



XҒТАР 19.41.41
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-139-155>

Цифрлық медиадағы подкастинг: ғаламдық контекст және отандық үдерістер

С. Ы. Иса^{*1},  М. Б. Тоқтағазин² 

^{1,2}Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

(E-mail: ^{*1}sayaissa01@mail.ru ²muratbek_63@mail.ru)

Аңдатпа. Цифрлық медианың қарқынды дамуы ақпаратты өндіру, тарату және тұтыну тәсілдерін өзгертіп, подкастингтің журналистикадағы дербес медиаформат ретінде қалыптасуына ықпал етті. Әлемдік медиа-кеңістікте подкастинг кәсібилену, монетизация және аудиториямен өзара әрекеттесудің тұрақты тетіктерін қалыптастырғанымен, Қазақстанда бұл бағыттың институционалдық, технологиялық және мазмұндық ерекшеліктері әлі де жүйелі зерттеуді қажет етеді. Осыған байланысты зерттеудің мақсаты – цифрлық медиадағы подкастингтің даму үдерістерін әлемдік тәжірибе негізінде саралап, Қазақстандағы қалыптасу ерекшеліктері мен негізгі тенденцияларын айқындау.

Зерттеуде сипаттамалық, салыстырмалы-талдамалық және жүйелеу әдістері қолданылды. Подкастингтің тарихи қалыптасуы, функционалдық және жанрлық ерекшеліктері ғылыми әдебиеттер негізінде қарастырылып, халықаралық және қазақстандық подкаст-жобалары мазмұны, аудиториясы, таралу арналары, монетизация тетіктері және кәсібилену деңгейі бойынша салыстырылды. Сонымен қатар, Қазақстандағы подкастингтің дамуына ықпал ететін әлеуметтік-мәдени, технологиялық және құқықтық алғышарттарды анықтау үшін ашық дереккөздердегі статистикалық мәліметтер мен цифрлық платформалардың көрсеткіштері пайдаланылды.

Зерттеу нәтижелері әлемдік тәжірибеде подкастингтің дербес медиа-өнім ретінде орнығып, кәсіби өндіріс, монетизация және аудиториямен тұрақты байланыс модельдерін қалыптастырғанын көрсетті. Қазақстанда подкастингтің дамуына интернет пен мобильді технологиялардың қолжетімділігі, жас аудиторияның белсенділігі және қазақ тіліндегі цифрлық контенттің көбеюі ықпал етіп отырғаны анықталды. Сонымен бірге, отандық подкастингте тұрақты монетизация тетіктерінің жеткіліксіздігі,

Түсті: 29. 06.2026; Мақұлданды: 16.09.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 09. 2026

кәсіби өндіріс деңгейінің әркелкілігі және институционалдық қолдау мен құқықтық реттеудің әлсіздігі байқалады. Зерттеу нәтижелері Қазақстандағы подкастингтің қазіргі даму бағытын жүйелеуге және оның отандық цифрлық журналистикадағы әлеуетін бағалауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: подкастинг, жаңа медиа, цифрлық журналистика, сторителлинг, цифрлық медиа, Қазақстандағы подкастинг, медиа тұтыну.

Кіріспе

Цифрлық медианың қарқынды дамуы ХХІ ғасырдың басында бұқаралық ақпарат құралдарының құрылымына ғана емес, журналистиканың мазмұны мен форматына да елеулі өзгерістер енгізді. Бұл өзгерістердің ішінде подкастинг ерекше назар аударатын құбылыс ретінде танылып отыр. Ол жаңа медианың бір бөлігі бола отырып, аудиториямен интерактивті байланыс орнатудың, тақырыпты тереңірек жеткізудің, сондай-ақ журналистиканың жаңа жанрлық пішіндерін қалыптастырудың тиімді құралына айналды (McLuhan, 2018). Подкастинг қазіргі таңда дәстүрлі медиамен қатар жүретін немесе оны толықтыратын дербес медиа түріне айналды. Оның танымалдығы жаһандық және аймақтық деңгейде өсіп келе жатқаны байқалады.

Қазақстандық ғылыми кеңістікте подкастинг мәселесіне арналған зерттеулер соңғы жылдары біртіндеп қалыптасып келеді. Шайкенова және т.б. (2026) подкастинг феноменін жанрлар синтезі, сұхбат форматы және оның медиакеңістікте қолданылу мүмкіндіктері тұрғысынан қарастырса, Куркимбаева және т.б. (2025) «Zamandas» подкасты негізінде подкаст контентінің медиадискурстық, құрылымдық және коммуникативтік ерекшеліктерін талдайды. Бұл мақаланың аталған зерттеулерден айырмашылығы – халықаралық және қазақстандық подкастинг тәжірибесін салыстырып, олардың мазмұндық және жанрлық ерекшеліктерімен қатар, таралу арналары, аудиториямен өзара әрекеттесу тәсілдері, кәсібилену деңгейі мен монетизация тетіктерін қарастыруында. Осы салыстыру негізінде Қазақстандағы подкастингтің қазіргі даму ерекшеліктері мен негізгі тенденциялары анықталады.

Зерттеудің мақсаты – цифрлық медиадағы подкастингтің даму үдерістерін әлемдік тәжірибе негізінде саралап, Қазақстандағы қалыптасу ерекшеліктері мен негізгі тенденцияларын айқындау.

Зерттеу әдістері. Мақалада сипаттамалық, салыстырмалы-талдамалық және жүйелеу әдістері қолданылды. Подкастинг ұғымының тарихи қалыптасуы, функционалдық және жанрлық ерекшеліктері ғылыми әдебиеттер негізінде қарастырылды. Жаһандық және қазақстандық подкастинг тәжірибесін салыстыру үшін кейстік талдау тәсілі қолданылып, зерттеу нысандары мақсатты іріктеу қағидаты бойынша таңдалды. Зерттеу үлгісіне 8 халықаралық және 6 қазақстандық, барлығы 14 подкаст жобасы енгізілді.

Халықаралық кейстерді іріктеуде жобаның кәсіби медиа ұйыммен байланысы, журналистік мазмұны, жанрлық және тақырыптық ерекшелігі, аудиторияға бағытталуы, таралу ауқымы мен подкастинг индустриясындағы танымалдығы ескерілді. Осы өлшемдер негізінде жаңалықтық, журналистік зерттеу, деректі-нарративті, әлеуметтік-мәдени және ғылыми-ағартушылық бағыттарды қамтитын халықаралық подкаст жобалары қарастырылды. Қазақстандық кейстерді іріктеуде жобалардың тақырыптық және форматтық әртүрлілігі, қазақ және орыс тілді медиакеңістіктегі көрінісі, тұрақты

контент өндіруі, цифрлық платформаларда ұсынылуы және аудиториямен өзара әрекеттесу ерекшеліктері назарға алынды.

