

УКРАЇНСЬКІ РЕКЛАМНІ РЕСУРСИ: СПЕЦИФІКА АРХІТЕКТОНІКИ ТА КОНТЕНТ

О. І. Обласова, канд. іст. наук, доцент

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара,
буль. Наукова, 13, м. Дніпро, 49050, Україна*

На прикладі чотирьох сайтів проаналізовано змістове наповнення та специфіка архітектонічної організації рекламних ресурсів вітчизняного сегмента Мережі. Здебільшого це веб-аналоги друкованих видань. Досліджені ресурси пропонують безоплатне розміщення оголошень. Відрізняються зручністю використання та відсутністю матеріальних витрат. Інтернет-середовище для проаналізованих видань є зручною платформою розміщення контенту. А мультимедійні, гіпертекстові та інші можливості веб-простору використані неповно. Конвергентні редакції намагаються не відходити від традиційних способів подачі контенту, що на сьогодні часом виглядає певним анахронізмом. Відповідно, архітектонічна організація рекламних ресурсів потребує оновлення.

Ключові слова: український рекламний ресурс, контент сайту, архітектоніка.

Постановка проблеми. І в Україні, і в світі кількість факторів, що впливають на формування ціннісних орієнтацій та способів життя людини, значно зростає. Одним із таких і є реклама.

Як обов'язковий атрибут ринкової економіки, вона – один із найвпливовіших засобів донесення інформації, переконання, нав'язування стереотипів, стандартів, цінностей. Відповідно, не повинно викликати подиву, що періодичні видання рекламного характеру становлять значну частину періодики як такої. Відповідно, крім численної теле-, радіо- й реклами у друкованих виданнях, активно розвиваються й мережеві рекламні ресурси. Проте жодних досліджень цього важливого й плідного сегмента вітчизняного веб-середовища нами знайдено не було, що є свідченням актуальності статті.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різноманітні аспекти рекламної діяльності, різновиди реклами, її специфіка, вплив на цільову аудиторію мають давню історію та географію. Ці питання ставали предметом наукової рефлексії як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, що вилилося у численні дослідження, яких на сьогодні нараховуються сотні [1–4; 9].

Мета роботи полягає в тому, щоб з'ясувати специфіку архітектоніки та змісту рекламних ресурсів вітчизняного сегмента Інтернету.

Для досягнення поставленої мети слід виконати такі **завдання**:

- розглянути рекламні сайти українського сегмента Мережі;
- визначити специфіку архітектоніки означених ресурсів;
- проаналізувати контент мережних рекламних сайтів.

Об'єктом дослідження є рекламні ресурси вітчизняного сегмента Мережі.

Предмет роботи – специфіка архітектоніки і контенту рекламних ресурсів українського сегмента веб-середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. За мережевою адресою jarmarok.com.ua знаходиться сайт безкоштовних оголошень [5]. Ресурс оформлено у чорно-біло-червоних кольорах. Угорі сайту розміщено логотип, що являє собою велику білу літеру Й на червоному фоні та напис JARMAROK на чорному тлі. Під логотипом знаходиться слоган компанії «Все, що душа бажає». Слоган і логотип – базові складові елементи видання. Правіше від логотипу на шапці знаходиться червона кнопка, натиснувши на якій, можна подати своє оголошення.

Поруч бачимо кнопки, за допомогою яких можна змінити мову на російську. Крім того, можна зайти на сайт, якщо ви є зареєстрованим користувачем ресурсу.

Під шапкою знаходиться карта пошуку по сайту, а також напис «Ласкаво просимо». Далі розглянемо меню ресурсу, що знаходиться з лівого боку сторінки. Угорі розташовано два гіперпосилання, які зазначають попередню активність на сайті, а саме іконка «Вибране» та «Переглянуте». Поруч із цими написами розташовано лічильники. Нижче – два меню, поділені рекламою від Google, виділені червоним кольором. Меню знаходяться одне під одним і мають назви «JARMAROK у вашому місті» та «JARMAROK у вашій області».

Посередині веб-сторінки продубльовано фразу «Ласкаво просимо на JARMAROK», а також основна інформація про сайт. «JARMAROK – це безкоштовні оголошення з кожного куточка України. Зараз в нас є 314082 оголошень, з котрих 3349 було подано за останніх 24 години. Подати своє оголошення можете і Ви! Швидко, безкоштовно та без реєстрації».

