УДК 002.1-028.17(477)"2020"(045)
DOI: 10.36273/2076-9555.2020.5(286).27-31

Лариса Татарінова,
старший науковий співробітник відділу моніторингу
засобів масової інформації Книжкової палати України,
e-mail: larysa@i.ua
ORCID: https://orcid.org/0000-002-7950-7773

Аудіокнига. Тенденції розвитку 2020 року

У статті досліджено аспекти розвитку світового ринку аудіокниг, що сьогодні є найдинамічнішим сектором у галузі книговиробництва. З'ясовано, що найбільший у світі ринок аудіокниг у Сполучених Штатах Америки за 12 місяців 2019 р. зріс на 47% відносно до 2018 р. Тенденція збільшення обсягів продажу аудіокниг стабільна, що характерно й для 2020 р. Досліджено причини підвищення попиту на аудіокниги, насамперед пов'язані з використанням сучасних технологій. Смартфони, планшети й, останнім часом, штучний інтелект стимулювали бурхливий розвиток ринку аудіокниг, спрощуючи водночас спосіб знайомства з книгою тим, хто має проблеми із зором, літнім людям.

Обсяг реалізації компакт-дисків для аудіокниг 2010 р. становив 58% проти 42% цифрових завантажень. Зрушення в бік стрімкого зростання ринку аудіокниг розпочалися відтоді, як користувачі перейшли на цифрові носії. Останніми роками ситуація докорінно змінилася, адже багато людей похилого віку опановують сучасні технології, а поява нових гаджетів, придатних для читання, сприяє залученню молодшої аудиторії. Середній вік слухачів змінився: від категорії 50+ (що було актуально 2010 р.) до тих, кому ще немає й 50. У 2018 р. Google запустив магазин аудіокниг для людей віком 45+ у різних країнах дев'ятьма мовами. Наголошено, що аудіокнига привертає різноманітного слухача, оскільки вже не націлена винятково на літніх людей, а стає цікавою шанувальникам слова будь-якого віку з усіх верств суспільства.

Доведено, що аудіокниги стрімко відвойовують місце як на книжковому, так і на загальному медіаринку, але їх частка на книжковому ринку не походить від друкованих видань. Друковане видання, як і раніше, є головною формою споживання, на нього припадає 78% усіх доходів від книготоргівлі у США, а боротьба за місце на ринку точиться на цифровій арені між електронною та аудіокнигою. За результатами аналізу різноманітних даних зроблено припущення, що за нинішніх темпів зростання доходи від аудіокниг наблизяться до надходжень від електронних видань до кінця 2023 р.

Ключові слова: *аудіокнига; електронна книга; подкаст; смартспікер; оповідач; слухач; ринок аудіокниг; маркетинг; видавці аудіокниг; самвидав аудіокниг*

Постановка проблеми. За прогнозами міжнародної аудиторської компанії Deloitte Global, 2020 р. світовий ринок аудіокниг зросте на 25% — до 3,5 млрд дол. США. 75% його обсягу припадає на Сполучені Штати та Китай. У глобальному масштабі зростання також, імовірно, прискориться, і в окремих державах перевищуватиме 36%, оскільки інші регіони наздоганятимуть лідерів [1]. У нашій країні ринок аудіокниг поки що не надто розвинений і перебуває у стадії становлення, проте Україна не стоїть осторонь світових тенденцій, а отже дослідження аспектів його формування та розвитку є актуальною проблемою.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Вивченню аудіокниг, феномену їх швидкого розповсюдження та особливостей сприйняття тексту в умовах багатозадачності присвячено праці групи вчених Колумбійського університету (США) та Університету Торонто (Канада). Серед них варті уваги розвідки психологів Р. Новосельського [2], Р. Токсопеуса та Л. М. Трік, які разом з Edison Research [3] вивчали попит на аудіокниги автоводіїв, домогосподарок та людей похилого віку. Висновки цих досліджень було враховано під час публікації щорічних доповідей Асоціації видавців аудіокниги (APA) [4].

Інформаційною базою дослідження слугували статистичні матеріали та доповіді Асоціації видавців аудіокниги, звіти дослідницької компанії Edison Research, статистичні матеріали, надані книжковими палатами України та Польщі, матеріали наукових конференцій, довідкова та реферативна література з порушеної проблематики.

