






А.Ж. Шайкенова¹ , К.Е. Саян^{2*} , А. Қалибекқызы² ,
А.С. Алкожаева¹ , Г.К. Төлешева³ 

¹Л.Н.Гумилев атынағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

²Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

³М. Қозыбаев атындағы Солтүстік Қазақстан университеті, Петропавл, Қазақстан

*e-mail: karina.sayan99@gmail.com

ПОДКАСТИНГ ФЕНОМЕНИ: ЖАНРЛАР СИНТЕЗІ, СҰХБАТТЫҢ РӨЛІ ЖӘНЕ МЕДИА КОНТЕКСТТЕ ҚОЛДАНУ МҮМКІНДІКТЕРІ

Қазіргі цифрлық медиада жанрлардың қарқынды дамуы, түрленуі, жаңа пішіндердің пайда болуы саланы ұдайы зерттеуді талап етеді. Осы орайда зерттеуіміздің мақсаты – подкастың жанрлық эволюциясын, сұхбат форматындағы ерекшеліктерін, сондай-ақ даму перспективаларын жүйелі талдау. Зерттеу келесі негізгі бағыттарды қамтиды: подкаст жанрының тарихи шолуы, жанрларды жіктеу және сұхбат форматының подкаспен өзара байланысы.

Ғылыми маңызы – подкастингтегі сұхбат жанрының трансформациясын талдау негізінде жаңа медиа теориясына үлес қосу; практикалық маңызы – Қазақстандағы бұқаралық ақпарат құралдарында подкаст түріндегі контентті одан әрі дамыту бойынша ұсыныстар жасау.

Зерттеудің методологиялық негізін әдебиеттерді талдау, статистикалық деректерді сараптау, танымал сұхбат-подкасттарды зерттеу, сондай-ақ Қазақстандағы медиа практикаға шолу жасау құрайды.

Айқындалатын нәтиже подкастинг 2004 жылғы iPod-басқарылатын таратылымдардан бастап сұхбатқа басымдық беретін жаһандық нарыққа дейін дамыған; сұхбат format-led жанры YouTube және басқа платформалар арқылы интеграцияланған; Қазақстанда аудитория қызығушылығы байқалса да, қажетті инфрақұрылым мен технологиялық база толық дамымаған. Зерттеу қорытындылары сұхбат жанрының журналистикада интерактивтік рөлін, аудиториямен өзара әрекеттесу мүмкіндігін айқындайды.

Осы тұрғыдан, зерттеу қазақстандық медиа теориясы мен жаңа медиа теориясына ғылыми үлес қосады. Практикалық мәні – бұқаралық ақпарат құралдарына подкасттарды қолдану арқылы жастар аудиториясын тарту, контентті диверсификациялау және медиа платформалардың жанрлық әлеуетін кеңейтуге бағытталған ұсыныстар жасау болып табылады.

Түйін сөздер: подкастинг, казподкастинг, цифрлық медиа, медиакоммуникациялар, жанрлық трансформация, интервью-подкаст, Қазақстанның медиаиндустриясы.

A.Zh. Shaikenova¹, K.E. Sayan^{2*}, A. Qalibekkyzy²,
A.S. Alkozhaeva¹, G.K. Tulesheva³

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

²Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

³Kozybayev University, Petropavl, Kazakhstan

*e-mail: karina.sayan99@gmail.com

The Podcasting Phenomenon: Genre Synthesis, the Role of Interviews, and Application Possibilities in the Media Context

The modern development of genres in digital media, their transformation, and the emergence of new formats require ongoing research. In this regard, the goal of our study is to systematically analyze the genre evolution of podcasts, the peculiarities of the interview format, and the prospects for their development. The study covers the following main areas: a historical overview of the podcast genre, a classification of genres, and the interrelation of the interview format with podcasts.

The scientific significance lies in contributing to the theory of new media through the analysis of the transformation of the interview genre in podcasting; the practical significance lies in providing suggestions for the further development of podcast content in the mass media of Kazakhstan.

The methodological foundation of the research includes literature analysis, statistical data, the study of popular interview podcasts, and an overview of media practices in Kazakhstan.

The result to be identified is that podcasting, which began in 2004 with shows managed by iPods, has evolved into a global market with an emphasis on the interview format. Interviews as a format have been integrated through platforms like YouTube and others. In Kazakhstan, despite audience interest, the necessary infrastructure and technological base have not yet been fully developed. The research findings reveal the interactive role of the interview genre in journalism and the potential for audience engagement.

From this perspective, the study contributes to the theory of Kazakhstani and new media. The practical significance includes proposals for mass media to attract a youth audience through podcasts, diversify content, and expand the genre potential of media platforms.

Keywords: podcasting, Kazpodcasting, digital media, media communications, genre transformation, interview podcast, media industry of Kazakhstan.

А.Ж. Шайкенова¹, К.Е. Саян^{2*}, А. Қалибекқызы²,
А.С. Алкожаева¹, Г.К. Түлешева³

¹Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

²Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

³Северо-Казахстанский университет имени М. Козыбаева, Петропавловск, Казахстан

*e-mail: karina.sayan99@gmail.com

Феномен подкастинга в современном медиаконтексте: жанровый синтез и специфика интервью

Динамичное развитие цифровых медиа и трансформация традиционных жанров обуславливают необходимость актуализации теоретической базы современных медиаформатов. Цель исследования заключается в системном анализе эволюции подкастинга, выявлении жанровой специфики формата интервью в данной среде и определении перспектив его институционализации. Работа сфокусирована на историческом генезисе подкастинга, типологии жанров и механизмах интеграции диалоговых форматов в цифровую экосистему.

Исследование базируется на комплексном подходе, включающем контент-анализ популярных интервью-подкастов, сравнительно-типологический метод, анализ статистических данных и систематический обзор текущей медиапрактики в Казахстане.

Установлено, что подкастинг эволюционировал от нишевого формата вещания (iPod-радио) до глобального сегмента медиарынка, где формат интервью занимает доминирующее положение. Выявлены особенности кроссплатформенной интеграции (на примере YouTube и стриминговых сервисов). В контексте казахстанского медиарынка зафиксирован диссонанс между высоким интересом аудитории и недостаточным уровнем развития технологической инфраструктуры. Обоснована роль интервью как инструмента повышения интерактивности журналистского контента.

Теоретическая ценность работы состоит в концептуализации трансформации интервью в пространстве новых медиа. Практические рекомендации направлены на оптимизацию стратегий СМИ Казахстана по диверсификации контента, привлечению молодежной аудитории и расширению жанрового потенциала национальных медиаплатформ.

Ключевые слова: подкастинг, казподкастинг, цифровые медиа, медиакommunikации, жанровая трансформация, интервью-подкаст, медиаиндустрия Казахстана.

Кіріспе

Қоғамдық өзгерістермен өзара сабақтастықта дамып отыратын ақпараттық жүйе, соның ішінде журналистика саласы, соңғы жылдары құрылымдық және мазмұндық трансформация кезеңін бастан кешіруде. Әсіресе Web 2.0, Web 3.0 технологияларының қалыптасуы мен онлайн әлеуметтік медиалардың кеңінен таралуы интернет-журналистиканың көпвекторлы дамуына елеулі ықпал етті. Бұл үдеріс дәстүрлі журналистика мен жаңа медиа арасындағы өзара байланысты күшейтіп, қазіргі ақпараттық кеңістіктің

мәні мен қызметін қайта пайымдауға итермелеп отыр.

Аталған өзгерістер публицистикалық жанрлардың трансформациясына және олардың өзара синтезделуіне алып келуде. Нәтижесінде очерк, сұхбат, мақала, репортаж, эссе сияқты жанрлар бір медиамәтін шеңберінде тоғысып, мазмұндық және құрылымдық тұрғыдан интеграцияланған формада ұсынылуда. Жанрлардың мұндай интеграциясы қазіргі медиаконтентке тән заңды құбылыс ретінде қалыптасып, журналистік материалдың коммуникативтік және ақпараттық әлеуетін арттыруға қызмет етуде.

Осы тұрғыда дәстүрлі сұхбат жанрымен соңғы жылдары қарқынды дамып, кең қолданысқа ие бола бастаған подкаст форматы ғылыми талдауды қажет ететін маңызды коммуникациялық құбылыстар ретінде ерекшеленеді. Аталған екі форма мазмұндық, құрылымдық, коммуникативтік және технологиялық қырларынан салыстыра зерделенген жағдайда, олардың жанрлық табиғатын айқындап, публицистикалық ерекшеліктерін теориялық деңгейде жүйелеу қажеттілігі туындайды.

Подкасттың қалыптасуы, пішіндік-мазмұндық сипаты және медиалық өнім ретіндегі ерекшеліктері жөнінде шетелдік ғылыми әдебиеттерде бірқатар тұжырымдар мен концептуалдық пікірлер ұсынылғанымен, отандық ғылыми зерттеулер бұл бағытта әлі де толықтыруды талап етеді. Қазіргі кезеңде подкаст медиаөнім ретінде жан-жақты ғылыми талдауға мұқтаж құбылыс болып табылады. Аталған термин қоғамдық қолданыста кеңінен орныққанына қарамастан, оның жанрлық және функционалдық шекаралары әлі күнге дейін нақты айқындалмаған.

Осы ғылыми тұжырымдамамызда подкаст пен дәстүрлі сұхбат жанрының аражігін нақты айқындауды мақсат етуіміздің басты себебі – подкаст құрылымында сұхбат элементтерінің жанрлық синтез үдерісі барысында терең кірігіп кетуімен байланысты. Атап айтқанда, подкасттың қалыптасу кезеңінде сұхбат негізгі мазмұндық өзек ретінде қызмет атқарып, кейіннен технологиялық және пішіндік тұрғыдан дербес медиаформатқа айналғаны байқалады.

Қазіргі ғылыми зерттеулерде подкасттың пайда болуын 2003 жылдан бастап тарқатылатын тұжырымдар кеңінен таралған. Сол жылы саясаттанушы ғалым Дэвид Лайдон өз блогы арқылы үкіметтің саясаты тақырыбында елуге жуық сұхбат жүргізіп, олардың мәтіндік нұсқаларын Harvard блогында жариялаған. Сонымен қатар, аталған сұхбаттардың аудионұсқаларын Боб Дойлға тиесілі SkyBuilders.com сайтының медиасерверіне жүктеген. Осылайша, «интервью-блог мәтіні-аудиофайл» форматындағы кешенді жүйелік тәсіл алғаш рет қолданылып, кейінірек ол әлемдегі алғашқы подкаст үлгісі ретінде ғылыми айналымға енді. Осы негізде 2003 жылдың шілде айында Дэвид Лайдонның Дэйв Винермен жүргізген сұхбаты подкаст жанрының бастауы, яғни алғашқы подкаст ретінде қарастырылады (Andok, 2025). Бұл дерек подкаст форматының түп-тамырында сұхбат жанры жатқанын айғақтай отырып, олардың

жанрлық шекарасын айқындаудың ғылыми маңызын арттыра түседі.

Материалдар мен зерттеу әдістері

Аталған зерттеу жұмысы кешенді ғылыми-әдістемелік тәсілдерге негізделді. Зерттеу барысында подкаст пен сұхбат жанрларының табиғатын, құрылымдық және функционалдық ерекшеліктерін анықтау мақсатында теориялық талдау әдісі қолданылды. Отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектеріне жүйелі шолу жасалып, журналистика жанрларының эволюциясы, сұхбаттың дәстүрлі және цифрлық медиакеңістіктегі трансформациясы салыстырмалы түрде қарастырылды.

Сонымен қатар зерттеуде салыстырмалы-типологиялық әдіс пайдаланыла отырып, дәстүрлі радио сұхбаттары мен подкаст форматындағы сұхбаттардың жанрлық-функционалдық ұқсастықтары мен айырмашылықтары айқындалды. Контент-талдау әдісі арқылы әртүрлі тақырыптағы подкаст эпизодтарының құрылымы, жүргізуші рөлі, диалогтік ұйымдасуы және сериялық қағидаты зерделенді.

Эмпирикалық деректерді жинақтау мақсатында подкастингке қатысты қазіргі медиапрактика үлгілері, танымал подкаст жобалар мен ғылыми зерттеулердің нәтижелері талданып, интерпретациялау әдісі арқылы қорытындыланды. Бұл тәсілдер подкаст жанрының қазіргі медиа жүйедегі орны мен сұхбат жанрымен сабақтастығын ғылыми тұрғыдан негіздеуге мүмкіндік берді.

Подкасты медиаөнім ретінде қарастырғанда, оның құрылымында сұхбаттық дискурс, аудиомәтін, жазбаша мәтін, сондай-ақ синтаксистік және прагматикалық синтез элементтерінің өзара ықпалдасуы нәтижесінде дербес жанрлық форма қалыптасатынын байқауға болады. Бұл көпқабатты құрылым подкасттың тек ақпарат жеткізуші құрал ғана емес, сонымен қатар аудиториямен интерактивті коммуникация орнататын күрделі медиалық жүйе екенін айқындайды.

