

Подкастинг - жаңа медианың болашағы ма?

ЖАРИЯЛАНДЫ
15.05.2025

СІЛТЕМЕ
<https://bilimger.kz/179379/>

Мұхамадиярқызы Балауса

Ғылыми жетекшісі: **Қаршығаева Айнұр Аралбекқызы**

«Тұран» университеті, журналистика 241(4)_2, Қазақстан, Алматы қ.

Аңдатпа. Бұл мақалада подкастингтің жаңа медианың болашағы ретіндегі рөлі жанжақты талданады. ХХІ ғасырдағы цифрлық технологиялардың қарқынды дамуы ақпарат тарату құралдарының өзгеруіне алып келді, соның ішінде подкастингте үлкен сұранысқа ие болды. Мақалада подкастингтің ерекшеліктері, оның дәстүрлі БАҚ-пен салыстырғанда артықшылықтары мен кемшіліктері қарастырылады. Сондай-ақ, оның ақпараттық, білім беру және ойын-сауықтық медиадағы орны, аудиториямен байланыс орнатудағы маңыздылығы талқыланады. Қазақстандағы подкастинг индустриясының қазіргі жағдайы, негізгі трендтері және оның болашақтағы даму перспективалары сараптамалық деректер негізінде талданып, бұл саланың жаңа медианың ажырамас бөлігіне айналу ықтималдығы қарастырылады. Сонымен қатар, Қазақстандағы подкастинг индустриясының қазіргі жағдайы мен даму перспективалары қарастырылады. Қазіргі кезде елімізде подкастингке қызығушылық артып келе жатқанымен, бұл саланың толыққанды дамуы үшін қандай кедергілер бар және оларды шешу жолдары қандай екені де мақалада сөз болады. Подкастинг – тек тренд пе, әлде болашақтың басты медиа құралдарының біріне айнала ма? Осы сұраққа жауап іздеп, жаңа медианың даму тенденцияларын саралаймыз.

Түйін сөздер: подкастинг, жаңа медиа, цифрлық технологиялар, ақпарат тарату, аудиториямен байланыс, Қазақстандағы подкастинг, медиа индустрия, ақпараттық кеңістік, трендтер, даму перспективалары, дәстүрлі БАҚ, ойын-сауық медиасы.

ПОДКАСТИНГ - БУДУЩЕЕ НОВЫХ МЕДИА?

Аннотация. В данной статье подробно анализируется роль подкастинга как будущего новой медиа. В ХХІ веке стремительное развитие цифровых технологий привело к трансформации информационного пространства, и подкасты стали одним из востребованных форматов контента. Рассматриваются особенности подкастинга, его

преимущества и недостатки по сравнению с традиционными СМИ, а также его значение в информационной, образовательной и развлекательной сферах. Отдельное внимание уделяется взаимодействию подкастов с аудиторией и их влиянию на общественное мнение. В статье приводится анализ текущего состояния подкастиндустрии в Казахстане, рассматриваются ключевые тенденции и перспективы развития этого формата, а также обсуждается вероятность его становления как неотъемлемой части новой медиа. Кроме того, рассматривается текущее состояние подкаст-индустрии в Казахстане и перспективы ее развития. Несмотря на растущий интерес к подкастингу в стране, в статье анализируются существующие барьеры, препятствующие его полноценному развитию, а также возможные пути их преодоления. Является ли подкастинг лишь временным трендом или он действительно может стать одним из ключевых медиаресурсов будущего? В поиске ответа на этот вопрос мы рассматриваем тенденции развития новой медиа.

Ключевые слова: подкастинг, новые медиа, цифровые технологии, распространение информации, взаимодействие с аудиторией, подкастинг в Казахстане, медиаиндустрия, информационное пространство, тренды, перспективы развития, традиционные СМИ, развлекательные медиа.

IS PODCASTING THE FUTURE OF NEW MEDIA?