Мета статті — виявлення тенденцій розвитку ринку аудіокниг у провідних країнах світу, визначення економічних та культурних чинників, що створюють умови для ефективної розбудови цього вагомого сегмента галузі книговидавництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Універсальність аудіокниги, що поєднує і оригінальний авторський текст, і акторську манеру читання оповідача, сприятиме подальшому зростанню попиту на неї, оскільки люди використовують можливість слухати книги під час різноманітної діяльності (наразі — в машинах, офісі, громадському транспорті, спортзалі). Це тільки верхівка айсберга, оскільки можливості для ознайомлення з книгою надзвичайно великі. Слухайте улюблений роман під час занять садівництвом, подорожуючи, коли бігаєте, займаєтеся рукоділлям. Універсальність використання цього формату книг постійно заохочує нову аудиторію.

Аудіокниги — очевидний вибір, якщо людина прагне насолоджуватися читанням і водночас щось робити. Напруга очей, викликана тривалим перебуванням перед екраном комп'ютера, становить серйозну проблему, що може спричинити втрату інтересу до читання загалом. Аудіокнига пропонує оптимальний спосіб її розв'язання з очевидними перевагами.

Упродовж останніх шести років світовий ринок аудіокниг демонструє стрімке зростання й прогресивну динаміку, збільшуючись щороку на 20—25%.

У 2020 р. уперше половина всіх американців віком від 12 років повідомили, що вони прослухали принаймні одну аудіокнигу. Зростання популярності цього сегмента книжкового ринку навіть

© Татарінова Л., 2020

спонукало The New York Times публікувати щомісячний список аудіобестселерів.

Видавці "Великої п'ятірки" (Penguin Random House, HarperCollins, Hachette, Simon & Schuster та Macmillan) нещодавно визнали, що ринок аудіокниг — це єдиний сектор книговидавничої галузі, де відбувається швидке й динамічне зростання. Фінансовий потенціал об'єднаної "Великої п'ятірки" достатній, аби стати "законодавцем моди" в цьому сегменті аудіокниг, до того ж найбільші видавці світу формують величезні маркетингові бюджети, що матиме вагомий вплив на майбутні тренди аудіокниг. І якщо виробники вже зацікавлені в просуванні формату, то зростання в цьому секторі триватиме довгі роки. Наприклад, сьогодні понад 61% канадських видавців випускають цифрові аудіокниги, тоді як 2016-го їх виробляли лише 37% видавничих компаній.

Головними гравцями на світовому ринку аудіокниг, тобто компаніями, що вкладають чималі гроші у маркетинг аудіо, є:

— Audible (Amazon зі звуком, що 2020 р. відзначає 15-й день народження);

— Apple;

— "Велика п'ятірка" видавців (найбільшим виробником аудіокниг у Великій Британії є Penguin Random House Audio, хоча його наздоганяє компанія HarperAudio, котра 2019 р. випустила на 20% більше аудіокниг, аніж 2018-го);

— Google.

Попри те, що спочатку ринок аудіокниг був не надто перспективним, їх перші видавці, як і у випадку з електронними книгами, доволі швидко отримали чималі прибутки. Що більше виробників опановуватимуть цей сегмент, то більше з'явиться доступних аудіокниг. Звичайно, посилюватиметься й конкуренція, що може призвести до зниження цін. Нині аудіокниги коштують дорого, наприклад, у США від 15 дол. і вище. Для порівняння: середня ціна електронної книги у 2,5 раза нижча — приблизно 6 дол. Amazon вже пропонує знижки на аудіокниги покупцям електронних книг. Цінова війна неминуча, хоча монополія кількох гравців (чотирьох, бо "Велика п'ятірка" заради прибутку згуртувалася й виступає єдиним фронтом проти монстрів інтернету) утримує ціни на колишньому рівні. Ситуація, безумовно, зміниться, оскільки на ринку стає дедалі більше гравців, водночас набирає обертів і самвидав.