Сәйкесінше, дәстүрлі сұхбат пен подкаст форматтарының жанрлық-функционалдық ерекшеліктерін анықтау қазіргі медиа зерттеулердің өзекті бағыттарының бірі болып отыр. Мұндай ғылыми ізденістер жанрлық классификацияны нақтылаумен шектелмей, медиаөнімді қабылдау үдерісіндегі тыңдаушының когнитивтік және эмоционалдық реакцияларын, сондай-ақ аудиториямен тиімді коммуникация орнату механизмдерін тереңірек түсінуге мүмкіндік береді.

Осы орайда подкастың техникалық және технологиялық негіздерінің радиохабар тарату тәжірибесінен бастау алатынын да ескерген жөн. Алайда подкаст радиодан тек техникалық параметрлерді ғана мұра етіп қоймай, сонымен қатар сандық медианың мүмкіндіктері арқылы уақыт пен кеңістік шектеулерінен еркін, асинхронды тұтынуға бейімделген жаңа коммуникациялық модель қалыптастырды. Нәтижесінде подкаст дәстүрлі радиоформаттан ажырап, цифрлық медиакеңістікте өзіндік жанрлық және функционалдық сипатқа ие дербес медиаөнім ретінде орнықты.

Әдебиеттерге шолу

Зерттеудің бастапқы кезеңінде сұхбат пен подкаст форматтарының өзіндік жанрлық белгілері мен салалық маңызын айқындайтын теориялық тұжырымдар мен эмпирикалық деректерге сүйене отырып талдау жүргізу орынды болып табылады. Мұндай тәсіл аталған медиаформалардың қалыптасу ерекшеліктерін, функционалдық рөлін және қазіргі ақпараттық кеңістіктегі орнын жүйелі түрде саралауға мүмкіндік береді.

Профессор Намазалы Омашевтің сөзімен айтқанда, сұхбат шынайы дерекке негізделген, белгілі бір тақырыпта маман немесе тұлғамен әңгіме құру арқылы оқырманға немесе тыңдарманға ақпарат жеткізудің тиімді әдісі болып табылады. Сұхбаттың құрамында екі жанрлық элемент бар: журналистің қоятын сұрағы, сұхбат берушінің қайтаратын жауабы (Омашев, 2015).

Журналистика саласын жан-жақты зерттеген отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектерінде сұхбат жанрының ақпараттық, портреттік, сауалнамалық, хаттамалық және проблемалық түрлері кеңінен сипатталып (Омашев, 2015), сұхбат формаларының өзіндік ерекшеліктері мен әдістемелік тәсілдері де жеке қарастырылады. Осы орайда назар аударатын мәселе – сұхбат жанрының заманауи медиажүйеде өзгеріске ұшырап, жанрлық трансформацияға бейімделуі. Атап айтқанда, сұхбаттың басқа жанрлармен синтезделіп, мазмұндық әрі құрылымдық жағынан жаңғырып, тың форматтарда ұсынылуы бүгінгі медиапрактикаға тән құбылыс ретінде бағаланады.

Мәселен, профессор Намазалы Омашевтің пайымдауынша, осыдан бір ғасыр бұрын сұхбат жанры радио тетігіне еніп, әңгіме өз арнасын тауып, радиодан лайықты орын иеленіп, әрі жанрлық мүмкіндіктерін терең әрі жан-жақты

жүзеге асыруға мүмкіндік алған (Омашев, 2007). Осы ретте ақпарат құралдарының эволюциялық даму үдерісінде дәуір тынысына, аудиторияның сұранысы мен қабылдау ерекшеліктеріне байланысты жанрлардың түрленуі, жаңа пішіндік сипатқа ие болуы – заңды әрі қажетті құбылыс. Бұл бағытта профессор Т.Қ.Қожакеев те жанрлардың «таза қалыпта» сирек кездесетіндігін, бір туынды аясында бірнеше жанрлық элементтердің тоғысуы мүмкін екенін және көркемдік-эстетикалық әсерді күшейту мақсатында мұндай тоғыстырылулардың әдейі қолданылатындығын атап өткен.

Белгілі ғалым Какен Қамзиннің «Ақпараттық кеңістік тек жаңалықтармен ғана емес, сондай-ақ жанрлық құрылымдар арқылы да түрленеді. Қазіргі кезеңде ХХ ғасырдың 30–60 жылдары ақпарат кеңістігінен ығыстырылған сұхбат жанры қайта жанданып, бүгінгі баспасөздің жетекші жанрына айналып отыр» деген пікірі бұқаралық ақпарат құралдарының жанрлық эволюциясымен тығыз сабақтастығын көрсетеді (Қамзин, 2015). Зерттеуші сұхбат жанрының репроспективалық, эксклюзив және технологиялық түрлерін ажыратып, олардың әрқайсысына нақты сипаттама береді. Оның пайымдауынша, «интервью – бұл диалогтік шеберліктің көрінісі, мазмұнды әрі тартымды әңгімені құра білу қабілеті» болып табылады. Осы орайда ғалымның тұжырымдары сұхбат жанрының функционалдық, коммуникативтік және шығармашылық қырларын айқындай түседі.

Сұхбат жанрына қатысты ғылыми тұжырымдарды жинақтай келе, оны журналист пен сұхбат беруші тұлғаның шығармашылық өзара әрекеттестігі нәтижесінде белгілі бір тақырыптың мазмұнын ашуға бағытталған, теориялық негізі жан-жақты зерттелген, тарихи даму үдерісінде пішіндік және мазмұндық тұрғыдан үнемі түрленіп отыратын журналистиканың жетекші жанрларының бірі ретінде сипаттауға болады. Сұхбат жанры дәстүрлі мерзімді баспасөзден бастап радио мен теледидар кеңістігіне, қазіргі интернет журналистикаға дейінгі медиа алаңдарда кеңінен қолданыс тауып келеді.

Аталған жанрдың құрылымдық және мазмұндық ерекшеліктері жаңа медианың қалыптасуы мен дамуына сәйкес жаңаша пішіндер мен форматтардың пайда болуына ықпал етуде. Осы тұрғыдан алғанда, сұхбаттың цифрлық медиакеңістіктегі трансформацияланған нұсқасы ретінде подкаст жанрын ерекше атап өтуге болады. Подкаст форматы сұхбаттың диалогтік табиға-

тын сақтай отырып, оны технологиялық және коммуникативтік тұрғыдан кеңейтілген медиаөнім деңгейіне көтереді.

Дыбысты цифрлық форматта жазу, монтаждау, өңдеу және тарату ұстанымдары тарихи тұрғыда радиохабар тарату тәжірибесінен бастау алады. Аталған тәсілдер дәстүрлі аналогтық радио кезеңінде де, кейінгі цифрлық технологиялардың қарқынды дамуы жағдайында да кеңінен қолданылып келеді. Сонымен қатар, желілік коммуникациялардың дамуы интернет арқылы аудиоконтентті жедел таратуға, сондай-ақ RSS тетігі арқылы мазмұнды автоматты түрде жаңартып отыруға мүмкіндік беретін техникалық негіз қалыптастырды. Дәл осы технологиялық алғышарттар подкастинг веб-технологиясының қалыптасуына және оның дербес медиаформат ретінде орнығуына жағдай жасады. Осылайша, сұхбат жанры мен подкаст форматының өзара сабақтастығы бір жағынан журналистиканың дәстүрлі жанрлық жүйесінің сабақтастығын көрсетсе, екінші жағынан цифрлық медианың ықпалымен пайда болған жаңа коммуникациялық мүмкіндіктерді айқындайды.

«Мобильді интернеттің пайда болуы мен кеңінен таралуы «орын ауыстыру» мүмкіндігінің қалыптасуына негіз болса, ал «сұраныс бойынша» қызметтер «уақытты ығыстыру» мүмкіндігін қамтамасыз етеді. Осылайша, желілік коммуникациялар тыңдарманға подкастты қай жерде және қай уақытта тыңдайтынын өз қалауынша таңдауға толық бақылау жасауға мүмкіндік береді», – деген тұжырымның авторы Моника Андоктің айтуынша, жанрлық құрылым тұрғысында подкасттар мен дәстүрлі радионың арасында айырмашылықтар бар. Теориялық негізде радио жанрларын подкаст форматында қолдануға мүмкін болғанымен, іс жүзінде ақпараттық жанр (жаңалықтар, репортаждар, ақпараттық хабарлар) салыстырмалы түрде аз таралып, интервью немесе субъективті жанрлар (пікірлер, түсіндірмелер) басымдыққа ие екен (Andok, 2025).

Сонымен қатар жүргізуші тұлғасының маңызы радиобағдарламаларға тән редакциялық тәсілдер арқылы подкаст өнімдерінде де көрініс табады. Подкаст жүргізушісінің авторлық ұстанымы, сөйлеу мәнері мен тақырыпты ұсыну тәсілі мазмұнның қабылдануына тікелей әсер етіп, журналистика жанрларының синтезделуін айқындай түседі. Мұндай форматтарда диалог, талқылау, түсіндіру және пікір білдіру элементтері өзара кірігіп, подкасттың жанрлық икемділігін көрсетеді.

Тақырыптық ауқымы тұрғысынан алғанда, подкасттар қоғамдық-саяси өмір, мәдениет, спорт және өзге де салаларды кеңінен қамти отырып, аудиторияның әртүрлі қызығушылықтарына бейімделе алады. Подкаст форматының тағы бір маңызды ерекшелігі – тыңдарман назарын ұзақ уақыт бойы сақтауға бағытталған сериялылық қағидатының кеңінен қолданылуы. Сериялы контент жасау тәжірибесі подкастты бір реттік медиаөнімнен тұрақты медиакоммуникациялық алаңға айналдырып, аудиториямен ұзақ мерзімді байланыс орнатуға мүмкіндік береді.

Подкастинг өз дамуының алғашқы жылдарында бір ғасыр бұрын пайда болған радио медиасына тән үлгілерді ұстанғанын айтуға болады. Осыған байланысты жаңа медиалар өз мәні жағынан ескі медиалардың әлеуметтік тәжірибелерін өзгертпейді, керісінше ремедиация үдерістері арқылы бұрынғы медиаларда қалыптасқан тілдерді, үлгілерді және протоколдарды пайдаланады деген тұжырым жасауға болады. Дәл осы себептен қазіргі бірде-бір медиа және, мүмкін, болашақта да ешбір медиа – өзге медиалардан оқшау түрде өмір сүрмейді. Сондықтан «жаңа медиа» деп аталатын құбылыстағы шын мәніндегі жаңалық – ескі медиалардың жаңа сын-қатерлерге жауап ретінде қайта ойластырылу тәсілдерінде жатыр (García-Marín, 2022).

Подкастинг қазіргі медиа кеңістікте ерекше эстетикалық және коммуникативтік форма ретінде қалыптасты. Дэвид О. Даулинг өз зерттеуінде подкаст журналистикасы радио мен цифрлық медианың тоғысындағы жаңа гибриді жанр ретінде сипатталады. Автор подкасттарды тек радионы жалғастырған дәстүр емес, жеке адам мен аудитория арасындағы интимдік, рефлексивтік және демократиялық қатынастарды қалыптастыратын дербес медиа кеңістік ретінде бағалайды. Бұл үш қасиет – интимдік (жеке үн мен эмоция арқылы байланыс орнату), рефлексивтік (журналистің өз үдерісін ашық көрсетуі) және демократиялық (көптің дауыс пен қатысуды насихаттау) – подкастинг феноменінің негізін құрап, оны заманауи медиа мәдениетінің маңызды бөлігіне айналдырады (Dowling, 2026).

Подкаст тақырытын кеңінен қозғаған ғалымдар Райм Дж., Пайк К., Коллинз Т. бірқатар зерттеушілердің пікірлерін мысалға ала отырып, Serial подкасттар подкастингтің дамуының жаңа дәуірінің бастау нүктесіне айналғанын айтады. Зерттеушілердің пайымдауынша, подкасттардың эпизодтық құрылымы көп жағдайда теле-

дидар және радиобағдарламалардан жалғасқан, өйткені бұл медиада тыңдарман мен көрермен назарын бір шығарылымнан келесі шығарылымға дейін ұстап тұру үшін клиффхэнгер тәсілдері дәстүрлі түрде қолданады екен. Подкаст жасаушыларды Serial жобасының жетістігін қайталауға ұмтылдырды. Нәтижесінде көркем немесе деректі криминалдық триллерлер түріндегі подкасттар пайда болып, авторлар сұхбаттар мен пікірталастарға сүйене отырып, құпиялар мен жұмбақтарды ашу үдерісі төңірегінде баяндау құрады. Мұндай подкасттар қазіргі уақытта да жоғары танымалдылығын сақтап отыр, әрі подкастинг тарихындағы ең көп жүктелген жобалардың бірқатары дәл осы санатқа жаттыны айтады (Rime et al., 2022).