Abstract. This article provides an in-depth analysis of podcasting's role as the future of new media. In the 21st century, the rapid development of digital technologies has led to a transformation in the media landscape, making podcasts one of the most in-demand content formats. The article explores the key features of podcasting, its advantages and disadvantages compared to traditional media, and its significance in informational, educational, and entertainment spheres. Special attention is given to audience engagement and the impact of podcasts on public opinion. Additionally, the article examines the current state of the podcasting industry in Kazakhstan, highlights major trends, and discusses the potential for podcasting to become an integral part of the new media ecosystem. Additionally, the current state of the podcasting industry in Kazakhstan and its future prospects are examined. While interest in podcasting is growing in the country, the article analyzes the existing barriers hindering its full development and explores possible solutions. Is podcasting merely a passing trend, or does it have the potential to become one of the key media tools of the future? To answer this question, we explore the trends shaping the evolution of new media.

Keywords: podcasting, new media, digital technologies, information distribution, audience engagement, podcasting in Kazakhstan, media industry, information space, trends, development prospects, traditional media, entertainment media.

Кіріспе. Цифрлық дәуірдің қарқынды дамуы адамзат өмірінің барлық салаларына, әсіресе ақпарат алмасу мен медиа индустриясына үлкен өзгеріс алып келді. Бұрын

теледидар, газет, радио сынды дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына тәуелді болған қоғам енді интернеттің шексіз мүмкіндіктерін пайдалана отырып, ақпаратты кез келген уақытта, кез келген жерде тұтынуға үйренді. Бұл жаңа форматтардың бірі – подкастинг. Подкастинг – бұл интернет арқылы таратылатын, әдетте аудио немесе видео форматында болатын медиаконтент. Тыңдарман подкастты жүктеп алып немесе онлайн тыңдай алады. Оның басты ерекшелігі – қолжетімділік, бейформалдылық және тақырыптық икемділік. Адамдар подкасттарды жұмысқа бара жатып, спортпен айналысып жүріп немесе үй шаруасын істеп жүріп тыңдай алады. Бұл оны заманауи адамның өмір ырғағына сай құралға айналдырады. Подкастинг тек ойын-сауық пен әңгіме құралы ғана емес, сонымен қатар білім беру, сараптама, журналистика, бизнес және жеке даму салаларында кеңінен қолданылып келеді. Соңғы жылдары әлемдік және отандық медиа саласында подкаст форматына деген қызығушылық артты. Қазақстанда да бұл бағытта алғашқы қадамдар жасалып, қазақ және орыс тілдерінде түрлі тақырыптағы подкасттар жарық көруде.

Бұл мақалада подкастингтің пайда болу тарихы, оның жаңа медиа кеңістігіндегі орны, артықшылықтары мен әлсіз тұстары, журналистика мен экономикадағы әлеуеті, Қазақстандағы даму барысы мен болашағы кеңінен сарапталады. Сонымен қатар, подкастинг болашақта дәстүрлі медианы ығыстыра ала ма, әлде оны толықтыратын жаңа форма ретінде қалыптаса ма – осы сұрақтарға да жауап ізделеді.