Автори самвидаву неохоче виходили на ринок: процес створення аудіофайлу доволі ресурсомісткий і тривалий. Щоб створити 10-годинну аудіокнигу, котра містить майже 75 тис. слів, що дорівнює приблизно 300 сторінкам, видавець зазвичай платить від 3 до 15 тис. дол., з огляду на вартість оповідання, редагування, запису та мастерингу. Аудіокниги, котрі начитали зірки, можуть коштувати ще дорожче.

Якщо навіть автор самостійно начитуватиме книгу (що не гарантує якості), для запису слід або орендувати студію, або придбати спеціальне обладнання.

На жаль, занадто багато аудіокниг, уміщених в інтернеті, мають занизьку якість звуку, а її поліпшення може спричинити зростання ціни на кінцевий продукт.

Утім, із розвитком та адаптацією комп'ютерних програм і появою домашніх студій автори самвидаву дедалі більше намагаються розширити можливості створеної ними книги. Динаміка ринку аудіокниг свідчить, що найближчим часом самвидав здатний стати рівноправним п'ятим гравцем. Зростання популярності цього формату може надати самовидавцям додаткові прибуткові вигоди. Автори мають самотужки записувати зі звуком, беручи до уваги інтонацію, наголоси й граматику.

Поміж самовиданих аудіокниг найбільший попит мають тексти науково-популярної тематики, частка яких за останній квартал 2019 р. становила 25—50% продажу аудіокниг інших жанрів. Найактивніше слухачі обирають твори в жанрі фантастики, особливо наукової та фентезі, детектив, трилер, літературу для підлітків. Аудіокнига вже добре зарекомендувала себе в галузі наукової літератури і, можливо, стане популярнішою на ринку художньої.

Наступного десятиліття, ймовірно, відбудеться "бум аудіокниги", початок якого бачимо вже сьогодні. Досягнення в галузі штучного інтелекту й технології смартфонів надають вельми широкі можливості для розвитку цього сегмента.

Рівень використання смартфонів для прослуховування аудіокниг продовжує зростати, зокрема ними послуговуються 73%, і цей показник зріс із 29% 2017 р. і 47% 2018-го. Понад половину поціновувачів цього формату слухають твори вдома, а 32% — в автомобілі [5].

Дедалі більше впливають на світ аудіокниг розумні динаміки (smart speakers — смартспікери), такі собі персональні помічники. Наприклад, Amazon Echo розбудить вас уранці, розповість про останні новини, погоду та затори на дорогах, нагадає про заплановані зустрічі й заходи, замовить товари чи послуги на Amazon.com або Uber тощо. Для вмикання колонки використовують спеціальне слово "Alexa". Вісім мікрофонів, вбудованих у корпус, працюють постійно — саме це стало приводом для звинувачення корпорації у прослуховуванні, оскільки пристрій записує і зберігає все, що "чує" після активації. Amazon Echo працює з різними бібліотеками, зокрема й музичними (Amazon, Spotify та ін.), Echo Show може відтворювати відео з YouTube чи Amazon Video і кількох каналів новин. За допомогою функції відеодзвінків можна телефонувати іншим власникам Echo або користувачам смартфонів зі встановленим помічником Alexa. 24% споживачів зауважують, що слухали книгу саме на смартспікері.

Видавнича індустрія аудіокниг у США надає роботу майже 4400 працівникам на рік, і очікується, що ця цифра 2020 р. лише зростатиме. Audible (звуковий Amazon) — наразі найбільший роботодавець акторів у Нью-Йорку.

За даними APA, 2010 р. було вироблено 7237 назв аудіокниг, 2012 р. їх кількість зросла більше ніж удвічі — до 16 309, а до 2018 р. майже потроїлася — до 44 685 назв. За прогнозами, 2020 р. матимемо приблизно 55 тис. нових назв аудіокниг. Дохід від реалізації цієї продукції 2019 р. збільшився на 24,5%

порівняно з 2018 р. Виторг від продажу аудіокниг вже кілька років поспіль зростає на понад 20% [6].

Причини збільшення попиту на аудіокниги досліджували науковці Книжкової палати Польщі й дійшли висновків, котрі розглянемо докладніше.

Причина зростання 1: технологічні досягнення

Удосконалюються технології виробництва: цифрове редагування, розсилання рукописів, використання планшетів замість друкованих сценаріїв (не потрібно усувати шуми під час гортання сторінок), збільшення кількості домашніх студій для оповідачів дали змогу скоротити час, потрібний для створення аудіокниги.

