

УДК 070.19:004(575.2)  
DOI: 10.36979/1694-500X-2023-23-10-150-155

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПОДКАСТИНГА В КЫРГЫЗСТАНЕ

*Н.Л. Слободянюк, Д.А. Веселая*

*Аннотация.* Исследованы текущее состояние и перспективы развития подкастинга в Кыргызстане. Рассмотрены основные тенденции развития, а также проведён анализ особенностей развития аудиопродукта. В работе изучены и проанализированы содержание, актуальность существующих подкастов и популярность тем для аудитории. Стоит отметить, что, изучая существующий аудиовизуальный контент на территории страны, мы сделали вывод: популярные сегодня выпуски в Кыргызстане не совсем верно называть подкастами, это новый формат вещания, который трансформировался под влиянием таких факторов, как: доступность технологий, качество контента, финансовая доступность и ценности потребителя. Аудитория в Кыргызстане довольно сложно принимает новые форматы подачи информации, что усложняет для СМИ переходы на новый уровень вещания.

*Ключевые слова:* подкастинг; медиаформат; развитие; медиапотребление.

---

## КЫРГЫЗСТАНДА ПОДКАСТИНГДИН ӨНҮГҮҮ ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮ

*Н.Л. Слободянюк, Д.А. Веселая*

*Аннотация.* Макалада Кыргызстанда подкастингдин учурдагы абалы жана өнүгүү келечеги изилденди. Анын негизги өнүгүү тенденциялары каралып, аудиопродукциянын өнүгүү өзгөчөлүктөрүнө талдоо жүргүзүлдү. Бул эмгекте учурдагы подкасттардын мазмуну, актуалдуулугу жана аудитория үчүн темалардын популярдуулугу каралып, талдоого алынган. Белгилей кетчү нерсе, өлкөнүн аймагында болгон аудиовизуалдык контентти изилдөө менен төмөнкүдөй жыйынтык чыгарылган: бүгүнкү күндө Кыргызстандагы популярдуу чыгарылыштарды подкасттар деп атоо туура эмес, бул технологиялардын жеткиликтүүлүгү, контенттин сапаты, финансылык жеткиликтүүлүк жана керектөөчүнүн баалуулуктары сыяктуу факторлордун таасири астында трансформацияланган берүүнүн жаңы форматы. Кыргызстандагы аудитория маалыматты берүүнүн жаңы форматтарын кабыл алууда бир топ кыйынчылыкка дуушар болууда, бул жалпыга малымдоо каражаттарынын берүүлөрдүн жаңы деңгээлине өтүүсүн кыйындатат.

*Түйүндүү сөздөр:* подкастинг; медиаформат; өнүктүрүү; медиакеректөө.

---

## FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF PODCASTING IN KYRGYZSTAN

*N.L. Slobodyanuk, D.A. Veselaya*

*Abstract.* The article is devoted to the study of the current state and prospects for the development of podcasting in Kyrgyzstan. The main development trends are considered, and an analysis of the features of the development of an audio product is carried out. The work examined and analyzed the content, relevance of existing podcasts and the popularity of topics for the audience. It is worth noting that while studying audiovisual content, it was concluded that it is not entirely correct to call the popular releases in Kyrgyzstan podcasts; this is a new broadcasting format that has been transformed under the influence of factors such as the availability of technology, quality of content, financial accessibility and consumer values. The audience in Kyrgyzstan has a rather difficult time accepting new formats for presenting information, which makes it difficult for the media to transition to a new level of broadcasting.

*Keywords:* podcasting; media format; development; media consumption.

**Введение.** Медиареальность уверенно диктует внедрение новых медиаформатов в практику средств массовой информации. В условиях цифровой многоканальности СМИ необходимо брать во внимание в равном соотношении как качество выпускаемого контента, актуальность и комфортабельность в изучении, так и учитывать спрос аудитории на потребление контента, прогнозировать дальнейшее взаимодействие с медиапродуктом.