Фраза «Подати своє оголошення» є гіперпосиланням, тому воно виділене кольором. Посередині сторінки розміщено дві основні категорії – «Популярні категорії оголошень» та «Нові оголошення». У кожній з них є рубрики, до яких додано тематичне фото і назви підрубрик. Так, у категорії «Популярні оголошення» виділено рубрики та підрубрики:

«Послуги» – будівельні послуги, інші послуги, фінанси та кредит.

«Обладнання» – електрообладнання, торгове обладнання.

«Будівництво, матеріали» – будівельні матеріали, вікна, двері, оздоблювальні матеріали.

«Робота» – робота в Інтернеті, робота за кордоном, додаткова робота.

«Дім, сад, город» – меблі, інше, інтер'єр.

«Автотранспорт» – автозапчастини, спецтехніка, інший транспорт.

Нижче знаходяться посилання на усі категорії оголошень.

Серед нових оголошень знаходяться матеріали різної тематики, які нещодавно розмістили на сайті. Нижче розташовано рекламу, а далі йде підвал сайту. До футеру належать копірайт та емблема сайту у лівому кутку, невелике меню та лічильник відвідувань сторінки у правому кутку. До меню належать такі кнопки, як «Объявления Россия», «Умови надання послуг», «Написати на JARMAROK».

Основний текст набрано гарнітурою Таhoma, заголовки виконано тим самим шрифтом, але кеглем 19 або 16 та жирним накресленням.

Сайт досить зручний у використанні. Кожен, хто надає оголошення, сам вирішує, як розрекламувати товар, тому видання не має єдиного стилю оформлення.

Наступний ресурс – **мережевий варіант газети оголошень «Авізо»**, що знаходиться за веб-адресою: <http://aviso.ua> [7].

Це мережевий аналог однойменного друкованого видання. Відвідувачеві, що завітав на сайт, одразу ж пропонується обрати регіон, що його цікавить. Обираємо Дніпропетровськ, і головна сторінка змінює свою адресу на <http://aviso.ua/dnepropetrovsk>. Сайт виконано у жовто-синіх кольорах, а сам контент, тобто реклама, має найрізноманітніші кольори, що спричиняє мерехтіння.

Оголошення на сайті подаються у будь-який час доби, незалежно від того, в якому регіоні знаходиться користувач. Одночасно на сайті можуть бути активними лише 10 безкоштовних оголошень.

Угорі сторінки знаходиться логотип видання, праворуч – форма для пошуку потрібного оголошення та іконка «Личний кабинет». Нижче, на жовтій плашці знаходиться 2 випадних меню, на яких і можна задати регіон та рубрику.

Під цими реквізитами знаходиться блакитна кнопка зі знаком + та написом «Подать объявление». З боків розташовано великі рекламні банери. Нижче блакитної кнопки бачимо розділ «Топ-объявления», де змінюють слайд-шоу з рекламною інформацією.

Ще нижче знаходиться рубрика «Наши издания» та підрубрики з їх стислими характеристиками: «Газеты и журналы» (Описание, Распространение, Рубриктор, Календарь выходов, Тиражи) та «Архив номеров газеты» (Електронна версія видання по містах, номерах, рубриках). Ще нижче знаходиться рубрика «Новости», де оновлюються останні новини України. Нийнижча з розташованих на сторінці рубрик – «Статьи», де наведено матеріали аналітичного або репортажного характеру. Нижче синім кольором виділено посилання «Все статьи». З правого боку, під банерами, бачимо три маркери-посилання: «Сайт для автомобилистов», «Вся недвижимость Украины», «Недвижимость с фотографиями». Ще нижче – ще один банер, посилання на соцмережу «Фейсбук», курс валют і посилання на сайт погоди Sinoptik.ua.

Ліворуч від основних рубрик розміщено три вікна під заголовком «Вам помогут профессионалы». Нижче знаходиться меню сайту з переліком рубрик. Біля кожної з них синім кольором у дужках зазначено кількість оголошень, поданих у цій рубриці: «Нерухомість», «Ремонт», «Меблі», «Техніка», «Авто», «Робота. Навчання», «Послуги», «Одяг. Взуття. Дитячі товари», «Спорт», «Спілкування», «Товари та матеріали». Також є додаткові рубрики: «Новини», «Статті».

Ресурс подає інформацію про події у країні загалом. Кожна рубрика має архів, календар, інформацію про погоду, курси валют. У межах сайту передбачено гіперпосилання на інші сайти-партнери, рекламні посилання у виданні. Постійно діючою рубрикою є «Архів», що дозволяє знайти новини та рекламні оголошення за обраний день. Крім того, архів має і кожна окрема рубрика. Мережева версія друкованого видання дуже насичена інформаційно.