Іріктелген халықаралық және қазақстандық подкаст жобалары мазмұны мен жанрлық бағыты, мақсатты аудиториясы, таралу арналары, кәсібилену ерекшеліктері және аудиториямен өзара әрекеттесу тетіктері бойынша салыстырылды. Сонымен қатар, Қазақстандағы подкастингтің дамуына ықпал ететін әлеуметтік-мәдени, технологиялық және құқықтық алғышарттарды зерделеу үшін ашық дереккөздердегі статистикалық мәліметтер мен цифрлық платформалардың көрсеткіштері пайдаланылды. Зерттеуге пайдаланылған деректер 2026 жылы ашық дереккөздерден, ғылыми жарияланымдардан және цифрлық платформалардан жинақталды. Шетелдік және қазақстандық тәжірибені салыстыру барысында заңнамалық база, мемлекеттік қолдау, медиа ұйымдардың рөлі, тілдік әртүрлілік, коммерциялық модельдер және контент өндірісінің кәсіби деңгейі негізгі салыстыру өлшемдері ретінде алынды.

Подкастинг ұғымы алғаш рет 2004 жылы пайда болды. Бұл термин ағылшын тіліндегі “iPod” (Apple компаниясының музыка тыңдауға арналған құрылғысы) және “broadcasting” (радио немесе телехабар тарату) сөздерінің бірігуінен туған (Hammersley, 2004). Терминді алғаш рет журналист Б. Хаммерсли («The Guardian» газетінде) ұсынғаны белгілі. Осы кезеңнен бастап подкастинг желі арқылы аудио немесе видеофайлдарды жүйелі түрде тарату мен тұтынудың жаңа форматына айналды (Berry, 2006). Оның басты ерекшелігі – жазбаның кез келген уақытта тыңдалуы мүмкіндігі мен қолданушының таңдау еркіндігі.

Ғылыми әдебиетте подкастинг дербес аудиомедиа форматы әрі цифрлық медиамәдениеттің бір бөлігі ретінде қарастырылады. М. Спинелли мен Л. Данн подкастингтің аудиомедиадағы өзгерістермен бірге қалыптасып, өзіндік шығармашылық, өндірістік және аудиториялық ерекшеліктерге ие болғанын атап көрсетеді (Spinelli and Dann, 2019). Д. Ллинарес, Н. Фокс және Р. Берри подкастингті дәстүрлі және жаңа медианың тоғысында қалыптасқан жаңа аудиомәдениеттің көрінісі ретінде қарастырады (Llinares et al., 2018). Осы тұжырымдар подкастингті журналистикада радиожурналистика элементтерін, репортаждық стильді және авторлық аналитиканы тоғыстыратын күрделі медиаформат ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

Подкастингтің журналистикадағы функцияларын бірнеше бағытта қарастыруға болады:

1. Ақпараттық функциясы – подкастинг тыңдаушыны жаңалықтармен, сараптамалық ақпаратпен қамтамасыз етеді. Көптеген жаңалық агенттіктері мен тәуелсіз медиа платформалар подкаст форматын жаңалық таратуда қолдануда (мысалы, NPR News, BBC Sounds, Deutsche Welle т.б.) (McHugh, 2016).

2. Білім беру функциясы – көптеген подкасттар білім саласына бағытталған: тіл үйрету, ғылымды танымал ету, медиасауаттылықты арттыру (мысалы, «Science Vs», «TED Talks Daily» подкастары) (New, 2009).

3. Сараптамалық-аналитикалық функциясы – подкасттар терең журналистік зерттеу жүргізуге, қоғамдық құбылыстарға баға беруге мүмкіндік береді (Pavlik, 2021).

4. Интерактивтілік және қатысу функциясы – подкастинг аудиториямен кері байланыс орнатуға, тыңдаушылардың пікірін ескеруге, сұрақ қоюға, пікір қалдыруға мүмкіндік береді. Бұл қазіргі журналистиканың басты талаптарының бірі (Deuze, 2006). Сонымен қатар, подкастинг журналистің өзіндік стилін көрсетуге, еркін

тақырып таңдауға және өз контентін тәуелсіз түрде жүргізуге мүмкіндік береді. Бұл оның демократиялық әлеуетін де көрсетеді. Кейбір зерттеушілер подкастингті «медиа демократияландыру құралы» ретінде қарастырады.

Журналистика жанрларының эволюциясы подкастинг форматының пайда болуымен жаңа сатыға көтерілді. Подкастинг дәстүрлі жанрлардың элементтерін сақтай отырып, сонымен қатар жаңа стильдер мен әдістердің дамуына негіз болды.

Журналистикада подкасттар жиі репортаж, сұхбат, эссе, аналитикалық шолу, зерттеу және деректі әңгіме жанрларын қамтиды. Көптеген подкасттар түрлі жанрлардың элементтерін қамтиды. Яғни, бір подкастта репортаж да, сұхбат та, авторлық түсініктеме де қатар жүруі мүмкін. Бұл тәсіл тыңдаушыға оқиғаны тереңірек түсінуге мүмкіндік береді. Мысалы, «Serial» атты танымал америкалық подкаст true crime (нақты қылмыстық оқиғалар негізіндегі журналистік зерттеу) жанрының подкастинг арқылы қалайша ерекше мазмұнға айналғанын көрсетеді. Мұнда журналистикалық зерттеу, деректі баяндау мен көркемдік элементтер үйлеседі.

Сұхбат жанры – подкастингте кең таралған түр. Журналист пен сарапшы немесе кейіпкер арасындағы диалог тыңдаушыны тартады, өйткені ол тірі коммуникацияның әсерін береді. Бұл формат теле және радиожурналистикадағы ток-шоулар мен интервьюдің жалғасы іспетті, бірақ подкастингте тақырыпты кеңірек әрі тереңірек талқылауға мүмкіндік береді. Қазақстандық медиакөшілікте де сұхбат-подкаст жанры цифрлық медиадағы жанрлық трансформация үдерісі аясында дамып келеді (Шайкенова және т.б., 2026).

Подкастинг нарративті журналистиканың дамуына зор үлес қосты. Мұнда оқиғалар хикая түрінде баяндалып, драматургиялық құрылыммен беріледі. Бұл тәсіл тыңдаушының эмоциялық қабылдауына әсер етеді және ақпаратты терең есте сақтауына мүмкіндік береді. Сторителлинг әдісін қолдану подкастингтің тиімділігін арттырады. Оқиға, кейіпкерлер, дауыс интонациясы мен музыкалық сүйемелдеу – барлығы кешенді әсер береді. Подкаст форматында публицистикалық элементтер кеңінен қолданылады. Авторлық көзқарас, қоғамдық құбылыстарға баға беру, өзекті мәселелерді көтеру – подкастинг мазмұнының өзегіне айналған. Бұл әсіресе тәуелсіз журналистер үшін маңызды. Олар өз ойларын ашық айтып, кез келген саяси немесе әлеуметтік тақырыпты қозғай алады.

Подкастинг журналистикадағы форматтық еркіндікті қамтамасыз етеді. Мысалы (Bonini, 2015):

- Подкаст ұзақтығы еркін (кейбір эпизодтар 10 минут болса, басқалары 2 сағатқа дейін созылуы мүмкін).
- Тақырып таңдауы кең (саясат, экология, мәдениет, білім, экономика, әйел құқықтары, денсаулық сақтау – бәрі қамтылады).
- Аудиториямен байланыс мүмкіндігі (подкаст авторлары әлеуметтік желілер, e-mail немесе арнайы платформалар арқылы тыңдаушылармен байланысады).

Бұл журналистиканың даралануына және тыңдаушымен терең байланыс орнатуына ықпал етеді.