Сегодня выявлены различные форматы, которые благодаря своей многофункциональности находят постоянного потребителя. Нельзя не согласиться, что перманентная задача журналистов – вовлечение и стабильное удержание заинтересованного читателя. Набравший обороты технологический бум заставил и традиционных журналистов обратить внимание на аудиоконтент, его возможные удобства и необходимость работы в непривычном формате. Так, подкастинг стал отличной возможностью собрать на одной площадке аудиалов и тех, кому приелось направление текстоцентрики.

Мировой точкой рождения подкаста как формата принято считать 2004 год. В Кыргызстане формат отложенного аудиовещания стал наиболее популярным после 2010 года. Первый пик активной публикации пришёлся на 2020 год – период пандемии и экспериментов, что вполне понятно: для создания выпуска нужны были тихий угол, микрофон, тема и ведущий, который сумеет интересно раскрыть выбранную тему. Новый формат вещания быстро утратил свою популярность. 2022 год стал вторым пиком активной публикации подкастов, волна контента, сфокусированного на аудиовещании, сохраняется по сегодняшний день.

Подкастинг, согласно определению С.С. Распоповой и Т.А. Саблиной, – это формат создания и распространения звуковой информации в сети Интернета через внедрение мультимедийного контента в RSS-канал (RSS – формат для синдикации информации на сайтах, блогах и других интернет-изданиях) [1]. Из определения становится понятным: подкастинг имеет схожую базу с радиовещанием, однако распространение материала осуществляется как в видео-, так и в аудиоформате.

Главное преимущество подкаста – возможность отложенного прослушивания. Теперь новый формат предоставляет возможность слушателю воспроизвести заинтересовавший выпуск вне зависимости от времени и места. Аудитория самостоятельно выбирает тему прослушивания в удобном для себя временном промежутке. Эта новая для 2004 года деталь привлекла аудиторию и заставила журналистов расширять свой «рупор» вещания на других площадках.

О том, как повышается подкастинговое медиавоздействие, описали Е.С. Дорошук и П.В. Трифонова в работе «Инновационный потенциал подкаста как интегрированной медиатехнологии» [2]. Были выделены два основных аспекта, способствующих повышению эффективности медиавоздействия. Первый аспект требует досконального изучения потребностей и нужд аудитории в деятельности СМИ, а также создания максимального удобства для потребителя информации. Второй аспект – технологический – характеризуется степенью доступности формата. Мировой опыт работы с подкастами показал, что формат с технологической стороны не самый удобный. Но всё-таки основной вектор направления в работе журналиста задаёт аудитория, которая, в свою очередь, сформировала новый жанр в журналистике – подкастинг.

Вещание в подкастинговом формате набирает популярность как и у производителей контента, так и у потребителей, потому как позволяет самостоятельно выбрать тему и раскрыть её с абсолютно разных точек зрения. Свободное вещание без ограничений с каждым днём привлекает большую часть населения.

К сегодняшнему дню организация «Edison Research» провела исследование [3], которое показало, что 49 % мировой аудитории слушают подкасты находясь дома, 22 % – в машине, 11 % – на работе, 4 % – в спортивном зале, 4 % – в общественном транспорте, 3 % – на улице и 7 % – в других местах. Исследование доказало, что востребованность формата – это удобное потребление объёмной информации в режиме отложенного прослушивания.

**Особенности развития подкастинга.** В период внедрения формата подкастов

в журналистику Кыргызстана авторы медиатекста столкнулись с рядом трудностей:

Во-первых, для населения Кыргызской Республики текстовое информирование считается более достоверным и экспертным, нежели видео или аудио.

Во-вторых, производители контента не видели возможности монетизации своего проекта, а значит, нет необходимости воспроизводить работу над форматом, к которому аудитория не проявляет интереса.

В-третьих, аудитория не была готова к площадкам, предназначенным для публикации и прослушивания контента. Со временем авторы сменяют площадку, а вместе с тем трансформируется формат подкастов.

В период мировой актуализации подкастинга СМИ Кыргызстана начали внедрять в традиционный формат аудиоинформирование.

