

КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ ТА ВИДИ АУДІОКОНТЕНТУ

Безчетніков Р., Желанов О.

e-mail: roman.bezchetnikov@nure.ua

Харківський національний університет радіоелектроніки, каф.МІРЕС

м. Харків, Україна

The article examines the structure of modern digital audio content. The structure of elements for creating audio content is shown, the results of analytical research are presented, indicating the active growth of this type of information. The current structure of the main types of audio content is shown, and a brief explanation of each of them is also given.

Аудіоконтент є звичним атрибутом повсякденного життя людей. Цифровий аудіоконтент — це інформація в звуковому форматі, яку користувачі можуть прослуховувати он-лайн або завантажувати на пристрої.

Кожен рік рівень ринку цифрового контенту зростає у середньому по світу на 15-20% [1], близько 25% маркетологів використовують аудіоконтент (наприклад, підкасти), як частину своєї контент-стратегії просування продукції [2]. Середній інтернет-користувач витрачає близько 2 годин на день для прослуховування музичних сервісів [3], ~ 86% слухачів подкастів запам'ятовують рекламу на них краще, ніж з будь-яких інших джерел [4].

Розглянемо ключові елементи створення аудіоконтенту (рис. 1).

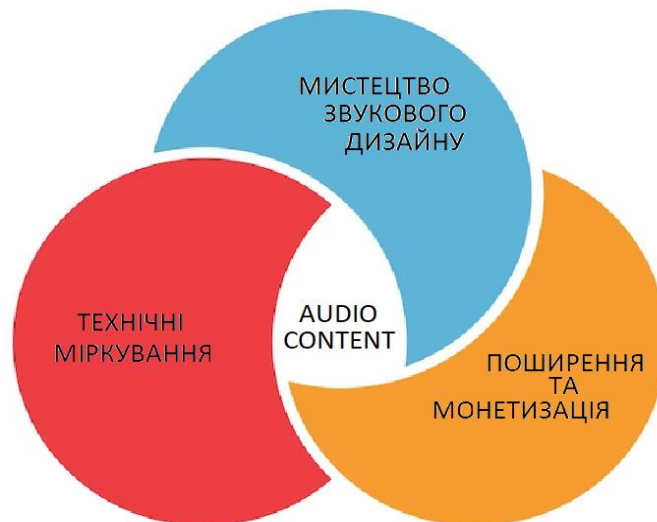


Рисунок 1 – Ключові елементи створення аудіоконтенту

Звуковий дизайн (мистецтво створення дизайну) – це мистецтво створення звукової оточення чи супроводу, що передає атмосферу середовища. Це необхідно для створення емоційного зв'язку між слухачами та історією.

Наприклад, скрипучі двері, далекий грім і кроки, що луною розносяться по тьмяно освітленому коридору для створення напруженої сцени в трилері або легка класична мелодія для спокійних сцен.

Різні частоти та тембри впливають на емоції слухача, тому аудіорежисери маніпулюють звуками, щоб передати настрій, напругу та хвилювання.

Під технічними міркуваннями розуміють вибір програмно-апаратного забезпечення для створення контенту. Вибір мікрофонів і акустичних систем, розуміння акустики приміщення (оцінка акустичної характеристики приміщення, оцінка луни та поглинання звуку, розрахунок систем поглинання звуку). Програмне забезпечення для редагування аудіо дозволяє авторам обробляти та покращувати записи. Мікшування включає балансування рівнів, панорамування і додавання ефектів (реверберація, еквалайзер, стискання). Для різних платформ потрібні певні аудіоформати (MP3, WAV, AAC, OGG). Стиснення впливає на якість та розмір файлу. Баланс між якістю та розміром файлу важливий для потокової передачі та завантаження.

Для поширення контенту необхідно підбрати надійні хостингові платформи (наприклад, Libsyn, Podbean). RSS-канали забезпечують безперебійну доставку до каталогів подкастів (Apple Podcasts, Spotify).