Подкастингтің медиа тарихындағы орны оны радионың цифрлық мутациясы ретінде сипаттауға мүмкіндік береді. Радиожурналистика XX ғасырда басты ақпарат көзі болса, подкастинг XXI ғасырда осы функцияны жаңа пішінде жалғастыруда. Медиа ғалымдар Х. Дженкинс пен М. Деузе подкастингті қатысушылық мәдениет пен

медианың конвергенциясы үрдістерімен байланыстырады (Jenkins, 2006). Бұл оның тек техникалық емес, сонымен қатар мәдени феномен екенін көрсетеді.

Талқылау. XXI ғасыр – цифрлық медиа мен мультимедиалық контенттің дәуірі ретінде сипатталады. Бұл кезеңде подкастинг секілді медиаформаттар ақпаратты ұсынудың, қабылдаудың және таратудың дәстүрлі үлгілерін трансформациялады. Подкастингтің даму тарихын зерделеу оның тек техникалық немесе технологиялық жаңалық еместігін, сондай-ақ жаһандық коммуникация мәдениетінің бір бөлігі ретінде қалыптасқанын көрсетеді. Бүгінде подкастинг – журналистиканың танымал әрі пәрменді құралы. Оның жаһандық дамуы медиа саласындағы трансформациялық процестердің, аудиторияның өзгерген сұранысының және дербестендірілген ақпарат тұтыну мәдениетінің айқын көрінісі.

Подкастингтің бастауында тұрған негізгі технологиялық ілгерілеу – интернет пен цифрлық құрылғылардың жаппай таралуы. 2000-жылдардың басында жоғары жылдамдықтағы интернеттің, RSS-ленталардың (Really Simple Syndication) және MP3-плеерлердің пайда болуы жеке авторларға өз контентін таратуға мүмкіндік берді. RSS технологиясы арқылы қолданушылар подкасттарға жазылып, автоматты түрде жаңа эпизодтарды жүктеп ала бастады. Бұл – дәстүрлі радиохабардан басты айырмашылығы еді: подкастты тыңдау уақыты мен орны аудиторияның таңдауы бойынша анықталатын.

«Podcatching» бағдарламаларының (мысалы, iTunes, Juice, Podnova) пайда болуы подкастингті жаңа деңгейге көтерді. Ал 2005 жылы Apple компаниясы iTunes дүкенінде подкаст бөлімін іске қосқанда, подкастинг ресми түрде массалық медиа нарығына енді. Бұл оқиға подкастингтің жаһандық медиа жүйесіндегі орнының беки түсуіне ықпал етті (Sterne, 2012).

Подкастинг алғаш АҚШ-та кең танымалдыққа ие болды. Америкалық медиана нарығының икемділігі мен дербес медиа бастамаларға ашықтығы подкастинг индустриясының тез дамуына себеп болды. NPR (National Public Radio), The New York Times, Slate сияқты ірі медиакомпаниялар өз подкасттарын ұсынды. Олардың ішінде «The Daily», «Planet Money», «Serial», «Code Switch» сияқты подкасттар халықаралық деңгейде танымал бола бастады. Әсіресе, «Serial» подкасты – журналистік зерттеу жанрындағы подкасттардың жаңа толқынының бастаушысы ретінде мойындалды. «Serial» подкасты алғашқы екі маусым аралығында 175 миллионнан астам рет жүктеліп, подкастингке деген назарды күрт арттырды (Butt, 2016).

Америкалық нарықтан кейін Еуропа елдерінде де подкастинг кең тарай бастады. Ұлыбританияда BBC Sounds платформасы арқылы мемлекеттік медиа өз подкаст жобаларын дамытты. Германия, Франция, Нидерланды, Скандинав елдері де ұлттық және жергілікті медиалар аясында подкасттық өнімдер ұсынуға кірісті. Еуропада подкастингтің ерекшелігі – оның тақырыптық әртүрлілігінде: мәдениет, саясат, экономика, этникалық мәселелер, жастар субмәдениеті, экология және гендерлік теңдік сияқты салаларда арнайы подкасттар пайда болды. Азия елдерінде де подкастинг ұлттық медиа нарықтарының технологиялық және платформалық ерекшеліктеріне сәйкес әртүрлі бағытта дамып келеді. Әлемнің 40 нарығын және бірнеше өңірдің, соның ішінде Азия елдерінің тәжірибесін қамтыған зерттеулер подкаст тұтынуы мен индустриялық даму ерекшеліктерінің елдер арасында әркелкі екенін көрсетеді (Sang et al., 2020).

Подкастинг бастапқыда қарапайым әуесқой жазбалар түрінде болса, қазіргі кезде ол кәсіби медиаөнім деңгейіне көтерілді. Бұл өзгеріс бірқатар факторлармен байланысты:

1. Журналистиканың кәсібиленуі – подкаст форматында жұмыс істейтін журналистердің кәсіби дағдылары мен медиа тілін меңгеруі артып келеді. Көптеген редакциялар арнайы подкаст бөлімдерін ашып, медиа өнімді кәсіби түрде өңдеуге көшті.

2. Қаржыландыру және монетизация – подкасттар жарнама, демеушілік, жазылым арқылы табыс таба алатын құралға айналды. Patreon, Substack, Spotify сияқты платформалар подкаст авторларына контентті монетизациялауға мүмкіндік береді.

3. Тақырыптық тереңдік – подкастинг журналистикада ұзақ форматты дамытуға жол ашты. Телевизиядағы немесе радиодағы уақыт шектеуінен айырылған подкаст журналистика терең зерттеу, контексті түсіндіру, дерек пен сараптаманы толық ұсыну мүмкіндігін арттырды.

4. Тілді, дыбыс реңкін, монтажды шебер қолдану – подкаст авторлары интонация, ұнтаспа реңкі, фондық дыбыстар арқылы тыңдаушыға әсер ету әдістерін дамытты. Бұл оны нарративті журналистиканың бөлігіне айналдырды.

Подкастингтің тақырыптық ауқымы да біртіндеп кеңейіп келеді. Мәселен, медицина және денсаулық сақтау саласында подкасттар кәсіби ақпарат тарату мен білім берудің қосымша құралы ретінде қалыптасты. Зерттеулер медициналық білім беруге арналған подкасттардың соңғы жылдары кең таралып, дәстүрлі оқу материалдарын толықтыратын цифрлық ресурсқа айналғанын көрсетеді (Rodman and Trivedi, 2020).

Подкастингтің қазіргі даму кезеңіндегі маңызды үрдістердің бірі – оның дәстүрлі аудиоформат шеңберінен шығып, видеоконтентпен ықпалдасуы. Reuters Institute for the Study of Journalism зерттеулерінде подкастингтің аудиоға негізделген медиаформаттан аудио және визуалды компоненттерді қатар қамтитын көпплатформалы өнімге қарай өзгеріп келе жатқаны көрсетіледі (Robertson, 2025). Видеоподкасттардың таралуы әсіресе YouTube секілді платформалардың рөлін күшейтіп, подкастты тек тыңдалатын емес, сонымен бірге көрілетін контентке айналдыруда. Мұндай формат толық эпизодты видеонұсқада ұсынумен ғана шектелмейді: оның жекелеген фрагменттерін қысқа бейнероликтерге бейімдеп, әлеуметтік желілер арқылы тарату аудиторияны кеңейтудің қосымша тетігіне айналды.

