



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СЛОВАРЬ

Популярные термины, профессиональные слова и выражения из сфер: кино, ТВ, реклама.

Версия 28.

авторское право

Регламентирует юридические права на обладание и на использование художественных (и иных) произведений, образов **Исполнителей** - на основе Закона РФ об авторских и смежных правах, аналогичных национальных законов других стран. **Авторское право** является основной составляющей договора (**контракта**), подписываемого между **Заказчиком** и **Исполнителем**.

агент

Физическое лицо, осуществляющее продвижение актёра на рынке, предложение актёра работодателям, представление интересов актёра в проектах в виде ведения переговоров с работодателем, экспертизы контрактов, сопровождения на кастингах и т.п. Агент, как правило, выполняет свои обязанности за процентные выплаты от гонорара актёра.

аниматор (актёр)

Аниматор, актёр оформления — артист, изображающий каких-либо персонажей на различных мероприятиях. Входит в состав анимационной команды (англ. animation team). Выполняет задачи сопровождения гостей и их развлечения. Главная функция аниматора — постоянный подогрев интереса к происходящему действию. Основными образами аниматоров бывают клоуны, персонажи известных мультипликационных и художественных фильмов, разбойники, пираты и т. п.

Аниматор — это специалист, работающий в сфере рекламы и развлечений. Аниматоры участвуют в различных праздниках: корпоративных вечерах, юбилеях фирм, детских мероприятиях и т. д. Очень востребованы аниматоры и в промоакциях: лотереях, презентациях, рекламных акциях, а также в туристическом бизнесе, на отечественных и зарубежных турбазах и курортах. Здесь обязанности аниматора особенно разнообразны: от проведения различных шоу, вечеров и дискотек до организации спортивных занятий (аэробика, плавание, футбол и т. д.).

Материал из Википедии — свободной энциклопедии.

агентская комиссия

Агентское вознаграждение, выплачиваемое актером агентству за приглашение в проект и представление интересов актёра. Осуществляется в виде процентных отчислений от гонорара актера. Размер агентской комиссии составляет от 10% - до 20% (иногда и более), в зависимости от статуса актера и агентства, вида работ актёра в проекте, индивидуальных договоренностей сторон.

агентское соглашение (договор)	Агентское соглашение – это договор между агентством и актёром, регламентирующий выполнение работ каждой из сторон в проекте, размер и сроки отчислений актёром агентской комиссии .
адресный план	План изображения, соответствующий смыслу звукового сопровождения (голосовая информация, шумовое или музыкальное сопровождение).
актёрское агентство	Организация, осуществляющая продвижение актёра на рынке, предложение актёра работодателям, представление интересов актёра в проектах в виде ведения переговоров с работодателем, экспертизы контрактов, сопровождения на кастингах и т.п. Агент, как правило, выполняет свои обязанности за процентные выплаты от гонорара актёра.
ассистент по актёрам	Специалист по поиску и подбору исполнителей в проекты. Как правило, работает под руководством кастинг-директора.
билборд	Наружная реклама, рекламный щит. Общепринятый формат: 6 на 3 метра. Размер гонораров за использование образов моделей соответствует видам «дорогой рекламы».
блок (для сериалов)	Технологически съёмка сериалов осуществляется по несколько серий (блоками).
блокбáстер	Блокбáстер (англ. blockbuster — букв.: мощная авиабомба, разрушающая (англ. bust) целый квартал (англ. block)) — термин пришёл из театрального сленга, и этот термин первоначально означал особенно успешную актёрскую игру. Позже, в 1970-х годах, блокбастерами в США стали называть популярные у зрителей высокобюджетные голливудские фильмы, в которых часто играют известные актёры, и которые приносят высокие доходы в прокате. Считается, что термин «блокбастер» закрепился в кинематографе в 1975 году после выхода на экраны блокбастера «Челюсти» режиссёра Стивена Спилберга. С начала XXI века блокбастерами иногда стали называть популярные и высокодоходные произведения в литературе, и вообще в поп-культуре. <u>Материал из Википедии — свободной энциклопедии.</u>
бриф	Схематичное описание роли. Описание образа актёра в его взаимодействии с другими персонажами. Используется при поиске исполнителей в проект.
видеовизитка актера	Презентация актера в виде краткого монолога - рассказа о себе. Снимается одним планом или несколькими планами. Наиболее популярный формат видеопрезентации в настоящее время. Это объясняется возможностью съемки видеовизитки даже в самом экономичном варианте – на смартфон. Данный формат съёмок также часто используется для «самопроб» для точечных приглашений на кастинги (см. самопробы).
видеокастинг	Один из видов кастингов. Видеосъёмка проводится на большинстве кастингов в кино и ТВ-проекты. Видеокастинг - это возможность для продакшн-компании или рекламного агентства дистанционно и достаточно оперативно провести отбор соискателей (профессиональных актеров, моделей, танцовщиков) для кино и телевизионных проектов, шоу и оправить отснятые видеоматериалы (как правило, с техническим монтажом) стороне заказчика. Также, видеокастингом считается использование собственных видеоматериалов соискателей (см. видеопортфолио).
видеопортфолио	Демонстрационные материалы артиста в формате фрагментарной нарезки видео выступлений, сюжета или презентационного фильма. В настоящее время данный вид презентаций приобретает всё большую популярность, на что определенное влияние оказывают ресурсы типа “Youtube” и соцсети. В последнее время популярен более

	экономичный формат - «Видеовизитка» (см. видеовизитка актера).
веб-кастинг (web-casting)	Кастинг, основанный при отборе кандидатов на оценке демонстрационных материалов соискателей: фото, видео, звук. Как правило, после веб-кастинга следует классический кастинг или собеседование. Исключением можно считать веб-кастинг голосов дикторов озвучивания в разовые проекты). В этом случае, дополнительные прослушивания на кастингах встречаются достаточно редко.
второй режиссёр	Помощник главного режиссера. Занимается организационными вопросами съёмок, руководит действиями актёров, массовки и технических служб на съёмочной площадке.
вызывной лист	Это документ, который заполняется и раздается вторым режиссером членам съёмочной группы накануне смены с указанием, какие сцены и объекты будут сниматься, где и в какое время, с какими актёрами и участниками и прочей необходимой информацией для вызова людей на съемки и организации съёмочного дня по утвержденному графику. [Информация http://www.yahha.com/faq.php?print=1255]

М. Киевская

Вызывной лист

Смена 10.00 – 22.00

СЪЕМОЧНЫЙ ДЕНЬ № 4			Суббота, 12 декабря 2009 года
Площадка №1: к\ст «Мосфильм», Производственный корпус, каб № XXXX			Группа на площадке: 10:00 Обед на площадке: 14:00 МОТОР: 11:00
М. Киевская			
Восход	Закат	Температура	Прогноз погоды
08:51	15:56	- 12	Ясно

Хронометраж –

Место съемки	Объект		№ сцен	Тайминг		Время
Пл. №1: М/Ф Производственный корпус, каб № 216	Съемка объекта «Вход в кочегарку» (См раскадровки)	Спартак Телохранитель <i>Алик</i>		11.00- 13.30	инт	День ночь
--«»--	Съемка объекта «Каптерка» (См раскадровки)	Спартак Телохранитель		14.30-20.00	инт	День ночь

Роль	Актер	Место вызова	Время вызова	Готовность
Спартак	Александр Баширов	Пл№1	10:00 10.30	10:30 11.00
Телохранитель	Дмитрий Мишенин	Пл№1	10:30 10.00	11:00 10.30