Так, редакция «Клоор» в 2020 году выпустила ленту подкастов с названием «Меня не отпускает», контент опубликован на сайте медиаорганизации [4]. В выпусках журналист Азиза Раимбердиева рассуждала с иностранцами, которые выбрали Кыргызстан как страну для постоянного места жительства, о перспективах переезда в республику. Формат не прижился, в 2021 году был опубликован последний выпуск. Непринятие аудиторией продукта оправдано пунктами, о которых говорили выше: потенциальные слушатели совершенно не понимали, что такое подкасты и как их можно послушать, а авторы не смогли правильно подобрать площадку для публикации своей работы.

В том же году был зарегистрирован ютуб-канал «4ekHuTый Подкаст» [5], который ведёт студент Ислам. Он в рамках выпуска беседует, беря большой размах в темах: от советов молодым людям на пути становления до дискуссий о кино, дизайне и об искусстве в целом. Канал не отличается своей регулярностью, материал публикуется с разницей от двух недель до одного месяца, хронометраж в среднем составляет 40 минут. Выпуски продолжают выходить – самый популярный набрал 273 тысячи просмотров. Автор контента выбрал часто посещаемую площадку и подобрал интересные темы для своей целевой аудитории, что показало заинтересованность и спрос со стороны потребителей контента.

Стоит отметить, что производство аудио-подкастов технически менее затратно, нежели видео. Но адаптация производителя и потребителя контента прошла тяжело и неуверенно. На примере «Клоор» отчётливо понятны основные ошибки в новом формате. Редакторы выбрали нейтральную, но не самую актуальную тему для 2021 года. Целевая аудитория новостного веб-сайта была благосклонна к новому формату вещания. Однако эта идея потерпела крах из-за недостаточной информированности аудитории об удобном использовании подкастов и допущенной ошибке в выборе темы.

Сегодня, отследив статистику более успешных подкастеров для Кыргызстана, мы пришли к выводу, что самой выгодной и удобной площадкой публикации материала является «YouTube», которую использует каждый при наличии гаджета. Но на разработку видеопродукта уходит гораздо больше средств, нежели аудио. Поэтому многие подкастеры публикуют материалы в приложениях, встроенных в основное меню гаджета, например «Google Подкасты» и «Apple Podcasts».

В области технического развития подкастов журналисты Кыргызстана только прощупывают почву. Убедить аудиторию перейти на другую площадку, где будет осуществляться вещание в новой непривычной идее подкаста, – сложно. Поэтому многие редакции трансформируют подачу контента, тем самым изменяя понятие «подкаст». Говорить, что подкасты в Кыргызстане – мало-развитое направление тоже неверно. Подкастинг развивается, но на непривычных для населения площадках и, возможно, рукой «дилетанта» из-за нехватки экспертов в работе с аудиоконтентом.

**Типологические особенности** подкастинга описали Е.А. Воинова и Е.В. Сивякова в работе «Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды»: типология подкастов фокусируется на анализе жанровой палитры (от документальных сериалов до дискуссий) и тематических направлений (политическая, социальная, культурная, спортивная, научно-популярная проблематика). Следует учесть, что подкастинг как журналистский формат является самым молодым и типология не может быть конкретно зафиксированной.

Так, выделим жанровую составляющую подкаста и его группировки: информационность, формат и сюжет. Под информационностью понимается соответствие контента актуальной событийной повестке дня. А значит, подкасты можно разделить на две группы: событийные и вневременные [6]. Исходя из предоставленных определений, к контенту событийного характера отнесём подкасты «Sputnik.kg». Основные характеристики событийного контента – обсуждение новостной повестки за определённый временной промежуток или актуального инфоповода. Так, например, в рубрике «Городская среда» с заместителем директора общественного фонда «Право на жизнь» Аллой Кобцовой [7] был поднят вопрос о бродячих собаках. Большую часть целевой аудитории «Sputnik.kg» составляют люди в возрасте от 35. Однако они не стали делить новости на форматы вещания. Редакция текстом раскрывает тему, дублирует материал, но уже в формате подкаста, где комментарии эксперта обретают «жизнь», как и слова интервьюера. При таком подходе заинтересованность может быть в два раза выше, потому что подготовлена одна тема, но рассказана на два сегмента аудитории.

