

## Глоссарий

- 1. Лайтбокс** - (от англ. light box — световая коробка) яркие световые короба, размещенные на опорах освещения, столбах, стенах зданий, павильонах, станциях метро. В зависимости от размещения могут быть одно - или двухсторонними. Размеры варьируются от 0,5 до нескольких кв.м.
- 2. Логотип** - (Logotype) элемент фирменного стиля, представляющий собой оригинальное начертание изображения товара, полного или сокращенного наименования фирмы или товаров фирмы. Форма товарного знака.
- 3. Макет** - предварительный эскиз печатного материала, на котором отображается расположение текста и графических элементов.
- 4. Печать полноцветная** - печать, минимум в 4 краски (синяя, желтая, черная, пурпурная - CMYK или др. система), позволяющая воспроизводить цветные оригиналы (например, фотографии).
- 5. Постер** - (poster) рекламное изображение на бумаге или виниловой пленке, для различных рекламных конструкций.
- 6. Световая реклама**- (light advertising) вид наружной рекламы, в котором носителями рекламы выступают: неоновые вывески, световые короба, бегущая строка, экраны и т.д.
- 7. Широкоформатная печать** - многокрасочная печать на полимерных рулонных материалах. Используется при изготовлении элементов наружной рекламы.
- 8. Дизайн** (Design, Commercial art) - творческий метод, процесс и результат художественно-технического проектирования промышленных изделий, рекламных материалов и окружающей обстановки, с целью удовлетворения потребности человека в эстетике и эргономике.
- 9. Авторское право** - в рекламе: Исключительное право, предоставляемое авторам рекламного объявления Законом об охране авторских прав с целью защиты рекламы от плагиата, продажи или использования ее другими без особо оговоренного на то разрешения авторов.

- 10. Афиша** - вид печатной рекламы. В отличие от плаката, является анонсом какого-либо грядущего события, и расклеивается на улице.
- 11. Предметная фотография** — жанр фотографии, использующийся в рекламе для демонстрации внешних характеристик рекламируемого продукта — его дизайна, конструкции и значимых элементов. Исходя из задачи, проводится фотосъемка товара, предметов или ассортиментных групп, объединенных в кадре общей композицией. Достигаются максимально выигрышные ракурсы, убедительно «говорящие» о важных функциональных свойствах товара и его отличиях от конкурентной продукции.
- 12. Интерьерная реклама** – это вид рекламы, размещаемой непосредственно в помещениях и торговых точках и являющейся неотъемлемой частью механизма, который движет торговлю вперед. Главный ее плюс — немедленное воздействие на выбор покупателя. Она является помощником и верным компаньоном наружной рекламы.
- 13. Буклёт** (англ. booklet) — вид печатной продукции, характерный для рекламной полиграфии, имеющей внешнюю схожесть с брошюрой, но обычно более сложной конструкции и проработанного дизайна.<sup>[1]</sup> Представляет собой листы, скрепленные в корешке,<sup>[1]</sup> или сфальцованный в два и более сгибов лист бумаги,<sup>[источник не указан 1740 дней]</sup> на обеих сторонах которого размещена текстовая и/или графическая информация. Традиционно буклеты изготавливаются на бумаге из листа формата А4 или меньше (рекламные издания, печатаемые форматом А4 и больше, называются проспектами).
- 14. Имиджевая реклама** - реклама, главной целью которой является обеспечение популярности бренда или имени конкретного человека (как правило, в политической рекламе) обычно с перспективой на будущее.
- 15. Креатив** - (от англ. creative - творческий, изобретательный) творческая идея.

**16. Наружная реклама** - (out-of-home media) реклама, размещаемая вне помещений (афиши, билборды, брендмауэры, растяжки, баннеры и т.д.), а так же в общественном транспорте, басорах, вывески, витрины и другие конструкции, рассчитанные на просмотр с улицы.

**17. Макросъёмка** (от др.-греч. μακρός — «большой», «крупный», — и съёмка) — вид кино- и фотосъёмки, при котором изображаемые объекты снимаются в масштабе 1:1 или крупнее (по другой версии — в масштабе 1:10 или крупнее). Более широко термин макросъёмка употребляется в случаях фотографирования с более близких расстояний, чем расстояния, указанные на шкале дистанций объективов фотокамер (минимальная дистанция фокусировки у большинства объективов зеркальных фотоаппаратов около 0,5 метра, у объективов дальномерных фотокамер — около 1 метра)

**18. Фешн-фотография** (англ. Fashion photography) — жанр фотографии, связанный с демонстрацией модной одежды и других товаров индустрии моды. Данный тип фотографии связан с рекламой товаров, а также модными журналами, таких как Elle, Vogue, Vanity Fair. Модная фотография нацелена на создание настроения и атмосферы, которые представляют тот или иной стиль жизни. Одним из условных итогов модной фотографии становится создание несуществующей идеологии. Модная фотография играет важную роль в создании такого феномена как мода. Она имеет центральное значение в определении механизма формирования ценности: в своей работе Система моды Барт отводит модной фотографии центральную позицию в процессе формирования мифологии моды.

**19. Фон** — основной цвет или тон, на котором размещается изображение или текст; часть изображения, образующая задний план

**20. Социальная реклама** — вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума

---

---