Подкасттарға тән эпизодтық құрылым және оны жасаушылардың осы форматты қолдану тәсілі бұл медианың жалпы дамуына тікелей әсер етеді екен. Бұл үдеріс подкастинг технологияларының мазмұнды қалай қалыптастыратынын, сондай-ақ мазмұнның өз кезегінде технологиялардың дамуына қалай ықпал ететінін көрсетеді. Нәтижесінде тыңдарман арасында сұраныс артып, танымал элементтер күшейіп, медианың негізгі бөлігіне айналады, ал маңыздылығы төмен аспектілер біртіндеп екінші қатарға ығысады.

Ағылшын зерттеушілері «Таратудың түбегейлі әртүрлі тәсілдеріне (тиісінше FM және интернет) қарамастан, подкасттар өзгеріп жатқан медиа ландшафт жағдайында радионың аясында қалыптасқан құбылыс ретінде пайда болды. Бұл, біріншіден, олардың арасында өзіндік бәсекелестіктің туындауына әкелді, мұнда бір медианың аудиториясы екіншісінің аудиториясымен міндетті түрде сәйкес келе бермейді (Albarran et al., 2007), ал екіншіден, тыңдармандарды аудиокөңіл көтеру саласына тарту барысында ынтымақтастық орнауына себеп болды, яғни екі бағыттың аудиториясы ассоциация арқылы ішінара тоғысуы мүмкін (Berry, 2016) – деген пікірді тұжырымдайды (Rime et al., 2022).

Орыс ғалымы Людмила Круглованың пікірінше, подкастинг қалыптасу үдерісінде дәстүрлі радио мен теледидардан біртіндеп бөлініп, ұлттық медиа жүйенің дербес әрі толыққанды субъектісіне айналды. Бүгінде подкастинг өзіндік заңдылықтары бар, даму үрдістері мен трендтері қалыптасқан, медиатұтыну тәсілдері мен монетизация модельдері айқындалған медиа формат ретінде сипатталады. Сонымен қатар, ол аудиалды және аудиовизуалды тілдің табиғи ерекшеліктерін сақтайды (Круглова, 2024).

Сонымен, подкаст ХХІ ғасырдың басында цифрлық технологиялардың қарқынды дамуымен сабақтас түрде медиакеңістікте қалыптасып, журналистика саласында кеңінен қолданыс тапқан жаңа медиаформат ретінде айқындалады. Аталған ұғымның пайда болу алғышарттары, таралу эволюциясы және медиалық контексте орнығу ерекшеліктері бүгінгі күнге дейін кешенді әрі жүйелі ғылыми талдауды талап ететін өзекті зерттеу мәселелерінің қатарында қалып отыр.

Ағылшынның podcasting термині iPod және broadcasting (яғни, кең таралыммен хабар тарату) сөздерінің бірігуі нәтижесінде пайда болған ұғым. Атауда Apple компаниясының танымал медиаплеері аталса да терминнің шығуына оның қатысы жоқ. Терминнің авторы британдық журналист Бен Хэммерсли танылады. Ол 2004 жылы The Guardian газетіне жазған мақаласында әуесқой радиобағдарлардың жаңа толқынын талдай отырып, мысал ретінде Apple компаниясының iPod плеерін келтірген. Кейінірек Хэммерсли бұл сөз тіркесін әдейі емес, кездейсоқ ойлап тапқанын мойындап: «Мен сәтсіз бір тіркес ойлап таптым... қалай шыққаны есімде де жоқ», – деген болатын (Tarja, 2021).

Зерттеушілердің айтуынша, подкастинг идеясын нақты технологиялық деңгейде жүзеге асырған музыкалық MTV арнасының жүргізушісі Адам Карри болды. Сол 2004 жылы ол iPod деп аталатын бағдарламалық құралды жасап шығарды. Бұл бағдарлама RSS технологиясын пайдалана отырып, аудиофайлдарды медиаплеерге автоматты түрде жүктеуге мүмкіндік берді (Салыхова, 2023). Осылайша, қолданушылар аудиоконтентке жазылып, оны қолмен жүктемей-ақ, үнемі жаңартылып отыратын түрде тыңдауға қол жеткізді. Бұл қадам подкастингтің бұқаралық медиа құбылыс ретінде қалыптасуына негіз салды.

Соңғы жылдары подкасттардың танымалдығы айтарлықтай артты, әсіресе Америка Құрама Штаттарында бұл аудиоформаттарды тұтынатын аудитория әлемдегі ең ауқымды деңгейге жетті. Зерттеулер көрсеткендей, шынайы қылмыстар мен жаңалықтар тақырыбындағы подкасттар тыңдаушылар арасында ерекше сұранысқа ие болған.

Медианарықты зерттеумен айналысатын Edison Research аналитикалық компаниясы подкасттардың танымалдығының өзгерісін жүйелі түрде бақылап отырады. Бұл ретте олар тек жүктеу көрсеткіштеріне ғана емес, ең алдымен тыңдалу деректеріне сүйенеді. Компанияның аға

вице-президенті Том Вебстер Newsweek журналына берген сұхбатында криминалистика мен өзекті жаңалықтарға арналған подкасттардың тұрақты сұранысқа ие екенін атап өтті. Оның айтуынша, ірі медиа желілермен байланысы жоқ тәуелсіз подкасттардың танымалдығының артуы – бұл форматтың тартымдылығы мен аудитория жинаудағы әлеуетін көрсетеді.

Тәуелсіз жобалардың табысты үлгісі ретінде WTF with Marc Maron подкастын атауға болады. Ол 2009 жылдың қыркүйек айында шыға бастады. Подкаст қонақтарының қатарында АҚШ-тың бұрынғы президенті Барак Обама, музыкант Игги Поп, продюсер Лорн Майкл сияқты танымал тұлғалар болды. Тағы бір кең танымал подкаст – «The Joe Rogan Experience», ол 2009 жылдың 24 желтоқсанында іске қосылды. Жобаның авторы – тележүргізуші Джо Роган, ол өткір әрі кейде даулы пікірлерімен ерекшеленетін жүргізу стилімен танымал. 2015 жылға қарай бұл жоба әлемдегі ең танымал подкасттардың біріне айналып, әр шығарылымы миллиондаған көрілім жинап отырды.

Жаңалықтық подкасттар санатында The New York Times басылымының The Daily жобасы маңызды орын алады. Жүргізушісі – саяси журналист Майкл Барбаро. Подкасттың әр шығарылымы The New York Times журналистерінің репортаждарына және аналитикалық түсіндірмелеріне негізделіп, заманның ең өзекті оқиғаларын талдайды (Тариа, 2021).

Қазіргі подкаст кеңістігін талдау көрсеткендей, бұл формат аудитория үшін де, медиа мамандары үшін де барған сайын өзекті бола түсуде. Ол тыңдаушылардың жоғары қызығушылығын туғызып, мазмұн ұсынудағы әртүрлі стратегияларды жүзеге асыруға мүмкіндік беріп отыр.

Подкасттарда ұсынылатын мазмұн тақырыптық бағыттарына қарай бірнеше санатқа бөлінеді. Олардың қатарында комедиялық бағдарламалар, қоғам мен мәдениет мәселелеріне арналған подкасттар, жаңалықтар мен саяси талдаулар, өнер мен спорт тақырыптары, денсаулық сақтау, бизнес және білім беру бағыттары бар. Сонымен бірге балалар мен отбасы, дін, музыка, ойындар мен хобби, жеке күнделік форматындағы жобалар, сән мен сұлулық, ғылым мен медицина, технологиялар, сондай-ақ теледидар мен кино саласына арналған подкасттар да осы жіктеуге кіреді.

Серб зерттеушісі Анка Михайлов Прокоповичтің еңбектеріне сәйкес, подкасттарды жік-

теудің тағы бір өлшемі – контент өндірушінің түрі. Бұл подкастингтің маңызды ерекшеліктерінің бірін айқындайды: подкастинг – әртүрлі авторлар, соның ішінде өздерін қызықтырған тақырыптарда ой бөліскісі келетін әуесқойлар да еркін жүзеге асырады деген зерттеуші подкаст өндірушілер қатарын: «тәуелсіз баспагерлер (подкаст платформаларында контент жариялайтын жеке тұлғалар), қоғамдық радио ұйымдары, подкаст-компаниялар, газеттер мен журналдар, өзге медиакомпаниялар, коммерциялық радиостанциялар, сондай-ақ мемлекеттік органдар немесе үкіметтік емес ұйымдар деп бөледі. (Mihajlov Prokopic, 2021)

Американдық зерттеуші Сара Элизабет Уитмердің айтуынша, егер журналистиканың рөлі аудиторияның қабылдауына тәуелді болса, подкастинг жаңа формалар үшін кең мүмкіндіктер ашады. Подкасттар жаңалықтарға қызығушылықтың төмендеуі мен сенімсіздіктің артуына салыстырмалы түрде қарапайым жауап болып табылады, өйткені бұл платформа кең аудиторияны өзіне тартады. Подкастинг технологиялық дамудың, аудиторияның өзгеруінің және цифрлық мәдениеттің ықпалымен қалыптасқан журналистік инновациялардың ең маңызды кеңістіктерінің біріне айналды. Осындай жағдайда журналистер өз тәжірибелерін жана өндірістік модельдерге және аудиторияның күтілімдеріне бейімдеуде. Жаңалық форматтарының кеңейіп келе жатқан аясында «нарративтік подкаст» деректі сторителлингтің ерекше жанры ретінде ерекшеленіп, журналистерге репортаж жасау үдерісін нақты уақыт режимінде баяндауға, подкастингке тән мүмкіндіктер – дауыс, музыка және дыбыс арқылы эпизодтық аудиоәңгімелер жасауға мүмкіндік береді (Witmer, 2026).

Нәтижелер мен талқылау

Подкасттар мазмұндық бағыттарына және өндіруші сипаттарына байланысты көпқабатты жүйе екенін байқаймыз. Тақырыптық жіктемесі подкасттардың аудиториялық қызығушылыққа бейімделген әртүрлілігін көрсетсе, авторлық сипат бойынша бөлінуі подкастингтің құрылымдық икемділігін және медиакеңістіктегі әртүрлі қатысушылардың рөлін айқындайды. Әуесқойлардан бастап кәсіби медиаорганизацияларға дейінгі әртүрлі авторлар контентін еркін жариялай алу мүмкіндігі подкастты дәстүрлі журналистикалық форматтардан ерекшелендіреді.

Сондықтан подкасты зерттеу кезінде олардың тақырыптық әртүрлілігі мен авторлық құрылымын қатар қарастыру ғылыми тұрғыда маңызды деп ойлаймыз. Мұндай жүйелі талдау подкасттың жанрлық және функционалдық ерекшеліктерін, аудиториямен өзара әрекеттесу механизмдерін, сондай-ақ медиа нарықтағы орны мен ықпалын толық түсінуге мүмкіндік береді.

Бүгінде подкаст тек ақпарат тарату құралы ғана емес, сонымен қатар қоғамдық пікір қалыптастыратын, мәдени құндылықтарды насихаттайтын және әлеуметтік диалогты дамытатын медиа алаңға айналып отыр.

Подкасттар ақпаратты, идеяларды, көзқарастарды және мәдени нормаларды тарату құралы ретінде қызмет етіп, адамдардың дүниетанымы мен мінез-құлқына әсер етеді. Осы тұрғыдан алғанда, подкастингтің жаңа формаларының пайда болуы және олардың трансформациялануы мәдени орта мен қоғамдық сананың өзгеруіне ықпал етуі мүмкін. «Подкастинг» терминінің трансформациясының мәдениеттанулық аспектілерін зерттеу медиафеномен мен социомәдени үдерістер арасындағы өзара байланысты тереңірек түсінуге, сондай-ақ бұл өзгерістердің қазіргі мәдениет пен қоғамға тигізетін әсерін айқындауға мүмкіндік береді (Круглова, 2024).

Қазіргі таңда подкасттар әлемнің барлық тілінде жарық көріп, халықаралық медиа кеңістікте кеңінен таралуда. Бұл құбылыс подкастингтің тек белгілі бір аймақ немесе тілдік ортаға ғана шектелмейтінін, керісінше, ғаламдық деңгейде әртүрлі аудиторияға қолжетімділігін көрсетеді. Әр тілде жасалған подкасттар мәдени ерекшеліктерді, дәстүрлерді, қоғамдық мәселелерді және ұлттық контентті қамти отырып, тыңдарманға өз тілі мен мәдениетіне сәйкес ақпарат алуға мүмкіндік береді.