Подкастингтің тарихы мен эволюциясы. Подкастинг әлемі 2000 жылдардың басында үлкен танымалдылыққа ие болды. Алайда, оның түпкі бастамасы әрі алғашқы кезеңдері өздігінен дами бастады. Подкастинг сөзі алғаш рет Бен Хаммерслидің The Guardian газетінде жарияланған мақаласында қолданылды. Бұл кезеңде подкасттар негізінен энтузиастар мен блогерлер арасында кең таралып, тәуелсіз түрде жүргізілді. 2005 жылы Apple компаниясы iTunes дүкенінде подкасттарды ұсынуды бастады, бұл форматтың бүкіл әлемде кең таралуына себепші болды. Осы уақыт аралығында подкастингтің құрылымы айтарлықтай өзгеріп, кәсіпқойлық деңгейіне көтерілді. Егер алғашқы кезеңдерде подкасттар қарапайым адамдар тарапынан жасалса, қазіргі таңда көптеген ірі медиа ұйымдар мен компаниялар подкастингті өздерінің ақпарат тарату алаңдары ретінде пайдаланады. Мысалы, The New York Times өзінің «The Daily» атты жаңалықтар подкастын ұсынады, бұл тыңдармандарға қазіргі әлемдегі маңызды мәселелер бойынша терең талдау ұсынады. Қазір подкаст тек бір адам сөйлеп отыратын қарапайым аудио емес, бірнеше спикер қатысатын, кәсіби жазылған, өңделген, музыкалық немесе дыбыстық элементтермен байытылған контент.

Жаңа медиадағы подкастингтің орны. Жаңа медиа термині дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының баламасы ретінде пайда болды. Бұл медиа ортасы цифрлық платформалар арқылы ақпарат тарату мүмкіндігін ұсынады. Подкастинг осы жаңа медиа жүйесінің бір бөлігі болып табылады және тыңдарманға кез келген уақытта, кез келген

жерде ақпарат тұтыну мүмкіндігін береді. Подкастингтің жаңа медиадағы орнының маңызды аспектісі — оның интерактивтілігі. Тыңдармандар өздерінің пікірлерін білдіре алады, сұрақтар қойып, жауап алуға мүмкіндік алады. Бұл платформалар арасындағы тығыз байланыс орнатуға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, подкастингтің ықпалы тек ақпарат таратуда ғана емес, сондай-ақ азаматтық журналистиканың дамуына әсер етуде. Әрбір адам өзінің подкастын жасап, жеке медиа алаңы арқылы өз пікірін білдіре алады.

Қазіргі цифрлық технологиялар мен интернеттің кеңінен таралуы подкастингтің танымалдылығын арттыруға үлкен әсер етті. Бұрындары ақпарат алу тәсілдері шектеулі болса, қазірдің өзінде адамдарға өз қызығушылығына сай контентті кез келген уақытта, кез келген жерде тыңдауға мүмкіндік беретін көптеген платформалар бар. Осы жағдай подкастингке сұраныс тудырып, оның кең ауқымды аудиторияға таралуына жол ашты. Мобильді құрылғылар мен интернет платформаларының дамуы аудио контентті тыңдаудың ыңғайлылығын арттырып, бұл форманы тиімді әрі қолжетімді етеді. Әрбір тыңдарман өзіне қажет ақпаратты тыңдай отырып, өз уақытын үнемдей алады. Атап айтқанда, платформалар мен тыңдаушылар арасындағы екіжақты қарым-қатынас жеңілдеді, бұл өз кезегінде подкастингтің тиімділігін арттырып отыр.

Подкастингтің жанрлары мен тыңдарманға әсері. Подкастингтің жанрлық алуан түрлілігі оның келешегін айқындайды. Бүгінде көптеген тақырыптарға арналған подкасттар бар: әлеуметтік мәселелер, мәдениет, ғылым, саяси талқылаулар және тағы басқа. Әр жанр тыңдармандардың түрлі қажеттіліктерін қанағаттандырады және оларды өзіне тартады. Бұл болашақта подкастингтің кең ауқымда дамуына себеп болады. Подкасттар тек тыңдау үшін ғана емес, олардың интерактивтілігі де маңызды. Тыңдармандар бағдарламаларға өз пікірлерін білдіріп, сұрақтар қоя алады. Бұл, өз кезегінде, аудиториямен қарым-қатынастың тереңдеуіне және бағдарлама мазмұнының тыңдармандар сұранысына сәйкес өзгеруіне мүмкіндік береді. Тыңдармандар өздерін маңызды бөлігі ретінде сезінсе, бұл олардың бағдарламаға деген қызығушылығын арттырады.