Причина зростання 2: ширші можливості

Цифровий формат продукції також має велике значення, позаяк аудіокниги простіше знаходити та зберігати, ніж видання на касетах і дисках. Мобільність, тобто можливість відтворювати на різноманітних пристроях, і здатність слухати в будь-якому місці — це головні аргументи, наведені в опитуванні споживачів. Оскільки цифрові пристрої, як-от смартфони, нині широко розповсюджені, доступ до аудіокниг простий і зручний.

Причина зростання 3: популяризація в соціальних мережах і реклама аудіокниг

Автори обговорюють формат, голоси та манеру виконання професійних оповідачів аудіокниг (у яких є віддані послідовники), до розмови долучаються навіть продакшн-студії, допомагаючи просувати нові назви. Перехресна розмова між авторами, оповідачами та студіями підтримує зацікавленість.

Причина зростання 4: креативний маркетинг

Розголос у соціальних мережах спонукає видавців, авторів та оповідачів виявляти творчий підхід до маркетингу, наприклад, багато хто залучає відео про створення аудіокниг у свої кампанії. Восени 2016 р., аби підтримати інтерес до аудіокниг та збільшити кількість своїх членів у соціальних мережах, APA запустила відеокампанію #loveaudiobooks, під час якої автори й шанувальники, зокрема В. Голдберг і С. Кінг та інші видатні особистості з гучними іменами, розповідали про свою прихильність до формату.

Причина зростання 5: успіх породжує успіх

Реалізація невпинно зростатиме, якщо галузь випускатиме більше назв. Проте якщо споживачі не купуватимуть, то, без сумніву, не збільшуватимуться і обсяги виробництва [7].

За прогнозами Deloitte [1], 2020 р. світовий ринок аудіокниг зросте на 25% — до 3,5 млрд дол. І це не єдиний формат, що набирає популярність. Deloitte також прогнозує, що світовий ринок подкастингу (нового способу поширення аудіо через інтернет, у якому, на відміну від радіо, користувач може обирати що й коли слухати) зросте на 30% і 2020 р. сягатиме 1,1 млрд дол., вперше перевищивши позначку в 1 млрд.

Ці показники можуть видаватися незначними, якщо порівнювати їх із 42 млрд дол., витраченими США на радіо, і річними доходами від музичної галузі в 51 млрд дол. Проте у світі, де загальне зростання сфери засобів масової інформації та розваг становить лише 4%, щорічне збільшення показників від 25 до 30% вражає. Сигнал очевидний: аудіокниги переростають "нішевий" статус, щоб стати самостійним сегментом.

Ринок аудіокниг у Сполучених Штатах — найбільший у світі, й він упевнено збільшується на 20—25% кілька років поспіль. Обсяг зростання, прогнозований у 2020 р., становить 1,5 млрд дол. На другому місці — китайський ринок аудіокниг, котрий, як очікують, принесе майже 1 млрд дол. цього року (2017 р. — 450 млн дол.). За межами цих двох добре вивчених ринків дані нечисленні, оскільки означений сегмент перебуває в стадії становлення. Статистика, отримана з різноманітних джерел, переконує, що доходи від аудіокниг у чотирьох скандинавських країнах щорічно становлять майже 100 млн дол.; 2018 р. обсяг ринку аудіокниг у Великій Британії сягав приблизно 85 млн дол., а доходи від їх реалізації по всій Європі (охоплюючи й британську частку) наблизилися до позначки у 500 млн дол. З огляду на ці показники, розмір світового ринку аудіокниг можна оцінити у 3,5 млрд дол., і майже 75% припадає на Сполучені Штати та Китай.

На формування ринку аудіокниг впливає не лише можливість отримати шалені прибутки, а й вибір слухачів. Згідно з опитуванням Deloitte Global 2018 р. [6], 18% дорослих американців зазначили, що слухали аудіокнигу за останні 12 місяців, а це на 4% більше, ніж 2016-го. Якщо, припустимо, показник зростання залишається стабільним, то цифри свідчать, що понад 73 млн американських користувачів слухають аудіокнигу щонайменше раз на рік. Відповідно, статистика Китаю доводить, що 22,8% населення слухали принаймні одну аудіокнигу 2017 р. За умови аналогічного зростання, ймовірно, понад чверть населення Китаю, або 350 млн осіб, сьогодні слухають аудіокниги. У всьому світі число нинішніх споживачів цього формату перевищує пів мільярда. У довгостроковій перспективі можна очікувати на подальше розширення репертуару назв аудіокниг, навіть якщо динаміка певним чином сповільниться з бурхливого 25-відсоткового темпу 2020 р.