Бұл трансформация подкастингтің журналистикадағы қызметіне де өзгеріс енгізеді. Аудиоподкаст тыңдаушыға контентті басқа әрекеттермен қатар тұтынуға және автордың дауысы арқылы жақын коммуникациялық байланыс орнатуға мүмкіндік берсе, видеоподкаст вербалды мазмұнды визуалды коммуникация элементтерімен толықтырады. Нәтижесінде бір подкаст өнімі әртүрлі платформаларда түрлі форматта таралып, аудиторияға жетудің бірнеше арнасын қатар пайдалана алады. Reuters Institute-тың 2025 жылғы Digital News Report есебінде АҚШ-та респонденттердің 15%-ы соңғы аптада жаңалық подкасттарын пайдаланғаны және көптеген подкасттардың видеоға түсіріліп, YouTube пен TikTok сияқты платформалар арқылы таратылатыны көрсетілген (Newman et al., 2025). Бұл үрдіс подкастингті тек аудиожурналистиканың цифрлық жалғасы ретінде емес, платформалық логикаға бейімделген мультимедиялық журналистік өнім ретінде қарастыру қажеттігін көрсетеді.

Подкастинг медиа жүйесінің либералдануына, альтернативті көзқарастардың кеңінен таралуына ықпал етуде. Дәстүрлі медиада жиі шектелетін маргиналды топтар (ЛГБТ+, этникалық азшылықтар, әйелдер қозғалысы, адам құқықтары белсенділері) подкастинг арқылы өз дауыстарын жеткізе алады. Бұл демократиялық сөз бостандығының кеңеюінің бір формасы ретінде қарастырылады (Couldry, 2012). Мысалы, «The Guilty

Feminist» (Ұлыбритания), «Code Switch» (АҚШ), «QueerAF» (Аустралия) сияқты подкасттар азшылық топтардың мәселелерін көтеріп, оларға әлеуметтік алаң ұсынады. Осылайша, подкастинг жаһандық медиадағы плюрализм мен әртүрлілік принциптерін ілгерілетуде.

1-кесте. Халықаралық медиа ұйымдардағы табысты подкастинг жобаларының салыстырмалы талдауы

№	Подкаст атауы/медиа ұйым	Аймақ	Мазмұн сипаттамасы (жанры мен тақырыбы)	Мақсаты мен аудиториясы	Ерекшеліктері мен жетістіктері
1	The Dai-ly/ The New York Times	АҚШ	Жаңалықтар, сараптамалық репортаждар	Күнделікті жаңалықты аналитикалық баяндау, АҚШ пен әлем бойынша ауди-тория	5 млн айлық тыңдаушы; 1 млн-нан астам күнделікті ауди-тория (Quah, 2018)
2	Serial/This American Life	АҚШ	Журналистік зерттеу, кри-миналды оқиға	Күрделі әлеуметтік және құқықтық істерді ашу	Подкастинг тарихындағы алғашқы вирустық жоба, алғашқы екі маусым аралығында 175 млн-нан астам жүктеу (Butt, 2016)
3	BBC Global News Podcast/BBC	Ұлыбритания	Халықаралық жаңалықтар мен репортаждар	Әлемдік ауди-торияға халықаралық жаңалықтарды жеткізу	Халықаралық жаңалықтар мен өзекті оқиғаларды жедел қамтитын, тұрақты жаңартылатын формат (BBC World Service, 2026)
4	Code Switch/ NPR	АҚШ	Этникалық, мәдени және әлеуметтік мәселелер	Мультикультурализм мен сәйкестік туралы ой қозғау	Нәсіл, саясат, мәдениет және әлеуметтік сәйкестік мәселелерін талқылайтын NPR жобасы (NPR, 2026).
5	The Documentary/BBC World Service	Ұлыбритания	Құжаттық және наративті журналистика	Әлеуметтік, мәдени, саяси құбылыстарды терең талдау	әртүрлі елдердегі кейіпкерлер мен оқиғаларды қамтитын халықаралық деректі формат (BBC World Service, 2026).
6	Inside Europe/Deutsche Welle	Германия	Еуропалық саясат пен қоғам тақырыптары	Еуропалық интеграцияны сараптамалық тұрғыда талдау	Көптілді мазмұн, әр эпизодта сарапшы және репортаждар ұсынылады (Deutsche Welle, 2026).

7	Stuff You Should Know/iHeartRadio	АҚШ	Ғылым, тарих, мәдениет, өмір салты	Ақпаратты ойын-сауық элементтерімен түсіндіру	iTunes рей-тингінде №1 орынға көтеріліп, ұзақ уақыт Top 10 қатарында бол-ды (Aman, 2016).
8	TED Talks Daily/TED	АҚШ	Ғылым, техно-логия, бизнес, психология	Қоғамдық білімді тарату, тыңдаушылар-ды шабыттандыру	Подкастинг форматы-на TED сахна контентін икемді жеткізу (TED, 2026).

1-кестеде подкастинг саласындағы әлемдік деңгейдегі ең табысты медиа жобалардың кейстері жүйеленіп берілген. Онда түрлі елдерден шыққан танымал подкасттар мазмұны, аудиториясы және ерекшеліктері бойынша салыстырмалы түрде сипатталады. Бұл мысалдар подкастингтің журналистикада қалайша өзіндік жанрлық құрылым мен маңызға ие болғанын дәлелдейді. Сондай-ақ, кесте әр жобаның стратегиялық мақсаттарын, форматтық ерекшеліктерін және ықпалын жүйелі түрде көрсетеді. Осы арқылы жаһандық подкастинг тәжірибесінің кәсібилену деңгейі мен медиа саласына ықпалы айқындалады.

Қазақстанда подкастинг салыстырмалы түрде кеш дамыды, бірақ соңғы жылдары бұл сала қарқынды дамып келеді. Бұл дамудың негізінде бірқатар әлеуметтік-мәдени және технологиялық алғышарттар жатыр.

Подкастингтің формасы мен мазмұнының дамуы интернеттің кең қолжетімділігімен тікелей байланысты. Соңғы онжылдықта Қазақстанда интернет қолдану деңгейі айтарлықтай өсті.

Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросының деректері бойынша, 2024 жылы 16–74 жастағы халық арасында интернет пайдаланушылардың үлесі 96,2%-ды құрады (Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы, 2025). Осы тұста смартфондардың кең таралуы мен мобильді интернеттің қолжетімділігі Қазақстандағы подкастингтің дамуына зор жол ашты. Адамдар күнделікті өмірінде подкасттарды тыңдау мүмкіндігіне ие болды – жұмысқа, оқуға, жолға шыққанда ақпаратты бір уақытта қабылдау, таңдау мүмкіндігі туды.

Подкастинг аудиториясының маңызды ерекшеліктерінің бірі – жас пайдаланушылар арасындағы белсенділіктің жоғары болуы. Reuters Institute for the Study of Journalism-тың Digital News Report 2023 зерттеуінде 20 елдің деректері негізінде 18–24 жастағы респонденттердің 56%-ы, ал 25–34 жастағылардың 53%-ы соңғы айда подкаст тыңдағаны көрсетілген. Жас ұлғайған сайын бұл көрсеткіш төмендейді: 35–44 жас тобында – 41%, 45–54 жаста – 30%, ал 55 жастан асқан респонденттер арасында – 19% (Newman et al., 2023). Бұл нәтижелер подкастингтің жас және цифрлық медианы белсенді пайдаланатын аудитория арасында кең таралғанын көрсетеді.