ЗАДАНИЯ И ТРЕБОВАНИЯ

ИГРОВОЙ ТРАНСПОРТ	
РЕКВИЗИТ:	По раскадровке и списку (фотографии-Эпштейн-5шт, Моро-2 12-струнная гитара или гриф???, предметы на столе, барабанные палочки и кастрюлька, плакаты разные, сигареты ТУ-134, Родопи, Кэмел, спички, зажигалка-пистолет, очки Спартак, пятак, вобла, значок Спартак)
КАМЕРА/ ОПЕР. ТЕХНИКА:	10:00 площадка
ОСВЕТИТЕЛИ:	10:00 площадка

выработка	Характеризует интенсивность съёмочного процесса (в кино, в сериале) и определяется временем фильма за 1 съёмочный день (как правило, за 12 часов). Например, выработка 5-7 минут характеризуется как благоприятная для работы актёров, и наоборот, 15 минут, как «гонка», сказывающаяся на качестве фильма.
гонорар	Денежное вознаграждение исполнителю (в наличной или безналичной форме) за выполненную работу. В кино – выплачивается по согласованному графику (в соответствии с контрактом), при съёмках рекламы, клипов и др. проектов, как правило, по окончании съёмочного дня или в последний день съёмок (если дней – несколько). При заключении юридически полноценного контракта возможна отсрочка даты оплаты от дня окончания съёмок (но на срок - не более 1 месяца). Относительно краткосрочных по съёмкам проектов, общепринято подписание договоров «об использовании образа» только по факту оплаты за выполненную исполнителем работу.
грим портретный	Портретный пластический грим. Наиболее сложный из всех видов грима. Процедура нанесения портретного грима может достигать по времени нескольких часов. Применяется в кино и в театре. Главное условие при применении портретного грима – найти актёра с похожими глазами, т.к. сами глаза не подлежат гримированию.
дат (dat) магнитофон	Профессиональный цифровой магнитофон для записи звука.
"диванный кастинг" (сленг)	Шутливое выражение (как идиома) сотрудников актерских агентств.
диктор озвучивания (озвучания – сленг)	Диктор, профессионально озвучивающий рекламу, корпоративные фильмы, телевизионные сюжеты, документальные и художественные фильмы. Одной из самых крупных баз голосов дикторов в зоне RU-нета является «Банк голосов»: www.1000demo.ru агентства «Золотая Лига».
Директ-мэйл	Рассылки по E-mail рекламных и коммерческих предложений. В отличие от спама , д.м. персонифицировано, т.е. адресовано конкретным руководителям. Как правило, персоналии для отправок д.м. находятся из доступных баз данных, а также по прежним клиентским наработкам компаний.
директор картины	Главный администратор кинопроекта. Занимается организационными вопросами, проблемами обеспечения съёмочного процесса, связями с администрацией муниципальных органов и специальных служб.
докастинг (сленг)	Дополнительное приглашение на кастинг новых соискателей по причине отсутствия отобранных соискателей на предыдущем туре кастинга.
дублёр, дублёрша	Замена на съёмках актёров для исполнения (3 варианта): 1) трюковых сцен (в качестве каскадёра) 2) при работе в кадре с опасными животными 3) специальных сцен (обнаженная натура, интимные сцены и т.п.).
дутики (сленг)	Тележка с колесами, с резиновыми надувными шинами – для перемещения по гладкой поверхности в помещениях.
Заведующий труппой («Завтрупп»)	Завёдующий труппой — должность в современном театре. Осуществляет организационное руководство производственно — творческой деятельностью труппы театра. Участвует в распределении ролей в новых и

	капитально возобновляемых постановках. Вносит предложения главному режиссеру (художественному руководителю) по составу труппы, вводам новых исполнителей в спектакли текущего репертуара. Принимает заявки от артистов на новые роли и выносит их на рассмотрение руководства театра. Участвует в составлении планов репетиционной работы по принятым к постановке новым спектаклям, капитально возобновляемым постановкам, в планировании текущего репертуара театра. Обеспечивает рациональную и равномерную загрузку труппы в спектаклях нового и текущего репертуара, учет занятости творческого состава. Контролирует ведение журнала репетиций и спектаклей. Рассматривает и представляет руководству театра заявления артистов о разовой работе за пределами театра. Участвует в организации работы по повышению квалификации творческих работников, в подборе новых кадров творческого состава, приглашении исполнителей для разового участия в спектаклях. <u>Материал из Википедии — свободной энциклопедии.</u>
заказчик	Заказчик (применимо к контрактам) - юридическое лицо (киностудия, телекомпаний, продакшн-компания, продюсерский центр, рекламное агентство и т.п.), осуществляющее работы с привлечением Актера (модели), и производящее оплату Актеру (модели) за выполненную работу на основе двустороннего договора (Контракта) между Заказчиком и Исполнителем.
игровая модель (сленг)	Принятое у актерских агентств и продакшн-компаний обозначение уровня квалификации соискателя на замещение вакантной роли (как правило, в рекламных роликах и клипах). Для приглашения на подобные роли достаточно модели с опытом видеосъемок.
интершум	Естественное шумовое сопровождение, соответствующее изображению на экране.
Исполнитель	Исполнитель (применимо к контрактам) – Актер (модель), выполняющий работы на основании и в соответствии с условиями Контракта.
иудин день (сленг)	Шутливое выражение, обозначающее первую встречу театральной труппы после летних отпусков. Как правило, на этом этапе происходит предварительное распределение ролей в новых спектаклях.
каскадёр	Профессиональный исполнитель трюковых сцен.
кастинг	Отбор исполнителей в проекты.
ключевой момент	В сюжете – фиксация и усиление главного смысла сюжета. Например, в репортаже о пожаре в доме – последний крупный план – обгоревшая детская игрушка. Качество сюжета в большой степени определяется наличием и качеством ключевого момента.
консумация	Консумация - это разговор (беседа), общение с клиентом, результатом которого должен быть либо заказ напитка для танцовщиц, либо количество времени проведенного в компании девушки. Напиток - безалкогольный или алкогольный в зависимости от желания девушки или правил клуба. Девушка получает определенный процент или от времени или заказанных напитков.

контракт	Двусторонний договор между Заказчиком и Исполнителем на производство работ, предоставляемых Заказчиком . Регламентирует виды, объемы и сроки работ Исполнителя ; размеры и порядок выплат вознаграждения (гонорара), за выполненную работу. Контракт также определяет правообладателя на использование Образа Исполнителя и условия использования образа.																								
копирайтер	Создатель рекламных и PR-текстов.																								
корреспондент	Должность в журналистской профессии. На телевидении и радио, как правило, сотрудник службы новостей или других редакций, где требуется оперативная подготовка материалов и выпуск в эфир.																								
КПП	Календарно-постановочный план КАЛЕНДАРНО-ПОСТАНОВОЧНЫЙ ПЛАН - в виде табличных данных. <table><tr><td>Дата СМЕНА</td><td>Объект Адрес</td><td>Сцена Режим Метраж</td><td>Главные роли Эпизодические роли</td><td>Операторская техника Доп. техника</td><td>Примечания, реквизит, игровой транспорт</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	Дата СМЕНА	Объект Адрес	Сцена Режим Метраж	Главные роли Эпизодические роли	Операторская техника Доп. техника	Примечания, реквизит, игровой транспорт																		
Дата СМЕНА	Объект Адрес	Сцена Режим Метраж	Главные роли Эпизодические роли	Операторская техника Доп. техника	Примечания, реквизит, игровой транспорт																				
липсинк	Термин «липсинк» (правильное написание) применяется относительно процесса дублирования кинофильма, когда нужно "синхронизировать" речь персонажа, чтобы она совпадала по смыканиям губ (lips) с речью на другом языке. Термином «липсинк» обычно называют (помимо совпадения с началом и концом фразы) саму укладку текста под движение губ персонажа в фильме.																								
личный агент	См. агент .																								
локейшн	дословно - в переводе «местонахождение».																								
локейшн-менеджер	Менеджер, обеспечивающий прием и сопровождение съемочных групп на месте, бесперебойный процесс съемок. Решение всех вопросов с администрацией региона.																								
медийный артист	Известный широкому кругу зрителей актёр. Как правило, это герой популярного ТВ-сериала или кинофильма.																								
микроплан	При монтаже видеоизображения – короткий показ (от 1 – до нескольких кадров) плана видео. Иногда используется как прием монтажа (при клиповой нарезке или как специальный повторяющийся эффект). При производстве новостных сюжетов проявляется как брак монтажа.																								
модель	Человек, предоставляющий свой образ для демонстрации товара (например, одежды), или демонстрирующий себя как часть идеального мира, например, в качестве потребителя товара или как определяющая часть среды, которую формирует рекламируемый товар.																								

