УДК 070.19:004.55
DOI 10.58649/1694-8033-2024-2(118)-279-288

Абдымаликова Ж.Д.
Кыргыз-Түрк Манас университети
Абдымаликова Ж.Д.
Кыргызско-Турецкий университет “Манас”
Abdymalikova Zh.D.
Kyrgyz-Turkish Manas University

КЫРГЫЗ ПОДКАСТИНГИНИН БҮГҮНКҮ АБАЛЫ ЖАНА ӨНҮГҮҮ БАГЫТТАРЫ
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ КЫРГЫЗСКОГО ПОДКАСТИНГА
CURRENT STATE AND VECTORS OF DEVELOPMENT OF KYRGYZ PODCASTING

Кыскача мүнөздөмө: Медиа жааты технологиянын өнүгүүсү менен тыгыз байланышта жана анын артынан медиа да кеңейип, жаңы мүмкүнчүлүктөргө ээ болуп келет. Жаңы технологиялардын жайылышы, интернет ылдамдыгынын өсүшү менен медиа айдыңында подкаст түшүнүгү пайда болду. Подкасттар алгач үндүү санариптик медиа жаатында өнүгүп келгени менен, акыркы кезде видео подкасттар да көбөйдү. Бул жалпы сереп өзгөчөлүгүндөгү макаланын алкагында Кыргызстанда подкастинг тажрыйбасы изилденди. Анализ үчүн кыргыз подкасттары боюнча 2021 жана 2024-жылдарында топтолгон маалыматтар каралды. Бул максатта Кыргызстанда подкасттардын тарыхы жана өзгөчөлүктөрү, колдонуу багыттары, подкаст жаратуучулар жөнүндөгү темалар каралды.

Аннотация: Медиаиндустрия тесно связана с развитием технологий, и вместе с тем средства массовой информации расширяются и приобретают новые возможности. С распространением новых технологий и ростом скорости Интернета в мире средств массовой информации появилось понятие подкаста. Хотя подкасты изначально развивались в области цифрового аудио, в последнее время видеоподкасты становятся более популярными. В рамках данной обзорной статьи был изучен опыт подкастинга в Кыргызстане. Для анализа были рассмотрены данные, собранные по кыргызским подкастам в 2021 и 2024 годах. С этой целью были рассмотрены темы, связанные с историей и особенностями подкастов в Кыргызстане, направления по использованию, создатели подкастов.

Abstract: The media industry is closely linked to the development of technology, and along with this, the media is expanding and acquiring new capacity. With the proliferation of new technologies and increasing speed of the Internet, the term “podcast” has emerged in the media world. Although podcasts were originally developed in the field of digital audio media, video podcasts have recently become even more popular. As part of this review article, the experience of podcasting in Kyrgyzstan was studied. For the analysis, article considers the data collected by Kyrgyz podcasts in 2021 and 2024. For this purpose, article discusses topics related to the history and specificities of podcasts in Kyrgyzstan, areas of use, creators of podcasts.

Негизги сөздөр: подкастинг; подкаст; медиа технологиялары; кыргыз подкастинги; Apple.

Ключевые слова: подкастинг; подкаст; медиатехнологии; кыргызский подкастинг; Apple.

Keywords: podcasting; podcast; media technologies; kyrgyz podcasting; Apple.

Подкаст түшүнүгү жана кыскача тарыхы.

Подкасттар азыркы күндө дүйнөнүн кайсы бурчунда болбосун медианын бардык багыттарында кеңири жайылып, ар түрдүү темаларда маалымат жайылтуучу каражат катары колдонулуп келет. Адатта подкасттар сериялуу, уландысы менен чыгарылат. Мисалы, кабар агенттиктери кандайдыр бир тематикага багыттап атайын подкаст даярдаса, кино жаатында кандайдыр бир даярдалып жаткан фильм жөнүндө көрүүчүлөрдүн кызыгуусун арттыруу үчүн атайын подкаст чыгарышы мүмкүн. Дүйнөлүк тажрыйбада подкастинг 20 жыл мурда эле жетиштүү деңгээлде популярдуу болгон. Ал эми Кыргызстанда подкастинг акыркы жылдарда кеңири жайыла баштаганы байкалууда.