Қазақстандағы подкаст аудиториясының жас құрылымын сипаттайтын репрезентативті ашық статистикалық деректердің шектеулілігі отандық подкастинг аудиториясын арнайы эмпирикалық тұрғыдан зерттеу қажеттігін көрсетеді.

Қазақстан – көптілді ел, онда қазақ, орыс және ағылшын тілдері кең қолданылады.

Бұл тілдік әртүрлілік подкастингтің дамуында маңызды рөл атқарады, өйткені әр тілде подкасттар жасау және тыңдаушылар табу мүмкіндігі бар. Қазақ тіліндегі подкасттар соңғы жылдары айрықша белсенді дамып келеді, әсіресе қоғам, мәдениет, білім, психология және әдебиет салаларында. Қазақ тіліндегі подкаст жобалары тек ел ішіндегі аудиторияға ғана емес, шетелдегі қазақ тілді тыңдаушыларға да бағытталған.

2-кесте. Қазақстандағы табысты подкастинг жобаларының кейстері

№	Подкаст атауы	Автор	Мазмұны мен бағыты	Ерекшеліктері мен жетістіктері
1	Дерзай	Жансая, Надя, Кима (Алматы)	Өмірлік тәжірибе, саяхат, қарым-қатынас, инвестициялар, әйел-дердің үндері	156 эпизод (2025 жылғы шілдедегі дерек бойынша); бірнеше қосымша подкаст жобаларының авторлары; заманауи әйелдік тәжірибе мен қалалық мәдениетті бейнелейді (Spotify, 2025).
2	Narikbi LIVE	Максут Нарик-би	Рухани даму, мотивация, адамның мүмкіндіктері	Қазақстан жастарының рухани және интеллектуалды дамуына бағытталған өзін-өзі дамыту подкасты; аудио және ви-део форматта таратылады (Apple Podcasts, 2026).
3	Книгометр	Марина мен Жанаргүл	Кітаптар, жанрлар, әдебиет, оқырман мәдениеті	107+ эпизод (2026 жылғы шілдедегі дерек бойынша); әдеби жанрлар, кітаптар мен экранизацияларды талқылайтын подкаст (Apple Podcasts, 2026).
4	Түнгі Шай	Роза Аширбаева (коуч, блогер)	Қарым-қатынас, бизнес, әйел психологиясы	Қазақ тіліндегі психологиялық стендап-шоу; интерактивті форматта қарым-қатынас, ақша және бизнес тақырыптары талқыланады (Apple Podcasts, 2026).
5	Dope Soz	Жомарт Аралбайұлы, Арсен Түсіпбек	Қоғам, тарих, мәдениет, ирония	«URKER-2023» ұлттық бәйгесінің «Үздік подкаст» номинациясының номинанты; интеллектуалды және ирониялық мазмұнға құрылған пікір алаңы (Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігі, 2023).
6	Zamandas podcast	Қанат Бейсекеев, Ержан Алдабергенов	Заманауи қоғам, кейіпкерлердің өмір жолы, пікір-таластар	Қоғамдық және өмірлік тақырыптарды еркін сұхбат пен пікірталас форма-тында талқылайтын қазақ тіліндегі подкаст; шығарылымдарға түрлі сала өкілдері қатысады (Zamandas, 2026).

Қазақстандық подкастингтің даму ерекшеліктерін Х. Дженкинстің конвергенция және қатысушылық мәдениет тұжырымдамалары тұрғысынан қарастыруға болады. Дженкинс жаңа медиада контенттің әртүрлі медиаплатформалар арқылы таралуын және медианы өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы өзара әрекеттестіктің өзгеруін конвергенциялық мәдениеттің маңызды белгілері ретінде сипаттайды (Jenkins, 2006). Бұл теориялық ұстаным қазақстандық подкастинг тәжірибесінен де көрініс табады. Зерттеуге енгізілген отандық жобалар дәстүрлі аудиоформатпен шектелмей, YouTube және әлеуметтік желілер сияқты цифрлық арналарды пайдаланады. Мұндай көпплатформалы таралым аудиторияның контентті тек қабылдауына ғана емес, оған пікір білдіруіне, бөлісуіне және авторлармен кері байланыс орнатуына мүмкіндік береді. Осы тұрғыдан қазақстандық подкастингті медиаконтентті өндіру, тарату және тұтыну арасындағы шекаралар өзгеріп келе жатқан конвергенциялық медиамәдениеттің бір көрінісі ретінде бағалауға болады.

Бұл үдерісті М. Деузенің цифрлық мәдениет тұжырымдамасы да толықтыра түседі. Деузе цифрлық мәдениеттің негізгі компоненттері ретінде қатысу (participation), ремедиация (remediation) және бриколажды (bricolage) бөліп көрсетеді (Deuze, 2006). Қазақстандық подкастингте бұл сипаттар дәстүрлі журналистиканың сұхбат, сараптама және авторлық баяндау тәсілдерінің цифрлық платформалардың мүмкіндіктерімен ұштасуынан байқалады. Подкаст авторлары әртүрлі медиалық тәсілдерді бір өнім аясында біріктіріп, контентті бірнеше цифрлық арнаға бейімдейді, ал аудитория оны талқылау мен тарату үдерісіне қатысады. Демек, отандық подкастингті дәстүрлі радиожурналистиканың цифрлық баламасы ретінде ғана емес, қалыптасып келе жатқан цифрлық медиамәдениеттің қатысушылық және конвергенциялық сипатын танытатын медиа тәжірибе ретінде қарастыруға болады.

Қазақстандық подкастингті М. Маклюэннің медианы адамның коммуникациялық мүмкіндіктерін кеңейтетін орта ретінде қарастыратын тұжырымымен де байланыстыруға болады (McLuhan, 2018). Смартфон, құлаққап және цифрлық платформалар арқылы подкастты кез келген уақытта тұтыну медиамазмұнды тұтынудың уақыт пен кеңістікке тәуелділігін азайтып, аудиторияның медиамен өзара әрекеттесу тәсілін өзгертеді. Қазақстан жағдайында бұл подкасттардың Spotify, Apple Podcasts, YouTube және әлеуметтік желілер арқылы қатар таралуынан көрінеді. Н. Каулдридің медианы күнделікті әлеуметтік тәжірибелердің бір бөлігі ретінде қарастыратын ұстанымы да осы үдерісті түсіндіруге мүмкіндік береді (Couldry, 2012). Отандық подкастингте медианы тұтыну контентті тыңдаумен ғана шектелмей, оны бөлісу, талқылау және авторлармен кері байланыс орнату тәжірибелерімен ұштасады. Осы тұрғыдан қазақстандық подкастингті цифрлық ортада қалыптасып келе жатқан әлеуметтік-коммуникациялық тәжірибенің бір формасы ретінде бағалауға болады.