монтажный стык, монтажная склейка	Соединение при монтаже видеоизображения двух разных планов, определяющее цельное восприятие.
«обшен»	Собеседование режиссера, продюсера или другого уполномоченного представителя проекта с приглашённым актером.
Образ Исполнителя	Изображение и голос Исполнителя , а также, имя и фамилия или официальный псевдоним Исполнителя . Защищается Авторским правом.
озвучание (сленг)	см. - озвучивание.
озвучивание	Запись голоса диктора при создании звукового трека фильма, сюжета. Может осуществляться как изначальное в постпродакшн (с последующим монтажом видео под адресный план), так и озвучивание под готовый смонтированный видеоматериал.
озвучивать - в обаму (сленг)	дикторское озвучивание видеоматериала не под адресный план (под черное поле)
п/м фильм	Полнометражный фильм.
петличка	петличный микрофон, со специальным зажимом в виде прищепки или с креплением в виде булавки – для крепления на одежде телеведущего или корреспондента.
петля (сленг)	см. - петличка
пилот (пилотный выпуск)	Демонстрационный материал, представляющий новый проект. Как правило, имеет законченный вид и формат, аналогичный новому проекту.
планы: молочный / пасхальный + «Дарьяловский» (сленг)	Фронтальные планы при съемке (кино, видео, фото) человека спереди: молочный – по грудь, пасхальный – немного ниже пояса ... , «Дарьяловский» (устар.) - соответственно назван по фамилии ТВ-ведущей Дарьяловой – в конце 90-х годов – очень крупный (лицевой) план.
портфолио	Набор демонстрационных материалов, например, см. фотопортфолио .
постановочный сюжет	Инсценировка в телевизионном сюжете реальных событий или с реальными людьми.
постпродакшн	Стадия производства проекта, следующая за «продакшн», например, монтаж и озвучивание фильма или сведение звука после записи музыкальной композиции.
примерка	Следующий этап после отбора соискателя на роль по результатам кастинга. После примерки происходит фактически окончательное утверждение.
продакшн	1) Производство. 2) Стадия производства проекта (например, съёмочный период при производстве фильма). 3) Как производная слова – продакшн-компания (киностудии, телекомпании и т.п.).

проект (для агентства)	Проект - единица аудиовизуальной продукции: рекламный ролик, презентационный ролик или фильм, интернет-ролик, музыкальный клип, а также более крупные и долгосрочные - сериалы, кино, циклы передач и т.п. Т.е. это любой продукт, как правило требующий целенаправленных затрат времени подготовки и исполнения со стороны агентства. Один проект может включать как 1 - так и несколько кастингов.
продюсер	В западных странах – инвестор проектов, с России – специалист, ищущий инвесторов проектов. Различают: Театрального продюсера. Музыкального продюсера (существует также продюсер записи или саунд-трека («sound producer»)). Продюсера игры (в индустрии компьютерных игр). Продюсера фильма или телевизионного продюсера, которые могут подразделяться на: Продюсер — создает условия для создания фильма. Иницирует, координирует и управляет вопросами увеличения бюджета, найма ключевого персонала и соглашений с дистрибьюторами. Продюсер участвует во всех стадиях создания фильма, от начала разработки до начала проката. Исполнительный продюсер — в крупных проектах это обычно представитель или один из руководителей студии, хотя звание могут присвоить и просто крупному инвестору. Наблюдает за финансовыми, административными и творческими аспектами производства, но не участвует в технических. В небольших компаниях или независимых проектах исполнительным продюсером может называться создатель/сценарист. Сопродюсер — продюсер, который отчитывается перед исполнительным продюсером и предоставляет деньги для финансирования фильма. Больше вовлечен в ежедневное производство, чем просто продюсер. Ассоциированный продюсер — обычно исполняет роль представителя продюсера, который может отвечать за часть его финансовых, творческих или административных функций. Звание зачастую присваивается опытному в делах кинопроизводства человеку, который выступает как консультант, или тому, кто внес крупный финансовый или творческий вклад в проект. Ассистирующий продюсер — обычно работает под управлением ассоциированного продюсера. Линейный продюсер — следит за бюджетом фильма и ежедневным производством. Административный продюсер — докладывает Совету директоров и нанимает внештатных работников для различных стадий производства. Продюсер веб-сайта — контролирует управление сайтом.

	<u>Материал из Википедии — свободной энциклопедии.</u>
ПТС	Передвижная телевизионная станция (комплекс).
пушка	Микрофон большой чувствительности с очень острой диаграммой направленности.
пэкшот	Это демонстрация продукта крупным планом.
райдер	Райдер - это документ, содержащий перечень требований медийного артиста для комфортного (по мнению артиста) пребывания, включающих транспорт, отель, условия выступлений и т.п.
райдер технический	Технический райдер - это документ (группа документов), содержащий перечень технического оборудования, необходимого для выступления медийного исполнителя эстрады или артиста, работающего в эстрадном жанре.
раскадровка	Раскадровка — последовательность эскизных рисунков, которая служит вспомогательным средством при съёмках кино, анимационных фильмов, рекламных роликов.
рассылки	1) Спам – рассылки по E-mail рекламных и коммерческих предложений на тысячи и сотни тысяч адресов. 2) Абсолютно легитимные рассылки по E-mail информации подписчикам (при условии свободной подписки и отписки от рассылки). Среди актерских агентств наиболее известны рассылки с большим количеством подписчиков: «Объявления о кастингах» и «Новые лица веб-кастинга» - агентства «Золотая Лига», «Внимание, кастинг!» - агентства «Топ Артист».
рекламная единица	Используется дикторами озвучивания как единица измерения для подсчета общего гонорара за озвучивание. Например, в качестве рекламной единицы могут выступать рекламные ролики (вне зависимости от их хронометража).
рекрутинг - комиссия	Комиссия, взимаемая агентством с физического лица или работодателя за устройство на постоянную или долгосрочную работу. Как правило, составляет от 50% - до 100% от одного месячного дохода на предоставленном рабочем месте.
референс	Референс (от <i>англ.</i> reference — справка, сноска, сокр. «реф»), также лист персонажа (<i>англ.</i> character sheet) — подробное графическое описание персонажа. В кино- ТВ-производстве (для кастингов при типовых отборах) референс — вспомогательное изображение: рисунок или фотография прототипа, которые изучает кастинг-директор при поиске и отборе соискателей для кастинга. Еще, модельные листы (model sheets) или листы персонажа.
самопробы актера	Дистанционный кастинг по заданию агента, кастинг-директора, режиссера. Отбор по видео для приглашения на пробы, на собеседование или сразу на роль в проект. Как правило, высылаются пожелания режиссера и текст для