Подкастинг кызыктуу өнүгүү жолун басып өткөн жана башка медиа багыттарына салыштырмалуу ал дале жаңы көрүнүш жана толугу менен 21-кылымга тийиштүү санариптик доордун продукту. Подкаст жана подкастингдин пайда болушу, популярдуулукка ээ болуусу эң биринчиден медиа технологиялардын өнүгүүсү, тактап айтканда, интернет ылдамдыгынын жогорулоосу, баасынын арзандоосу жана жеке үн угуучу аппараттарды кеңири коомчулукка жайылуусу менен шартталган. Подкаст терминине токтоло кетсек, бул сөз Guardian гезитинин журналисти Ben Hammersley’дин калеминен жаралган. Термин “broadcasting” жана iPod сөздөрүнүн биригүүсүнөн келип чыккан. “Broadcasting” радио- же теле-берүү түшүнүгүнө туура келет, ал эми iPod болсо Apple компаниясы тарабынан алгачкы версиясы 2001-жылы чыгарылган үн жаздырууларды угуучу портативдүү кичинекей аппарат. Өз учурунда бул аппарат өнүккөн өлкөлөрдө абдан популярдуу болгон, бирок азыр актуалдуулугун жоготкон аппарат. Терминдин тамырын талдап алган соң, бул термин эмне түшүнүктү камтыганын карап алуу зарыл. Жөнөкөй тил менен алганда, подкаст сөзү, RSS технологиясы менен MP3 аппараттарына же компьютерлерге жүктөп угуу мүмкүнчүлүгүн берген, сериялуу түрдө даярдалган үн блогдордун интернет аркылуу жарыялануусун билдирген файлдарды аташкан [1,1305-б.]. Алгачкы жылдарда подкасттар үн форматында гана болуп, подкастинг боюнча изилдөөлөрдү жүргүзгөн окумуштуулар аны радио менен байланыштырып, радио менен салыштырышкан [2, 172-б; 3, 623-624-б.].

Окшоштуктары менен бирге эле подкастингдин радиоберүүлөрдөн айырмачылыктары бар экендиги, мындан сырткары, артыкчылыктуу тараптары да талкууга алынган. Подкасттар пайда болгон алгачкы жылдарда төмөндөгүдөй артыкчылыктары бар экени айтылган:

- подкасттар убакыт сааттан жана каналдардын торчосунан көз карандысыз, угармандар жеке күн тартибине карап, ылайык болгон саатта жана жайда тыңдай алышкан; хронометраж ийкемдүүлүгү: авторлор подкасттын узундугун кааласа 1 саат, кааласа 30 мүнөт кылып даярдаган;
- подкаст даярдоо салыштырмалуу арзан жана өтө көп жана кымбат техникалык жабдууларды керек кылган эмес;
- абоненттик төлөмдүн жана рекламанын жоктугу;
- ышкыбоз адамдар да подкаст жасап чыгара алган, подкаст жаратуу сөзсүз кесипкөй адистердин катышын талап кылган эмес;

- цензура жок, башкача айтканда, радиодогу чектөөлөр жок, чоң компаниялардан көз карандысыздык жана эркиндик атмосферасы; тема тандоо эркиндиги;
- жанрдык көп түрдүүлүк, ийкемдүүлүк;
- медиа катары аккредитациядан, каттоодон өтүү зарылчылыгы жоктугу;
- авторлор менен угармандардын интернет айдыңында оңойлук менен өз ара коммуникация куруу мүмкүнчүлүгү;
- маалымат таратуунун демократиялуулугу жана аудиториянын чексиздиги[1; 4].

Подкастингдин ылдам жайылуусун шарттаган дагы бир маанилүү фактор Apple компаниясы болгон. Apple подкасттарга түздөн түз жетүүгө жол ачкан модулду 2005-жылы чыгарган жана бул технология подкаст угармандарын мурдагыдай подкаст файлдарын атайын веб баракчалардан же блогдордон издөө ишинен арылткан. Муну менен подкаст угуу дагы да жеңилдеген. Санариптик музыка базарында эң көп сатышка ээ Apple компаниясы, миллиондогон потенциалдуу угармандардын көңүлүн подкасттарга бурган. Анын үстүнө, Apple'дын iTunes колдонмосунда музыкалык чыгармалар акчага сатылган менен подкасттар бекер болгон. Жалпысынан, Apple'дын iTunes'у подкасттардын мэйнстрим маданиятка жуурулушуна салым кошкондугу айтылат [5, 3-б.]. Муну менен бирге, социалдык тармактардын пайда болуп, коомдо кеңири жайылуусу да подкасттардын ого бетер аудиториясын кеңейтүүсүнө, максаттык тобунун подкасттарды табууну оңойлоштургандыгын айта кетүү керек. Белгилей кетчү нерсе, азыркы күндө iTunes платформасынан сырткары подкасттарга арналган атайын Google Podcasts, Spotify, Castbox сыяктуу атайын платформалар, мындан тышкары Яндекс, Youtube сыяктуу мультимедиалуу платформалардын атайын подкаст бөлүмдөрү бар.

Белгилей кетчү нерсе, подкастингдин өнүгүү жолу ар дайым эле тоскоолдуксуз болуп жана дайым эле өсүп өнүгүп келген эмес. 2006-жылдарда интернетте видеонун кеңири таралуусунан улам айрым адистер подкастинг көрүнүшү жок болуп кетээрин божомолдошкон [1, 1307-б.]. Ал эми жакынкы эле Россияда 2015-жылы Rpod подкаст платформасы "Подкаст умер" слоганы менен жабылган [6]. Жогоруда берилген эки факт дүйнөнүн ар бурчундагы подкастинг агымы ар кандай жолдор жана ар кандай динамикада жүрүп отурганына далил болуп бере алат.

