

УДК 655.55(086.7):004.738.5 (4+7)

Ксенія Калугіна**ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСОБЛИВОСТІ АУДІОКНИГИ
В БАНЕРНІЙ РЕКЛАМІ КРАМНИЦІ АУДІОКНИГ AUDIBLE**

Популярність читання «вухами» швидко зростає. За кордоном активно рекламують аудіокнигу. У статті розглянуто банерну інтернет-рекламу західного магазину аудіокниг Audible та проаналізовано інформацію, що подано у такій рекламі про особливості аудіокниги як медіа та практики її прослуховування.

Ключові слова: аудіокнига, особливості аудіокниги, інтернет-реклама, банерна реклама, інтернет-магазин аудіокниг.

Популярность чтения «ушами» быстро возрастает. За границей активно рекламируют аудиокнигу. В статье рассмотрена интернет-реклама западного магазина аудиокниг Audible и проанализирована информация, которая представлена в такой рекламе об особенностях аудиокниги как медиа и практики ее прослушивания.

Ключевые слова: аудиокнига, особенности аудиокниги, интернет-реклама, баннерная реклама, интернет-магазин аудиокниг.

The popularity of reading «with ears» is increasing rapidly. Abroad, audiobooks are advertised actively. This paper examines the web banner advertising by the occidental online audiobook shop Audible and analyses the information, which that advertising gives about the features of audiobooks and the features of the process of listening them.

Key words: audiobook, features of audiobook, online advertising, web banner advertising, online audiobook shop.

Оскільки одна із цілей реклами — інформування аудиторії про продукт, реклама аудіокниги може чимало розповісти про її характеристики та притаманні практиці читання «вухами» властивості.

Зростання значення аудіокниги у суспільстві робить актуальним дослідження засобів її рекламування та особливостей її прослуховування. Аудіокнига — відносно нове масмедіа у літературі. Ще в кінці ХХ століття, за дослідженням С. Козлоф, аудіокнига вважалася за-

собом читання для малограмотних [10; 83]. Наразі М. Рубері запевняє: прослуховування аудіокниги у XXI столітті прийнятне для кожної людини [9]. Статистичні дані демонструють постійне зростання продажів та виробництва аудіокниг [8; 1]. В. Лисенко, О. Биструшкін, О. Чирков наголошують на зручності цього засобу ознайомлення з літературою [3; 4; 6]. С. Водолазька називає аудіокнигу інноваційним способом популяризації книги в умовах сучасного життя у швидкому темпі [1, 101].

Оскільки, згідно розвідці С. Водолазької, ринок аудіокниг у Східній Європі перебуває у фазі зародження [1;106], дане дослідження побудовано на матеріалі західної реклами.

З різноманіття видів реклами для дослідження обрано банерну інтернет-рекламу крамниці аудіокниг Audible. Цей вибір аргументовано трьома факторами. Інтернет-реклама доступна для вивчення на відстані (відстань ускладнює доступ до матеріалів офлайн-реклами). Саме банери, за даними Т. Крутько, є найпопулярнішим засобом реклами в мережі [2]. А Audible — найбільша у світі інтернет-крамниця аудіокниг [7].

Мета статті — дослідити англomовну банерну рекламу крамниці аудіокниг Audible та проаналізувати інформацію, що така реклама дає про особливості аудіокниги як медіа та практики її прослуховування. Дослідження реклами аудіокниг у цьому контексті дозволяє одночасне вивчення маркетингового методу банерної реклами у видавничій справі та основних рис аудіокниги і ситуацій її читання.

Банери є, за Т. Крутько, статичними й динамічними графічними або текстовими рекламними блоками в Інтернеті [2]. Основною ознакою банерів є їх зв'язок із веб-сайтом рекламодавця — банер є посиланням на такий сайт [2; 5;51]. Зображення на банерах можуть бути нерухомими, або рухомими — змінювати кольори, замінювати одне іншим, ніби кадри. У банерній рекламі використовуються короткі змістовні тексти. Т. Крутько відводить візуальним елементам банера атрактивну функцію, а текстовим — функцію утримання уваги [2]. Таким чином, банерна реклама приваблює погляд та дає лаконічну інформацію про об'єкт реклами, яка вмотивує людину перейти за посиланням рекламодавця та дізнатись більше та/або купити послугу чи продукт.

Рекламні банери Audible мають на меті зацікавлювати людину аудіокнигою та спонукати до переходу на сайт крамниці. База рекла-

ми MOAT дозволяє переглянути банери Audible, які доступні або були доступні раніше на сторінках Інтернету [11]. Вони розташовані за датою розміщення реклами — від найновіших. У базі, за даними на квітень 2015, зберігається 1158 рекламних банерів крамниці аудіокниг. Вивчення 500 недавніх банерів Audible дозволило виділити певні особливості їх візуальної та текстової складових.