	актера. Снимается на смартфон или на цифровую видеокамеру. Обычно видео без монтажа. Главное преимущество – оперативность и экономичность для продакшн в процессе отбора исполнителей. Это позволяет значительно сократить количество соискателей для кастинга.
свет kinoflo	Многоламповый, тёплый, зеркальный отражатель, регулируемая яркость.
свет marko	Многоламповый, теплый, холодный, белый отражатель, регулируемая яркость
<u>сепия</u>	Сёпия (лат. seria, от греч. sería — каракатица): • светло-коричневое красящее вещество; • оттенок коричневого цвета; • цвет, присущий старым чёрно-белым фотографиям; имитация такой фотографии. Сепия иногда применяется для тонирования кино- видеоизображения в коричневый цвет при использовании приема <u>флэшбэк</u>.
сериал	Последовательно изложенная история в большом количестве отрывков. При более сложном сценарии и ограничении количества серий в производстве фильма (например, для показа в течение 2 недель), более предпочтительно определение «многосерийный фильм».
синопсис	Краткое изложение сценария. Представление основной истории, сюжета.
синхрон (сленг)	Синхронное (по артикуляции) озвучивание диктором голоса актера в фильме.
ситком	Комичная постановка с закадровым смехом аудитории. Имеет ещё шутовское определение, как «законсервированный смех».
скетч	Скетч (англ. sketch, буквально — эскиз, набросок, зарисовка), в XIX — начале XX вв. короткая пьеса с двумя, реже тремя персонажами. Скетч получил наибольшее распространение на эстраде. На российском телевидении («Наша Russia», «Шесть кадров», «Даёшь молодёжь!», «Дорогая передача», «Джентльмен-шоу», «Дальние родственники», «Городок» ... Известным создателем скетчей был А. П. Чехов. <u>Материал из Википедии — свободной энциклопедии.</u>
скетчком или скетч-ком	См. скетч .
скриншот (screenshot)	Снимок экранa (скриншот, англ. screenshot) — изображение, полученное компьютером и показывающее в точности то, что видит пользователь на экране монитора или другого устройства вывода. <u>Материал из Википедии — свободной энциклопедии.</u>
снэпшоты (snapshots)	тесты - это фотографии модели, сделанные на белом фоне в нижнем чёрном или тёмном белье, наглядно показывающие представление о теле, фигуре, лице и состоянии кожи
спам (spam)	Несанкционированная получателями рассылка по E-mail рекламных и коммерческих предложений. “SPAM” — это название дешевых мясных консервов, разработанных в США в 1937 году фирмой Hormel Foods. Реклама консервов была так навязчива, что ее можно было увидеть в каждой газете, на улицах, по радио. Такие

	сообщения стали называть спамом.																		
спичрайтер	Создатель текстов для публичных выступлений.																		
стандартная страница (для диктора)	Устанавливается для всего текста в Word: стандартные отступы, одинарный интервал, 14-й размер шрифта, Arial, тонкий. ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ СТАНДАРТ: 1800 знаков - 1 страница.																		
сценарий режиссёрский	Режиссерский сценарий – это литературный сценарий, переработанный режиссером для удобства работы на съемках. Примерный вид р.с.: <table><tr><td>№ «кадра»</td><td>хронометраж</td><td>раскадровка</td><td>объект съёмки</td><td>крупность</td><td>движение камеры</td><td>действие</td><td>звук / диалоги</td><td>реквизит / примечания</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	№ «кадра»	хронометраж	раскадровка	объект съёмки	крупность	движение камеры	действие	звук / диалоги	реквизит / примечания									
№ «кадра»	хронометраж	раскадровка	объект съёмки	крупность	движение камеры	действие	звук / диалоги	реквизит / примечания											
сценарная заявка	Предложение нового проекта (ТВ-программа, сериал, фильм, мюзикл и т.п.) инвестору, продюсеру, телеканалу и т.п. для реализации (совместное производство или продажа). Выполнено в виде художественного описания проекта, его особенной концепции, формата, специфики производства, состава участников, перечисления позитивных мотивов (степень полезности, актуальность, рейтинги и т.п.), Обязательно экономическое обоснование (сметы производства, бизнес-план). Наиболее эффективна сценарная заявка при наличии пилотного выпуска или иных демонстрационных материалов.																		
съёмочный день	1) Для кино – 12 часов. 2) Для рекламы – от 8 – до 12 часов. 3) Для фотосесии – как правило, до 6 часов. 4) Для постановочных сцен сюжетов – как правило, не более 8 часов. Для работы детей законодательство РФ предусматривает ограничение времени в ½ рабочего дня, что на практике редко соблюдается.																		
телесуфлёр	Техническое устройство (проекционный экран, большой монитор) для чтения заранее подготовленного текста выступления телеведущего, актера, политика и т.п. в прямом телевизионном эфире или при видеозаписи. Устанавливается телесуфлёр в непосредственной близости к видеокамере. При многокамерной съемке используется несколько телесуфлёров .																		
тжк (комплект тжк)	Комплект «Телевизионный журналистский комплекс», включающий видеокамеру, штатив, монитор, микрофоны, свет и т.п.																		
флэшбэк	Флэшбэк (<i>flashback</i>) — в фильмографии означает отклонение от повествования в прошлое; сюжетная линия прерывается и мы наблюдаем действия, которые происходили ранее. Чаще всего обратный кадр объясняет поступки и действия героев повествования, раскрывает их мысли, движимые идеи. Часто для оформления обратного используют тонирование кадра под сепию .																		
фотопортфолио	Набор специально подобранных фотографий, представляющих образ соискателя. Фотопортфолио предназначено																		

	для решения 2-х противоположных задач – раскрыть индивидуальные особенности соискателя и подчеркнуть попадание в тот или иной типаж (для типажных подборов в проекты). Фотопортфолио как правило включают портретное фото (часто - фас и $\frac{3}{4}$, реже - профиль), средний и общий (в полный рост) планы. Также часто используется фото «в образе». Фотопортфолио бывает актёрским, модельным, а также детским, групповым, семейным и т.п. Используется в демонстрационных целях (в виде фотографий на бумажном носителе или в электронном виде) для привлечения в проекты (кино, ТВ, реклама, театр, модельный бизнес и т.п.).
фрилансер	В переводе с английского - «Свободное копье». Временный работник, часто, со свободным графиком работы, оплачиваемый сделкой по конечному результату.
хостес	Специальная служба по приему гостей в ресторанах, барах крупных отелей. В задачу хостеса входит выполнение набора следующих обязанностей: прием у клиентов заказа, разговор с ними, сопровождение гостей во время еды, а также возможное приготовление для них простых коктейлей. Еще одна их функция – управление работой официантов. В обязанности хостеса может входить контроль за пропуском в ресторан постояльцев, разместившихся в отеле, у которых оплачено питание. Хóстес — профессия девушек (либо хост — парней) в ресторанах и барах. Работники хостеса должны красиво и радушно встретить посетителя, усадить его за стол, предложить меню, сопровождать клиентов во время еды, принимать заказы, разговаривать с клиентами, приготавливать простые коктейли, в функции хостес также входит развлечение гостей. В её обязанности входит заставить посетителя истратить максимальное количество денег на еду и напитки, исполнить с ним медленный танец, спеть в караоке и т. п. Доход девушки-хостес чаще всего напрямую зависит от потраченных посетителем денег. (Материал из Википедии — свободной энциклопедии)
хромакей	Монохромный (однотонный) фон (зеленого или синего цвета). Предназначен для подкладывания изображения фона (фото или видео) за человеком в кадре или за группой людей. Главное условие – равномерное освещение фона (хромакея) и отсутствие в одежде цветов хромакея.
хронометраж	Продолжительность видео или аудиоматериала. На телевидении введена стандартная сетка хронометража для программ, например, 13, 26, 52 мин., для рекламных роликов: 15, 30, 60 сек. ...
чёрный список (stop-list)	В каждой сфере бизнеса – список лиц и организаций, не рекомендованных партнёрам для ведения совместных дел. У актёрских агентств – это список актёров (и артистов иных жанров), репутация которых понесла ущерб. Чаще всего причинами внесения актёра в Ч.С. является: - невыполнение (полное или частичное) актёром своих финансовых обязательств перед агентством (по агентской комиссии), - нарушение уже достигнутых финансовых договоренностей с заказчиком или агентством (выставление новых требований), - смена агента в проекте (по приглашению агентства), - нарушение трудовой дисциплины (неявка или опоздание на съемки), - неадекватное поведение на съёмочной площадке и т.п.