Не слід забувати про ліцензування контенту, для того щоб розповсюдження та використання матеріалів відбувалося у правовому полі. Музиканти та композитори керуються ліцензійними угодами на свою музику.

Монетизація аудіоконтенту включає у себе спонсорство, партнерський маркетинг та розміщення реклами.

Таким чином, створення аудіоконтенту поєднує артистизм (створення звукового матеріалу), технології (використання сучасних технічних і програмних засобів) та ділову хватку (опрацювання каналів поширення, розповсюдження контенту і його монетизація).

Розглянено основні види сучасного цифрового аудіоконтенту (рис. 2). Аудіореклама – це простий спосіб розповісти про компанію та/або продукт, який включається у трансляції у стрімінгових сервісах, на радіо, на території торгових площ. Таку рекламу неможливо пропустити, що є незаперечним плюсом для брендів. Слід зазначити, що ~72% користувачів стрімінгових платформ помічають та прислухаються до рекламних аудіороликів, а ~85% готові слухати рекламу за безкоштовний доступ до контенту [1, 3].

Аудіобрендинг — це використання звуку для створення та посилення ідентичності компанії. Наприклад, мелодія запуску операційної системи Windows, або мобільного телефона/смартфона Nokia. Слід зазначити, що поєднання звукового та візуального логотипів удвічі збільшує впізнаваність продукту, а реклама з аудіологотипом у 8,5 разів краще привертає увагу до бренду [3].

Подкаст – аудіо або відеофайл, який можна скачати або слухати онлайн у будь-який зручний час. Сам термін утворений від iPod і broadcasting, вперше був згаданий журналістом The Guardian Беном Хаммерслі у статті Audible Revolution у 2004 році і спочатку мав на увазі ра-

діопередачі [5], які можна слухати незалежно від сітки мовлення. Цей вид контенту чимось схожий на радіо, але його відмінність полягає в тому, що користувач може вибирати жанр і тему, а потім прослуховувати аудіо в будь-який зручний час.



Рисунок 2 – Сучасний цифровий аудіоконтент

На сьогоднішній день це «потужний» інструмент для створення груп слухачів за інтересами (співтовариств), просування продукції. За дослідженнями аудиторії GWI [6] показано, що у 2023 році 21,2% користувачів слухали подкасти щотижня, витрачаючи в середньому 1 годину 2 хвилини на день на прослуховування підкастів. За даними Spotify [7], 54% шанувальників подкастів кажуть, що вони з більшою ймовірністю розглядають можливість покупки у бренду, що рекламується в подкасті, а 80% з них придбали щось після прослуховування реклами.

Так само як і подкасти стали дуже популярним форматом залишаються аудіокниги. Існують сервіси, які дозволяють переходити від текстової версії до аудіо і назад з місця, де було зупинено читання або прослуховування [8]. Такий гібридний формат дуже зручний.

Музичний стрімінг – це технологія програвання аудіо в інтернеті в режимі реального часу на запит, без скачування. Для цього створюються глобальні сховища онлайн, які здатні одночасно обслуговувати сотні користувачів, транслювати композиції по всьому світу зі збереженням якості. Їх ще називають стрімінговими сервісами [9]. Вони зручні, тому що вміють підлаштовуватись під переваги слухача.

Окремо виділимо озвучування та голосий супровід. Цей вид контенту активно використовується при перекладі розмов, доповідей, при створенні мультимедійних лекцій та презентацій, аудіо гідів, тощо.

Список використаних джерел:

1. <https://www.statista.com/topics/6408/music-streaming/#topicOverview>
2. <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>
3. <https://datareportal.com/reports/tag/Digital+2024+Deep+Dive>
4. <https://basis.com/blog/the-power-of-sound-audio-advertising-by-the-numbers>
5. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1223942>
6. <https://www.gwi.com/reports>
7. <https://artists.spotify.com/ru/analytics>
8. <https://speechify.com/blog/can-you-read-and-listen-to-audible-at-the-same-time/>
9. <https://www.pcmag.com/picks/the-best-online-music-streaming-services>