Сонымен қатар көптілді подкасттардың дамуы цифрлық платформалардың трансшекаралық таралуымен, мобильді құрылғылар мен интернеттің қолжетімділігінің артуымен тығыз байланысты. Бұл өз кезегінде медиа тұтынушыға контентті қай жерде, қашан және қандай тілде тыңдағысы келетінін өз қалауы бойынша таңдауға толық еркіндік береді.

Украиндық ғалымдар Т. Булах пен О. Куликованың зерттеуіне сүйенсек, 2022–2024 жылдар аралығында әртүрлі платформаларда жаңа подкасттардың қосылу қарқынында белгілі бір ауытқулар байқалғанымен, соңғы жылдары әлемдегі подкасттардың жалпы санының өсу үр-

дісі сақталып отырған көрінеді. 2025 жылғы маусым айындағы жағдай бойынша, «Podcast Index» сайтының деректеріне сәйкес әлемде 4 554 460 подкаст тіркелген. Ал «Apple Podcasts» платформасындағы дербес подкасттар саны 2025 жылғы сәуір айында 2 800 138-ге жеткен. Сонымен қатар, «Listen Notes» дереккөзі әлемдегі подкасттардың жалпы санын шамамен 3,5 миллион деп бағалайды. Ғалымдар статистикалық деректерді, ғылыми мақалаларды және аналитикалық шолуларды талдау нәтижесінде соңғы бес жыл ішінде подкасттарды тұтыну мен өндіру үдерісінде елеулі өзгерістер орын алғанын атап көрсетеді. Подкастингтің дамуына әсер еткен сыртқы ортаның бес негізгі факторы анықталды: пандемия; YouTube пен TikTok платформаларының кеңінен таралуы; подкасттарды тыңдауға арналған платформалардың дамуы; подкасттардағы жарнамаға деген сенімнің артуы; жасанды интеллекттің дамуы (Bulakh, 2025).

Зерттеушілер Райм Дж., Пайк К., Коллинз Т. подкасттардың қазіргі таңда кең танымал болуына олардың формалары мен мазмұнының алуан түрлілігі негізгі себептердің бірі екенін атап өтеді. Олардың пікірінше, подкасттар тыңдарманға бірегей тұтынушылық тәжірибе ұсынып, радио, теледидар, кітаптар мен журналдар сияқты дәстүрлі медиаларға тән жанрлардың барлығын дерлік қамтитын әмбебап контентпен ерекшеленеді. Осы жайт подкасттардың «бағдарламаға бағытталған» (programme-led) медиа ретінде сипатталуын түсіндіреді, яғни пайдаланушы контентті таңдауда толық еркіндікке ие болады. Ал «форматқа бағытталған» (format-led) медиаларда аудиторияның таңдауы шектеулі болып, қатаң форматтарға бағынатын, алдын ала жоспарланған контентке тек белгілі бір уақытта ғана қосылу мүмкіндігімен шектеледі, бұл радиохабар таратуға тән құбылыс. Сонымен қатар олар подкаст контентін ұсыну форматтарының айтарлықтай кеңейіп, күрделене түскенін де атап өтеді. Ғылыми еңбектерде подкасттардың әртүрлі түрлері ажыратылады, олардың қатарында сұхбат және әңгіме форматтары (мысалы, Table Manners with Jessie Ware, 2018), монологқа негізделген жобалар (мысалы, Have You Heard George's Podcast?, 2018), бұрыннан бар медиаконтентті қайта өңдеуге негізделген подкасттар (мысалы, The Skewer, 2019), панельдік пікірталастар (мысалы, The Infinite Monkey Cage, 2009), көркем сторителлинг үлгілері (мысалы, Limetown, 2016), сондай-ақ деректі сторителлинг форматтары (мысалы, Lore, 2015) және

басқа да түрлер бар деген деректерді материалға сілтемелер бере отырып, ұсынады (Rime et al., 2022).

Цифрлық медианың даму үдерісі және подкастингтің кең таралуы дәстүрлі сұхбат жанрына қатысты жаңаша көзқарастың қалыптасуына ықпал етіп отыр. Осыған орай, подкаст пен сұхбат арасындағы жанрлық шекараны анықтау, олардың ұқсастықтары мен айырмашылықтарын ғылыми тұрғыдан сараптау зерттеу нысаны ретінде өзекті сипатқа ие. Аталған жанрлар арасындағы межелер мен мазмұндық ерекшеліктер қазіргі таңда жүйелі түрде теориялық тұрғыда жіктелмеген.

Зерттеушілердің пайымдауынша, подкаст – бұл бір немесе бірнеше жүргізушінің қатысуымен әртүрлі тақырыптарды қамтитын аудио немесе бейне форматтағы эпизодтар жиынтығы. Бұл формат еркін құрылымымен ерекшеленіп, аудиториямен тұрақты байланыс орнатуға бағытталады. Ал сұхбат – нақты бір тақырып аясында ұйымдастырылатын, белгілі бір адаммен жүргізілетін, ақпараттық немесе пікір алмасу мақсатындағы коммуникациялық үдеріс ретінде сипатталады.

Подкаст – тек кәсіби журналистердің ғана емес, медиасауаты бар кез келген тұтынушының медиапрактикасына айналған қолжетімді медиаформат болып табылады. Осы тұрғыдан алғанда, подкаст пен сұхбат жанрларының шекарасын нақтылап, олардың медиасауаттылықты қалыптастыру мен журналистік білім берудегі орнын анықтау – ғылыми және практикалық тұрғыдан маңызы зор мәселе.

Подкаст форматында бастапқы кезеңде аудиокұрамға басымдық берілгенімен, қазіргі уақытта бейнеподкастар кең танымалдыққа ие болуда. Мұның басты себептерінің бірі – бейнелік қабылдаудың жоғары әсерлілігімен байланысты. Көрерменнің тыңдау әрекетімен қатар визуалды бақылау мүмкіндігі – коммуникациялық әсердің күшеюіне себеп болады. Бұл орайда сөйлеушінің дауыс ырғағынан бөлек, бет-әлпеттегі эмоциялық реакциялар да маңызды рөл атқарады.

Зерттеуші Анна Усачёва подкаст пен сұхбат форматының ара-жігін ажыратуда келесідей пікір білдіреді: «Кейде бейнеподкастарды сұхбат формасымен шатастырып жатады. Сырттай қарағанда екі немесе одан да көп адамның әңгімелесуі ұқсастық тудырады. Алайда подкаста пікір алмасу, сөз таластыру, бейресми әңгіме элементтері басымдық танытса, сұхбат нақты құрылымға, атап айтқанда, журналист пен рес-

пондент арасындағы сұрақ-жауап форматына негізделеді. Сонымен қатар, подкаст бір адамның монологиялық баяндауымен де құрылуы мүмкін» (Усачёва, 2024).

Осы тұрғыда подкаст пен сұхбат жанрларының типологиялық, құрылымдық және функционалдық ерекшеліктерін ғылыми талдау – заманауи медиа зерттеулерінің маңызды бағыты болып табылады.

Зерттеушінің пайымдауынша, бейнеподкастың бейнесұхбат форматынан артықшылықтары келесі бағыттар бойынша көрініс табады:

- Подкаст жазу үшін кәсіби интервьюер дағдылары міндетті емес. Әңгіме еркін формада өтуі мүмкін, сөйлеу барысында оговоркалар, бейресми сленгтер, кей жағдайда нормативті емес лексика да кездесіп жатады. Бұл подкаст форматындағы бейресмиліктің бір ерекшелігі ретінде қарастырылады.

- Подкаст тақырыптық тұрғыдан кең ауқымды. Ал сұхбат форматы көбіне сұхбат беруші тұлғаның төңірегінде құрылып, оның пікірі мен тәжірибесіне негізделеді. Осы тұрғыдан алғанда, подкаст икемдірек платформа саналады және онда әрбір қатысушының ойын кеңірек ашуға мүмкіндік бар.

- Подкаст аудиторияны кеңінен қамту әлеуетіне ие. Себебі оларды тек сайттар мен әлеуметтік желілерге жүктеп қана қоймай, одан бөлек аудионы бөліп алып, арнайы аудиоплатформаларға да орналастыруға болады. Бұл – контенттің таралу арнасын көбейтетін маңызды фактор (Усачёва, 2024).

Қазіргі медиажүйенің трансформациясы аясында подкаст форматының жанрлық табиғатын саралау – маңызды ғылыми-тәжірибелік мәселе болып отыр. Осыған байланысты туындайтын негізгі сұрақтардың бірі – подкастың сыртқы құрылымдық және мазмұндық ерекшеліктері оны дербес медиажанр ретінде қарастыруға негіз бола ала ма деген мәселе. Бұл сауал подкасты тек технологиялық платформа ретінде емес, мазмұндық және жанрлық тұрғыдан зерттеуді қажет етеді. Аталған бағыттағы зерттеулер мен талқылаулар шеңберінде 2024 жылдың қыркүйек айында Нұр-Сұлтан қаласындағы «Қазмедиа» орталығында медиа мамандар мен салалық сарапшылардың қатысуымен «Подкаст – журналистиканың жаңа жанры ма?» тақырыбында кәсіби пікірталас ұйымдастырылды. Жиын барысында подкастың журналистикадағы орны, жанрлық сипаты және оның отандық медиа кеңістіктегі даму болашағы жан-жақты талданды.

«...Көбісі «подкаст – YouTube-тің сұхбат жанры» деп ойлайды. Бірақ подкаст тек сұхбат қана емес. Десе де Қазақстанда сұхбат жанры көбірек танылған. Мейлі, сұхбат болсын, сараптама болсын, басқасы болсын, қазақ тілінде болса болғаны. Яғни, контент отандық болса, қазақ тілінде болғаны абзал», (Бақберген, 2024) – деген ойын жеткізген М.С.Нәрікбаев атындағы КАЗ-ГЮУ Университетінің басқарма төрағасының орынбасары Ерболат Мұхамеджанның сөзінің астарында подкастың ақпарат таратудағы рөлі мен қоғамдық маңызына берген бағасын түсінуге болады. Не болса да бұл контентті дамытайық деген ой.

Қазақстандық подкастинг нарығының қазіргі жағдайы халықаралық тәжірибемен салыстырғанда даму тұрғысынан біршама кешеуілдеп отырғаны байқалады. Әсіресе, америкалық подкастинг индустриясымен салыстырғанда, отандық подкаст кеңістігінің құрылымы мен мазмұндық әлеуеті әлі де шектеулі екені аңғарылады. «Қазмедиа» орталығы ұйымдастырған жиынның қатысушылары да қазақ тіліндегі подкаст контентінің үлес салмағының төмендігіне, салалық және тақырыптық бағыттағы бағдарламалардың жеткіліксіздігіне, сондай-ақ бұл медиабағытты дамытуға қажетті қаржылық қолдаудың тапшылығына назар аударды. Бұл факторлар подкастың дербес медиаформат ретінде орнығуына кедергі келтіріп отыр және отандық медиаөнімдердің көптүрлілігі мен сапасын арттыру үшін жүйелі қолдау мен стратегиялық жоспарлауды қажет етеді.

Podcastbery платформасының талдауы негізінде подкаст пен сұхбатты екі түрлі медиаформат ретінде қарастыруға негіз бар. Бұл ресурста ұсынылған пайымдаулар аталған форматтар арасындағы құрылымдық және мақсаттық ерекшеліктерді айқын сипаттайды.

Атап айтқанда, сұхбат (интервью) – бұл жүргізуші мен респондент арасындағы ақпарат алуға бағытталған ұйымдасқан диалог. Мұнда жүргізуші сұрақтарды алдын ала дайындайды немесе оларды импровизациялық түрде қояды, ал сұхбат беруші тиісті жауаптар ұсынады. Сұхбаттың негізгі мақсаты – белгілі бір тұлғаның білімі, тәжірибесі және көзқарасы негізінде нақты әрі пайдалы ақпарат алу. Ал подкаст форматы – бұл бір немесе бірнеше жүргізуші қатысатын, аудио немесе бейне форматтағы мазмұн. Подкастқа қатысушылар өз ой-пікірлерімен бөлісіп, түрлі тақырыптар төңірегінде еркін сипаттағы талқылаулар жүргізеді. Подкаст құрылымы көбіне

нақты шеңбермен шектелмейді, тақырыптық ауқымы кең әрі еркін ауысып отыруы мүмкін, бұл форматқа икемділік пен бейформалдық сипат береді (Podcastbery, 2024).

Осылайша, подкаст пен сұхбаттың жанрлық межелерін айқындау – қазіргі медиатіл білімінде және журналистика теориясында маңызды зерттеу нысаны болып табылады.