	Ч.С. имеются в большинстве действующих агентств. Ч.С. имеют неофициальный статус и носят рекомендательный характер. Прослеживается тенденция к объединению информационных баз Ч.С. для групп и ассоциаций актёрских агентств.																
шеф-редактор	Шеф-редактор – это специалист, который координирует работу СМИ. Шеф-редактор также занимается редакционной политикой. Его функциональные обязанности несколько шире, чем у выпускающего редактора и немного уже, чем у главного редактора . Шеф-редактор должен обладать большим профессиональным опытом в области СМИ. В перспективе шеф-редактор может занять должность руководителя редакции.																
шоурил (showreel)	– это клип, ролик, являющийся видеопрезентацией актера, модели, корреспондента, телеведущего. Может содержать как фрагменты видео ранее созданных работ (в кино, на сцене, на ТВ, в рекламе), так и специально снятый для шоурила материал (представление на камеру, этюды и т.п.). Как правило, шоурил считается авторским продуктом исполнителя.																
эксклюзив	1. Для агентства – исключительные права на представление интересов актера. 2. Для взаимоотношений заказчика рекламы и актёра – временное ограничение для актера в праве съемок рекламы той или иной тематики. Оплачивается отдельно. Размер оплаты за эксклюзив как правило превышает гонорары за съемочные дни.																
экспликация	Экспликация театральная (лат. explicatio – развертывание, разъяснение), режиссерская разработка замысла будущего спектакля . Экспликация пишется в произвольной форме и носит личностный характер.																
эфирная справка	Документ, подтверждающий трансляцию вещательной компанией аудиовизуального материала, например, телевизионного рекламного ролика. Пример эфирной справки: <table><tr><td>Номер рекламного выпуска</td><td>Дата вещания рекламного выпуска в сетке вещания на телевизионном канале «__»</td><td>Время вещания рекламного выпуска в сетке вещания на телевизионном канале «_____»</td><td>Общий хронометраж выпуска</td></tr><tr><td>Рекламный выпуск № 1</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Рекламный выпуск № 2</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Рекламный выпуск № 3</td><td></td><td></td><td></td></tr></table> Подпись ответственного лица: _____/ _____/ М.П. Дата: «_____» _____ 20__ г.	Номер рекламного выпуска	Дата вещания рекламного выпуска в сетке вещания на телевизионном канале «__»	Время вещания рекламного выпуска в сетке вещания на телевизионном канале «_____»	Общий хронометраж выпуска	Рекламный выпуск № 1				Рекламный выпуск № 2				Рекламный выпуск № 3			
Номер рекламного выпуска	Дата вещания рекламного выпуска в сетке вещания на телевизионном канале «__»	Время вещания рекламного выпуска в сетке вещания на телевизионном канале «_____»	Общий хронометраж выпуска														
Рекламный выпуск № 1																	
Рекламный выпуск № 2																	
Рекламный выпуск № 3																	
ATL — реклама	ATL (от англ. above-the-line) — реклама в средствах массовой информации (пресса, радио, телевидение, наружная																

	реклама, интернет, реклама в кинотеатрах). Технологии ATL обладают сильным воздействием и считаются безличными по отношению к потребителям. Связи с общественностью (PR) и несколько других маркетинговых коммуникаций относят к BTL. Считается, что термины ATL и BTL возникли однажды, когда один из топ-менеджеров Procter&Gamble при составлении маркетинговой сметы забыл включить туда массовую бесплатную раздачу товара. Черта под сметой была уже подведена, поэтому дополнительные статьи расходов он вписал под чертой («под чертой» — англ. «Below The Line» — BTL. По аналогии «над чертой» — «Above The Line» — ATL). Наибольшая часть бюджета в рекламе относится к ATL, поскольку стоимость эфирного времени (или его эквивалентов) очень велика. Хотя общее правило не верно, например, для предметов роскоши. Выделяют несколько составляющих ATL — печатные СМИ, радио, телевидение, кино, наружная реклама, транзитная реклама (на транспорте и внутри него), интернет и т. д. Контакт со СМИ, относящимся к ATL, предполагает выделение определённого объёма финансовых средств, в соответствии с существующими на рынке ценами. <u>Материал из Википедии — свободной энциклопедии.</u>
back ground	Задний фон изображения.
back-up (бэк-ап)	Запасные соискатели, отобранные по результатам кастинга.
BTL - услуги	BTL (от англ. below-the-line) — термин BTL объединяет промоакции, директ мейл (от англ. direct mail — прямые почтовые рассылки), выставки, POS (аббр. от англ. point of sale — место продажи) и многое другое. В западном бизнесе под BTL подразумевают рекламную технологию, использующую менее интенсивные / убеждающие методы, чем традиционная реклама (ATL), и к BTL относят директ-маркетинг(прямой маркетинг, направленный маркетинг) и стимулирование сбыта (продвижение продаж). BTL обычно фокусируется на прямой коммуникации — часто с использованием списка целевых потребителей (например, посредством прямой почтовой рассылки и e-mail), чтобы максимизировать процент отклика. Термин BTL в последнее время на западе выходит из употребления, поскольку на замену ему пришёл подход Интегрированных маркетинговых коммуникаций. Считается, что термины ATL и BTL возникли однажды, когда один из топ-менеджеров компании Procter&Gamble, занимающейся производством товаров массового потребления, при составлении маркетинговой сметы забыл включить туда массовую бесплатную раздачу товара. Черта под сметой была уже подведена, поэтому дополнительные статьи расходов он вписал под чертой («под чертой» — англ. «Below The Line» — BTL. По аналогии «над чертой» — «Above The Line» — ATL). Наибольшая часть бюджета в рекламе часто относится к ATL, поскольку стоимость эфирного времени, площадей (или его эквивалентов) очень велика. Хотя общее правило не верно, например, для предметов роскоши. По российской классификации BTL включает в себя: стимулирование сбыта среди торговых посредников (trade promotion),