Подкастинг журналистикада сараптамалық терең аналитика, қоғамдағы маңызды тақырыптарды талқылау және жан-жақты пікір алмасу алаңына айналды. Бұл формат журналистің жеке үні мен мазмұнның стилін көрсетуге мүмкіндік береді, сонымен қатар аудиторияны интерактивті түрде тартуға жағдай жасайды.

Қазақстандағы подкасттар негізінен Spotify, Apple Podcasts және басқа әлемдік каталогтар арқылы таралады. Сонымен қатар, кейбір подкасттар YouTube, Telegram, Instagram және TikTok сияқты әлеуметтік платформалар арқылы да ұсынылады. Бұл подкасттың көп арналы таратылымының болуын және аудиторияны кеңейтуге мүмкіндік

береді. Қазақстандық медиа кеңістікте подкастинг жаңа сала ретінде дамуда. «Azattyq Podcasts» және «Soyle» сияқты жобалар қоғамдағы түрлі өзекті тақырыптарды ашық талқылауға мүмкіндік беріп отыр. Қазақ тіліндегі подкасттар отандық медиадискурстың жаңа формаларының бірі ретінде қалыптасып келеді. «Zamandas» подкасты негізінде жүргізілген зерттеу қазақ тіліндегі подкаст контентінің құрылымдық, прагматикалық және коммуникативтік ерекшеліктерін көрсетеді (Куркимбаева және т.б., 2025). Бұл құбылыс қазақ журналистикасының жанрлық және мазмұндық кеңеюіне әсер етуде.

Қазақстандық подкастингтің қазіргі даму үдерісінде подкастингке қызығушылықтың артуы, қазақ тіліндегі контенттің көбеюі және медиа ұйымдар мен дербес авторлардың бұл форматты жаңа цифрлық өнім ретінде игеруі байқалады.

Зерттеуде қарастырылған қазақстандық кейстер подкастингтің бір ғана аудиоплатформамен шектелмей, YouTube және әлеуметтік желілерді қамтитын көпарналы таралым моделіне бейімделіп келе жатқанын көрсетеді. Сонымен қатар, отандық жобалардың тақырыптық және форматтық әртүрлілігі подкастингтің ақпараттық, сараптамалық, ағартушылық және авторлық коммуникация алаңы ретінде қалыптасып келе жатқанын аңғартады.

Қазақстандағы подкастинг нарығы әлі жас болса да, ол тәжірибелік даму кезеңінен өтіп, динамикалық түрде дамуда. Оның дамуына интернеттің кең таралуы, жастар аудиториясының белсенділігі, тілдік әртүрлілік және медиа өндірістің инновациясы ықпал етуде. Подкастингтің Қазақстанда дамуы журналистика саласында жаңа мазмұндық бағыттардың қалыптасуына, аудиториямен интерактивті байланыс орнатуға және медиа өнімдерін жаңа форматта ұсынуға зор мүмкіндіктер ашады (Castells, 2010).

3-кесте. Шетелдік және қазақстандық подкастингтің институционалдық модельдерінің ұқсастықтары мен айырмашылықтары

№	Салыстыру критерийі	Шетелдік тәжірибе	Қазақстандық тәжірибе	Ұқсастықтар/айырмашылықтар
1	Заңнамалық ба-за	Авторлық құқық пен медиа еркіндігін нақты реттейді	Жаңа медиаға арнайы құқықтық база әлсіз	Айырмашылық: институционал-дық регламентте
2	Мемлекеттік қолдау	Подкасттар-ды тікелей қаржы-ландыру жоқ	Мәдени жоба-лар мен жастар БАҚ арқылы жанама қолдау	Ұқсастық: тікелей қаржыланды-ру шек-теулі
3	Медиа ұйым-дардың рөлі	Үлкен медиа компаниялар арнайы подкаст бөлімдерін аша-ды	Жекелеген ме-диа ұйымдар экспери-мент ретінде жүр-гізеді	Айырмашылық: құрылымдық деңгей мен тұрақтылықта
4	Тілдік әртүрлілік	Көптілді под-ка-сттар, аударма және субтитр кең дамыған	Қазақ және орыс тілдері арасында теңсіздік байқала-ды	Айырмашылық: тілдік теңгерімсіздік

5	Коммерци- ялық мо- дельдер	Patreon, жар-на- ма, жазылым, краудфандинг кең тараған	Көп жағдайда монетизация жоқ, деме-ушілік аз	Айырмашылық: қаржыландыру тетік- терінде
6	Контент сапасы мен кәсібилік	Жоғары өн- дірістік деңгей, арнайы студия- лар	Әуесқой под-каст- тар басым, кәсіби жобалар сирек	Айырмашылық: тех- никалық база мен тәжірибеде

Қорытынды. Жалпы алғанда, шетелдік және қазақстандық подкастинг жүйелері арасында бірқатар ортақ ұқсастықтар болғанымен, институционалдық және техникалық деңгейде елеулі айырмашылықтар сақталып отыр. Екі жақта да подкастинг тікелей мемлекеттік қолдаусыз дамып келеді, бұл оның тәуелсіз медиа формасы ретіндегі табиғатын көрсетеді. Дегенмен, шетелдік тәжірибеде бұл сала заңмен нақты реттеліп, монетизация үлгілері тиімді іске асырылған. Ал Қазақстанда монетизация мен құқықтық реттеу тетіктері әлі де жүйелі түрде қалыптаспаған. Контент өндіру сапасы, техникалық база және кәсіби студиялар жағынан да шетелдік жобалар алда келеді. Қазақстанда подкасттар әлі де көбінесе әуесқой форматта жүргізіледі, дегенмен бұл жағдай біртіндеп өзгеруде. Аудиториялық құрылым жағынан екі контексте де жастар басым сегментті құрайды, бұл – даму үшін ортақ мүмкіндік. Қазақ тілді контентті көбейту және оны кәсібилендіру арқылы ішкі нарық кеңеюі мүмкін. Сондай-ақ, институционалдық саясат пен құқықтық базаны жетілдіру – отандық подкастинг индустриясын тұрақтандырудың маңызды шарты. Осы негізде, Қазақстан подкастинг жүйесін дамытуда халықаралық модельдерден сабақ ала отырып, өзіндік жолын қалыптастыра алады.

Түйіндей айтсақ, подкастинг – тек техникалық жаңалық емес, бұл – медиатұтынудың жаңа мәдениетінің бір көрінісі. Ол әлемдік журналистикада дербес медиа алаң ретінде қалыптасты, кәсіби стандарттар мен этика нормаларын игеріп, толыққанды медиаөнімге айналды. Оның дамуы журналистиканың дәстүрлі формаларынан алыстап, дербестікке, шығармашылық еркіндікке, аудиториямен интерактивті байланыс орнатуға негізделген бағыттарға бет бұрғанын көрсетеді. Жаһандық тәжірибе подкастингтің тек техникалық медиаформат емес, сонымен қатар қоғамдық пікір қалыптастырушы, білім таратушы және медиа демократияландырушы құрал екенін дәлелдеп отыр. Қазақстандық медиа үшін бұл тәжірибе мазмұнды, сапалы және тақырыптық тұрғыдан терең подкаст жобаларды дамытуға бағдар бола алады.