Подкастинг тарыхында бул тармакты жандандыруучу дагы бир фактор катары Америка Кошмо Штаттарында даярдалып чыгарылган "Serial" подкасты каралат. Подкастинг жаатында "Serial" подкасты ага чейин эч болуп көрбөгөндөй ийгиликке жетишип, подкаст файлдарын көчүрүү, угуу саны боюнча рекорддорду койгон жана муну менен адамдардын көңүлүн кайрадан подкасттарга бурган [2, 170-б.]. Бул жылдарды подкастингдин алтын жылдары деп аташат. Анткени "Serial" подкасты жараткан дүрбөлөңдөн сырткары бул убакта интернеттин ылдамдыгы кыйла жогорулаган, подкаст угуу үчүн дээрлик ар бир адамдын колунда смартфондор пайда болгон жана подкасттарды жаратуу үчүн технологиялар да өнүгүп, жеткиликтүү абалга келген. "Serial" подкасты This American Life жана The Chicago Public Radio'нун орток кызматташтыгынын жыйынтыгында даярдалган, бул факт подкастингге чоң компаниялар киришип, подкастинг жаатынын индустриялашкандыгындан кабар берет. Кесипкөй адистер подкастинг ишине аралашуусу, олуттуу каражат сарпталуусу подкастинг жаатында сапаттык жакшырууну шарттаган.

Орусиянын тажрыйбасын алсак, Орусияда подкастингдин популярдашуусунда чоң медиахолдингдердин бул жаатта кадам ташташы эң чоң фактор болгон [6]. Бул жерде кайрадан Стив Джобстун 2005 жылындагы iTunes презентациясына кайрылалы.

Салливандын пикиринде, Джобс iTunes презентациясы менен подкаст жаратуучуларга чакырык таштаган жана бул чакырык ышкыбоз подкастчыларга эмес, чоң радио уюмдар, журналдар, гезиттер жана Дисней сыяктуу чоң холдингдерге багытталган [5, 3-б.]. Apple компаниясы 2004-2005-жылдарда эле подкастинг тармагынын келечегин, бул тармактын киреше алып келерин алдын ала көрүп, бул багытта иш аракеттерди баштаган жана жыйынтыгында подкастинг тармагынын өнүгүү эффектин жараткан.

Азыркы күндө подкасттар көз карандысыз жана корпоравтивдик болуп эки негизги багытта бара жатат. Эч кандай компания менен байланышы жок жана продюсердик колдоосу жок эле өз каалосу менен кандайдыр бир адам тарабынан жаратылган подкасттар көз карандысыз подкаст деп эсептелет. Ал эми корпоративдик подкаст, атайын подкаст жараткан уюмдар же кандайдыр бир медиа уюмунда кесипкөй адистер тарабынан жаратылган подкаст. Азыркы чакта The New York Times, The Guardian, BBC, The Economist сыяктуу чоң конвенционалдуу медиа холдингдер да подкастинг бөлүмдөрүн түзүп, түрдүү подкасттарды жаратып келишет [1, 1308-б.].

Жогоруда подкастингдин алгачкы жылдарындагы артыкчылыктары берилген. Ал артыкчылыктарды бүгүнкү күндүн шарттары менен салыштырганда төмөндөгүдөй жыйынтыктар келип чыкты:

- подкасттарды убакыт сааттан же программадан көз карандысыз боюнча калууда, ыңгайлуу убакытта угуу, көрүү мүмкүн;
- башка медиа продукттарына салыштырмалуу подкасттарды жаратуу азыр да арзаныраак бюджет менен бүтөт, бирок эскерте кетүүчү нерсе, азыркы күндө подкасттардын сапатына, көрүнүшүнө, үнүнө көңүл бурулуп, талаптар күчөдү, ал эми сапаттуу подкаст үчүн албетте олуттуу бюджет керек;
- бүгүнкү күндө подкасттарды угуу, көрүү толугу менен акысыз эмес, башка айтканда, жазылууну, акы төлөөнү талап кылган подкасттар да чыгып калды, реклама келди;
- ышкыбоздор подкаст жаратууну улантышууда, кесипкөй болуу талабы дале жок;
- бул тармакка да расмий компаниялар келишти, жана мунун артынан бул компаниялардан жана реклама берүүчүлөрдөн улам кандайдыр бир эрежелер, корпоративдик саясат, чектөөлөр пайда болду, эркиндик атмосферасы ышкыбоз подкастчылардын подкастынтарында эле калгандай; тема тандоо эркиндиги сакталууда;
- жанрдык көп түрдүүлүк: подкасттар баарлашуу, монолог, даректүү баяндоочу, топтук дискуссия ж.б.у.сыяктуу форматтарда чыгууда;
- медиа катары катталуу, аккредитациядан өтүү, уруксаат алуу сыяктуу расмий маселелер ышкыбоз подкастчылар үчүн дале кереги жок;
- подкастчы менен угуучу/көрүүчүлөрдүн өз ара байланышуусу дагы да жеңилдеди;
- маалымат таратууда демократиялуулук сакталууда; аудитория чексиз.

