

УДК 655.3.066.23



Зіновій Партико,
доктор філологічних наук, професор
кафедри видавничої справи, редагування та української філології ІЖМК
Класичного приватного університету, м. Запоріжжя

Акцидентна продукція та її типологія

Об'єктом розгляду є акцидентна продукція, а предметом — її типологія. Запропоновано здійснювати поділ цієї продукції за її матеріальною будовою, геометричною формою, наявністю засобів захисту, віднесенням до виготовлення книг і журналів, наявністю ознак товару й за необхідністю приклеювання.

Ключові слова: акцидентна продукція, типологія акцидентних видань, класифікація акцидентної продукції.

Зазвичай у теорії видавничої справи розглядають лише такий вид видавничої продукції, як видання. Проте не менш важливою щодо можливого отримання прибутку є й акцидентна продукція (АП), що не належить до видань. Так, за даними роботи [3], обсяг отриманого прибутку за цей різновид видавничої продукції (рекламні об'яви, бланки, упаковки, етикетки) становить понад 60% (на жаль, виділити АП 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.

Отже, об'єктом розгляду в нашій статті буде акцидентна продукція, а предметом — її типологія. Мета публікації полягатиме в тому, щоб запропонувати таку типологію АП, яка з часом могла б лягти в основу створення національного стандарту на її види.

Огляд літератури. 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 [3; 6; 8; 9]. Синонімом до терміна "акцидентна продукція" є професіоналізм "акцидентція". Використовуваний у цій продукції акцидентний набір належить до складного набору. Типовим його прикладом є складання різноманітних рубрик за допомогою декоративних шрифтів великого кегля.

До різновидів АП належать (подаємо за алфавітом): анкети, альбоми (для фотографій), атестати, афіші, бланки (юридичних документів, реєстраційної, облікової та звітної документації), блокноти, візитівки, грамоти, дипломи, етикетки, журнали (шкільні), зошити (шкільні), календарі, карти (гральні), книги (чекові, облікової та звітної документації), конверти, малюнки (перевідні), наклейки, обгортки, покриття (для наклеювання на картонні боковини книг), оправи (для книг чи журналів), пакети, папки, плакати, платіжні документи (марки поштові, ваучери, векселі тощо), проїзні документи (білети, їхні комплекти), рахунки (їхні комплекти), щоденники (шкільні та ділові) тощо.

Щодо аналізу АП, за окремими винятками, практично немає публікацій [11], причому як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі відомості подають зазвичай тільки в довідкових, зокрема термінологічних словниках [3—7; 8; 9].

Акцидентна продукція частково перетинається із виданнями (наприклад, афіші, плакати, календарі), цінними паперами (наприклад, марки, векселі).

Видання більшості її видів можна здійснювати без свідомства на право ведення діяльності в галузі видавничої справи. Тому дуже часто такою діяльністю поряд із видавництвами й видавничими організаціями займаються друкарні.

Типологія акцидентних видань. Наявна низка публікацій, в яких описують типологію видань [1], проте типологія АП практично не досліджена.

Для класифікації акцидентної продукції використаємо шість основ поділу.

Класифікація 1. АП класифікуємо на види, що ґрунтуються на її матеріальній будові:

- продукція у формі нефальцьованих аркушів або їхньої частки (наприклад, листівки, грамоти, атестати, дипломи, анкети, обкладинки, оправи, обгортки, етикетки, візитівки, гральні карти, перевідні малюнки);
- продукція у формі сфальцьованих аркушів або їхньої частки (наприклад, атестати, конверти, пакети, папки);
- продукція у формі зошитів, іноді з оправою (наприклад, комплекти білетів, рахунків, бланків, шкільні зошити, шкільні журнали, шкільні щоденники, блокноти);
- продукція у формі книжкових видань в палітурці чи обкладинці (наприклад, ділові щоденники, книги облікової та звітної документації, альбоми для фотографій тощо).

Класифікація 2. За геометричною формою АП класифікуємо на таку, що має форму прямокутну і непрямокутну (коло, еліпс, трикутник, зірка тощо). До продукції, що має непрямокутну форму, належать також деякі етикетки, обгортки й гральні карти.

Класифікація 3. За наявністю засобів захисту від підроблення виокремлюють таку акцидентну продукцію: а) захищену (дипломи, атестати, бланки юридичних документів, марки тощо); б) незахищену (решта продукції). Іноді захищену АП зараховують до цінних паперів.

Класифікація 4. За відношенням АП до виготовлення книг і журналів виокремлюють кодексну і некодексну акцидентцію. Прикладами кодексної акцидентції є покриття для палітурок книжкових видань, а некодексної — вся інша акцидентна продукція.

Класифікація 5. За наявністю ознак товару акцидентну продукцію поділяють також на таку, що є самостійним товаром (наприклад, шкільні зошити, папки, альбоми для фото-

графій тощо), і таку, що самостійним товаром не є (наприклад, оправи для книг і журналів, атестати, етикетки тощо).

Класифікація б. За необхідністю приклеювання вирізняють акцидентну продукцію, розраховану на приклеювання (наприклад, деякі етикетки, наклейки, покриття для палітурок книг тощо) і не розраховану на приклеювання (решта видів).

Для отримання прибутку випуск АП традиційно здійснюють друкарні. А для видавництва і видавничих організацій її випуск є тим резервом, яким вони можуть користуватися у разі фінансових труднощів, вводячи АП у свою видавничу діяльність.

Висновки. 1. Типологізацію акцидентної продукції доцільно здійснювати 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.

2. Виокремлення інших видів акцидентної продукції вимагає додаткових досліджень.

3. Перспективи цього дослідження полягають у тому, щоб дати означення названим видам АП. Ці означення можуть лягти в основу національного стандарту України на акцидентну продукцію.

Список використаної літератури

1. *Типология изданий* / НПО "Всесоюз. кн. палата". — М. : Кн. палата, 1990. — 230, [1] с.
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 / Гельмут Киппхан ; пер. с нем. — М. : МГУП, 2003. — 1280 с.
4. *Книговедение* : энцикл. словарь / редкол.: Н. М. Сикорский (гл. ред.) [и др.]. — М. : Совет. энцикл., 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 28000 терминов / под ред. А. Н. Чернышева. — М. : Рус. язык, 1977. — 448 с.
7. *Поліграфія та видавничі справа.* Російсько-український тлумачний словник / уклад. Б. В. Дурняк [та ін.]. — Львів : 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 [та ін.] ; 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. — С. 129—133.

Объектом рассмотрения является акцидентная продукция, а предметом — ее типология. Предложено классифицировать эту продукцию по материальной структуре, геометрической форме, наличию средств защиты, отнесенности к изготовлению книг и журналов, наличию признаков товара и необходимости наклеивания.

Under review are For Commercial products, and the subject — its typology. Proposed to realize the separation of the product for its material structure, geometrical shape, the presence of plant protection, referring to the production of books and magazines, signs of the goods and the need for gluing.

Надійшла в редакцію 13 жовтня 2013 року