	стимулирование сбыта среди потребителей (consumer promotion), прямой маркетинг (direct marketing), специальные мероприятия (special events), партизанский маркетинг (guerrilla marketing), POS-материалы. <u>Материал из Википедии — свободной энциклопедии.</u> К BTL по американской классификации относятся различные формы стимулирования сбыта, PR, прямой маркетинг, личные продажи, выставки, упаковка и т.п. и оплачивается данный вид расходов исходя из процента от общего бюджета, выделяемого на осуществление маркетинговых коммуникаций. По российской классификации BTL включает в себя: стимулирование сбыта среди торговых посредников, стимулирование сбыта среди потребителей, прямой маркетинг, special events, POS-материалы. (по материалам http://www.btl.su)
call-back (колл-бэк)	Повторное приглашение на новый тур отобранных соискателей на предыдущем туре кастинга.
© copyright	« Копирайт » (от англ. copyright) — буквально, право на копирование, привилегия автора эксклюзивно распоряжаться плодами своего интеллекта.
IVR	Вид озвучивания. "IVR" (Interactive Voice Response) - автоматический голосовой ответчик. IVR - автоматическая система с записанными заранее голосовыми сообщениями, система интерактивного речевого взаимодействия, которая позволяет организовать самообслуживание абонентов.
make-up	Косметика. Используется в устной речи для обозначения работ по визажу и гриму.
Model Release (Релиз модели).	Model Release или договор (соглашение) с моделью – это самый главный документ для фотографов, которые проводят постановочные фотосессии с участием моделей . Релиз модели спросят у фотографа всякий раз, при предложении им снимков издательствам, фотобанкам или на телевидение. Без наличия модельного релиза никто не решится опубликовать контрафактные снимки на своих информационных площадках из-за риска убытков от судебных взысканий.
ООН	ООН – это наружная реклама (outdoor advertising, ООН – out-of-home advertising). Традиционная наружная реклама отличается от <u>рекламы в прессе</u> прежде всего стандартизованностью формата рекламных средств и меньшим количеством текста. Объясняется эта разница, во-первых, большими сроками жизни рекламного носителя (билборда) и, во-вторых, физической удаленностью потребителя рекламы от рекламного сообщения. Поэтому на билбордах не размещают «философских трактатов»: водители все равно не успеют их прочесть; зато возрастает роль емкого и лаконичного заголовка, призванного в суровых городских условиях донести смысл нескольких параграфов текста. (http://www.ideaura.com/psychology/out-of-home_advertising.php)
POS материалы (POS materials)	POS материалы — это материалы, способствующие продвижению бренда или товара на местах продаж (шелфтокеры, wobлеры, ценники, стопперы, промостойки, диспенсеры, пластиковые лотки, флажки, упаковка, выкраска, наклейки, декоративные магниты, подставки под кружки, чашки, стаканы, постеры, пластиковые папки,

	портфели, бирки, календарики, открытки, блокноты, линейки, брелоки, закладки и иные сувенирные изделия, распространяемые в местах продаж). POS материалы служат для дополнительного привлечения внимания и эффективного продвижения товаров. POS-материалы являются примером BTL-рекламы Покупатели, изучая POS-материалы, получают информацию о преимуществах продукции. Таким образом, за счет информативности и способности привлекать внимание к товару, POS-материалы стимулируют продажи. Умело спланировав рекламную кампанию, можно даже при скромном бюджете успешно продвигать свой товар в местах продаж. <u>Материал из Википедии — свободной энциклопедии.</u>
product placement (продукт плейс)	Скрытая реклама товара в кино посредством показа в фоновом режиме или с прямым использованием персонажами в сценах фильма. Другое определение: размещение товара или торговой марки в кино или в ином продукте индустрии развлечений с рекламными целями. Мерчандайзинг.
production fee	Стоимость производства. Может составлять от нескольких процентов – до 20-ти (и более) от общей стоимости заказа. Вносится в сметы наравне с другими позициями расходной части для заказчика и определяет норму прибыли для исполнителя или посредника.
stand-up (стенд-ап)	Относительно телевизионных сюжетов - появление корреспондента в кадре с целью акцентирования информационных посылов. Классический stand-up – подводка в начале сюжета и отводка – к концу.
Special Event (Специальный Случай)	Это событие, мероприятие, которое проводится PR-службой предприятия. Цель Special Event – привлечь внимание целевой аудитории к компании, ее деятельности, товарам или услугам, которые она реализует. Примером Special Event может являться праздник, конкурс, карнавал, в зависимости от профессионализма и фантазии работников отдела по связям с общественностью. (по материалам http://www.daz.su)
TFP	<i>Time for Print</i> (Время за распечатки) - это термин, используемый во многих сообществах в Интернет фотографии с описанием соглашения между моделью и фотографом. Очень часто сокращенно <i>TFP</i>. Вместо того, чтобы платить друг другу за услуги, фотограф согласен предоставить модели определенное количество отпечатков лучших фотографий с сессии и ограниченную лицензию на использование этих снимков в обмен на подписание <i>Model Release (Релиза модели)</i>.

© 2009. ООО “Золотая Лига”. При цитировании или репосте словаря ссылки обязательны.

Редакторы будут благодарны коллегам за дополнение словаря, обнаружение неточностей, расширение толкований и рекомендации.

Словарь терминов наружной рекламы

Предоставлено агентством “Топ Артист”

Акрил (acrylic)

термопластичный полимер на основе синтетической смолы, используемый в том числе для покрытия поверхности. Акриловое покрытие является прочным, износостойким, эластичным и водонепроницаемым.

Аргон (Ar)

от лат. Argonum, хим. элемент из группы инертных газов, используется для подсветки трубок в рекламных конструкциях.

Арка

рекламная поверхность с внешней подсветкой. Располагается над проезжей частью автодорог. Преимущества: размещаются на крупных магистралях с двумя и более полосами движения, прекрасно видны с дальнего расстояния, привлекают внимание огромными размерами размещенных на них изображений.

Афиша

графический рекламоноситель, печатается чаще всего на бумаге или картоне. В отличие от плаката афиши анонсируют грядущие события – приезд знаменитостей, концерты и т.п. Афиши размещают на афишных тумбах, стендах, стенах зданий и т.п. Преимущества: эффективно информируют людей о предстоящем событии, маленький формат рекламоносителя компенсируется возможностью размещения большого количества этих сравнительно недорогих рекламоносителей в разных частях населенного пункта.

Баннер (банер, баннерная ткань, баннерное полотно)

от англ. banner - флаг, транспарант, растяжка. Прочное виниловое полотно с покрытием для сольвентной печати армированное полиэстеровой нитью. Часто используется для производства рекламнесущей плоскости в наружной рекламе. Преимущества: прочный и долговечный материал.

Басорама

рекламная панель с подсветкой, устанавливаемая на крыше автобуса или иного транспортного средства.

Билборд (billboard, bigboard, бигборд, щит, 6х3)

рекламный щит. В Америке более 100 лет назад компании и фирмы стали арендовать площадь на деревянных досках для рекламных объявлений, или «Биллов», дав начало термину «билборд». В начале 90-х годов прошлого века первые щиты появились и в нашей стране. Росту популярности билбордов способствуют, прежде всего, выигрышные места их размещения. Сейчас в Украине наиболее популярны билборды с размером рекламного поля 3х6м и 3х12м.

Блюбек (англ. blue back)

специальная пропитанная клеем водостойкая бумага с голубой обратной стороной применяемая для печати постеров.

Брандмауэр (брэндмауэр, brandmauer)

рекламная конструкция, расположенная на стене здания. Изготавливаются из баннерного полотна, акриловых листов, металлических листов и т.п. Щиты 6х3 м, расположенные на стенах, также относятся к брандмауэрам. Преимущества: большой размер, размещаются практически в любой части города, в том числе и в историческом центре. Размеры брандмауэров могут быть самыми разными, это зависит от величины стены и финансовых возможностей фирмы-рекламодателя.

Бэклайт (backlight)

рекламная конструкция в виде короба с внутренней подсветкой (лампы дневного света). Изображение изготовлено на просветной баннерной ткани, которая

крепится с помощью системы натяжения. Комплектующие, включая светотехническое оборудование, располагаются внутри корпуса.

Видеопанель

рекламный носитель, представляющий собой электронный экран самых разных, преимущественно больших, размеров. Дают рекламодателю возможность создать максимально привлекательное рекламное сообщение, так как могут отображать текстовую, графическую и визуальную информацию. Пока у большинства из них отсутствует звук.

Витрина

застекленный ящик, шкаф или окно, приспособленные для выставки различных предметов. Также витрина - выкладка товаров, отделенная от потребителя прозрачной перегородкой.

Вывеска

рекламоноситель, который представляет собой конструкцию небольшого формата с названием и профилем деятельности фирмы, несет в себе элементы фирменного стиля – корпоративные цвета, особый дизайн, присущий компании. Размещается у входа (или над входом) в здание или организацию. Преимущества: позволяет презентовать компанию потенциальным клиентам и партнерам еще до того, как они войдут в офис.