Подкастингтің артықшылықтары мен кемшіліктері. Подкастингтің артықшылықтары өте көп. Біріншіден, бұл формат өте қолжетімді. Тыңдарман кез келген жерде, автобуста, жұмыс орнында немесе үйде отырып тыңдай алады. Бұл мүмкіндік оның танымалдылығын арттырады. Сонымен қатар, подкаст жасау үшін көп құралдар мен техникалық жабдықтар қажет емес. Бастапқы кезеңде жақсы микрофон мен жазу бағдарламасы жеткілікті. Екіншіден, подкастинг шығармашылық еркіндікті қамтамасыз етеді. Әрбір подкаст жасаушы өзінің тақырыбын, стилін және форматын таңдай алады. Бұл жанрды жаңадан бастаушыларға қолжетімді етеді, өйткені тек шығармашылық идеялар мен жұмыс күшін қолдану арқылы олар өз тыңдарманын жинай алады. Алайда, подкастингтің кемшіліктері де бар. Біріншіден, оның нарықтағы бәсекелестігі өте

жоғары. Қазірдің өзінде әлем бойынша миллиондаған подкасттар бар, сондықтан жаңа подкасттардың танымал болуы үшін көп уақыт пен күш жұмсау қажет. Тыңдармандар тұрақты түрде тыңдайтын контент табу қиынға соғады. Подкасттың аудио форматындағы контент барлық тақырыптарға сай келмеуі мүмкін. Мысалы, күрделі визуалды ақпаратты ұсыну үшін видеоформат қажет. Подкаст жасаушылардың тағы бір мәселесі — бұл тұрақты тыңдарман аудиториясын қалыптастыру. Әсіресе, жаңа бастамашылар үшін тыңдармандар жинау уақытты талап етеді. Бұл ретте маркетингтік әдістерді қолдану, әлеуметтік желілер арқылы тарату қажет болуы мүмкін.

Журналистика мен подкастинг: өзара байланыс. Журналистикада подкастингтің рөлі күннен күнге артып келеді. Классикалық жаңалықтармен қатар, журналистер енді терең сараптама, эксклюзивті сұхбаттар, аналитикалық бағдарламалар ұсыну үшін подкаст форматын пайдаланып жүр. Бұл – тыңдарманмен бейформал байланыс орнатудың жаңа тәсілі.

Әлемдік тәжірибелерден мысалдар:

The New York Times – «The Daily» подкасты күн сайын жаңалықтарды талдайды;

BBC, NPR – өз подкаст платформаларын дамытып, түрлі жанрда контент ұсынады;

Al Jazeera – халықаралық тақырыптарға арналған көп сериялы подкасттар ұсынады.

Қазақстандық журналистер де бұл бағытта алғашқы қадамдарын жасап келеді. Мәселен, «Тұран медиа», «Steppe», «Қазмедиа» орталығы подкаст форматында жаңалық, сараптама, мәдени контент ұсынуда.

Экономикалық әлеуеті мен бизнес моделі. Подкастинг бүгінде жәй ғана хобби емес, толыққанды бизнеске айналуда. Әлемдік сарапшылардың бағалауынша, 2025 жылға қарай подкастинг индустриясының нарығы бірнеше миллиард долларды құрайды. Монетизация тәсілдері:

Жарнама – эпизод ішіндегі демеушілік контент;

Платформа серіктестігі – Spotify, Patreon арқылы эксклюзивті контентке жазылым;

Тікелей қолдау – тыңдармандар донат арқылы қаржылай қолдау көрсете алады;

Бренд өнімдері – подкастерлер логотиппен тауарлар сатады;

Коучинг пен курстар – табысты подкастерлер подкаст жасаудың құпиясымен бөлісіп, онлайн курстар сатады.