Қазіргі медиапрактикада подкастың үш негізгі типі кеңінен қолданыс тапқан, олар – монологтік, диалогтік және дискуссиялық. Бұл форматтардың құрылымдық белгілері, техникалық ұйымдастырылуы мен мазмұндық ерекшеліктері бойынша өзара айырмашылықтары бар. Монологтік подкаст – бір адамның қатысуымен жүзеге асатын мазмұндық форма. Мұндай подкастардың визуалды нұсқасында кадрда жалғыз жүргізуші көрінеді. Көбіне білім беру, танымдық немесе деректі сипаттағы тақырыптарды қамтиды. Аталған форматты жазу үшін кәсіби емес, қарапайым техникалық құралдар жеткілікті: камера, микрофон және жарық көзі. Монтаж үдерісі аса күрделі емес, алайда сапалы дыбыс жазбасы маңызды талап болып табылады. Диалогтік подкаст – екі адамның қатысуымен жүзеге асатын формат. Көбінесе сұхбат жанрымен сабақтасып жатады. Бұл форматта алдын ала белгіленген тақырып негізінде пікір алмасу жүреді. Талқылау әртүрлі формада: сұрақ-жауап, бірлескен талдау, пікірталас түрінде өрбуі мүмкін. Жазу үдерісінде кемінде екі микрофон, бірнеше камера және жарық көздері қажет. Жоғары сапалы дыбысты қамтамасыз ету үшін кәсіби жабдықталған студия ұсынылады. Монтаждық жұмыстардың күрделілігіне байланысты маман көмегі талап етілуі мүмкін. Дискуссиялық подкаст – үш немесе одан да көп адамның қатысуымен өтетін формат. Мұнда сұхбат элементтері кеңінен қолданылады. Мазмұнды әрі құрылымды дискуссия жүргізу үшін модератордың қатысуы маңызды. Ол пікірталасты бағыттап, сөйлеу тәртібін қамтамасыз етеді. Әйтпеген жағдайда, талқылау жүйесіз және бейберекет сипат алуы ықтимал. Бұл форматты жазу үшін де кәсіби техника және сапалы постөндіріс талап етіледі (Петрова, 2025).

Сонымен қатар подкастың құрылымдық және техникалық белгілеріне қарай деректі және аудиоқойылымдық түрлерін атауға болады. Деректі подкаст нақты оқиғалар мен шынайы тұлғаларға негізделетін формат. Тыңдарман нақты сұхбаттардан үзінділер мен оқиғалардың өңделмеген аудиожазбаларын естуге мүмкіндік алады.

Мұндай подкастардың жазбасы әртүрлі ортада (студияда немесе сыртта) жүзеге асады және цитаталармен жиі толықтырылады. Ал аудио-қойылымдық подкаст театрландырылған және көпқабатты құрылымға ие күрделі медиаөнім. Оған әртүрлі кейіпкерлердің дауыстары, дыбыстық эффектілер мен музыкалық сүйемелдеу кіреді. Мұндай жазбалар үшін бірнеше локация таңдалып, ұзақ уақыт жазылуы мүмкін, сондай-ақ мүкият режиссура мен монтажды қажет етеді.

Жанрлық классификация подкасттардың ішкі мазмұндық құрылымына негізделеді. Жанр – подкастың композициялық құрылымын ғана емес, сонымен қатар тыңдарманмен орнатылатын коммуникация моделін де айқындайды. Жанрлық жіктеудегі басты өлшемдер – контенттің идеялық мазмұны, ақпаратты ұсыну тәсілі мен аудиторияға ықпал ету мақсаты.

Қазіргі кезеңде подкасттар мынадай жанрларға жіктеліп отыр: сұхбаттық, әңгімелесу сипатындағы, тақырыптық, нарративтік, жаңалықтық, ақпараттық-танымдық, оқытуға бағытталған және ойын-сауықтық. Бұл классификация медиажанрдың құрылымдық және мазмұндық дамуын ғылыми негізде саралауға мүмкіндік береді (Петрова, 2025).

Заманауи медиапрактикада подкаст жанрлары мен техникалық түрлері арасында нақты, қатаң шекаралар белгіленбеген. Бұл медиаплатформа – мазмұн мен форманың ерекше икемділігімен және үнемі жаңарып, түрленіп отыратын сипатымен ерекшеленеді. Подкаст форматтарының пішінделуінде контенттің жанрлық негіздері мен техникалық ұйымдастырылу тәсілдері өзара үйлесім табады.

Нақты подкаст форматы – авторлық тұжырымдама негізінде қалыптасатын, жанр мен техникалық шешімдердің синтезі болып табылады. Подкасты жасау үдерісі, ең алдымен, авторлық концепцияны анықтаудан басталады. Бұл тұжырымдама, негізінен, төрт өзекті сұраққа жауап беруі тиіс: «автор кім?», «тыңдарман кім?», «не туралы айтылмақ?», және «бұл не үшін қажет?». Осы сауалдарға берілген жауаптар негізінде автор өз идеясын жүзеге асыруға сәйкес келетін форматты таңдайды. Формат бұл ретте мазмұнды бейнелеудің, жеткізудің және аудиториямен тиімді байланыс орнатудың құралы ретінде қызмет етеді.

Қазақстандық подкастинг кеңістігінде белсенді авторлардың бірі, «Подкастинг негіздері» курсының әзірлеушісі әрі төрт подкаст жобасының авторы Елдар Құдайбергеновтің пікірін-

ше, подкастың басты артықшылығы – оның контент тұтынуындағы тәуелсіздік мүмкіндігінде. Яғни, подкасты тыңдау уақыты мен орнына қойылатын шектеулер жоқ: тыңдарман өзіне ыңғайлы кез келген уақытта және кез келген жерде подкастқа қол жеткізе алады. Бұл – кеңістіктік және уақыттық икемділікке негізделген тыңдау тәжірибесі.

Сонымен қатар подкастардың көпшілігі ашық платформаларда тегін қолжетімді. Контентті алдын ала жүктеп алып, интернетсіз тыңдау мүмкіндігі де бар. Подкаст форматы тыңдарманға күнделікті тұрмыстық істермен қатар тыңдауға ыңғайлы жағдай ұсынады – мысалы, жұмыс барысында, көлікпен жүру кезінде немесе демалыс сәтінде. Осы ерекшеліктерін ескере отырып, Елдар Құдайбергенов подкаст тыңдау дағдысын тек пайдалы ақпараттық тәжірибе ғана емес, сонымен қатар жеке мәдениеттің бір формасы ретінде бағалайды (Маратова, 2020).

Подкастың аудиториясын кеңейтіп, көпшілікті баурап алуының сыры неде деген сұрақ та туындауы мүмкін. Бұл бағытта өз тұжырымын айтып жүрген зерттеушілердің ойларын бір жерге тоғыстыра отырып, мынадай қорытынды жасауға негіз бар. Біріншіден, подкастарды тыңдау үшін қымбат құрылғылар немесе арнайы жазылымдар қажет емес. Көптеген платформаларда олар тегін таратылады, ал тыңдау үшін ұялы телефон мен интернет болса жеткілікті. Екіншіден, подкасты қашан және қай жерде тыңдау қажеттігін өзіңіз шешесіз. Таңертең жұмысқа бара жатып, кешке үй жинап жүріп немесе спортпен айналысып жатқанда да тыңдай беруге болады. Осылайша, тыңдарман уақытын тиімді өткізіп, бір мезетте әрі пайдалы, әрі жағымды іспен айналысады. Үшіншіден, подкастар көбіне белгілі бір тақырыпқа тереңірек үңіледі. Журналистикада немесе әлеуметтік желілерде жиі кездесетін қысқа әрі үстірт ақпараттан айырмашылығы – подкастар тыңдарманға нақты бір мәселенің астарына үңілуге, сарапшының пікірін тыңдауға, жан-жақты ой түйуге мүмкіндік береді. Бұл тыңдарманның көзқарасын кеңейтіп, сыни ойлауын дамытады. Төртіншіден, қазіргі подкастар тыңдарманмен тығыз байланыс орнатуға бағытталған. Көптеген жобалар әлеуметтік желілер арқылы тыңдармандардың пікірін ескереді, сұрақтарға жауап береді, кейде тіпті тыңдарман ұсынған тақырыптарды қозғайды. Бұл подкасттарды тек тыңдалатын емес, бірге жасалатын ортаға айналдырады. Осы артықшылықтарының арқасында подкастар – білім алуға, ой

бөлісуге, шабыттануға және жай ғана демалуға арналған әмбебап құрал ретінде күннен күнге танымал болуда.

Қазақстандық подкастинг кеңістігінде соңғы жылдары кең аудиторияның назарын аударған бірқатар авторлық жобалар қалыптасып келеді. Бұл подкаст жобалары мазмұндық бағыттары, стильдік ерекшеліктері мен мақсатты аудиториясы тұрғысынан әртүрлі сипатқа ие болып отыр.

Медиа нарығындағы бұл үрдісті талдауға мүмкіндік беретін дереккөздердің бірі – Weproject.media платформасы. Аталған платформада жарияланған материалда қазақстандық кеңістікте танымал он подкастшы туралы шолу берілген. Бұл дерек отандық подкастингтің даму деңгейін, тақырыптық әркелкілігін және аудиториямен байланыс орнатудағы тәсілдерін бағамдауға негіз болады. Атап айтсақ, Марғұлан Сейсембай – кәсіпкер, кайдзен тәсілі арқылы тиімділік арттыру жайлы ойымен танымал. YouTube арнасында бизнес, инвестиция және даму туралы қысқа видеоларымен бөліседі. Қуаныш Шонбай – «Екінші болма» кітабының авторы. Арнасында ай сайын «Төртеу түгел болса» бағдарламасын жүргізеді, кәсіпкерлердің табысын, шығынын саралап, бизнеске кеңес береді. Темірлан Мұқашев – саяхатшы блогер. Танымдық видеоларында қазақтар тұратын шетелдегі аймақтарды көрсетеді. Алмасбек Садырбаев – мал шаруашылығы туралы «Әр қазақ бай болсын» арнасының авторы. Шопандардың жағдайы мен төрт түлік бизнесін жан-жақты талдайды. Миллионер күнделігі – әлемдік байлардың табыс құпиясы, мотивация және қаржылық сауаттылық туралы қазақша аударма видеолар ұсынады. Бизнес таңдау – кәсіп бастаған адамдардың тәжірибесімен бөлісетін «Бизнес Бастау» мектебінің арнасы. Капитал табу мен сала таңдау жайлы пайдалы видеолар бар. Күлпынай TV – Кореяда тұратын қазақ қызының арнасы. Кәріс өмірі, бала тәрбиесі мен ақша үнемдеу тәсілдері туралы әңгімелейді. Ұлан Құрманғалиев – қарапайым кәсіпкерлерден сұхбат алып, бизнесті неден бастағанын, табыс пен шығысын нақты көрсетеді. KEREK – күнделікті өмірге қажетті лайфхактар мен кеңестерді ұсынатын арна. Денсаулықтан бастап қаржыға дейінгі тақырыптарды қамтиды. Қуат Ахметжанов – қазақ әдебиетін аудиоформатта тыңдататын арна. Сонымен қатар салт-дәстүр, тарих, аңыз-ертегілер туралы видеолары бар (Сейсенбай, 2022).

Аталған ондыққа кіретін подкасттар әртүрлі салалар мен бағыттарды қамтиды. Мұндай

әртараптандырылған контент подкастинг форматының икемділігін, сондай-ақ қазақтілді аудиторияның сұранысына сай бейімделу үдерісін айқын көрсетеді.

Қазақстандағы подкастинг индустриясының институционалдық тұрғыдан мойындалуының көрінісі ретінде 2022 жылы ұлттық деңгейдегі «Үркер» сыйлығына алғаш рет «Үздік подкаст» номинациясының енгізілуін атап өтуге болады. Бұл аталымның алғашқы иегері – медиасалада подкастингтің дамуына елеулі үлес қосқан контент жасаушы әрі зерттеуші Әйнел Әмірхан. Ол 2019 жылы подкастингке қызығушылық танытқан әуесқой ретінде медиа алаңына қайта оралып, біртіндеп кәсіби подкастер ретінде қалыптасты. Оның «Атың шықпаса, подкаст жаса» атты авторлық еңбегі – Қазақстандағы подкастинг туралы жазылған алғашқы жүйелі әрі практикалық құралдардың бірі. Бұл кітапта подкастингке жаңадан қадам басқан тұлғаларға арналған мазмұн жасау, формат таңдау, техникалық ұйымдастыру мен аудиториямен байланыс орнату секілді бірқатар маңызды мәселелер қарастырылады.