Газосветовая реклама

вывески, табло, щиты, надписи, в оформлении которых применены светящиеся газонаполненные(неоновые) трубы.

Гиммик

рекламный прием; система привлечения внимания покупателей к новым товарам с помощью ярких витрин, рекламных щитов, необычных названий товаров, организации конкурсов покупателей и т.п.

Гирлянда

конструкция в виде большого количества лампочек, расположенных на одном проводе. Часто используется для украшения деревьев и зданий в праздничные дни или в дни проведения рекламных мероприятий. Преимущества: великолепно выглядит в любое время суток, привлекает дополнительное внимание за счет красочности и динамики.

Дюралайт

гибкий пластиковый шнур, в котором проходит цепочка лампочек. Используется для подсветки рекламных конструкций.

Клаттер (англ. пробка)

большое количество рекламоносителей в поле зрения потребителя рекламы, которое значительно снижает запоминаемость рекламы.

Козырек

навесная конструкция над входами или окнами зданий. Преимущества: оригинальные запоминающиеся конструкции, содержащие элементы фирменного стиля, позволяют формировать положительный имидж организации.

Комплексное рекламное оформление фасада - оформление фасада здания (либо его части) в едином стилистическом ключе, основанное на концепции и креативной идее, разработанной специалистами (дизайн студия рекламного агентства) в соответствии с существующими технологиями и с учётом индивидуальных особенностей конкретного здания.

Контражур

декоративная подсветка задней части наружных рекламных конструкций.

Крышная установка

эксклюзивные имиджевые конструкции, расположенные на крышах зданий. Часто создаются с использованием неона и внутренней подсветки. Преимущества: один из самых престижных видов рекламы. Размещение крышной установки позволяет компании-рекламодателю заявить о себе, как о преуспевающей фирме, которая планирует долго присутствовать на рынке.

Лайтбокс (lightbox)

представляет собой плоский короб с внутренней подсвечкой (лампы дневного света). Изображение изготовлено на самоклеющейся пленке, которое наносится непосредственно на акриловую поверхность. Комплектующие, включая светотехническое обеспечение, располагаются внутри корпуса.

Люверс

металлическая окантовка отверстия в мягких материалах.

Магистральный щит

это отдельно стоящий двухсторонний щит на собственной опоре, размещаемый вдоль автомобильных трасс и используемый для проведения масштабных рекламных кампаний (акций). Существует несколько основных размеров рекламных щитов: "билборд" - с размером рекламного поля 3х6м., "суперсайт" - с размером 5х10 или 5х15м. Освещение таких конструкций в тёмное время суток производится несколькими выносными металлогалоидными прожекторами. Плакаты для этих щитов печатаются на баннерной ткани единым полотном или на специальной бумаге высокой плотности с клеевой пропиткой; в этом случае изображение состоит из 8-10 частей.

Маркиза

рекламоносители в виде навесов (козырьков) на мягкой или жесткой основе с размещенной на них информацией о фирме или подвижные навесы над окнами для защиты от солнца.

Масс-медиа

Средства Массовой Информации, доставляющие рекламное сообщение обширной целевой аудитории (телевидение, радио, пресса, носители наружной рекламы и т.д.)

Наружная реклама (наружка, аутдор, outdoor)

любая специальная информация о людях или продукции, которая распространяется с целью прямого или косвенного получения прибыли средствами, которые размещаются на отдельных временных или стационарных специальных конструкциях, расположенных на открытом пространстве, на фасадах строений, сооружениях, опорах уличного освещения и над проезжей частью улиц и дорог, элементах уличного оборудования. Наружная реклама рассчитана на пешеходов, водителей, пассажиров. По целям, как правило, является напоминающей. Основные рекламоносители: биллборды, бэклайты, ситилайты, лайтбоксы, брендмауэры.

Мобайл

подвешенная к потолку или кронштейну легкая (пластиковая, картонная) рекламная конструкция (плоская –двусторонний рекламоноситель, подвешенный к потолку; составная – конструкции подвешиваются друг к другу, объемная – трехмерная конструкция, собранная в виде коробок или иных структур) Преимущества: благодаря тому, что пространство надо головами людей обычно не заполнено рекламой, рекламоноситель привлекает дополнительное внимание.

Неон (неоновая реклама, неоновые трубки)

газ, который широко применяется при создании подсвеченных вывесок, указателей и др. рекламных установок. Также любые рекламные конструкции, изготовленные с применением неоновых световых трубок.

Объёмные буквы

вид рекламы, не нуждающийся в расшифровке. Стоит лишь заметить, что "буквы" могут быть выполнены из различных видов пластика (более пяти наименований) и различных металлов (начиная с нержавеющей стали и заканчивая латунью). Буквы могут быть плоские или объёмные, световые и без подсвета. Они устанавливаются на дистанционных держателях, или непосредственно на стену (фриз). Подсветка букв бывает внешней (галогенные и металлогалоидные прожектора), либо внутренней (неоновой или люминесцентной). Внутренний подсвет может быть как фронтальным (обычным), так и создавать ореол свечения вокруг буквы (технология "контражур").

Оракал

(oracal, оракальная пленка) одна из самых распространенных самоклеющихся виниловых пленок. По названию виниловой пленки фирмы Orafol, Германия. Широко используется в наружной рекламе. Преимущества: простота в применении, большой спектр цветов.

Онинг

навес над окнами, используемый для оформления наружной части здания и размещения рекламы.

Панель/кронштейн

часто двухсторонняя конструкция (состоящая из одного или нескольких световых коробов различной формы и размеров), устанавливаемая перпендикулярно фасаду здания. Существует разновидность данного типа рекламы, размещаемого на опорах уличного освещения. В случае, когда конструкция имеет

прямоугольную форму размером 1,2х1,8м. и установлена на низкой опорной ножке на газоне (тротуаре), то её называют пилоном (сити форматом).

ПВХ

поливинилхлорид – основа для производства множества рекламных материалов – пленок, пластика, тканей.

Перетяжка (транспарант)

рекламоноситель, который размещается над проезжей частью и всегда находится в поле зрения пассажиров и автомобилистов (обычно печатаются на баннерной ткани). Преимущества: оптимальный способ привлечь внимание к открытию фирмы, рассказать о новой услуге, которую фирма предоставляет или оповестить о приезде знаменитостей, проведении мероприятия. Еще один плюс рекламы на перетяжках - возможность разместить информацию сразу на двух сторонах рекламного носителя.

Пилон

отдельно стоящая рекламная установка (стелла), часто с внутренней подсветкой. Используется в основном в пешеходных зонах.

Плакат

красочное графическое изображение среднего и большого размера, обычно напечатанное на бумаге. Преимущества: относительно невысокая стоимость, возможность размещения в местах сосредоточения людей.

Плоттер

подключаемое к компьютеру устройство для получения изображения на различных носителях. Различаются: режущие, рисующие, перьевые, струйные, и т.д. Преимущества: широко используется при изготовлении наружной рекламы.

Поликарбонат (Polycarbonate)

обладает высокой светопрозрачностью, теплоизоляционностью и отличной ударной вязкостью. Защищен от ультрафиолета. Преимущества: в рекламе используется как легкая и ударопрочная основа для рекламных щитов и световых коробов.

ПОС-материалы - (POS - point of sales)

средства оформления мест продаж: наружное оформление магазинов, для ориентирования в местах продаж и для привлечения внимания к товару. Вывески, указатели, панель-кронштейны, штендеры, стикеры, вобблеры, мобайлы, листовки и многое другое.