Көрүнүп тургандай, убакыттын өтүшү менен подкастинг жаатында өзгөрүүлөр ишке ашууда. Корпорациялар бул тармакта кеңири тамырын жайууда. Сапаттык өсүш бар. Жанрдык көп түрдүүлүк сакталууда. Жаратуучу жана угарман көрармандар ортосунда пикир алмашуу жеңилдеди. Реклама кирди. ар бир эле жааттарда болгондой, подкастинг тармагында да өзгөрүүлөр жүрүп жаткандыгын ачык көрүүгө болот.

Кыргыз подкастингинин калыптанышы.

Технологиялардын жана жаңы нерселердин дүйнөнүн бүткүл өлкөлөрүнө жайылышы бирдей ылдамдыкта жүрбөгөнүн далилдеген жана себептерин анализдеген теориялар бар.

Подкастинг темасында да бул айырмачылык байкалат. Кыргызстандын коомунун материалдык-техникалык базасы, медиа продукттарын керектөө адаттары башка өлкөлөргө салыштырмалуу айырмаланаары анык жана подкастинг боюнча да жогорудагы факторлорго ылайык Кыргызстандын өзүнүн тажрыйбасы бар. Кыргызстанда подкастинг радиого жакын каралат, жалпысынан "п*одкасттар радиоберүүлөр сыяктуу, бирок интернетке чыгат*" сыяктуу аныктама берилет. Подкастинг темасында жалпысынан Кыргызстандын тажрыйбасын баяндаган адабияттар көбөйө элек. Бул темада Наталия Слободянюк жана Дарья Веселаянын "Кыргызстанда подкастингдин өнүгүү өзгөчөлүгү" илимий макаласы бирден бир макалалардын бири [7].

Кыргызстанда алгачкылардан болуп "Азаттык" уюму тарабынан 2012-жылы "Аудиожомоктор" аталышында подкаст даярдалып чыгарылган. Ал жылдары подкаст угуу, подкаст платформалары популярдуу болбогондугу бул подкасттын чоң аудиторияга ээ боло албагандыгынын себептеринин бири деп божомолдосо болот. Башка өлкөлөрдө подкастинг кыймылы көбүнчө ышкыбоз подкастчылар тарабынан баштатылса, биздин өлкөдө алгачкы подкаст катары кабыл алынган жомоктор сериясы "Азаттык" медиа уюму тарабынан коомго сунулган. Өлкөдө подкаст түшүнүгү алгачкы подкаст жаратуу аракеттеринен бир нече жылдан кийин, 2019-2020-жылдары көбүрөк сөз кылына баштаган [8]. Пандемия да Кыргызстанда подкастинг түшүнүгүнүн кеңири жайылышына таасир эткен чоң фактор болгон. Интернет айдыңындагы кыргыз подкасттардын чыгуу даталарын анализдегенде, ал подкасттарды чыгаруу үчүн даярдыктар пандемия башталаардан мурда болгону анык. Ал эми пандемия учуруда адамдар кескин түрдө үйдөн чыга албай, дистанттык абалда интернет аркылуу жумуштарын жайгарууга мажбур болушту. Мындай шарттарда адамдар интернетте орун алган нерселерди дагы да жакындан терең окуп тыңдап көрүүгө мажбур болушат. Подкасттар болсо дал ушундай шарттарга абдан ылайык экени түшүнүктүү болду. Мунун артынан подкасттардын алкагында актуалдуу маселелер талкуулана баштады. Пандемияга чейин подкаст жаратуу үчүн керектүү жабдыктар, орун жай керек деген мамиле болгону менен, пандемия учурунда адамдар үйлөрүндө отуруп, интернет аркылуу байланышып, жууркан жамынып да подкасттарды жасаганын көрүүгө болот [9].

2018-2019-жылдардагы кыргыз медиасына көз чаптырсак, подкастинг жаатында бул жылдарда кыймылдар баштаганын байкоого болот. Кыргызстанда медиа уюмдарына колдоо көрсөткөн, бул жаатта маалымдоо, билим берүү иштерин жүргүзгөн уюмдар бар. Ушул уюмдардын ичинен İnternews, Soros, IWPR уюмдары каалоочуларга подкастинг жөнүндө окутуучу семинарларды уюштуруп, подкасттарды жаратуу үчүн финансылык колдоо көрсөткөн Мындай окутуулардын эң алгачкылары 2018-жылы уюштурулган. Андан бери көптөгөн окутуучу, маалымат жайылтуучу семинарлар болгон. Мындан сырткары подкастчылардын башын бириктирген фестивалдар да уюштурулуп келет. Мындай фестивалдар, семинарлар коомдо подкасттар боюнча маалыматтын жайылышы жана подкастчылардын тажрыйба топтоосуна мыкты өбөлгө түзөт [10; 11; 12].