Зерттеуші әрі практик маман ретінде Әйнел Әмірхан қазақстандық подкастинг кеңістігінің жанрлық құрылымына назар аударып, мынадай тұжырым жасайды: «Қазақстанда жасалған подкастарды тыңдасаңыз, көбіне сұхбат түріндегі подкастардың басым екенін көресіз, дегенмен әңгіме мен монолог түріндегі подкастар да бар» (Салыхова, 2023:37-38).

Бұл пікір отандық подкастингтің дамуында сұхбат форматына деген бейімділіктің айқын байқалатынын растайды. Мұндай сұхбаттық форматтың үстем болуы, бір жағынан, подкаст жасаушылардың радио мен тележурналистикадағы дәстүрлі моделдерді ұстануымен байланысты болса, екінші жағынан, техникалық және продюсерлік тұрғыдан жеңіл жүзеге асырылуымен түсіндіріледі. Сонымен қатар подкастинг жанрындағы монологтық және әңгімелік форматтардың да бар екенін ескерте отырып, автор бұл саланың жанрлық синтезге бейім икемді құрылым екенін көрсетеді. Мұндай синтездік сипат подкаст форматының аудиториямен жеке қарым-қатынаста болуына, авторлық интонация мен бейформалды тілдің кең таралуына жағдай жасайды. Осылайша, подкаст медиажүйесінде тек ақпараттық емес, тұлғалық-коммуникативтік мазмұнды да жеткізудің тиімді құралына айналып отыр. Жалпы алғанда, Әйнел Әмірханның практикалық тәжірибесі мен теоретикалық тұжырымдары Қазақстандағы подкастингтің қа-

лыптасу кезеңін сипаттаумен қатар, оның жанрлық құрылымы мен даму болашағына қатысты маңызды ғылыми база қалыптастырып отыр.

Ғылыми жұмысты тереңдету мақсатында подкастингті тек техникалық немесе контенттік формат емес, дербес медиажанр ретінде талдау ерекше маңызды. Подкаст жанры – дәстүрлі радио мен заманауи цифрлық контент арасындағы пәнаралық медиахибрид түрі болып табылады. Ол журналистика, әңгімелеу, психология және мәдени коммуникация теорияларымен қиылысады.

Подкаст форматтарын көптеген белгілер бойынша жіктеуге болады, бірақ ең басты үш өлшемі айқындалады. Нарративтілік – тыңдарманды оқиға, диалог, өмірлік эпизод арқылы эмоционалды тұрғыдан тарту; Интерактивтілік – пікір алмасу, ашық кері байланыс және көпдауыстылыққа құрылған коммуникация; Сериялылық қағидаты – тыңдарманның қайтып оралуын қамтамасыз ететін үздіксіз эпизодтық жүйе.

Сериялылық – қазіргі заманғы медиа тұтынушыдағы ең тиімді стратегиялардың бірі. Ол аудиторияның когнитивтік және эмоционалды тәуелділігін қалыптастырып, тыңдаушыны ұзақ мерзімді қатысуға ынталандырады. Бұл тәсіл телесериалдардағы «cliffhanger» (әр бөлім соңындағы қызығушылық тудыру әдісі) қағидасына ұқсайды, бірақ аудиоформатта оқиғаның даму логикасы, эмоционалды қарқын және жеке қатысудың күші арқылы жүзеге асады.

Подкастингтегі сериялылық қағидаты мынадай теориялық ұстанымдармен байланысты қарастырылуы мүмкін: медиа тұтыным теориясы – тыңдарман ақпараттан гөрі эмоция мен тәжірибе тұтынуға ұмтылады; нарративті коммуникация теориясы – үздіксіз әңгімеге тартылған адам уақытша шындықтан алыстап, оқиғалық кеңістікте «саяхаттайды»; когнитивтік ілімі және эмоционалды әсер теориясы – контент құрылымы арқылы тыңдарманның тұрақты қызығушылығын сақтау механизмін түсіндіреді. Осы теориялар негізінде подкасттың сериялы табиғаты ақпараттық емес, тәжірибелік құбылыс екенін байқаймыз: тыңдарман әр эпизодты жаңа эмоциялық тәжірибе ретінде қабылдайды.

Қазақстандық контекстегі байқаулар

Қазақстандық подкастинг кеңістігінде сериялылық қағидасы белсенді қолданылып келеді. Мысалы:

- «Жиза Подкаст» – тақырыптарын маусымдарға бөліп, әр бағытқа дербес серия арнайды (бизнес, мотивация, өмір тәжірибесі);

- «Замандас Подкаст» – қонақтар сериялары арқылы тыңдарманды нақты тұлғалармен тұрақты байланыста ұстайды;

- «Narikbi Live» және «Dope Soz» – storytelling пен тарихи эпизодтар ізімен тыңдарман қызығушылығын жалғастырады.

Бұл үрдіс подкасттардың жанрлық кемелдену кезеңіне жеткенін және олардың кәсіби журналистикаға жақындай түскенін байқатады.

Ғылыми таным тұрғысынан сериялылық қағидатын енгізу зерткеудің теориялық деңгейін арттырады, себебі: подкастингті медиа жанр ретінде когнитивтік және прагматикалық тұрғыдан сипаттауға мүмкіндік береді; тыңдарман мінез-құлқын түсіндіруге арналған жаңа аналитикалық өлшем (engagement metric) қалыптастырады; «жеке тәжірибе», «медиа тәуелділік», «сараптамалық шоғырлану» сияқты ұғымдарды нақты баяндайды.

Подкаст форматтарындағы сериялылық қағидаты тұтынушының эмоционалды назарын ұстап тұрудың және кәсіби контентті жалғастырудың басты құралы. Бұл қасиет подкастты жай медиаөнім емес, көпбөлімді нарративтік медиа жанр ретінде тануға мүмкіндік береді.

Елдар Құдайбергенов те Қазақстанда подкаст форматының даму болашағы айқын деген ойын білдіреді. Оның айтуынша, еліміз дамушы мемлекет ретінде цифрлық технологияларды тез қабылдап, медиа кеңістікте жаңа форматтарға бейімделіп келеді. Бұл үрдіс подкастинг саласының да қарқынды даму әлеуетін көрсетеді. Қазіргі таңда смартфон, компьютер, интернет желісі сияқты негізгі техникалық құралдар мен инфрақұрылым кең тараған. Мұның өзі подкастингті өндірістік және тұтынушылық деңгейде дамытуға қолайлы жағдай жасап отыр. Елдар Құдайбергенов қазақ podcaster-лері тек қана ана тілінде емес, ағылшын тілінде де контент жасап үйренсе, жаһандық аудиторияны қамту мүмкіндігі артады деген ұсынысын да алға тартады (Маратова, 2020).

Жер шарында миллиардтаған адам бар екенін ескерсек, подкаст тыңдауға деген сұраныс алдағы уақытта тек арта түседі деген сарапшылардың ойы нық. Подкаст форматы жекелеген авторлық жобалармен ғана шектелмей, кәсіби медиа ұйымдардың да тұрақты контент түріне айналуы ықтимал. Қазақстанда подкаст форматының қолданыс аясының даму тенденциясын айқындау мақсатында елдегі танымал сегіз подкаст жасаушының қызметіне қысқаша шолу түрінде зерттеу жұмысы жүргізілді.

1-кесте

Қазақстандық подкастерлерге қатысты рейтингтік-талдау

Подкаст атауы	Автор(лар)	Тақырыптық бағыты	Авторлық позиция және медиабейне	Аудитория мөлшері	Эпизодтарының жалпы қаралым саны
Замандас Подкаст	Қанат Бейсекеев пен Ержан Алдабергенов	Қоғам қайраткерлерінен бастап түрлі салалардағы сарапшыларға дейін	Позитивті, пікірталас форматы, жұлдыздық қатысу	400 мың	YouTube қаралымы – 101 636 631
Жиза Подкаст	Асель Машанова	Білім, денсаулық, бизнес, тәжірибе алмасу	Әңгіме өткір әзілге толы диалогтар мен талқылауларға негізделген	300 мың	YouTube қаралымы – 166 845 153
Маргулан Сейсембаев Podcast	Марғұлан Сейсембаев	Бизнес, философия, өмірлік қағидалар	Менторлық, аналитикалық	150–200 мың	YouTube қаралымы – 187 670 872.
Dinara Satzhan	Динара Сатжан	саясат, қоғам, бизнес, жеке өмір	Ашық, шынайы, феминистік көзқарас; журналистер мен блогерлер арасындағы айырмашылықты баса айтады, цензураға қарсы.	302 мың	YouTube қаралымы – 55 396 311
Dope Soz	Жомарт Аралбайұлы, Арсен Түсіпбек	Тарих, қоғам, мәдениет	Патриоттық реңк, деректік баяндау	40–60 мың	YouTube қаралымы – 40 703 680
Narikbi Live	Нарикби Тілеухан	Қоғам, мәдениет, тұлғалық даму	Белсенді азаматтық ұстаным, әлеуметтік сын және storytelling элементтері	93 мың	YouTube қаралымы – 6 159 753
Жанар Байсеміз Podcast	Жанар Байсеміз	Әйел көшбасшылығы, денсаулық, мотивация	Эмпатиялық, гендерлік теңдік пен жеке даму бағыты	184 мың	YouTube қаралымы – 16 933 797
OY-DETOX	Әйнел Әмірхан	Психология, өзін-өзі тану, өмір сапасы	Психоаналитикалық стиль, бейсаналық талқылау, сарапшылық тон	4 мың	YouTube қаралымы – 650 081
AIRAN podcasts	Кәсіби журналистер	Саясат, әлеумет, экономика, мәдениет, спорт т.б.	Тақырыпқа терең үңілу, мәселенің себеп-салдарын талқылау, қоғамдық пікір ояту.	500 мың	YouTube қаралымы – 801 537 648

Ескертпе: авторлар құрастырған (YouTube платформасы, наурыз, 2026 жыл)

Кестедегі талдау нәтижесі медиа саласындағы тың форматтың белсенді дамып келе жатқанын дәлелдейді. Подкастинг бүгінде тек ойынсауық не ақпарат тарату құралы емес, қоғамдық пікір қалыптастырып, кәсіби коммуникацияны жаңа деңгейге көтеретін медиаарнаға айналуға.

Жүргізілген рейтингтік-талдау подкасттардың тақырыптық бағытталуы, авторлық ұстанымы мен аудиториялық динамикасы, сондай-ақ танымалдық көрсеткіштері арқылы олардың

қазіргі қазақ журналистикасы мен цифрлық медианың даму үдерістеріне ықпалын сандық та, сапалық та тұрғыда бағалауға мүмкіндік берді.

Контенттік тұрғыдан қарағанда, қазақстандық подкастерлер бірнеше басты тақырыптық кластерге топтасады: «Замандас Подкаст», «Narikbi Live», «OY-DETOX» жобалары адам мен қоғам қатынасына, өзін-өзі жетілдіруге және әлеуметтік рефлексияға бағытталған; «Жиза Подкаст», «Маргулан Сейсембаев Podcast» қар-

жылық сауат, менеджмент және тұлғалық табыс категориясына негізделген; «*Dope Soz*» тарихи және мәдени құндылықтарды, «*Жанар Байсеміз Podcast*» гендер теңдігі мен позитивті өмір салтын ілгерілетеді. «*DinaraSatzhan*» мен «*AIRAN podcasts*» кәсіби журналистер ортасында болғандықтан тақырып ауқымы кең екендігі айқындалады.

Аудитория көлемі мен белсенділігі подкасттың тұрақты дамуының негізгі индикаторы болып табылады. «*Марзулан Сейсембаев Podcast*», «*Жижа Подкаст*», «*AIRAN podcasts*» аудиториясының кеңдігі олардың тақырып ауқымының кең қамтылуын білдіреді. Ал «*OY-DETOX*» тыңдармандары салыстырмалы түрде аздау болғанымен, пікірталас, әлеуметтік желілердегі белсенді реакциялар арқылы жоғары коммуникативтік динамика аңғаруға болады. Осылайша, сапалық белсенділік пен тыңдарманмен онлайн өзара әрекеттестік бүгінгі медианың басты капиталына айналып отыр.

Бұл рейтингтік талдаудың нәтижелері қазіргі қазақ журналистикасының трансформация үдерісімен тығыз байланысты. Атап айтсақ,

- Подкастинг – дәстүрлі БАҚ форматтарын толықтыра отырып, жеке журналистік бренд қалыптастырудың тиімді құралына айналуға;

- Подкасттар – ақпарат пен пікірді көбейтудің емес, тереңдетудің арнасы;

- Авторлар мен тыңдармандар арасындағы тең коммуникация формасы журналистиканың сенімдік капиталын арттыруға;

- Цифрлық медиа технологиялары контенттің қолжетімділігін жоғарылатып, оны гибридіті кәсіби коммуникацияның бір бөлігіне айналдырды.