Қазақстанда бұл сала енді ғана қалыптасып жатыр. Дегенмен, демеушілер мен жарнама берушілер подкастингтің әлеуетін түсініп, біртіндеп қаржы құя бастады. Қазақстанда подкастингтің дамуы салыстырмалы түрде жаңа құбылыс. Соңғы 3-4 жылда бұл салада белгілі бір серпілістер байқалды. Қазақ тілінде жасалатын подкасттар саны

артып келеді. Мәселен, «Qazaq Podcast», «Ne?ge?», «TarihTalks», «Әдебиет. Подкаст» сияқты жобалар өз тыңдармандарын таба алды. Бірақ шешімін күткен мәселелер де бар: қазақ тілінде сапалы контенттің жетіспеушілігі; аудиторияның подкаст тыңдау мәдениетінің қалыптаспауы; инфрақұрылым мен техникалық қолдаудың әлсіздігі; маман тапшылығы – подкаст продюсерлері, дыбыс өңдеушілер аз.

Перспективалары: университеттерде подкастингті арнайы пән ретінде енгізу; жас журналистерге арналған тренингтер мен хакатондар өткізу; мемлекеттік қолдаудың артуы; қазақ тілінде білім, ғылым, медиа бағытындағы подкасттардың көбеюі.

Подкастингтің болашақтағы коммерциялық әлеуеті. Подкастингтің коммерциялық әлеуеті өте жоғары. Қазіргі таңда көптеген подкаст жүргізушілері өздерінің бағдарламаларын монетизациялаудың түрлі жолдарын қарастыруда. Бұл жарнама, демеушілік немесе эксклюзивті контент ұсынысымен байланысты болуы мүмкін. Қол жетімді аудиторияны ескере отырып, подкаст жүргізушілері немесе медиа компаниялар өздерінің контенттерін қаржыландыруға мүмкіндік алады. Бұған қоса, жеке тұлғалар немесе кішігірім топтар өздерінің подкасттарын коммерциялық тұрғыда тиімді жүргізу үшін қажетті құралдарды дамытуда. Мысалы, арнайы жазылушыларға қосымша контент ұсыну, эксклюзивті сұхбаттар өткізу сияқты жолдар арқылы табыс табуға болады. Подкастингтің болашағы жарқын әрі көпқырлы. Цифрлық платформалардың дамуы мен тыңдармандардың жаңа талаптары подкастингке тек ақпарат таратудың емес, сондай-ақ көңіл көтеру, білім алу, пікір алмасу және мәдениет құру құралдары ретінде де маңызды рөл атқаруға мүмкіндік береді. Аудиториямен тікелей байланыс орнату, жаңа медиа құралдарының бірігуі мен коммерциялық әлеуеттің артуы подкастингті алдағы жылдары жаңа медианың негізгі бағыттарының бірі етеді. Подкастинг жанрларының көптүрлілігі де оның болашағы үшін маңызды аспект болып табылады. Бүгінгі күні подкаст форматында әртүрлі тақырыптар мен жанрлар ұсынылуда. Бұл тек жаңалықтар мен сұхбаттар ғана емес, сондай-ақ мәдениет, ғылым, өнер, тарих, философия, психология сияқты көптеген басқа салалардағы бағдарламаларды қамтиды. Әрбір тыңдарман өзіне қажетті контентті таба алады, ал бұл болашақта тыңдармандардың санының артуына әкеледі

Қорытынды. Подкастинг – қазіргі заман медиа кеңістігіндегі тың әрі болашағы зор құбылыс. Бұл формат адам мен ақпарат арасындағы қарым-қатынасты түбегейлі өзгертті. Подкастинг – бүгінгі ақпараттық қоғамда ерекше орын алатын, қарқынды дамып келе жатқан жаңа медиа форматы. Ол дәстүрлі медиа мен әлеуметтік желілердің арасындағы көпір іспетті, өйткені бейформалды тілде, еркін форматта, тыңдарманмен тығыз байланыс орната отырып, мазмұнды әрі пайдалы ақпарат жеткізудің тиімді жолын ұсынады. Подкастинг тек ақпарат тарату құралы ғана емес, сонымен қатар пікір алмасу, сараптама жасау, тәжірибе бөлісу және өзін-өзі дамыту алаңы ретінде де маңызды рөл атқарады. Оның көмегімен қоғамдағы өзекті мәселелер көтеріледі, түрлі салаларда

кәсіби пікірлер мен идеялар тарайды, жаңа медиа кеңістігінде тың трендтер қалыптасады.