Подкасттар боюнча ачык булактардагы маалыматтарды карап чыгуу менен, өлкөдө подкастингдин өнүгүүсүндө жалпысынан бейөкмөт уюмдар жана жеке тараптардын аракети эң биринчи орунда экенин айтууга болот. Расмий өкмөт тарап бул жаатта азырынча ишмердүүлүк жүргүзө элек. Муну менен бирге расмий тараптардын көзөмөлү да жок экенин белгилей кетүү керек. Дагы бир маанилүү маселе, подкасттар расмий каттоодон өтпөгөнү, расмий тараптардан көзөмөл болбогону менен бирге, өлкөдөгү подкасттардын санын, алар жөнүндө маалымат камтыган кандайдыр бир метрикалар, маалымат базалары да жок.

Ышкыбоз подкастчылар менен бирге эле, салттуу медиа уюмдарынын подкастинг ишин карoo керек. Жогоруда айтылгандай эле, “Азаттык” уюму өлкөдө подкастингге кадам таштаган алгачкы медиа уюмдардын бири. Салттуу медиалардын веб сайттарын карасак, айрымдары атайын подкасттарды даярдоо менен бирге эле, айрым уюмдар эфирге чыккан радио же ТВ программаларынын чыгалышын жаздырып, веб баракчасында же соц.тармактардагы баракчаларында подкаст деп атап жүктөп коюшканын көрүүгө болот.

Кыргыз подкасттарынын өзгөчөлүктөрү

Кыргыз подкасттарын каттаган кандайдыр бир так ресурс жок болгондуктан, бул макала үчүн подкасттарды топтоо үчүн атайын платформалар, Youtube сeривиси, медиа уюмдардын веб сайттары каралды. Бул изилдөө 2021-жылы башталган, башында 36 подкаст каралган, анткени ошол учурда Кыргызстанда даярдалды деген жана подкаст деп атаса боло турган 36 подкаст табылган. 2024-жылда ошол тизмедеги подкасттар кайрадан каралганда, көпчүлүгү жаңыланбай турганы же аяктаганын көрүүгө болот. Подкаст адиси Эрик Нузюмдун айтымында, чыгарылган подкасттардын 40%ы биринчи жылы токтоп калат [13, 11-б.]. Кыргыз подкасттарынын мисалында, токтоп калуу көрсөткүчтөрү мындан да жогору экенин айтуу болот. Демек, подкасттын алгачкы чыгарылыштарын жарыялап алуу менен иш бүтпөйт, андан кийин үзгүлтүккө учуратпай кармап калуу да маанилүү.

Салыштыруу максатында 2024-жылда кайрадан жаңыдан пайда болгон подкасттар каралды, мында 21 подкаст топтолду. Белгилей кетчү маанилүү нерсе, булардын бардыгы видеоподкаст болгондугу. Бул тизмеге конвенционалдуу медиа катары иш алып барып, убакыттын өтүшү менен мультимедиалуу медиага айланып, форматтарын кеңейтип, подкасттарды да чыгара баштаган чоң уюмдардын подкасттары кошулган жок. Мындай уюмдардын подкасттарын өзүнчө бир изилдөө алкагында карап чыгуу оң.

Таблица 1. 2023-2024-жж. чыгарылыштарын даярдаган кыргыз подкасттар

2023-2024-жж. чыгарылыштарын даярдаган кыргыз подкасттар					
1	Жаратман подкаст	8	Не морочь мне голову	15	Айымзат
2	Накта подкаст	9	Сары кыздар подкаст	16	101 подкаст
3	Lights podcast	10	Эки Дарыгер	17	Amanat Podcast
4	Oydo podcast	11	Күч укукта	18	Sanarip Insan
5	Niet Podcast	12	Медиа кыздар	19	Кереге подкаст
6	Мурас подкаст	13	Сүмөлөк	20	Этно подкаст
7	ЭМЕ ШОУ	14	Dijital ынтымак	21	Бейиш эненин таманында

Токтоло турчу маанилүү маселелердин бири, подкаст түшүнүгүнүн өзү. Подкаст сөзү Кыргызстанда бир эле эл аралык деңгээлде кабыл алынган подкаст стандартынан тышкары кеңири маанини, форматты камтып калган. Айрым учурларда Youtube каналдар менен youtube’дагы подкасттарды айырмалоо кыйынчылык туудурат. Кыргызстанда подкаст, интернетке чейин радио жана ТВ заманындагы радио программалар жана ТВдагы ток-шоулар подкаст аталышы менен интернетке чыгышы десе да болот. Бул маселе боюнча Слободнюк менен Веселаялар да макаласында токтолуп, кыргыз подкасттары айрым

учурларда классикалык подкасттын талаптарына жооп бербей тургандыгын жана авторлор подкаст сөзүн жеке бренддерди илгерилетүү максатында колдонуп жатышканын божомолдошкон [7, 154-б.]. Учурда кыргыз подкасттарынын басымдуу бөлүгү маек, интервью форматында даярдалат жана алардын басымдуу бөлүгү видео форматында чыгат. 2020-2021-жылдарда чыккан подкасттарга көз чаптырганда, үн форматында чыккан подкасттардын саны арбын экенин, бирок алар жаңыланбай токтоп калганын көрүүгө болот. Азыркы чакта видеоподкасттар басымдуулук кылууда, анын үстүнө алар чоңураак аудиторияга ээ.