Қорытынды

Жүргізілген рейтингтік-талдау зерттеудің ғылымилығын арттырады, нақтылайтын болсақ, подкасттардың тақырыптық, аудиториялық және техникалық индикаторларына негізделген кешенді әдістеме қолданылды; талдау нәтижелері қазіргі медиа трансформациясының эмпирикалық дереккөзіне айналды; алынған мәліметтер цифрлық журналистиканың дамуында подкаст форматтарының коммуникациялық және кәсіби функцияларын түсіндіруге мүмкіндік берді.

Зерттеу нәтижелеріне сүйене отырып, қазақстандық подкастинг индустриясын әрі қарай дамыту мен зерттеудің ғылыми деңгейін арттыруға бағытталған ұсынымдар ұсынылады.

Академиялық зерттеу тұрғысынан алсақ, подкастинг феноменін медиасоциология, журналистика теориясы және коммуникация психологиясы тұрғысында кешенді эмпирикалық зерттеулермен толықтыру қажет; тыңдарман белсенділігін, қабылдау психологиясын және контент тұтыну мәдениетін зерттейтін сауалнама, фокус-топ және big data талдау әдістерін енгізу орынды; подкасттарды кәсіби журналистика теориясындағы жаңа медиа нарратив, дербестенген журналистика және storytelling категориялары негізінде қарастырған жөн.

Практикалық және кәсіби даму бағытында подкаст жасаушылар үшін медиа сауат, дыбыс дизайны, сценарий жазу және дерекпен жұмыс істеу бойынша арнайы тренингтер мен білім платформаларын дамыту қажет; университеттер мен медиа мектептер оқу бағдарламасына Podcasting бағытында пән енгізу ғылыми және кәсіби интеграцияны күшейтеді; подкастерлер одағы немесе қауымдастығын құрып, құқықтық және экономикалық қолдау механизмдерін қалыптастыру ұсынылады.

Медиа индустрия контексінде: подкастингті мемлекеттік және жеке медиа саясатқа тарту арқылы ұлттық цифрлық контент өндірісін ынталандыру қажет; қазақ тіліндегі подкасттардың үлесін арттыру жаңа медиа кеңістіктегі тілдік және мәдени әртүрлілікті сақтау үшін маңызды; подкастингті қоғамдық коммуникацияның сенімді және этикалық алаңы ретінде дамыту маңызды.

Жүргізілген теориялық және салыстырмалы талдау нәтижелері подкаст форматының қазіргі медиакеңістікте дербес әрі көпқырлы медиаөнім ретінде орныққанын көрсетті. Зерттеу барысында анықталғандай, подкасттың жанрлық табиғаты дәстүрлі журналистикалық сұхбат жанрымен тығыз сабақтастықта дамығанымен, мазмұндық, құрылымдық және коммуникативтік тұрғыдан айтарлықтай кеңейтілген сипатқа ие. Бұл подкастты тек сұхбаттың заманауи нұсқасы ретінде емес, цифрлық медианың ықпалымен қалыптасқан жаңа коммуникациялық модель ретінде қарастыруға негіз береді.

Зерттеу нәтижелері подкасттың жанрлық икемділігі оның кең таралуының негізгі факторларының бірі екенін айқындады. Әртүрлі тақырыптық бағыттарды, авторлық ұстанымдарды және аудиториялық сұраныстарды қамту мүмкіндігі подкастты әмбебап медиаформатқа айналдырған. Подкасттардың мазмұндық және форматтық алуан түрлілігі тыңдарманға бірегей

тұтынушылық тәжірибе ұсынып, оларды дәстүрлі радиохабар тарату жүйесінен ерекшелендіреді. Бұл тұжырым аталған зерттеу нәтижелерімен де толық сәйкес келеді.

Сонымен қатар подкаст пен сұхбат жанрларын салыстырмалы талдау олардың арасындағы айырмашылықтардың айқын екенін көрсетті. Сұхбат нақты құрылымға, сұрақ-жауап логикасына және журналист пен респондент арасындағы рөлдік бөлініске негізделсе, подкастта бейресми әңгімелесу, пікір алмасу, монологтік баяндау және дискуссия элементтері еркін тоғысады. Бұл ерекшелік подкасттың аудиториямен жақын, сенімді әрі эмоционалдық байланыс орнатуына мүмкіндік береді. Нәтижесінде подкаст тыңдарман үшін тек ақпарат көзі ғана емес, пікірлесу мен ой бөлісу алаңына айналады.

Зерттеу барысында бейнеподкасттардың кеңінен таралуы да маңызды үрдіс ретінде анықталды. Визуалды элементтердің қосылуы коммуникациялық әсерді күшейтіп, мазмұнды қабылдаудың көпарналы моделін қалыптастырады. Бұл жағдай подкасттың тек аудиоформатпен шектелмей, мультимедиялық сипатқа ие бола бастағанын көрсетеді. Мұндай трансформация подкасттың аудиторияны тарту әлеуетін арттырып, оны әлеуметтік желілер мен бейнеплатформаларда кеңінен таратуға жол ашады.

Қазақстандық подкастинг нарығына қатысты деректер отандық медиа кеңістікте подкасттың әлеуеті толық іске асырылмағанын аңғартты. «Қазмедиа» орталығында өткен кәсіби пікірталас нәтижелері қазақ тіліндегі подкаст контентінің тапшылығы, тақырыптық әртараптанудың әлсіздігі және қаржылық қолдаудың жеткіліксіздігі сияқты жүйелі мәселелердің бар екенін көрсетті. Бұл факторлар подкасттың дербес жанр ретінде институционалдануына кедергі келтіріп отырғанымен, сонымен қатар болашақ даму бағыттарын айқындауға мүмкіндік береді.

Жалпы алғанда, зерттеу нәтижелері подкаст форматының журналистика жанрлары жүйесінде орнығып, сұхбат жанрының трансформацияланған әрі кеңейтілген нұсқасы ретінде қызмет атқаратынын дәлелдейді. Подкасттың жанрлық ашықтығы, технологиялық икемділігі және аудиториямен интерактивті байланыс орнату мүмкіндігі оны заманауи медиамәдениеттің маңызды құрамдас бөлігіне айналдырып отыр. Осы тұрғыдан алғанда, подкастты әрі қарай эмпирикалық деректерге негізделген зерттеулер арқылы талдау, оның ұлттық медиакеңістіктегі даму

стратегияларын айқындау алдағы ғылыми ізденістердің өзекті бағыты болып табылады.

Жүргізілген талдау нәтижелері подкаст форматының қазіргі медиакеңістікте сұранысқа ие болуын оның технологиялық қолжетімділігімен ғана емес, мазмұндық және коммуникативтік әлеуетімен де байланысты екенін көрсетті. Елдар Құдайбергеновтің подкаст тыңдау тәжірибесін жеке мәдениеттің бір формасы ретінде бағалауы подкасттың ақпарат тұтынудың жана моделін қалыптастырғанын айғақтайды. Бұл модельде тыңдарман уақыт пен кеңістікке тәуелді болмай, контентті өзінің күнделікті өмір ырғағына бейімдейді. Нәтижесінде подкаст медиаөнімнен гөрі өмір салтының бір бөлшегіне айналып отыр.

Зерттеу барысында анықталғандай, подкасттардың танымалдылығына әсер ететін негізгі факторлардың қатарында форматтың икемділігі, тақырыптық тереңдігі және аудиториямен интерактивті байланыс орнату мүмкіндігі алдыңғы орын алады. Подкаст контенті көбіне бір тақырыпты жан-жақты талдауға бағытталып, тыңдарманға сараптамалық ой түюге мүмкіндік береді. Бұл қасиет подкасттарды қысқа әрі үстірт ақпаратқа негізделген медиамәтіндерден айқын ажыратады. Осы тұрғыдан алғанда, подкаст жанры сыни ойлау мәдениетін қалыптастыратын маңызды құрал ретінде бағалануы мүмкін.

Қазақстандық подкастинг кеңістігін талдау нәтижелері отандық нарықта мазмұндық әртараптану үрдісі қалыптасып келе жатқанын көрсетті. Weproject.media платформасында ұсынылған қазақстандық подкастшылар тізімі подкаст форматында бизнес, қаржы, ауыл шаруашылығы, саяхат, мәдениет, әдебиет, тұрмыстық кеңес сияқты әртүрлі тақырыптардың қамтылып отырғанын дәлелдейді. Бұл жағдай қазақтілді аудиторияның сұранысы тек ойын-сауықпен шектелмей, білімдік және танымдық контентке де бағытталғанын көрсетеді.

Сонымен қатар Әйнел Әмірханның подкаст жанрлары туралы тұжырымы қазақстандық подкастингтің құрылымдық ерекшелігін айқындайды. Сұхбат форматының басым болуы – бір жағынан, дәстүрлі журналистиканың ықпалының сақталғанын көрсетсе, екінші жағынан, подкастингтің бастапқы даму кезеңіне тән құбылыс ретінде бағалануы мүмкін. Монологтық және әңгімелік форматтардың біртіндеп дамуы подкастинг жанрының эволюциялық сипатта қалыптасып келе жатқанын аңғартады.

Институционалдық тұрғыдан алғанда, «Үркер» ұлттық сыйлығына «Үздік подкаст» номинациясының енгізілуі подкастингтің медиа саласында ресми түрде мойындала бастағанын білдіреді. Бұл қадам подкастингті әуесқойлық деңгейден кәсіби медиа практикаға көшіруде маңызды рөл атқарады. Әйнел Әмірханның еңбегі мен практикалық қызметі осы үдерістің айқын мысалы ретінде қарастырылады.

Жалпы алғанда, зерттеу нәтижелері подкаст форматының Қазақстан медиакөңістігінде тұрақты даму әлеуетіне ие екенін көрсетті. Цифрлық инфрақұрылымның кең таралуы, аудиторияның медиасауаттылығының артуы және авторлық контентке деген қызығушылықтың өсуі подкастингтің алдағы уақытта кәсіби медиа ұйымдар үшін де маңызды контент түріне айналуына негіз бола алады. Осы тұрғыдан алғанда, подкастингті журналистиканың дербес әрі жан-жақты дамып келе жатқан форматы ретінде ғылыми тұрғыда зерттеу өзектілігін сақтайды.

Тақырыпты қорытындылай келе, подкастингтің қазіргі заманғы медиажүйеде өз алдына дербес әрі қарқынды дамып келе жатқан жанрлық бағыт екендігі анықталды. Подкаст – дәстүрлі сұхбат форматына қарағанда мазмұн мен құрылым жағынан әлдеқайда еркін әрі бейресми, тыңдарманмен интерактивті қарым-қатынас орнатуға бейімделген формат. Оның көпқабатты құрылымы мен бейімделгіш табиғаты авторға да, аудиторияға да ыңғайлы медиатүтіну тәжірибе-

сін ұсынады. Сонымен қатар Қазақстандағы подкаст нарығы әлі де қалыптасу кезеңінде тұрғаны байқалады. Қазақтілді контенттің үлесі төмен, салалық бағыттар толық қамтылмаған және қаржылық-ұйымдастырушылық қолдау жеткіліксіз. Бұл жайттар подкастингтің институционалдық дамуын тежейтін факторлар қатарында.

Осы орайда, бұл медиаконтенттің қоғамдық пайдасын еселей түсу үшін біріншіден, қазақтілді подкаст контентін арттыру – ана тілімізде мазмұнды әрі сапалы подкаст жобаларын көбейту арқылы ұлттық медиамазмұнның бәсекеге қабілеттілігін арттыру қажет, екіншіден, салалық подкасттарды дамыту – білім беру, ғылым, технология, экология, медицина, мәдениет сынды нақты бағыттарға арналған подкастар саны көбейсе, аудиторияның қызығушылығы мен сенімі артады; үшіншіден, мемлекеттік және жеке қолдау тетіктерін қалыптастыру – подкаст авторларын техникалық, қаржылық және құқықтық жағынан қолдау үшін арнайы гранттар мен бағдарламалар әзірлеу маңызды, төртіншіден, подкастинг мәдениетін қалыптастыру – тыңдарман аудиториясының медиасауатын арттыру, подкаст тыңдауды ақпараттық мәдениеттің бір бөлігі ретінде насихаттау қажет; бесіншіден, отандық подкастингті академиялық тұрғыда зерттеу – медиатану және журналистика салаларында подкастингке қатысты теориялық және практикалық зерттеулерді жүйелеу сияқты ұсыныстар жасалады.

Авторлардың үлесі

А.Ж. Шайкенова – ғылыми аппараттың жүйелі құрылуын қамтамасыз етті, пайдаланылған дереккөздерге талдау жасап, олардың мазмұндық сапасын саралады.