Нижче від меню знаходиться невелика реклама, що інформує користувача про можливість подати оголошення телефоном.

У футері сторінки знаходиться інформація стосовно адреси, номерів телефону, контактів, регіонів, де поширюється видання, знак копірайту. Зліва на плашці знаходиться велика кнопка помаранчевого кольору, за допомогою якої можна подати оголошення. Під нею бачимо невелике меню з кнопками «Пользовательское соглашение», «Услуги и цены», «Наши реквизиты», «Газеты и журналы», «Календарь выхода изданий», «Отдел рекламы». Праворуч на плашці розміщено лічильники відвідування сторінки.

Основний текст на сайті виконано гарнітурою Helvetica Neue, кеглем 10.5 п. заголовки виконано тим самим шрифтом, але жирним накресленням кеглем 11 п.

Можливість спілкування користувачів відсутня, як і рубрика «Про нас». Відповідно, читач не має змоги звернутися до керівництва сайту. Сайт російськомовний, перейти на іншу мову можливості немає. Інтерфейс ресурсу не дуже зручний. Рекламні повідомлення надзвичайно втомлюють очі і не дозволяють зосередитися на тексті.

На наш погляд, сайт потребує структурного і тематичного вдосконалення.

Українська газета оголошень «*Експрес-об'ява*» розташована за адресою <http://www.eo.kiev.ua> [6]. Це також мережева дошка оголошень. Безкоштовно тут публікуються некомерційні оголошення. Подача до деяких рубрик сайту відбувається на комерційній основі. Платне оголошення подається на 7 днів, безкоштовне – на 14. Інформаційний портал дає можливість подавати оголошення і розміщувати рекламу для загальної аудиторії Мережі.

Друковане видання «*Експрес-об'ява*» – єдине в Україні щоденне рекламно-інформаційне видання. Видається з 17 грудня 1999 року. У газеті публікуються безкоштовні приватні та комерційні оголошення, інформаційно-консультативні матеріали. Поширюється в усіх регіонах країни. Наклад – 33 тисячі примірників щодня.

У структурі видання – потужна рекламна агенція, що забезпечує повний комплекс послуг від розробки концепції рекламних кампаній, виготовлення рекламних матеріалів до розміщення у ЗМІ України.

Мережева версія «Експрес-об'яви» – функціонально та інформаційно багатий ресурс. Сайт має рубрику «Контакти», в якій можна знайти інформацію про рубрики, мету заснування та політику видання. Основними рубриками є: «Пошук оголошень», «Блокнот», «Новини компанії», «Електронна версія газети», «Газета «Експрес-об'ява», «Сайт», «Контакти», «Допомога».

Крім того, наявні такі тематичні рубрики: «Нерухомість», «Будівництво», «Транспорт», «Устаткування», «Сільське господарство», «Послуги», «Оргтехніка», «Все для дому», «Медицина», «Дозвілля», «Робота», «Подарунки».

«Експрес-об'ява» має рухомі логотипи. Постійно діючою рубрикою є «Архів», що дозволяє знайти новини та рекламні оголошення за певний день. Крім того, і кожна рубрика має власний архів.

Відмінністю сайту від розглянутих раніше є можливість сприйняття інформації трьома мовами: українською, російською та англійською.

Пошук на сайті здійснюється за ключовими словами. Видання дає можливість читачам залишати коментарі. Інтерфейс ресурсу спокійний та приємний. Білий та рожевий кольори не втомлюють очей.

Мережевий аналог друкованої версії однойменної газети. Сайт видання знаходиться за адресою: reklamnoe-pole.ua [8]. Шапка сайту складається з таких елементів, як логотип посередині та напис нижче: «Рекламное поле. газета». Нижче розташовані рубрики меню: «О газете», «Разместить объявление», «Рекламодателю», «Калькулятор», «Прайс», «Контакты». Праворуч знаходяться кнопки «Обратный звонок» та «Онлайн чат», поруч із якими розміщено відповідні іконки.

Нижче можна побачити кнопку «Онлайн версія», під якою зазначено дату і номер друкованого аналога. Під шапкою розміщено анімаційне слайд-шоу з оголошеннями. На кожному оголошенні є кнопка «Подробнее» (у лівому нижньому кутку) та логотип газети зі слоганом «Каждый найдет то, что ищет» у правому нижньому кутку.

Основна площа сайту візуально поділена на дві частини, де вміщено розділи «Строительство. Недвижимость» та «Все для дома и жизни».