2024-жылы түзүлгөн подкасттар тизмесине көз жүгүрткөндө, жалпы 21 подкасттын ичинен 9 подкаст жаңыртылбай токтоп турганын, 2 подкаст (Медиа кыздар, Санарип Инсан) жыйынтыкталганын көрүүгө болот. Ал эми 8 подкаст азыркы күндө жаңы чыгарылыштарды даярдап, көрөрман, угармандарына сунуп жатышат. Атайын подкаст платформаларга бардык эле подкасттар жайгаштырылбагандыктан, маалыматтар Youtube сервисинен алынды.

Таблица 2. Кыргыз тамактарынын аттары

№	Аталышы	Формат	Жазы-луучу саны	Хрон.	Көрүү саны	Негизги темасы
1	Накта подкаст	Конок м-н маек	98,3К	48-107 мүнөт	4 864 118	Кызыктуу, ийгиликтүү, бир багытта адис адамдар менен маек
2	Lights podcast	Конок м-н маек	55.6К	70-220 мүнөт	14 750 616	Кызыктуу, ийгиликтүү, бир багытта адис адамдар менен маек
3	Жаратман подкаст	Конок м-н маек	52,1 К	90-240 мүнөт	3 037 428	Кызыктуу, ийгиликтүү, бир багытта адис адамдар менен маек
4	Niet Podcast	Конок м-н талкуу	18 К	41-80 мүнөт	2 004 817	Дин жөнүндө
5	Oydo podcast	Конок м-н талкуу	9,64 К	47-70 мүнөт	644 311	Бала тарбиялоо жөнүндө коноктор м-н талкуу
6	ЭМЕ ШОУ	Конок м-н маек	4.37 К	54-70 мүнөт	389 397	Кызыктуу, ийгиликтүү, бир багытта адис адамдар менен маек
7	Мурас подкаст	Конок м-н маек	2,25 К	41-80 мүнөт	276 445	Кызыктуу, ийгиликтүү, бир багытта адис адамдар менен маек
8	Эки дарыгер	Нарратив, маек	1.48 К	2-50 мүнөт	102 907	Ден соолук жөнүндө

Жогоруда таблицада аттары берилген подкасттардын негизинде Кыргыз подкасттарынын жалпы өзгөчөлүктөрүн аныктоо аракети жасалды. Кыргыз подкастчылары көбүнчө баарлашуу форматындагы подкасттарды даярдашууда. Бул подкасттардын баарында бир же бир нече алып баруучу бар жана алардын баары эле алып баруучулук тажрыйбага ээ эмес. Бирок, өткөн жылдарга салыштырмалуу, подкастты жаратууга катышкан адамдар видео, аудио жаратуу боюнча адистер экени талашсыз. Ишин улантып жаткан, эң көп аудиторияга ээ подкасттардын бардыгы конокторду чакыруу, маек куруу форматында. Кыргыз подкасттарынын эң негизги өзгөчөлүк атайын микрофондордун болуусу. Видеоподкасттар ар кандай студияларда, бир нече камера менен жана сөзсүз түрдө үндү сапаттуу жаздыра турган атайын микрофондорду колдонуу менен тартылат.

Таблица 2 берилгендей, 98.3 миң жазылуучусу менен Накта подкаст учурда эң көп жазылуучусуга ээ подкаст. Бирок, чыгарылыштарын көрүү боюнча, эң алдыңкы орунда 14 750 616 жолу чыгарылыштары көрүлгөн Lights podcast жайгашкан. Демек, жазылуучулардын саны бардык эле учурда аудиториянын кеңдигин аныктабашы мүмкүн.