Қазақстанда бұл формат енді ғана дамып келе жатқанына қарамастан, үлкен мүмкіндіктерге ие. Әсіресе, қазақ тіліндегі сапалы контенттің артуы, подкаст тыңдау мәдениетінің қалыптасуы және техникалық инфрақұрылымның жақсаруы подкастингтің болашағына оң әсер етпек. Университеттер мен медиа ұйымдарының бұл саланы дамытуға белсенді қатысуы – жас мамандарды даярлауда, жаңа медиа сауаттылығын арттыруда және отандық контент өндірісін қолдауда шешуші рөл атқарады. Сонымен қатар, демеушілер мен жарнама берушілердің қызығушылығы артқан сайын, подкастинг кәсіп ретінде де дами түседі. Болашақта подкастинг медиа нарығының маңызды бағытына айналып, қоғам мен мемлекеттің сандық трансформациясындағы негізгі құралдардың біріне айналуы әбден мүмкін. Бұл үшін жүйелі түрде қолдау көрсетіліп, сапалы кадрлар даярланып, қазақ тілінде мазмұнды әрі тартымды жобалар жасалуы қажет. Ақпарат пен коммуникация саласындағы жаһандық үрдістерді ескере отырып, подкастингті тек уақытша құбылыс ретінде емес, болашақ медианың ажырамас бөлігі ретінде қарастыруымыз керек. Демек, подкастинг – жаңа медианың болашағы ғана емес, оның бүгінгі болмысының маңызды элементі.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Хаммерсли Б. (2004). *Audible revolution. The Guardian.*
2. Berry, R. (2006). *Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies.*
3. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press.*
4. McClung, S., & Johnson, K. (2010). *Examining the motives of podcast users. Journal of Radio & Audio Media.*
5. Llinares, D., Fox, N., & Berry, R. (2018). *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media. Springer.*
6. Әбдірайымова, Г. (2020). *Цифрлық медиа және заманауи коммуникация. Алматы: Қазақ университеті.*
7. Жанболатова, Г. (2021). *Жаңа медиа түсінігі және оның ерекшеліктері. ҚазҰУ Хабаршысы.*
8. Элжанова, А. (2023). *Медиамәдениет және подкастинг форматы. Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ ғылыми еңбектері.*
9. «The Daily» – *The New York Times* ресми подкасты. <https://www.nytimes.com/column/the-daily>
10. *BBC Sounds* ресми подкаст платформасы. <https://www.bbc.co.uk/sounds>
11. *KazMedia* орталығы. (2023). *Қазақстандағы подкастингтің дамуы туралы шолу.*

12. *Spotify for Podcasters*. <https://podcasters.spotify.com/>
13. *Apple Podcasts* ресми порталы. <https://podcasts.apple.com/>
14. «Qazaq Podcast», «Ne?ge?», «TarihTalks», «Әдебиет. Подкаст» жобалары. (2022–2024).
15. *Tolegen, A. (2022). Подкастингтің экономикалық моделі мен болашағы. «Жаңа медиа» журналы.*
16. *Динаева Б.Б., Сапина С.М. «Академиялық сауаттылықтың теориялық және практикалық негіздері» Оқу құралы, 2020 жыл.*
17. *Ә. О. Ыбырайым СТИЛИСТИКА ЖӘНЕ РЕДАКЦИЯЛАУ.*
18. *Оспанов Еділбай Төлеубайұлы. “Академиялық жазылым”.*