У глобальному масштабі також, ймовірно, відбуватиметься збільшення кількості назв аудіокниг, оскільки інші країни та регіони наздоганятимуть рівень США, Китаю та Північних країн.

Припускаємо, що попит на аудіокниги відрізнятиметься залежно від географічного положення та демографії. Наприклад, 2019 р. 74% американських користувачів слухали їх в автомобілях. Отже, у країнах із тривалішим часом поїздок доходи, темпи зростання й можливості сфери аудіокниг можуть бути вищими, ніж у регіонах, де автомобільні шляхи коротші [5].

Сегмент дитячих звукових книг, що вже становлять значну частку від загальної кількості реалізованої аудіолітератури, також може бути точкою зростання: 2017 р. він сягав 40% назв аудіокниг, що продаються в Китаї, 10% — у Сполучених Штатах і 25% — у Франції.

Цікавий факт: попри те, що частка аудіокниг стрімко збільшується як на книжковому, так і на

загальному медіаринку, вона не походить від друкованих книг. Наприклад, у США статки від продажу друкованих видань за півріччя 2019 р. зросли на 2,5% у річному обчисленні, навіть попри те, що доходи від завантажених аудіокниг також збільшилися на 34%. Однак виторг від електронних книг за той самий період скоротився на 4% (хоча цей сегмент, як і раніше, приносив на 77% більше грошей, ніж завантажені аудіокниги) [8]. На друковані видання, що є головною формою споживання, припадає 78% усіх доходів від книг загалом, а боротьба на цифровій арені точиться між тими, хто хоче використовувати очі споживачів, проти тих, хто вважає за краще їхні вуха. Можна припустити, що за нинішніх темпів зростання доходи від аудіокниг наблизяться до продажів електронних до кінця 2023 р. [1].

Хто і як читає аудіокниги? Щоб з'ясувати це, 2018 р. компанія Deloitte Global провела опитування понад 1000 дорослих користувачів у Сполучених Штатах [6]. Результати свідчать, що ця аудиторія з кожним роком молодшає, стає більш освіченою і зайнятою. 56% читачів повідомили, що спеціально "виділяють певний час" для прослуховування улюбленої книги.

Утім, у дослідженні є й певні нюанси. Наприклад, шанувальників аудіокниг серед наймолодшої обстеженої групи, 18—24 років, помітно менше, ніж серед старшої групи 25—30 років: тільки 8% американців у віці 18—24 років слухають аудіокниги приблизно стільки ж, скільки й люди віком 44—75 років. Одне з можливих пояснень полягає в тому, що багато молодих людей зазначеної вікової категорії все ще навчаються та витрачають більшу частину часу на читання друкованих підручників, а не прослуховування книг для задоволення.

Парадоксальне явище: хоча окремі маркетологи припускають, що прослуховування аудіокниг стане улюбленою формою дозвілля для літніх людей (частково через вікові вади зору), а також для тих, у кого нижчий рівень освіти, дані опитування продемонстрували, що ці категорії не виявляють особливого інтересу до звукової літератури.

Схожі загальні закономірності спостерігаємо також і в Канаді. Коли 2018 р. фахівці компанії Deloitte Global [6] провели опитування понад 1000 канадців щодо звичок прослуховування аудіокниг, то виявили, що, хоча показники груп були приблизно на 2—3% меншими, ніж у США, загальний розподіл по групах був схожим із показниками Сполучених Штатів.

Для видавців аудіокниг прогнози щодо цього сегмента ринку на найближчі роки, безумовно, позитивні. Однак, щоб ефективно конкурувати за слухачів і прибуток, вони мають визначатися з назвами книг, їхньою кількістю та якістю. Якщо для Сполучених Штатів достатньо (за дослідженням Deloitte Global) 46 тис. нових видань на рік, то чи є 650 назв для Іспанії або 95 на рік для Індії оптимальною кількістю?