Жогоруда аты аталган подкасттардын ичинен үч подкаст багытын так белгилеп, бир негизги теманы тандап алышкан. Niet Podcast катышуучулардын динге келүү жолун, Oydo podcast коноктор менен үй-бүлөдө бала тарбиялоону талкуулайт, ал эми Эки дарыгер ден соолук темасында маалымат берет, адистер менен маек курат. Калган беш подкаст бир багытка, темага байланган эмес, ар чыгарылышта ар түрдүү багытта ийгиликке жетишкен, кандайдыр бир иш менен таанымал болгон, кандайдыр бир багытта адис адамдар чакырылат. Мындайча айтканда, подкастингдин чексиз мүмкүнчүлүктөрүнө карабастан, Кыргыз подкастингинде азырынча жанрдык көп түрдүүлүк жок, маек форматы басымдуулук кылууда. Бул подкасттарда технология, ишкердик, философия, дин ж.б. ар кандай темалар каралат, тема боюнча эч кандай чектөөлөр жок. Бир багыты болбогон учурда, максаттык топту аныктоодо кыйынчылык туудурушу мүмкүн. Азыркы учурда, подкаст жаратуучулар мүмкүн болушунча кең аудиторияны камтып, максаттык тобун белгилөө арткы планда калып жаткандай. Подкасттарды бири-биринен айырмалаган оригиналдуу темасы, багыты болбогондуктан, бир эле конок бир эле тема менен бир нече подкастка катышканын көрүүгө болот. Чыгарылыштын узактыгы боюнча да чектөөлөр жок, бир эле подкасттын бир чыгарылышы 50 мүнөт, кийинкиси болсо 240 мүнөт да болгонун көрүүгө болот. Чыгуу мөөнөтү боюнча да подкастчылар көп учурда эч кандай бир календардык планга байланган эмес. Подкастингдин эң чоң артыкчылыктарынын бири болгон фидбэк мүмкүнчүлүгү Кыргыз подкастчылары үчүн ыңгайлуу бир тескөөчү инструмент катары функцияны аткарып жатат. Подкасттардын дээрлик бардыгы Youtube сервисине жайгаштырылгандыктан, көрүүчүлөр пикирлерин түз эле багыттап, авторлор подкасттарына болгон таасирин көрө алышат.

Бул подкасттардын дагы бир маанилүү өзгөчөлүгү, жалпысынан бул подкасттар жаңылыктар күндеминен көз карандысыз. Албетте, подкасттарда көтөрүлгөн маселелер азыркы чактагы маселелерге арналган, бирок бүгүн, азыр болуп жаткан маселелерден көз карандысыз. Бул өзгөчөлүгү, подкасттардын аткуалдуулугу көп убакытка сактап калышына өбөлгө түзөт.

2021 жана 2024-жылдардагы подкасттарды салыштырганда, аудиовизуалдык сапат боюнча кыйла өсүш бар экенин белгилей кетүү керек. 2020-2021-жылдарда нарративдик жанрдагы аудио подкасттар басымдуулук кылып, авторлор подкасттарын атайын подкаст

платформаларга да жайгаштырышкан. Ал эми 2024-жылда иш алып барууну уланткан подкасттардын мисалында, Кыргыз подкастчылары видеоподкасттарга артыкчылык берип, эң алгач Youtube сервисине чыгарылыштарын жүктөп жатканын айтууга болот. İnstagram жана Tiktok платформаларынын коомдо абдан популярдуу экенин эске алуу менен, бул платформаларда подкасттарын таанытууга аракет жумшаган авторлордун подкастары көбүрөөк аудитория топтоп жатат.

Кыргыз подкастингиндеги дагы бир маанилүү көрүнүш: рекламанын келиши жана монетизация. Жаратуучуларынын айтуусу боюнча, Youtube сервисинин монетизация мүмкүнчүлүгү аркылуу аз да болсо каражат алуу мүмкүн [14]. Ал эми кыргыз подкасттарынын акыркы чыгарылыштарында акырындан атайын катышып фильмдин рекламасын жасоо жана product placement орун ала баштады. Мындан сырткары, өздөрү айтпаса да, кайсы бир продукттун эл арасында таанымалдыгын жогорулатуу максатында атайын подкасттарга катышуу же атайын подкасттар чыгарыла баштады.

Корутунду. Кыргыз подкастингинин келечеги.

Азыркы күндө подкастинг жаатында аудитория өтө кеңири деп айтууга эрте, кеңейүү процессинде десе болот. Бирок канткен күндө да ар түрдүү подкасттардын саны көбөйүүдө, кийинки этапта бул подкасттардын жарнамасын кылып, угуучу көрүүчүлөрдүн санын жогорулатуу маселеси жатат. Кыргыз коомунда жалпысынан подкастинг технологиясы өздөштүрүлгөн этапта. Кийинки этапта подкасттардын сапатын жана мазмунун жакшыртуу маселеси үстүнөн иш алып барылаары анык. Подкасттардын саны боюнча божомолдосок, 2020-2021-жылдагы подкасттык бумду кайталоо кыйынга тураар, бирок антсе да акырындан жаңы подкасттардын саны көбөйөөрүн божомолдоого болот.

Слободянюк жана Веселая жазгандай эле, азыркы күндө Кыргызстанда Youtube серивиси подкасттар топтолгон эң популярдуу сервис жана Кыргыз подкастчыларынын басымдуу бөлүгү ишмердүүлүгүнүн негизги багытын ушул сервис аркылуу жүргүзүп жатышат. Аудиторияны кеңейтүү, аларды кармап калуу, оригиналдуулукту камсыздоо менен бирге эле, подкаст аталышын далилдөө үчүн подкастчылар атайын подкаст платформаларына көбүрөөк көңүл буруп баштоолорун божомолдоо мүмкүн. Бул жол коомдо подкаст угуу көндүмүн калыптандырууга да шарт түзүшү мүмкүн.