К.Е. Саян – ғылыми хаттың негізгі авторы, зерттеу жұмысын тікелей ұйымдастырып, материалдарды жинақтап, зерттеу жұмысын үйлестірді.

А. Қалибекқызы – жұмыстың ғылыми-әдістемелік бағытын айқындап, жиналған материалдарды іріктеп, құрылымын реттеп, мәтіннің редакциялық өңделуіне жауап берді.

А.С. Алкожаева – деректерді өңдеу және басқару, формалды талдау, көрнекі материалдар дайындау, мәтінді редакциялау және толықтыру.

Г.К. Төлешева – ғылыми жетекшілік, қаржыландыру тарту, жобаны басқару, мәтінді редакциялау және толықтыру.

Әдебиеттер

Andok, M. (2025). Podcast – The Remediation of Radio: A Media Theoretical Framework for Podcast Research. *Journalism and Media*, 6(1), 7. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010007>

Булаһ, Т. & Kulykova, O. (2025). Специфика розвитку подкастингу в 2020–2025 рр. *Образ*, 2(48), 45–55. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-45-55](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-45-55)

García-Marín D. (2022). New Media, New Practices? A Study of the First Spanish Podcast Community and Its Pioneers. Department of Journalism & Corporate Communication, Universidad Rey Juan Carlos, Spain. *Social Sciences*, 11(7), 308. <https://doi.org/10.3390/socsci11070308>

Dowling, David O. (2026). Theorizing Podcast Journalism: Toward a Medium-Specific Framework for Audio Reporting. School of Journalism and Mass Communication, University of Iowa, USA. *Journal. Media*, 7(1), 2. <https://doi.org/10.3390/journalmedia7010002>

Galán-Arribas, R., Herrero-Gutiérrez, F.-J., & Frutos-Esteban, F.-J. (2022). Podcasting: The Radio of Generation Z in Spain. Department of Sociology and Communication, University of Salamanca, Salamanca. *Social Sciences*, 11(6), 252. <https://doi.org/10.3390/socsci11060252>

Mihajlov Prokopović, A. (2021). Podcasts and Journalism. *Media Studies and Applied Ethics*, № 2. Faculty of Philosophy, University of Niš (Serbia). <https://doi.org/10.46630/msae.2.2021.02>

Rime, J., Pike, C., & Collins, T. (2022). What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 28(5), 1260–1282. <https://doi.org/10.1177/13548565221104444>

Witmer, Sarah Elizabeth (2026). “What the Hell Can Journalism Even Do?”: Metajournalistic Discourse Through Podcast Performance. School of Journalism and Mass Communication, University of Iowa, Iowa City, USA. *Journal. Media*, 7(1), 20. <https://doi.org/10.3390/journalmedia7010020>

Қамзин, К. Публицистика жанрларының эволюциясы: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2015. – 425 б.

Круглова, Л. А. (2024). Культурологические аспекты трансформации термина «подкастинг». *Гуманитарный вектор*, 19(3), 126–135. <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturologicheskie-aspekty-transformatsii-termi-na-podkasting/viewer>

Омашев, Н. Радиожурналистиканың негіздері: оқулық. – Алматы: Дәуір, 2015. – 356 б.

Омашұлы, Н. Ұзынқұлақтан қазақ радиосына дейін. – Алматы: Санат, 2007. – 320 б.

Салыхова, Б., Әмірхан, Ә. Атың шықпаса, подкаст жаса. Пайдасы бар подкаст шеберханасы. – Алматы: Alqa Publishing, 2023. – 176 б.

Электрондық ресурстар:

Бақберген, Б. (2024). Подкаст – журналистиканың жаңа жанры ма?! 2024, 26 қыркүйек. – URL: <https://egemen.kz/article/373040-podkast-dgurnalistikany-n-dganha-dganry-ma>

Маратова, Д. (2020). Қазақ подкасты қалай дамып жатыр? – *Ұлан газеті*. 2020, № 41 – URL: <https://kazgazeta.kz/news/108084>

Петрова, А. (2025). Виды и жанры подкастов. – URL: <https://vc.ru/media/1756037-vidy-i-zhanry-podkastov>

Podcastbery. (2024). Чем подкаст отличается от интервью? – URL: <https://podcastbery.ru/>

Сейсенбай, М. (2022). Қазақ тіліндегі пайдалы он YouTube арна мен подкаст, 2022, 24 маусым – URL: <https://weproject.media/kz/articles/detail/aza-tilindegi-paydaly-10-youtube-arna-men-podkast/>

Тария, А. (2021). 20 самых популярных подкастов в Америке прямо сейчас 2021, 28 ноябрь – URL: <https://www.newsweek.com/most-popular-podcasts-america-right-now-joe-rogan-daily-crime-1650687>

Усачёва, А. (2024). Видеоподкаст. Отличие от интервью. Преимущества и виды. 2024, 25 сәуір. – URL: <https://screenpaper.online/promotionnew/tpost/707xbuzjm1-videopodkast-otlichie-ot-intervyu-preimu>

References

Andok, M. (2025). Podcast – The Remediation of Radio: A Media Theoretical Framework for Podcast Research. *Journalism and Media*, 6(1), 7. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010007>

Buřah, T., & Kulykova, O. (2025). Специфика розвитку подкастингу в 2020–2025 рр. *Образ*, 2(48), 45–55. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-45-55](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-45-55)

García-Marín, D. (2022). New Media, New Practices? A Study of the First Spanish Podcast Community and Its Pioneers. Department of Journalism & Corporate Communication, Universidad Rey Juan Carlos, Spain. *Social Sciences*, 11(7), 308. <https://doi.org/10.3390/socsci11070308>

Dowling, David O. (2026). Theorizing Podcast Journalism: Toward a Medium-Specific Framework for Audio Reporting. School of Journalism and Mass Communication, University of Iowa, USA. *Journal. Media*, 7(1), 2. <https://doi.org/10.3390/journalmedia7010002>

Galán-Arribas, R., Herrero-Gutiérrez, F.-J., & Frutos-Esteban, F.-J. (2022). Podcasting: The Radio of Generation Z in Spain. Department of Sociology and Communication, University of Salamanca, Salamanca. *Social Sciences*, 11(6), 252. <https://doi.org/10.3390/socsci11060252>

Mihajlov Prokopović, A. (2021). Podcasts and Journalism. *Media Studies and Applied Ethics*, № 2. Faculty of Philosophy, University of Niš (Serbia). <https://doi.org/10.46630/msae.2.2021.02>

Rime, J., Pike, C., & Collins, T. (2022). What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 28(5), 1260–1282. <https://doi.org/10.1177/13548565221104444>

Witmer, Sarah Elizabeth. (2026). “What the Hell Can Journalism Even Do?”: Metajournalistic Discourse Through Podcast Performance. School of Journalism and Mass Communication, University of Iowa, Iowa City, USA. *Journal. Media*, 7(1), 20. <https://doi.org/10.3390/journalmedia7010020>

Kamzin, K. (2015). *Publitsistika zhanrlarynyn evolyutsiyasy: oku kuraly* [Evolution of Journalistic Genres: Textbook]. Almaty: Kazakh University. 425 p.

Kruglova, L. A. (2024). *Kulturologicheskie aspekty transformatsii termina «podkasting»* [Culturological Aspects of the Transformation of the Term «Podcasting»]. *Gumanitarnyi Vektor*, 19(3), 126–135. <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturologicheskie-aspekty-transformatsii-termi-na-podkasting/viewer>

Omashev, N. (2015). *Radiozhurnalistikani-n negizderi: okuylyk* [Fundamentals of Radio Journalism: Textbook]. Almaty: Daur. 356.

Omasuly, N. (2007). Uzynqulaqpan qazaq radiosyna deiin [From Rumor Networks to Kazakh Radio]. Almaty: Sanat. 320.
Salykhova, B., & Amirkhan, A. (2023). Atyn shykmasa, podcast zhasa. Paidasy bar podcast sheberkhanasy [If You Want to Be Known, Create a Podcast. Practical Podcast Workshop]. Almaty: Alqa Publishing. 176.

Electronic Resources:

Bakbergen, B. (2024). Podcast – zhurnalistikanin zhana zhanry ma?! [Is Podcast a New Genre of Journalism?!]. 26 September 2024. URL: <https://egemen.kz/article/373040-podcast-dgurnalistikanynh-dganha-dganry-ma>
Maratova, D. (2020). Qazaq podkasty qalai damyp zhatyr? [How Is the Kazakh Podcast Developing?]. Ulan Newspaper, No. 41, 2020. URL: <https://kazgazeta.kz/news/108084>
Petrova, A. (2025). Vidy i zhanry podkastov [Types and Genres of Podcasts]. URL: <https://vc.ru/media/1756037-vidy-i-zhanry-podkastov>
Podcastbery. (2024). Chem podcast otlichatsya ot interv'yu? [How Is a Podcast Different from an Interview?]. URL: <https://podcastbery.ru/>
Seisenbai, M. (2022). Qazaq tilindegi paidaly on YouTube arna men podcast [Ten Useful Kazakh-language YouTube Channels and Podcasts]. 24 June 2022. URL: <https://weproject.media/kz/articles/detail/aza-tilindegi-paydaly-10-youtube-arna-men-podcast/>
Tapia, A. (2021). 20 samykh populyarnykh podkastov v Amerike pryamo seichas [20 Most Popular Podcasts in America Right Now]. 28 November 2021. URL: <https://www.newsweek.com/most-popular-podcasts-america-right-now-joe-rogan-daily-crime-1650687>
Usachyova, A. (2024). Videopodcast: otlichie ot interv'yu, preimushchestva i vidy [Video Podcast: Differences from Interviews, Advantages and Types]. 25 April 2024. URL: <https://screenpaper.online/promotionnew/tpost/707xbuzjm1-videopodcast-otlichie-ot-intervyu-preimu>

Авторлар туралы мәлімет:

Шайкенова Айсулу Жақсылыққызы – ф.ғ.к., Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің «Баспасөз және баспа ісі» кафедрасының аға оқытушысы (Астана, Қазақстан, e-mail: aisulu_04_09@mail.ru).

Саян Карина Ерланқызы (корреспонденттік автор) – әлеуметтік ғылымдар магистрі, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің «Философия және политология» кафедрасы (Алматы, Қазақстан, e-mail: karina.sayan99@gmail.com).

Қалибекқызы Анар – Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің «Баспагерлік-редакторлық және дизайн-өнер» кафедрасының аға оқытушы, Алматы, Қазақстан, e-mail: zer2008@mail.ru).

Алқожаева Айсулу – докторант, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті (Астана, Қазақстан, e-mail: jumisaas@gmail.com).

Төлешева Гуль-Гуль Куатовна – М. Қозыбаев атындағы Солтүстік Қазақстан университеті, «Журналистика және әлеуметтік ғылымдар» кафедрасының аға оқытушысы (Петропавл, Қазақстан, e-mail: aktas68@mail.ru).

Information about authors:

Shaikenova Aisulu Zhaksylykovna – PhD in Philosophy, Senior Lecturer, Department of Journalism and Publishing, L.N. Gumilyov Eurasian National University (Astana, Kazakhstan, e-mail: aisulu_04_09@mail.ru).

Sayan Karina Erlankyzy (corresponding author) – Master of Social Sciences, Department of Philosophy and Political Science, Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: karina.sayan99@gmail.com).

Qalibekkyzy Anar – Senior Lecturer, Department of Publishing, Editing, and Design Arts, Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: zer2008@mail.ru).

Alkozaeva Aisulu – PhD student, L.N. Gumilyov Eurasian National University (Astana, Kazakhstan; e-mail: jumisaas@gmail.com).

Tolesheva Gul-Gul Kuatovna – Senior Lecturer at the Department of Journalism and Social Sciences, Kozybayev University (Petrovavl, Kazakhstan; e-mail: aktas68@mail.ru).

Сведения об авторах:

Шайкенова Айсулу Жақсылықовна – кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры журналистики и издательского дела Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева (Астана, Казахстан, e-mail: aisulu_04_09@mail.ru);

Саян Карина Ерланқызы (автор для корреспонденции) – магистр социальных наук, кафедра философии и политологии Казахского национального университета имени аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: karina.sayan99@gmail.com);

Қалибекқызы Анар – старший преподаватель кафедры издательско-редакторского дела, дизайнерского искусства Казахского национального университета имени аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: zer2008@mail.ru);

Алқожаева Айсулу – докторант Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева (Астана, Казахстан, e-mail: jumisaas@gmail.com);

Төлешева Гуль-Гуль Куатовна – старший преподаватель кафедры журналистики и социальных наук Северо-Казахстанского университета имени М. Козыбаева (Петропавловск, Казахстан, e-mail: aktas68@mail.ru).

*Келін түсті: 3 желтоқсан 2025 жыл
Қабылданды: 4 наурыз 2026 жыл*