Візуальні елементи банерів крамниці Audible бувають як статичними, так і анімованими, та є зображеннями, по-перше, обкладинок та героїв книг; по-друге, технічних пристроїв; по-третє, людей. По-четверте, зустрічаються складені зображення — сполучення зображень обкладинок та героїв книг, технічних пристроїв, людей.

Зображені на банерній рекламі Audible обкладинки, герої книг зазвичай належать до відомих — тут обкладинки біографії Стіва Джобса та бестселерів Стівена Кінга, героїня екранізованого роману Маркуса Зузака «Книжковий злодій» (рис. 1).

Технічні пристрої на банерах крамниці Audible — це навушники та мобільний телефон. Вони присутні майже на кожній рекламі з переглянутих.

Люди займаються спортом, прибирають, приймають їжу, відпочивають. Вони всі зображені в навушниках. Тло може не узгоджуватись з діями людини, ніби відноситись до реальності аудіокниги.

На банерах зі складеними зображеннями зустрічаються декілька з описаних видів зображень. Так, обкладинка книги може бути намальована на екрані телефону. Дріт навушників утворює фігуру героя детективів Артура Конана Дойля — Шерлока Холмса (рис. 1). Людина у навушниках керує телефоном, спрямувавши погляд на його екран (рис. 1).

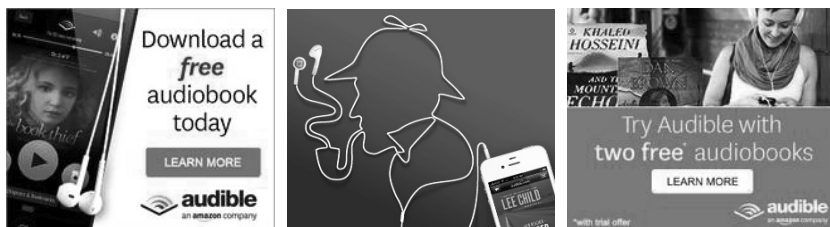


Рис. 1. Банери крамниці аудіокниг Audible. Зображення на банерах зліва направо: роман Маркуса Зузака «Книжковий злодій» на екрані телефону, Шерлок Холмс з дроту навушників, людина з телефоном у навушниках

Візуальні елементи банерів Audible несуть у собі інформацію про особливості аудіокниги. Зображення на рекламі обкладинок та героїв книг говорять про зв'язок аудіокниги з літературою. Ілюстрації-відсилки до відомих текстів привертають увагу людей, які цікавляться читанням, презентують аудіокнигу як альтернативний його спосіб. Технічні пристрої, зображені на банерах крамниці Audible, дають уявлення про засоби відтворення сучасної аудіокниги. Згідно банерам, асортимент Audible орієнтований переважно на прослуховування за допомогою мобільного телефону. Зважаючи на високу повторюваність зображення телефону та навушників, можна сказати, що ці технічні пристрої стали у рекламі крамниці своєрідним символом аудіокниги.

Текстові елементи банерів крамниці Audible є аргументами «за» прослуховування аудіокниги. Їх можна розділити на запрошення читача, по-перше, поринути в альтернативну реальність аудіокниги; по-друге, отримати продукт безкоштовно. По-третє, на складені тексти (на одному банері — обидва аргументи).

Особливість банерів з текстом-запрошенням поринути в альтернативну реальність аудіокниги в тому, що така реальність запропонована під час виконання інших справ. Написи цього виду, наприклад, говорять: «Історії, що вас оточують», «Тисячі романтичних творів, щоб ваше серце шалено калатало у спортзалі», «Тисячі фантастичних творів, щоб слухати під час прибирання у своєму замку» (рис. 2).

Пропозицію отримати аудіокнигу безкоштовно на банерах Audible треба розуміти як зазив зареєструватися на сайті крамниці та у якості подарунка завантажити на телефон звуковий файл із будь-якою аудіокнигою. Іноді текст про безкоштовну аудіокнигу супроводжується назвою книги: «Новинка від Джона Грішама, «Ряд платанів». Завантажте сьогодні дві безкоштовні аудіокниги». Або містить додаткову інформацію про загальну кількість книг у крамниці Audible: «Завантажте сьогодні безкоштовну аудіокнигу. Більше 150 тисяч аудіокниг». Написи другого типу зустрічаються на банерах на рис. 1.

Обидва виділені види текстових елементів можуть зустрічатися на одному банері: «Тисячі творів наукової фантастики, щоб слухати під час телепортації на роботу. Завантажте сьогодні два безкоштовно» (рис. 2).