Вневременные подкасты отличны от событийных своей независимостью от новостной повестки, но всегда раскрывают одну конкретную тему. Для Кыргызстана сегодня это самый популярный и успешный формат. В подкасте «Стигмы.Нет» [8] ведущая в формате интервью говорит с приглашёнными экспертами о психологических и поведенческих расстройствах. В аудиторию этого варианта подкаста стабильно входят люди до 35 лет. Выпуски готовят в близком к основному определению формату «подкаст». Публикация только на аудиоплощадках, запись на микрофоны без использования какой-либо другой аппаратуры.

Отметим дополнительные форматы: повествовательный и дискуссионный. Главное отличие – в дискуссионном эмоционально и ярко обсуждают проблему, выбор которой заранее обсуждается с аудиторией. Структура повествовательного формата выстраивается на базе сюжетной линии проблемы без каких-либо отступов.

«DIGITAL ЫНТЫМАК» [9] – пример дискуссионного формата. Разговор ведут двое

ведущих и приглашённый гость, обсуждая быт и ценности современных кыргызов, значимость кыргызского языка. Как правило, в студию приглашаются эксперты с полярными взглядами на выбранную тему, что позволяет добавить красок к материалу.

Повествовательный формат – «Jaratman Podcast» [10]. Урмат Насыкулов ведёт беседу с приглашёнными гостями из разных сфер деятельности о жизненном пути, профессиональных достижениях, об опыте и уроках. Основная идея работы – вдохновлять и мотивировать аудиторию на достижение своих целей и мечтаний, преодоление трудностей и поиск своего места в жизни. Особенность канала – чередование выпусков на русском и кыргызском языках. Отчасти эта особенность и поспособствовала стремительному набору подписчиков и просмотров.

Сравним статистику видеоподкастов «DIGITAL ЫНТЫМАК» (русскоязычное вещание) и Jaratman Podcast (языковое чередование выпусков). Первый канал был зарегистрирован 20 марта 2023 года, а второй – 17 января 2023 года. Вещание осуществляется в трендовом сегодня формате: студия с ярким фоном, который содержит в себе национальные черты, стол и микрофоны. Авторы двух каналов активно распространяют анонсы выпусков в социальных сетях, также предлагают прослушать полноценные выпуски на нескольких площадках.

Разница в запуске ютуб-каналов составляет 2 месяца, но общее количество просмотров сильно различается: «DIGITAL ЫНТЫМАК» – 94 256 просмотров, «Jaratman Podcast» – 563 447. Из этого следует, что одним из факторов успешного подкаст-канала в Кыргызстане является освещение тем на двух языках. Работа в двуязычном формате охватывает гораздо большую аудиторию, что предоставляет свободный доступ к информации каждому заинтересовавшемуся слушателю. В медиaprостранстве Кыргызстана «Jaratman Podcast» сегодня является единственным каналом, который предоставляет качественный контент с хорошими техническими возможностями.

**Технология подкастинга и значимость в СМИ.** Мы уже обозначили схожую базу в формировании контента на радио и в формате

подкастинга. Стоит отметить, чем подкаст-формат более привлекателен для журналиста.

*Самостоятельность вещания:* автор свободен в выборе темы, хронометраже. Рассказ может быть более длинным и подробным или, наоборот, короткий блиц, но наполнение всегда будет отличаться от контента традиционной подачи информации. Это позволяет более глубоко исследовать сложные вопросы и более тонко освещать события, подойдя к их анализу с разных точек зрения и предоставив аудитории палитру мнений и взглядов для формирования своей личной позиции.

*Гибкость:* подкасты используются по запросу аудитории, что позволяет слушателям легко вписать их в свой плотный график. Готовый материал также можно загружать в удобное время для его производителя, а это означает, что журналисты могут охватить более широкую аудиторию, не полагаясь на традиционное расписание вещания.

*Вовлечённость:* подкасты имеют интимный характер, который помогает авторам контента установить личный контакт со своей аудиторией. Из-за того что люди, как правило, более вовлечены и внимательны при прослушивании подкаста, чем при чтении статьи или просмотре видео, информация анализируется и усваивается лучше. Используя невербальное обогащение подаваемой информации, автор расширяет понятие, используя интонации, благодаря которым насыщает содержание текста.