Розділ «Строительство Недвижимость» містить такі рубрики: «Стройматериалы», «Кровельные материалы», «Отделочные материалы», «Благоустройство», «Окна, двери», «Жалюзи, роллеты», «Лесопиломатериалы», «Строительные услуги», «Инструменты и СИЗ», «Услуги спецтехники», «Промышленное оборудование», «Климатсистемы», «Термотехника», «Электротехника», «Металл», «Недвижимость». Розділ «Все для дома и жизни» – «Маркет, услуги», «Мебель, интерьер», «Обслуживание оргтехники», «Системы безопасности», «Рекламные услуги, полиграфия», «Все для торговли», «Финансы», «Юридические услуги», «Автопродажа», «Грузоперевозки», «Автоуслуги, запчасты», «СТО», «Курсы, трудоустройство», «Мир красоты и здоровья», «Туризм и досуг». Під кожною з рубрик міститься фотокартка, підібрана за темою рубрики.

Унизу сайту знаходиться невеличке меню з кнопками: «О газете «Рекламное поле»», «Рекламодателю», «Калькулятор», «Прайс/скачать», «Наши контакты». Під меню розташовано кнопки «Онлайн версія» та «Архів номерів». Праворуч від меню знаходиться форма, в якій можна зазначити свою електронну адресу і отримувати розсилку газети. Праворуч від цієї форми можна побачити адресу (з кнопкою «На карті»), телефони та електронну адресу видання.

Розглянемо рубрику «О газете». Переходячи на цю сторінку, праворуч бачимо меню, що складається з кнопок «Тираж газеты», «Объем газеты», «Формат», «Форма распространения», «Рекламодатели», «Структура газеты», «Пункты приема рекламы», «Аудитория читателей». Посередині сторінки розташовано інформацію про газету, її призначення й інформацію про історію друкованого видання та його сучасний стан.

Заголовки сайту виконані шрифтом Segoe UI, кегль – 15,5 п., основний текст – Segoe UI, кегль – 11 п.

Сайт логічно структурований, надзвичайно легкий у користуванні, приємний для ока, не перевантажений зайвою інформацією. Кожна рубрика знаходиться у зручному фреймі, натиснувши на який можна перейти на скановану сторінку друкованого аналога.

Висновки. Більшість проаналізованих сайтів насичені рекламними текстами та ілюстраціями. Крім того, на цих сайтах можна побачити рекламні банери та слайд-шоу. Якщо казати про сайти оголошень, то більшість з них пропонує клієнтам безкоштовне розміщення рекламної інформації. Такі сайти зазвичай мають прибуток з комерційної реклами, як і більшість мережевих видань. Більшість з проаналізованих ресурсів мають друковані аналоги.

Зазвичай рекламні ресурси яскраво оформлені, що привертає увагу, але за певний час починає втомлювати користувача мерехтінням кольорів. Відповідно, довго працювати з такими ресурсами неможливо.

Основною перевагою мережевих рекламних ресурсів є зручність доступу та відсутність матеріальних витрат, адже їх не треба купувати. Крім того, кожен може подати оголошення або придбати певний товар за лічені хвилини. Недоліком цієї системи є те, що тексти оголошень зазвичай не редагуються, тому зрозумілість тексту залежить лише від рівня грамотності того, хто його надає. До того ж, модератори не мають змоги перевірити номери телефонів та електронні адреси користувачів, що сприяє збільшенню кількості махінацій. Така ситуація змушує частину користувачів більше довіряти друкованим виданням.

Рекламні інтернет-ресурси досить чіткі за структурою, адже логічно поділені на рубрики і підрубрики, що полегшує пошук оголошення або товару. Зазвичай кожна рубрика має тематичну ілюстрацію, за допомогою якої користувачеві легше сприймати інформацію та орієнтуватися у ній.

Подібні видання дуже насичені анімацією та слайд-шоу. Такі компоненти важко завершувати, тому над таким сайтом має працювати велика кількість програмістів та верстальників. Перехід від друкованого видання до мережевого є досить клопітким процесом, що потребує грошових і часових витрат, які, однак, себе виправдовують.

Слід зауважити, що усі проаналізовані рекламні ресурси використовують Мережу як зручну платформу для подання свого контенту. Здебільшого контент організований за технологічними вимогами мережевого середовища. Лише газета «Рекламное поле» створила головну сторінку традиційно до вимог мережевого середовища, але свій контент подає у вигляді сканованих сторінок друкованого видання, що на сьогодні виглядає анахронізмом.