Список литературы

1. *Хаммерсли Б. (2004). Аудиореволюция. The Guardian.*
2. *Берри Р. (2006). Убьёт ли iPod радиозвезду? Позиционирование подкастинга как радио. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies.*
3. *Дженкинс Г. (2006). Культура конвергенции: Где сталкиваются старые и новые медиа. Издательство Нью-Йоркского университета.*
4. *МакКланг С., Джонсон К. (2010). Мотивы пользователей подкастов. Journal of Radio & Audio Media.*
5. *Линарес Д., Фокс Н., Берри Р. (2018). Подкастинг: Новые звуковые культуры и цифровые медиа. Springer.*
6. *Абдираимова Г. (2020). Цифровые медиа и современные коммуникации. Алматы: Казахский университет.*
7. *Жанболатова Г. (2021). Понятие новых медиа и их особенности. Вестник КазНУ.*
8. *Альжанова А. (2023). Медиакультура и формат подкастинга. Научные труды КазНУ им. аль-Фараби.*
9. *The Daily – подкаст The New York Times. <https://www.nytimes.com/column/the-daily>*
10. *BBC Sounds – официальная подкаст-платформа. <https://www.bbc.co.uk/sounds>*
11. *Казмедиа Центр. (2023). Обзор развития подкастинга в Казахстане.*
12. *Spotify for Podcasters. <https://podcasters.spotify.com/>*
13. *Apple Podcasts – официальный портал. <https://podcasts.apple.com/>*
14. *Проекты: “Qazaq Podcast”, “Ne?ge?”, “TarihTalks”, “Әдебиет. Подкаст”. (2022–2024).*
15. *Толеген А. (2022). Экономическая модель и будущее подкастинга. Журнал «Новые медиа».*

16. Динаева Б.Б., Сапина С.М. “Теоретические и практические основы академической грамотности”. Учебное пособие, 2020 год.
17. Ибраим А.О. “Стилистика и редактирование”.
18. Оспанов Е.Т. “Академическое письмо”.

References

1. Hammersley, B. (2004). Audible revolution. *The Guardian*.
2. Berry, R. (2006). Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*.
3. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
4. McClung, S., & Johnson, K. (2010). Examining the motives of podcast users. *Journal of Radio & Audio Media*.
5. Llinares, D., Fox, N., & Berry, R. (2018). *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media*. Springer.
6. Abdiraiymova, G. (2020). *Digital media and modern communication*. Almaty: Kazakh University.
7. Zhanbolatova, G. (2021). Understanding new media and its features. *Bulletin of KazNU*.
8. Alzhanova, A. (2023). Media culture and podcasting format. *Scientific works of Al-Farabi KazNU*.
9. *The Daily – The New York Times Podcast*. <https://www.nytimes.com/column/the-daily>
10. *BBC Sounds Official Podcast Platform*. <https://www.bbc.co.uk/sounds>
11. KazMedia Center. (2023). Overview of podcasting development in Kazakhstan.
12. *Spotify for Podcasters*. <https://podcasters.spotify.com/>
13. *Apple Podcasts Official Portal*. <https://podcasts.apple.com/>
14. “Qazaq Podcast”, “Ne?ge?”, “TarihTalks”, “Әдебиет. Подкаст” Projects. (2022–2024).
15. Tolegen, A. (2022). Economic model and future of podcasting. *“New Media” Journal*.
16. Dinaeva B.B., Sapina S.M. *Theoretical and Practical Foundations of Academic Literacy*. Textbook, 2020.
17. Ibraim A.O. *Stylistics and Editing*.
18. Ospanov E.T. *Academic Writing*.

© 2026 Bilimger.kz Ақпараттық-танымдық білім порталы. Барлық мазмұн авторлық құқықпен қорғалған.