Әдебиеттер тізімі

Куркимбаева, А.М., Базарова, Д.А., Сеитимбетова, С.Д. және Мухаметжанова, К.С. (2025) 'Подкасттардың медиадискурс жанры ретіндегі сипаттамасы', Абылай хан атындағы ҚазХҚЖЭТУ хабаршысы. Филология ғылымдары сериясы, 79(4), 187–199-бб. doi: <https://doi.org/10.48371/PHILS.2025.4.79.013>

Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігі (2023) '«URKER-2023» Ұлттық бәйгесінің номинанттары', 20 қыркүйек.

Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы (2025) 2024 жылға Қазақстан Республикасындағы үй

шаруашылықтарының ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалануы туралы. Астана.

Маклюэн, М. (2018) Понимание медиа: Внешние расширения человека. 5-е изд., испр. Москва: Кучково поле.

Шайкенова, А.Ж., Саян, К.Е., Қалибекқызы, А., Алкожаева, А.С. және Тулешева, Г.К. (2026) 'Подкастинг феномені: жанрлар синтезі, сұхбаттың рөлі және медиаконтексте қолдану мүмкіндіктері', ҚазҰУ хабаршысы. Журналистика сериясы, 79(1), 153–171-66. doi: <https://doi.org/10.26577/HJ791202612>

Aman, C. (2016) 'How does Josh Clark work? An interview with Josh Clark of "Stuff You Should Know"', Cyrus Aman, 7 August.

Apple Podcasts (2026) 'Книгометр', Apple Podcasts.

Berry, R. (2006) 'Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio', *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12(2), pp. 143–162. doi: <https://doi.org/10.1177/1354856506066522>

Bonini, T. (2015) 'The "second age" of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium', *Quaderns del CAC*, 41, pp. 23–32.

Butt, A. (2016) "'Serial" creators take USC behind the scenes of Adnan Syed case, success of podcast', USC Annenberg School for Communication and Journalism, 10 March.

Castells, M. (2010) *The rise of the network society*. 2nd edn. Chichester: Wiley-Blackwell. doi: <https://doi.org/10.1002/9781444319514>

Couldry, N. (2012) *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge: Polity Press.

Deuze, M. (2006) 'Participation, remediation, bricolage: Considering principal components of a digital culture', *The Information Society*, 22(2), pp. 63–75. doi: <https://doi.org/10.1080/01972240600567170>

Hammersley, B. (2004) 'Audible revolution', *The Guardian*, 12 February.

Hew, K.F. (2009) 'Use of audio podcast in K–12 and higher education: A review of research topics and methodologies', *Educational Technology Research and Development*, 57(3), pp. 333–357. doi: <https://doi.org/10.1007/s11423-008-9108-3>

Jenkins, H. (2006) *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Llinares, D., Fox, N. and Berry, R. (eds) (2018) *Podcasting: New aural cultures and digital media*. Cham: Palgrave Macmillan. doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8>

McHugh, S. (2016) 'How podcasting is changing the audio storytelling genre', *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), pp. 65–82. doi: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.65_1

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C.T. and Nielsen, R.K. (2023) *Digital News Report 2023*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. doi: <https://doi.org/10.60625/risj-p6es-hb13>

Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C.T., Nielsen, R.K. and Fletcher, R. (2025) *Digital News Report 2025*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. doi: <https://doi.org/10.60625/risj-8qqf-jt36>

Pavlik, J.V. (2021) *Disruption and digital journalism: Assessing news media innovation in a time of dramatic change*. Taylor & Francis. doi: <https://doi.org/10.4324/9781003111788>

Quah, N. (2018) 'Where should the daily news podcast go from here? (Can we get away from "the commute"?), *Nieman Journalism Lab*, 31 July.

Robertson, C.T. (2025) 'The changing landscape for news podcasts across countries', in Digital News Report 2025. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Rodman, A. and Trivedi, S. (2020) 'Podcasting: A roadmap to the future of medical education', *Seminars in Nephrology*, 40(3), pp. 279–283. doi: <https://doi.org/10.1016/j.semnephrol.2020.04.006>

Sang, Y., Lee, J.Y. and Park, S. (2020) Podcast trends and issues in Australia and beyond: Global perspectives. Canberra: University of Canberra. doi: <https://doi.org/10.25916/sgv0-qh32>

Spinelli, M. and Dann, L. (2019) Podcasting: The audio media revolution. New York: Bloomsbury Academic.

Spotify (2025) 'Дерзай', Spotify.

Sterne, J. (2012) MP3: The meaning of a format. Durham: Duke University Press. doi: <https://doi.org/10.1215/9780822395522>

С. Ы. Иса*¹, М. Б. Токтағазин²

^{1,2}*Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева, Астана, Казахстан*

Подкастинг в цифровых медиа: глобальный контекст и отечественные тенденции

Аннотация. Стремительное развитие цифровых медиа изменило способы производства, распространения и потребления информации, способствуя становлению подкастинга как самостоятельного медиаформата в журналистике. Несмотря на то что в глобальном медиапространстве подкастинг сформировал устойчивые механизмы профессионализации, монетизации и взаимодействия с аудиторией, в Казахстане институциональные, технологические и содержательные особенности данного направления по-прежнему требуют системного изучения. В связи с этим цель исследования заключается в анализе процессов развития подкастинга в цифровых медиа на основе мирового опыта, а также в выявлении особенностей его становления и основных тенденций в Казахстане.

В исследовании применялись описательный, сравнительно-аналитический методы и метод систематизации. Историческое становление подкастинга, его функциональные и жанровые особенности рассматривались на основе научной литературы, а международные и казахстанские подкаст-проекты сопоставлялись по содержанию, аудитории, каналам распространения, механизмам монетизации и уровню профессионализации. Кроме того, для выявления социально-культурных, технологических и правовых предпосылок развития подкастинга в Казахстане использовались статистические данные из открытых источников и показатели цифровых платформ.

Результаты исследования показали, что в мировой практике подкастинг утвердился как самостоятельный медиапродукт, сформировав модели профессионального производства, монетизации и устойчивого взаимодействия с аудиторией. Установлено, что развитию подкастинга в Казахстане способствуют доступность интернета и мобильных технологий, активность молодой аудитории и рост объема цифрового контента на казахском языке. Вместе с тем для отечественного подкастинга характерны недостаточная развитость устойчивых механизмов монетизации, неоднородный уровень профессионального производства, а также слабость институциональной поддержки и

правового регулирования. Результаты исследования позволяют систематизировать современные направления развития подкастинга в Казахстане и оценить его потенциал в отечественной цифровой журналистике.

Ключевые слова: подкастинг, новые медиа, цифровая журналистика, сторителлинг, цифровые медиа, подкастинг в Казахстане, медиапотребление.

S. Y. Issa*¹, M. B. Toktagazin²

^{1,2} *L.N. Gumilyov Eurasian National University*

Podcasting in Digital Media: Global Context and Trends in Kazakhstan

Abstract. The rapid development of digital media has transformed the ways in which information is produced, distributed, and consumed, contributing to the emergence of podcasting as an independent media format within journalism. While podcasting in the global media environment has developed sustainable mechanisms of professionalization, monetization, and audience engagement, its institutional, technological, and content-related characteristics in Kazakhstan still require systematic investigation. Accordingly, the aim of this study is to analyze the development of podcasting in digital media based on international experience and to identify the specific features of its formation and key trends in Kazakhstan.