Крім того, усі розглянуті ресурси далеко не повною мірою використовують мультимедійні можливості Мережі. Тут відсутня відеореклама, анімовані рекламні повідомлення. Тобто конвергентні редакції друкованих аналогів рекламних видань намагаються не відходити від традиційного текстового способу подачі контенту. Цього ж підходу чомусь дотримуються і ті ресурси, що не мають друкованих аналогів, створюючи сайти, де просто представлено структуровані за сферами інтересів приватні та корпоративні рекламні оголошення про надання товарів та послуг.

Список бібліографічних посилань

1. **Бове К. Л., Арнс К. Л.** Современная реклама / ред. О. А. Феофанов, пер. с англ. Д. В. Вакин. Тольятти : Изд. дом «Довгань», 1995. 704 с.
2. **Мякота В., Рудяк Ю.** Реклама и рекламная деятельность. 2-е изд., перераб. и доп. Харьков: Фактор, 2004. 256 с.
3. **Обритько Б.** Реклама і рекламна діяльність. Київ: МАУП, 2002. 240 с.
4. **Почепцов Г. Г.** Коммуникативные технологии двадцатого века. Москва: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 1999. 352 с.

5. Сайт безкоштовних оголошень Jarmarok. URL: <http://www.jarmarok.com.ua>.
6. Сайт газети «Експрес-об'ява». URL: <http://www.eo.kiev.ua>.
7. Сайт газети оголошень «Авізо». URL: <http://aviso.ua>.
8. Сайт газети «Рекламное поле». URL <http://reklamnoe-pole.ua>.
9. Сэндидж Ч. Г., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика. Москва: Прогресс, 1989. 630 с.

Обласова О. И. УКРАИНСКИЕ РЕКЛАМНЫЕ РЕСУРСЫ: СПЕЦИФИКА АРХИТЕКТониКИ И КОНТЕНТ.

На примере четырех сайтов проанализировано содержательное наполнение и специфика архитектурной организации рекламных ресурсов отечественного сегмента Сети. В основном, это веб-аналоги печатных изданий. Исследованные ресурсы предлагают бесплатное размещение объявлений. Отличаются удобством размещения и отсутствием материальных затрат. Интернет-среда для рассмотренных изданий является удобной платформой для размещения контента. А вот мультимедийные, гипертекстовые и иные возможности веб-пространства используются не в полной мере. Конвергентные редакции стараются не отходить от традиционных способов подачи контента, что сегодня выглядит определенным анахронизмом. Соответственно, архитектурная организация рекламных ресурсов нуждается в осовременивании.

Ключевые слова: украинский рекламный ресурс, контент сайта, архитектоника.

Oblasova O. UKRAINIAN ADVERTISING RESOURCES: THE SPECIFICITY OF THEIR ARCHITECTONICS AND CONTENT.

On the example of four sites the substantive features of the content and specificity of architectonic organization of the advertising resources of the domestic segment of the network are analyzed. Basically they are web-based analogue of printed editions. Investigated resources offer to place free advertising characterized by convenience and lack of material costs. Internet environment for these media is considered to be just a convenient platform for the placement of the content. But multimedia, hypertext and other features of web space are not used to the full extend. Convergent editors try not to move away from traditional methods of content delivery, that looks as a certain anachronism. Accordingly, the architectonic organization of advertising resources in need of modernizing.

Keywords: Ukrainian advertising resource, site content, architectonics.

UDC 004.738.5:655.41(477)

UKRAINIAN ADVERTISING RESOURCES: SPECIFIC OF ARCHITECTONICS AND CONTENT

Olga Oblasova

*Oles Honchar Dnipropetrovsk National University,
13, Naukova Str., Dnipro, 49050, Ukraine
o.oblasova@yandex.ru*

Research methodology. In order to determine the peculiarities of architectonics and content of advertising web-sites, four resources of Ukrainian network were analyzed.

Results. The architectonic and substantial features of the advertising resources of the domestic segment of the network are under study while stressing the Ukrainian segment of the web advertising resources. Having been analyzed, advertising sites are web-based analogues of printed editions. Investigated resources offer to place free advertising which is characterized by convenience and lack of material costs. Internet environment for these media is considered to be just a convenient platform for the placement of the content. But multimedia, hypertext and other features of web space are not used to the full extend. Convergent editors try not to move away from traditional methods of content delivery, that looks as a certain anachronism. Accordingly, the architectonic organization of advertising resources in need of modernizing.

Novelty. It is for the first time that the systematic analysis of advertising web-sites of Ukrainian segment of the web is considered.

The practical significance. The results of the research will of interest to all specialists, involved in the production of Internet content.

Надійшла до редколегії 30.09.16.