Рис. 2. Банери крамниці аудіокниг Audible. Написи на банерах зліва направо: «Історії, що вас оточують», «Тисячі творів наукової фантастики, щоб слухати під час телепортації на роботу. Завантажте сьогодні два безкоштовно»

Текстові елементи банерів Audible розповідають про такі особливості: прослуховування аудіокниги перебігає в двох реальностях одночасно — у реальному часі, що лунає в процесі читання, і в уявному часі, що існує у віртуальній реальності аудіокниги. При цьому «перебування» у віртуальній реальності аудіокниги часто суміщається з іншими діями — прибиранням, заняттями спортом, оскільки переводити зір та змінювати розташування у просторі можна незалежно від прослуховування. Пропозиція отримати будь-яку з аудіокниг безкоштовно сигналізує, що форма аудіокниги дозволяє тиражування та пересилку без витрат для крамниці або видавця. Це — цифровий завантажуваний файл. «Завантажуваний» значить такий, що не потребує матеріального носія, може бути завантажений з Інтернету.

Як видно з наведених на рисунках банерів крамниці Audible, їх візуальні та текстові елементи взаємодіють, підтримують один одного. Так, на рекламі з зображенням дівчини, яка на пляжі слухає аудіокнигу, думку про можливість «перебування» у віртуальній реальності аудіокниги під час прослуховування підтримує поєднання «зимового» фону, контрастного до очікуваного на пляжі, і тексту — «Історії, що вас оточують».

У цілому, банери доносять про аудіокнигу таку інформацію:

1) Аудіокнига пов'язана з книгою та літературою. Вона є альтернативною традиційному читанню.

2) Під час читання аудіокниги задіяний слух людини, а зір і тіло в просторі — вільні.

3) Читання аудіокниги можна суміщати з іншими діями, які не потребують слухового чуття, а потребують зору та переміщення тіла в просторі.

4) Аудіокнига створює особливий психічний простір, у якому реальність людини-слухача та віртуальна реальність тексту аудіокниги суміщаються.

5) Основними технічними приладами для прослуховування аудіокниги є мобільний телефон та навушники.

6) Основною формою аудіокниги є завантажуваний файл.

Як бачимо, інформація про особливості аудіокниг та практики їх прослуховування є складовою банерної реклами крамниці аудіокниг Audible. Погляд на банерну рекламу аудіокниг у цьому контексті дозволяє покласти початок вивченню основних рис аудіокниги і ситуацій її читання та маркетингового методу банерної реклами у видавничій справі. Дозволяє більш детально розглянути ці аспекти у подальших дослідженнях

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Водолазька С.* Аудіокниги як інноваційний спосіб популяризації книги // Наукові записки Інституту журналістики. — Київ: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2013. — Т. 51. — С. 101–106.
2. *Крутько Т.* Англomовна реклама у віртуальному просторі : авто-реф. дис. ... канд. філол. наук. — Харків, 2006. — 20 с.
3. *Лисенко В.* Сучасна вітчизняна аудіокнига — уперше в Україні // Слово і час. — 2007. — № 4. — С. 88.
4. *Поліщук Т.* Олександр Биструшкін — про силу слова [Електронний ресурс] // День. — 2013. — № 18. — Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/uk/print/348564> (1.02.2013). — Назва з екрану.
5. *Федько О.* Банерна реклама та її різновиди // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика. — Київ, 2003. — Вип. 11. — С. 51–53.
6. *Чирков О.* Звукова книга — новітня ділянка на конкурентному полі української культури з російською // Збірник наукових праць НДІУ. — Київ, 2008. — Т. 19. — С. 298–309.
7. About Audible [Електронний ресурс] / Audible [сайт]. — Режим доступу: <http://about.audible.com/>. — Назва з екрану.

8. Audiobook Listeners Are Affluent, Well-Educated and Avid Book Readers [Електронний ресурс] / Audio Publishers Association. — Режим доступу: <http://www.audiopub.org/2010ConsumerSurveyreleasefinal.pdf> (21.10.2010). — Назва з екрану.
9. *Rubery M.* The History of the Audiobook [Електронний ресурс] // Free Thinking by BBC. — Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/radio/player/b05pr72c#> (7.04.2015). — Назва з екрану.
10. *Kozloff S.* Audiobooks in a visual culture // *Journal of American Culture*. — 1995. — № 18 (4). — С. 83–95.
11. Moat Ad Searcher [Електронний ресурс] / МОАТ [сайт]. — Режим доступу: <http://www.moat.com/>. — Назва з екрану.

Одержана 22.06.2015