The study employed descriptive, comparative-analytical, and systematization methods. The historical development of podcasting, as well as its functional and genre-specific characteristics, was examined on the basis of scholarly literature. International and Kazakhstani podcast projects were compared in terms of content, audience, distribution channels, monetization mechanisms, and level of professionalization. In addition, statistical data from open sources and indicators from digital platforms were used to identify the socio-cultural, technological, and legal factors influencing the development of podcasting in Kazakhstan.

The findings show that, in international practice, podcasting has become established as an independent media product, with developed models of professional production, monetization, and sustained audience engagement. In Kazakhstan, the development of podcasting is facilitated by the accessibility of the internet and mobile technologies, the activity of younger audiences, and the growth of Kazakh-language digital content. At the same time, domestic podcasting is characterized by insufficiently developed sustainable monetization mechanisms, uneven levels of professional production, as well as limited institutional support and weak legal regulation. The findings make it possible to systematize the current directions of podcasting development in Kazakhstan and to assess its potential within the country's digital journalism.

Keywords: podcasting, new media, digital journalism, storytelling, digital media, podcasting in Kazakhstan, media consumption.

References

- Aman, C. (2016) 'How does Josh Clark work? An interview with Josh Clark of "Stuff You Should Know"', Cyrus Aman, 7 August.
- Apple Podcasts (2026) 'Knigometr' [Bookmeter], Apple Podcasts. [in Russian].
- Berry, R. (2006) 'Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio', *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12(2), pp. 143–162. doi: <https://doi.org/10.1177/1354856506066522>

Bonini, T. (2015) 'The "second age" of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium', *Quaderns del CAC*, 41, pp. 23–32.

Butt, A. (2016) '“Serial” creators take USC behind the scenes of Adnan Syed case, success of podcast', USC Annenberg School for Communication and Journalism, 10 March.

Castells, M. (2010) *The rise of the network society*. 2nd edn. Chichester: Wiley-Blackwell. doi: <https://doi.org/10.1002/9781444319514>

Couldry, N. (2012) *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge: Polity Press.

Deuze, M. (2006) 'Participation, remediation, bricolage: Considering principal components of a digital culture', *The Information Society*, 22(2), pp. 63–75. doi: <https://doi.org/10.1080/01972240600567170>

Hammersley, B. (2004) 'Audible revolution', *The Guardian*, 12 February.

Hew, K.F. (2009) 'Use of audio podcast in K–12 and higher education: A review of research topics and methodologies', *Educational Technology Research and Development*, 57(3), pp. 333–357. doi: <https://doi.org/10.1007/s11423-008-9108-3>

Jenkins, H. (2006) *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Kazakstan Respublikasy Madeniet zhane akparat ministrligi (2023) '“URKER-2023” Ulttyk baigesinin nominantтары' [Nominees of the “URKER-2023” National Award], 20 September. [in Kazakh].

Kazakstan Respublikasy Strategiyalyk zhosparlau zhane reformalar agenttiginin Ulttyk statistika byurosy (2025) 2024 zhylga Kazakstan Respublikasyndagy ui sharashylyktarynyn akparattyk-kommunikatsiyalyk tekhnologiyalaryd paidalanuy turaly [Use of information and communication technologies by households in the Republic of Kazakhstan in 2024]. Astana. [in Kazakh].

Kurkimbayeva, A.M., Bazarova, D.A., Seitimbetova, S.D. and Mukhametzhanova, K.S. (2025) 'Podkasttardyn mediadiskurs zhanry retindegi sipattamasy' [Characteristics of podcasts as a genre of media discourse], *Abylai khan atyndagy KazKhKZhATU Khabarshysy. Filologiya gylymdary seriyasy*, 79(4), pp. 187–199. doi: <https://doi.org/10.48371/PHILS.2025.4.79.013> [in Kazakh].

Llinares, D., Fox, N. and Berry, R. (eds) (2018) *Podcasting: New aural cultures and digital media*. Cham: Palgrave Macmillan. doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8>

Maklyuen, M. (2018) *Ponimanie media: Vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding media: The extensions of man]. 5th revised edn. Moscow: Kuchkovo pole. [in Russian].

McHugh, S. (2016) 'How podcasting is changing the audio storytelling genre', *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), pp. 65–82. doi: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.65_1

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C.T. and Nielsen, R.K. (2023) *Digital News Report 2023*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. doi: <https://doi.org/10.60625/risj-p6es-hb13>

Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C.T., Nielsen, R.K. and Fletcher, R. (2025) *Digital News Report 2025*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. doi: <https://doi.org/10.60625/risj-8qqf-jt36>

Pavlik, J.V. (2021) *Disruption and digital journalism: Assessing news media innovation in a time of dramatic change*. Taylor & Francis. doi: <https://doi.org/10.4324/9781003111788>

Quah, N. (2018) 'Where should the daily news podcast go from here? (Can we get away from "the commute"?), Nieman Journalism Lab, 31 July.

Robertson, C.T. (2025) 'The changing landscape for news podcasts across countries', in Digital News Report 2025. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Rodman, A. and Trivedi, S. (2020) 'Podcasting: A roadmap to the future of medical education', Seminars in Nephrology, 40(3), pp. 279–283. doi: <https://doi.org/10.1016/j.semnephrol.2020.04.006>

Sang, Y., Lee, J.Y. and Park, S. (2020) Podcast trends and issues in Australia and beyond: Global perspectives. Canberra: University of Canberra. doi: <https://doi.org/10.25916/sgv0-qh32>

Shaikenova, A.Zh., Sayan, K.E., Kalibekkyzy, A., Alkozhaeva, A.S. and Tulesheva, G.K. (2026) 'Podkasting fenomeni: Zhanrlar sintezi, sukhbattyn roli zhane mediakontekstte koldanu mumkindikteri' [The phenomenon of podcasting: Synthesis of genres, the role of the interview and possibilities for its use in the media context], KazUU Khabarshysy. Zhurnalistika seriyasy, 79(1), pp. 153–171. doi: <https://doi.org/10.26577/HJ791202612> [in Kazakh].

Spinelli, M. and Dann, L. (2019) Podcasting: The audio media revolution. New York: Bloomsbury Academic.

Spotify (2025) 'Derzai' [Dare], Spotify. [in Russian].

Sterne, J. (2012) MP3: The meaning of a format. Durham: Duke University Press. doi: <https://doi.org/10.1215/9780822395522>

Авторлар туралы мәлімет:

Иса С. Ы. – хат-хабар авторы, Журналистика білім беру бағдарламасының докторанты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Сәтбаев көш. 2, 010000, Астана, Қазақстан.

Токтағазин М. Б. – филология ғылымдарының кандидаты, профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Сәтбаев көш. 2, 010000, Астана, Қазақстан.

Иса С. Ы. – автор для корреспонденции, докторант образовательной программы «Журналистика», Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, ул. Сатпаева, 2, 010000, Астана, Казахстан.

Токтағазин М. Б. – кандидат филологических наук, профессор Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, ул. Сатпаева, 2, 010000, Астана, Казахстан.

Issa S. Y. – corresponding author, PhD student of the "Journalism" educational program, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2 Satpayev St., 010000, Astana, Kazakhstan.

Toktagazin M. B. – Candidate of Philological Sciences, Professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2 Satpayev St., 010000, Astana, Kazakhstan.