Розвиток ринку аудіокниг може дістати новий імпульс завдяки поширенню розумних динаміків (смарт-спікерів). Очікується, що 2020 р. обсяги реалізації інтелектуальних колонок зростуть на понад 25% у США та Китаї, а також принаймні на 36% в Європі та Азії, оскільки інша частина світу надолужуватиме згаяне. Ці пристрої вельми популярні серед шанувальників "книг уголос", причому 66% американських власників розумних гаджетів визнають, що слухають щотижня принаймні одну аудіокнигу чи подкаст на смартспікері.

Натомість у радіоіндустрії можуть бути причини для занепокоєння, хоча, як з'ясувалося, радіо виявилося напрочуд стійким у порівнянні з іншими традиційними ЗМІ. Сукупний дохід цієї сфери у США становить 42 млрд дол. і має тенденцію повільного, але стійкого зростання. Водночас останні дані свідчать, що загальний час прослуховування радіо знизився на три хвилини на тиждень. З огляду на те, що дві третини всіх прослуховувань радіостанцій США поза домом відбувається в автомобілях і що подкасти та аудіокниги виконують функцію, аналогічну радіо під час поїздок на роботу, цілком імовірно, що зменшення кількості часу прослуховування радіо свідчить про скорочення кількості його прихильників на користь аудіокниг чи подкастів. Радіомовникам варто уважно проаналізувати цю динаміку, адже аудиторія, котра нині надає перевагу зазначеним форматам, постійно розширюється [9].

Висновки. Аудіокниги стрімко входять до нашого життя, а їх ринок невпинно зростає. Цей сегмент здебільшого конкурує не з паперовими, а з електронними виданнями та радіо. Аудиторія аудіокниг молодшає, позаяк вони переросли своє призначення для користувачів старшого віку з проблемами зору, і входять у побут людей, які прагнуть насолоджуватися гарним твором будь-де і в будь-який час, водночас виконуючи супутні справи. Розповсюдженню аудіокниг сприяє розвиток технологій: смартфонів, розумних динаміків тощо.

Список використаної літератури

1. *Deloitte* Official Website.The ears have it: The rise of audiobooks and podcasting. TMT Predictions 2020. — Mode of access: https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions/2020/rise-of-audiobooks-podcast-industry.html. — Title from the screen.
2. *Novoselsky R.* Jak rozpoczac sluchanie audio ksiazki / Robert Novoselsky. — Mode of access: https://www.azymut.pl/pl/JAK-ROZPOCZAC-SLUCHANIE-AUDIO-KSIAZKI.html. — Title from the screen.
3. *Edison* Research Official Website. The audiobook consumer 2016. — Mode of access: https://www.edisonresearch.com/audiobook-consumer-2016/. — Title from the screen.
4. *The Audio* Publishers Association Official Website. — Mode of access: https://www.marketresearch.com/Technology-Media-c1599/Media-c92/Audio-Books-c1766. — Title from the screen.
5. *The Audio* Publishers Association Official Website. The 2021—2026 World Outlook for Audio Books. — Mode of access: https://www.marketresearch.com/Icon-Group/International-Inc-v609/Outlook-Audio-Books-12911970/. — Title from the screen.

6. *Deloitte* Global Official Website. 2019 Global Impact Report. — Mode of access: https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/global-report-home.html/. — Title from the screen.
7. *Oficjalna* strona Polskiej Izby Książki.Książki w codziennym życiu Polaków. Raport z badania Polskiej Izby Książki. Kierunkii formy transformacji czytelnictwa w Polsce. — Mode of access: https://www.pik.org.pl. — Title from the screen.
8. *Wolimy* e-czytać czy e-słuchać?, Rynek-ksiazki.pl z dn. 1 października 2014. — Mode of access: https://rynek-ksiazki.pl/rynek-ksiazki/rynek-audiobookow/. — Title from the screen.
9. *Rynek* audiobooków, Rynek-ksiazki.pl z dn. 27 grudnia 2016. — Mode of access: https://rynek-ksiazki.pl/rynek-ksiazki/rynek-audiobookow/. — Title from the screen.