Азыркы тапта, Кыргыз подкастчылары баарлашуу форматындагы подкасттарга артыкчылык беришүүдө. Аудиториянын манаайын дайым эле бир жерде кармап туруу мүмкүн эмес. Анын үстүнө, подкасттардын санынын өсүшү менен башкалардан айырмалануу максатында, жаратуучулар изденүүлөргө түшүп, башка форматтарга кайрышы мүмкүн. Ошондуктан башка жанрдагы подкасттардын көбөйөөрү анык.

Күн өткөн сайын, дүйнөдө болобу, Кыргызстанда болобу, подкасттардын саны өсүп жатат. Бир жагынан алганда, подкасттар географияга байланбайт. Кыргызстанда отуруп, дүйнө элине кызыктуу, керектүү болгон подкасттарды жаратса болот. Азыркы тапта Кыргыз подкастинги абдан динамикалуу, бат өзгөрүп туруучу мүнөзгө ээ. Кыргыз подкастчылары бул жаатта алгачкы кадамдарын жасап, күчүн сынап жатышат. Подкасттын потенциалы чоң жана бул потенциалын толугу менен колдонуу үчүн, изденүү, эл аралык деңгээлдеги ийгиликтүү подкасттардын тажрыйбасын изилдөө, атандааштардын контентин анализдөө жана коомдун талаптарына көз чаптырып туру зарыл.

Колдонулган адабияттар

1. Yücel R. Podcast'in Kısa Tarihi: Doğuşu, Yükselişi, Monetizasyonu // Erciyes İletişim Dergisi, Temmuz, 2020, Cilt 7, Sayı 2, ss. 1303-1319. – URL: https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.724106
2. Berry R. A Golden Age of Podcasting? Evaluating Serial in the Context of Podcast Histories // Journal of Radio & Audio Media, 2015, 22:2, pp. 170-178. DOI:10.1080/19376529.2015.1083363
3. Kerrigan S., Criticos H., Kerrigan V. & Ritchie S. Podcasting as a Creative Practice and the Spirit of Radio: Local Histories of Maitland // Journal of Radio & Audio Media, 2021, pp. 623-642. DOI: doi.org/10.1080/19376529.2021.1897986
4. Воинова Е.А., Сивякова Е.В. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды // Социально-гуманитарные знания, 2018, №12, с. 104-120.
5. Sullivan J.L. The Platforms of Podcasting: Past and Present // Social Media + Society, October - December, 2019, Volume 5, issue 4, pp. 1-12. doi.org/10.1177/2056305119880002
6. esquire.ru/articles/214243-slushay-a-ne-smotri-kak-vsego-za-10-let-poyavilas-industriya-rossiyskih-podkastov/
7. Слободянюк Н.Л., Веселая Д.А. Кыргызстанда подкастингдин өнүгүү өзгөчөлүгү // КРСУ жарчысы, 2023, т. 23, №3, 150-155-б. DOI 10.36979/1694-500X-2023-23-10-150-155
8. https://journalist.kg/kg/analytics/kyrgyzstandyktardyn-podkasttary/
9. https://cabar.asia/ru/bum-podkastov-v-tsentralnoj-azii
10. https://internews.kg/glavnye-novosti/besplatnyj-onlajn-kurs-po-sozdaniyu-podkastov/
11. https://soros.kg/srs/ru/2019/09/04/podcasting-school/
12. https://school.cabar.asia/ru/studija-podkastov-mediashkola-cabar-asia-objavljaet-o-finansovoj-podderzhke-sozdateljam-i-sozdatelnicam-podkastov/
13. Нюзум Э. Пошумим. Как делать хитовые подкасты, 2019, «Individuum».
14. https://www.youtube.com/watch?v=xk5Tu0Ouv50&t=3101s
15. Бугубаева Ж.Т. Применение информационно-коммуникационных технологий в условиях зеленой эономики // Вестник КНУ, 2023, Спецвыпуск, с. 210-216.

УДК.: 631.3:63:537
DOI 10.58649/1694-8033-2024-2(118)-288-305

Белек уулу Эсенбек[1], Абдырахманов Т.А.[2], Ишекеев Н.[3], Шайылдаева А.К.[4], Шакирова К.К.[5]

К.И. Скрябин атындагы Кыргыз улуттук агрардык университети,
Ж. Баласагын атындагы Кыргыз улуттук университети

Белек уулу Эсенбек, Абдырахманов Т.А., Ишекеев Н., Шайылдаева А.К., Шакирова К.К.

[1] Кыргызский национальный аграрный университет им. К.И. Скрябина,
Кыргызский национальный университет им. Ж. Баласагына

Belek uulu Esenbek, Abdyrahmanov T.A., Ishekeev N., Shaiyldaeva A.K., Shakirova K. K.

Kyrgyz National Agrarian University named after K.I. Skryabin,
Kyrgyz National University named after J. Balasagyn