, будь-який інший продукт виробництва із зазначенням його назви, виробника, дати виготовлення, терміну придатності тощо.

Журнал (шкільний) – вид акцидентної продукції, що має форму журнального чи книжкового видання, на сторінках якого подано пустографки, необхідні учителям для ведення обліку навчання учнів у школі.

Зошит (шкільний) – сфальцьований і скріплений у корінці аркуш (один чи більше), обгорнутий в оправу та призначений для писання під час навчання.

Календар – періодичне довідкове видання з послідовним переліком днів, тижнів, місяців року, яке містить відомості різного характеру. Види: 1) щорічні, щомісячні, щотижневі; 2) табель-календар, календар від-ривний (перекидний), календар книжкового типу, календар знаменних дат.

Карти (гральні) – вид акцидентної продукції у формі карткового комплектного видання, яке використовують для низки ігор.

Квиток (комплект квитків) – вид акцидентної продукції у формі паперової чи картонної картки з відповідним написом, який дає право користуватися чим-небудь, входити куди-небудь, брати участь у чомусь тощо.

Книга (облікової та звітної документації) – вид акцидентної продукції у формі книжкового видання, в якій сторінки заповнені проформами чи прографками.

Листівка – неперіодичне видання обсягом 2 або 4 сторінки.

Малюнок (перевідний) – вид акцидентної продукції прямокуткої чи непрямокутної форми, призначений для приклеювання на різні предмети.

Наклейка – вид акцидентної продукції у формі паперового аркуша, який містить ілюстрації, котрі наклеюють на певні предмети.

Обгортка – вид акцидентної продукції у формі паперового аркуша, на якому розміщено ілюстрації і який призначений для пакування продукції.

Обкладинка – аркуш значно щільнішого, ніж у книжковому блоці, паперу, в який вставляють книжковий блок і який скріплює, прикрашає, захищає книжковий блок від пошкоджень і забруднень, а також надає першу інформацію про зміст видання.

Паперове покриття оправ – вид акцидентної продукції у формі паперових аркушів, на які, як правило, нанесено текст (прізвища авторів, назву видання, іноді коротку анотацію тощо) й ілюстрацію і використовують для наклеювання на оправу книг.

Пакет (у видавничій справі) – вид акцидентної продукції у формі паперового мішечка, призначений для пакування продукції різного призначення.

Папка – вид акцидентної продукції у формі оправы з картону чи іншого цупкого матеріалу (іноді з клапанами), призначений для зберігання ділових паперів.

Плакат – видання у формі одного чи кількох аркушів встановленого формату, надруковане з одного чи з обох боків і призначене для експонування.

Проїзні документи (квитки проїзні, їх комплекти) – вид акцидентної продукції у формі паперової чи картонної картки з відповідним написом, призначений для оплати проїзду в різних видах транспорту.

Рахунки (їх комплекти) – вид акцидентної продукції у формі комплекту аркушів з проформами чи прографками, призначений для ведення бухгалтерського обліку.

Щоденник – 1. Шкільний – вид акцидентної продукції у формі зошита, яке призначене для планування школярем занять і ведення звітності впродовж року. 2. Діловий – вид акцидентної продукції у формі книжкового видання з річним календарем (іноді з годинами), призначений для планування виробничої діяльності.

#### IV. Висновки

Типологізацію акцидентної продукції доцільно здійснювати на основі їх матеріальної будови, за геометричною формою, за наявністю засобів захисту, за відношенням до виготовлення книг і журналів, за наявністю ознак товару й за необхідністю приклеювання.

Запропоновані означення видів акцидентної продукції можуть лягти в основу державного стандарту України на акцидентну продукцію.

#### Список використаної літератури

1. Борсук А.И. Типология изданий / [А.И. Борсук, И.Е. Баренбаум, А.А. Гречихин и др.]. – М., 1990.
2. Видання. Основні види. Терміни та визначення. ДСТУ 3017–95. – К. : Держстандарт України, 1995. – 47 с.
3. Киппхан Г. Энциклопедия по печатным средствам информации. Технологии и способы производства : пер. с нем. / Гельмут Киппхан. – М. : МГУП, 2003. – 1280 с.
4. Книговедение : энциклопедический словарь. – М. : Сов. энциклопедия, 1982. – 664 с.
5. Мильчин А.Э. Издательский словарь-справочник / А.Э. Мильчин. – М. : Юристъ, 1998. – 472 с.
6. Немецко-русский словарь по полиграфии и издательскому делу: Около 28 000 терминов / [под ред. А.Н. Чернышева]. – М. : Русский язык, 1977. – 448 с.
7. Поліграфія та видавнича справа : російсько-український тлумачний словник / [уклад. Б.В. Дурняк та ін.]. – Л. : Афіша, 2002. – 456 с.

8. Санкіна Л.В. Загальні і специфічні ознаки класифікації видань / Л.В. Санкіна // Діловод. – 2001. – № 3.
9. Словарь издательских терминов / под ред. А.Э. Мильчина. – М. : Книга, 1972. – 208 с.
10. Український тлумачний словник видавничо-поліграфічної справи / [уклад.: П.О. Киричок, О.М. Величко, С.Ф. Га-венко, О.В. Зоренко, Т.Ю. Киричок, Т.В. Розум; передм. П.О. Киричка]. – К. : НТУУ “КПІ”, 2010. – 896 с.
11. Яремчук О.М. Акцидентні видання в системі поліграфічного дизайну / О.М. Яремчук // Технологія і техніка друкарства. – 2005. – № 2 (8). – С. 129–133.

Стаття надійшла до редакції 14.01.2013.

---

**Партыко З.В. Типология акцидентной продукции**

*Предлагается осуществлять деление акцидентной продукции на основании ее материального строения, по геометрической форме, по наличию средств защиты, по отношению к изготовлению книг и журналов, по наличию признаков товара и по необходимости приклеивания.*

**Ключевые слова:** акцидентная продукция, типология.

**Partyko Z. Typology of Jobbing Printing Output**

*There are proposed to divide the jobbing printed output on the base of it's material structure; geometric form; presence of copybroke; involvement in producing of books, magazines and journals; presence sings of goods; necessity of pasting.*

**Key words:** jobbing printing output, typology.