P.O.S. - (point of sales - место продаж) **P.O.S.M.** - Материалы для оформления мест продаж. К ним относятся: стикеры, штендеры, таблички, вымпелы, световые короба и т.д. Задача средств POS - повисить продажи какого-либо конкретного товара (группы товаров) в данной торговой точке. При этом воздействие носит ограниченный во времени и пространстве характер, т.е. мотивируют потребителя совершить покупку «здесь и сейчас».

Постер

разновидность плаката, обычно большого размера.

Призматрон (призма, prismavision)

рекламная плоскость представляет собой несущую раму, в которой установлены цельнотянутые алюминиевые призмы(ламели) в количестве 56 шт. Трёхгранные сегменты (ламели) синхронно вращаются через определенные промежутки времени, что позволяет на одной конструкции разместить три различных рекламных сюжета. Бывают с внешней подсветкой и без нее. Изображение изготавливается обычно на постерной бумаге или самоклеющейся пленке, которая клеится на ламели. Комплекующие, включая электротехническое обеспечение, располагаются внутри корпуса.

Растяжка

в наружной рекламе - полоса материи, натянутая через улицу от здания к зданию. То же, что и перетяжка.

Роллер

рекламная установка, предназначенная для динамического показа рекламных плакатов. Представляет собой антивандальную конструкцию с системой протяжки рекламных баннеров по вертикали. Время демонстрации плаката может варьироваться от 2 секунд до 2 минут. Подсветка рекламных полей - внутренняя, с помощью люминесцентных ламп.

Самоклеющаяся пленка

на самоклеющейся пленке печатают изображения для наружной рекламы с помощью сольвентной печати. Различают три основных типа пленки: декоративная, для режущего плоттера и для печати. Преимущества: срок эксплуатации колеблется от 0,5 месяца до 10 лет, в зависимости от условий

эксплуатации.

Световой короб

рекламная конструкция, с внутренними элементами подсветки. Имеет светопроницаемые плоскости, бывает односторонним, двусторонним и т.п.

Световая тумба

рекламоноситель в виде тумбы с внутренней подсветкой (лампы дневного света). Изображение изготовлено на плакатной бумаге, которая помещается под стекло и закрепляется на прозрачной основе при помощи зажимов. Комплектующие, включая светотехническое обеспечение, располагаются внутри корпуса.

Ситилайт (citylight)

или тротуарные панно - являются распространенным видом рекламоносителей. Они имеют две рекламные стороны и внутреннюю подсветку. Небольшие размеры ситилайтов позволяют устанавливать их на тротуарах и вдоль автомобильных магистралей. Размеры рекламного поля 1,2 x 1,8 м и 1,2 x 2,4 м. Высота самого рекламоносителя от 2м до 2,6м позволяет изображению находиться на уровне глаз как пешехода, так и водителя, пассажиров.

Стела

высокая рекламная конструкция, устанавливаемая в непосредственной близости к объекту рекламы. Рекламная стела представляет из себя объемную, трехмерную вертикальную конструкцию размерами от 80 см до 30 метров. Может быть изготовлена как в виде стандартных форм (прямоугольник), так и с применением нестандартных креативных решений (различные стрелки, информационные блоки по периметру стелы).

Рекламная стела может быть плоской (бюджетный вариант), изготовленной на подоби светового короба, либо "круглой" - когда лицевые панели имеют обтекаемую форму. Второй вариант дороже, и срок изготовления таких рекламных стел гораздо больший, но смотрятся они эффектнее в сравнении со своими "плоскими собратьями".

Многие заказчики в качестве основного требования при разработке макета рекламной стелы выдвигают - наличие съемных панелей. Это очень удобная конструкция, так как иногда возникает необходимость в расширении предоставляемых услуг. В этом случае - достаточно заменить старую панель на новую.

Стикер

печатная наклейка небольших размеров. Стикеры часто расположена на входе рядом с надписями типа "Добро пожаловать". Преимущества: долговечность, доступная цена.

Строительная сетка

виниловый материал с ячеистой структурой, широко используется в наружной рекламе. Преимущества: на строительной сетке печатают, в основном, тогда: когда нужно добиться эффекта прозрачности, когда рекламное полотно будет находиться в месте, где сильный ветер, когда рекламное полотно будет полностью или частично закрывать окна здания, на котором располагается.

Сэндвич-панели

трехслойный композитный материал, состоящий из алюминиевых пластин 0,3 – 0,5 мм с внутренней полиэтиленовой сердцевиной. Преимущества: в наружной рекламе применяется при оформлении витрин и магазинов, щитов, вывесок.

Суперсайт

крупноформатные отдельно стоящие конструкции с внешней и внутренней подсветкой. Стандартные размеры - 12x5 м, 15x5 м. Преимущества - те же, что и у рекламных щитов.

Табличка

как правило, плоское изделие малых размеров (до 1 кв.м.). Выполняется на пластиковой или металлической основе, с текстом, нанесённым методом аппликации, травления или с помощью фрезы. Яркий пример - представительские доски или информационные таблички "с часами работы", расположенные рядом с входной дверью в супермаркет, офис и т.д.

Транслюцентная пленка

предназначена для рекламных конструкций с внутренней подсветкой. Это прозрачный материал со светорассеивающим покрытием.

Транспортная реклама

реклама на бортах транспортных средств, в залах ожидания, на перронах, остановках, внутри транспорта (в том числе – рекламные ролики, которые транслируются в салонах автобусов, троллейбусов) и т.п. Преимущества: информирует по пути следования транспорта.

Тролл

двухсторонняя прямоугольная конструкция с внутренней подсветкой. Размещается на столбах вдоль дорог на выносной штанге. Конструктивно объект представляет собой короб из поликарбоната на металлической раме. Рекламная информация наносится на лицевую плоскость короба. Подсветка осуществляется изнутри люминесцентными светильниками (12 -16 шт.)

Указатель

эти рекламоносители размещаются в местах с большими транспортными или пешеходными потоками. Размер рекламы на дорожных указателях часто зависит от размера дорожного знака. Преимущества: благодаря тому, что дорожные указатели являются источником очень важной для автомобилистов и пешеходов информации, размещенная на них реклама тоже попадает в зону пристального внимания.

Флекс

виниловое панно. Время их службы, в отличие от полиграфических плакатов, измеряется не месяцами, а годами. Флекс устойчив к низкой температуре, дождю и ветру.

Фриз

узкая и длинная плоскость на фасаде здания, используемая в качестве несущей конструкции для размещения на нём рекламных материалов (буквы, логотипы и др.).

Хард постер (Hard poster)

щит с рекламным изображением на отгибающейся ножке.

Чейзинг

бегущий огонь.

Чейнлайт

подсветка, состоящая из множества небольших лампочек. Используется для освещения небольших объемных букв.

Широкоформатная печать

многокрасочная печать на рулонных материалах большого размера. Преимущества: используется при изготовлении элементов наружной рекламы (печать на баннерной ткани, на строительной сетке, на бумаге и т.п.). На сегодняшний день широкоформатная полноцветная печать является самой удобной и доступной технологией, которая позволяет изготавливать рекламные изображения большой площади. Изображения, выполненные методом широкоформатной печати, чрезвычайно устойчивы к внешним атмосферным осадкам и воздействию ультрафиолетовых лучей, поэтому срок службы полноцветных плакатов продолжителен (для баннерной ткани он составляет 2 года).

Штендер

выносная конструкция произвольного размера, имеет обычно две плоскости. Выполнена в виде раскладного "домика". Изображение наносится на поверхность путём наклеивания. Рекламные плоскости могут содержать не только текст, но и графику с фотографиями. Штендер изготавливается из различных материалов: пластик, металлический лист, дерево и т.п.

Щит рекламный

см. билборд.