Larysa Tatarinova

Audiobook. Development trends in 2020

The article examines the rapid development of the global audiobook market, which is currently the fastest growing sector in the field of book production. It was found that the audiobook market in the United States, which today is considered the largest in the world for the twelve months of 2019 grew by 47% compared to 2018. The growth trend of the audiobook market is stable, growth continues in 2020. The reasons for the growth, which are primarily related to the development of technology, have been studied. Smartphones, tablets and, more recently, artificial intelligence — all this has spurred the development of audiobooks and provided the desired way to get acquainted with the book to those who have vision problems, the elderly. The market for audiobook CDs in 2010 was 58% of sales against 42%. digital shifts. The shift towards the rapid growth of audiobooks began when we switched to digital media instead of using audiobook CDs. In recent years, the situation has changed rapidly because many older people have become better versed in technology, and also because the emergence of new gadgets that can read, attracts a new audience that is getting younger. The average age of listeners has grown from those who are 50 (which was relevant in 2010) to those who are not yet 50. In 2018, Google launched an audiobook store for people aged 45 in different countries in nine different languages. It is emphasized that the audiobook attracts a diverse audience, as it is no longer aimed exclusively at the elderly, but becomes interesting to people of all ages from all walks of life. It has been proven that audiobooks are rapidly gaining share in both the book market and the general media market, but the share of audiobooks in the book market does not come from printed books. 78% of all income from the book trade in the world is accounted for by the printed book. Audiobooks are taking away the frequent market in which e-books dominated a few years ago. According to analysts, by the end of 2023, revenue from the sale of audiobooks will be equal to revenues from e-books.

Keywords: *audiobook; e-book; podcast; smart speaker; narrator; listener; audiobook market; marketing; audiobook publishers; self-published audiobooks*

Надійшла до редакції 12 травня 2020 року

СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 070.16:578.834COVID-19](477)(045)
DOI: 10.36273/2076-9555.2020.5(286).31-39

Михайло Онищук,
кандидат історичних наук, доцент, завідувач відділу моніторингу засобів масової інформації Книжкової палати України,
e-mail: zmi@ukrbook.net
ORCID:https://orcid.org/0000-0002-1340-1538

COVID-19: український вимір
(за матеріалами вітчизняних і зарубіжних ЗМІ)

У статті досліджено діяльність вітчизняних і зарубіжних ЗМІ з метою встановлення причин виникнення, перебігу та можливих наслідків пандемії COVID-19, а також виявлення особливостей протидії коронавірусу в Україні.

У результаті аналізу контенту матеріалів ЗМІ, спеціальних звітів Європейської служби зовнішніх зв'язків виявлено, що з появою коронавірусу в китайському м. Ухань на телебаченні, в інтернеті та соціальних мережах значного поширення набула недостовірна інформація, чутки, дезінформація, міфи. Це чинить негативний морально-психологічний вплив на населення всіх без винятку держав світу й може мати згубні наслідки для суспільної безпеки, охорони здоров'я та ефективної соціальної комунікації в умовах кризи.

З'ясовано, що, незважаючи на безпрецедентну увагу з боку спецслужб провідних країн світу до питання про походження коронавірусу, у ЗМІ поширюються різні варіанти та погляди на цю проблему. Сьогодні є кілька версій про штучне чи природне походження COVID-19, розглядаються різні суб'єкти, що могли б стати розповсюджувачами коронавірусу, але однозначної причини його виникнення не встановлено.

У зарубіжних ЗМІ, як свідчить дослідження, доволі активно поширюється думка про те, що пандемія має штучне походження й спрямована на скорочення чисельності населення земної кулі, а тих, хто залишиться, слід узяти під суворий контроль.

Виявлено певні особливості перебігу COVID-19 в Україні: протидія пандемії коронавірусу проходить в умовах нищення системи охорони здоров'я, гострого протистояння між колишньою та нинішньою владою, посилення зовнішнього управління в політичній, економічній і соціальній сферах, функціонування на території нашої держави низки біологічних лабораторій військового відомства США, зростання випадків домашнього насильства тощо. Комплекс проблем, що негативно впливають на боротьбу з цією хворобою, розв'язується в умовах війни проти Російської Федерації.

© Оніщук М., 2020