**Вывод.** Потенциал подкастинга в Кыргызстане, действительно, велик. Форматом заинтересованы, а в производстве контента не ограничены. После проведённого анализа выделим самые распространённые темы, которые интересны аудитории Кыргызстана: лайфстайл, психология, обсуждение актуальных проблем, развлечение и творчество. Но всё же выпуски чаще не соответствуют традиционному представлению о подкастах. Авторы скорее добавляют приставку «подкаст», предлагая форму более глубокого вещания, с целью продвижения своего личного бренда. Как мы видим из приведённых примеров, в Кыргызстане нишу подкастов сегодня заняли блогеры. Спрос на такой вид контента исходит со стороны аудитории до 35 лет.

Для старшего слушателя редко подготавливают подкаст-контент, всё же у этой части аудитории большим доверием пользуется традиционный формат информирования.

В Кыргызстане подкастинг не получил широкой популярности среди населения, что затрудняет его развитие и продвижение на рынке. Проблемы подкастинга связаны и с тем, что наиболее популярной площадкой для получения различного рода информации является YouTube. Аудитория Кыргызстана не привыкла к аудиоплощадкам. Чтобы подготовить хороший выпуск видеоподкаста, необходимы большие затраты. В аудиоформате подкаст чаще останется не прослушанным.

Отсюда вытекает следующая проблема: недостаточное финансирование, что ограничивает возможности производства и продвижения контента.

Подкастинг – интересный формат для новой упаковки и подачи информации. Но, если опираться на существующие сегодня подкаст-каналы, мы видим, что для информирования граждан о текущей новостной повестке Кыргызстана этот формат не подходит. Для аудитории привычно получать важные сообщения в текстовой или визуальной интерпретации. Попытки информационных агентств внедрить подкастинг как «рупор» и подавать новости в этой «упаковке» сегодня оказываются неперспективными в силу того, что затрачивается большое количество времени и внимания. В Кыргызстане подкастинг относится больше к формату развлекательного контента. Однако журналисты могут использовать подкастинг как разбор существующей проблемы в стране и предложить пути решения, а также варианты действий для граждан, оказавшихся в зависимом и трудном положении в рамках сложившейся ситуации.

Поступила: 23.08.23; рецензирована: 07.09.23;  
принята: 11.09.23.

#### *Литература*

1. *Распопова С.С.* Подкастинг: учеб. пособие для вузов / С.С. Распопова, Т.А. Саблина. М.: Аспект Пресс, 2018. С. 112–120.
2. *Дороцук Е.С.* Инновационный потенциал подкаста как интегрированной медиатехнологии

- / Е.С. Дорошук, П.В. Трифонова // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 2. С. 35–39.
3. Исследование организации «Edison Research»: как растёт рынок подкастов во всём мире. URL: <https://exlibris.ru/news/issledovanie-kak-rastet-rynok-podkastov-vo-vsem-mire> (дата обращения: 15.07.2023).
  4. Редакция «Клоор». URL: <https://kloop.kg/blog/2020/09/25/menya-ne-otpuskaet-podcast-trailer/> (дата обращения: 01.07.2023).
  5. «4екHuТый Подкаст». URL: <https://kloop.kg/blog/2020/09/25/menya-ne-otpuskaet-podcast-trailer/> (дата обращения: 01.07.2023).
  6. *Воинова Е.А.* Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды / Е.А. Воинова, Е.В. Сивякова // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 12. С. 104–120.
  7. «Sputnik Кыргызстан» Кобцова: собаки в городе – системная проблема, но решить её можно. URL: <https://ru.sputnik.kg/20220102/sobaki-v-gorode-zakonodatelstvo1060885877.html> (дата обращения: 22.06.2023).
  8. «Стигмы.Нет». URL: <https://podcats.apple.com/tt/podcast> (дата обращения: 12.07.2023).
  9. DIGITAL ЫНТЫМАК. URL: <https://www.youtube.com/@Digital-Yntymak> (дата обращения: 30.06.2023).
  10. Jaratman Podcast. URL: [https://www.youtube.com/@jaratman\\_podcast](https://www.youtube.com/@jaratman_podcast) (дата обращения: 13.07.2023).