

ПОДКАСТ ИРГЭНИЙ СЭТГҮҮЛ ЗҮЙН ШИНЭ ХАНДЛАГА БОЛОХ НЬ

Д.Сандагсүрэн*

**Сити их сургуулийн Сэтгүүл зүйн тэнхимийн багш (Ph.D)*

Түлхүүр үгс: Подкаст, рийл, аудио блог, дижитал платформ, видео, инфографик дүрслэл, олон тэмдэгтийн орчин, иргэний сэтгүүл зүй

Оршил. Мэдээллийн технологи боловсронгуй болох бүр мэдээлэл дамжуулах шинэ шинэ арга хэрэгслүүд бий болсоор байна. Тухайлбал, иргэний сэтгүүл зүй дижитал платформ (Facebook, WhatsApp, Instagram, Tik Tok, UB info, YouTube гэх мэт) хэлбэрээр мэдээллийг хүлээн авах буюу дамжуулдаг иргэдийн идэвхтэй оролцооны сэтгүүл зүй болтлоо өргөжин хөгжиж байна. Энэ нь иргэний сэтгүүл зүйд олон нийтийн оролцоог нэмэгдүүлэхийн сацуу, иргэдийн үзэл бодлоо илэрхийлэх, бусдад дуу хоолойгоо хүргэх, олон түмнийг мэдээллээр хангахад чухал үүрэг гүйцэтгэж байна. Өнөөгийн Z үеийнхэн рийл, блог, пост, подкаст гэх мэт мэдээлэл дамжуулах, хүлээн авах аргуудыг илүү өргөн хэрэглэж өөрсдийн үзэл бодол, өөрт байгаа шинэ сэргэг мэдээллийг бусадтай хуваалцах боллоо. Эдгээрийн дотроос бид өнөөдөр подкаст буюу буюу аудио видео бичлэгийн талаар тухайлан авч үзэх юм. Бид подкаст яагаад өнөө үеийн социал ертөнцөд мэдээлэл дамжуулах гол арга хэрэгсэл болж байгаа учир шалтгааныг тодруулж, подкастын мэдээлэл дамжуулах онцлог, түүний давуу болон сул талыг гаргахыг зорих юм. Энэхүү өгүүллийг бичихдээ ажиглалтын болон агуулгын шинжилгээний арга, анкетын асуулгын аргыг хэрэглэсэн болно.

Хэлэлцүүлэг ба үр дүн. Эдүгээ мэдээлэл дамжуулах уламжлалт аргуудыг өргөн хэрэглэж байгаа ч, залуу үеийнхний хэрэгцээ шаардлагыг дагаад мэдээлэл дамжуулах, хүлээн авах арга маш хурдтай өөрчлөгдөж байна. “Мэдээллийг илүү хялбар аргаар хүргэх оролдлого сэтгүүл зүйн уламжлалт арга барилыг үндсээр нь өөрчлөхөд хүргэж байна. “Амьд” мэдээ өмнөх “хуучин” мэдээнүүдийг шахсаар байна” (Зулькафиль, 2013).

“Турав дахь мянган жилд хүн өөрийн тухай ярих, үзэл бодлоо чөлөөтэй хуваалцах, фото зураг, видеороликийн тусламжтайгаар өөрийгөө илэн далангүй танилцуулах боломж олгосон харилцааны цоо шинэ хэрэгслүүд бий болсон. Смартфон харилцааг улам амар хялбар болгож, зохиогч бүрийг мэдээллийн

үйл явцын идэвхтэй оролцогч болгон хувиргаж байна. ...Тэд шинэ технологийн тусламжтайгаар өөрсдийн медиа орчныг бий болгох замаар мэдээллийн нийгмийн ач холбогдлыг тодорхойлох болов” (Зулькафиль М, 2019).

Шинэ үеийнхэн бол мэдээллийг дэлгэцээр хүлээн авдаг онцлог бүхий хэрэглэгчид. Визуаль богино мэдээлэл тэдний мэдээлэл харилцааны гол онцлог болжээ. Өөрөөр хэлбэл, тэд өмнөх үеийнхэн шиг мэдээллийг унших, сонсох, төсөөлөх, тархиндаа боловсруулах, оюун дүгнэлт хийх бус, олон тэмдэгтийн орчинд боловсруулсан дүрслэл бүхий мэдээллийг нүдээр үзэж, тархиндаа шууд хүлээн авдаг гэдгээрээ онцлог байна. Үүнд нь тоон технологийн дэвшил, ялангуяа цахим орчны мэдээллийн харилцаа ихээхэн нийцэх болжээ. Визуаль буюу видео, инфографик дүрслэлтэй богино хэмжээний хялбаршуулсан мэдээллийг л тэд илүүд үзэж байна.

Дээрхээс харахад үзэх+сонсох гэдэг нь тэдний мэдээллийн харилцааны гол арга болох нь тодорхой байна. Ингэж хэрэглэгчдийнхээ мэдээлэл харилцааны онцлогт зохицсон контент бэлтгэн түгээж байгаа нь өнөөгийн иргэний сэтгүүл зүйн хувьд хэрэглэгчдийнхээ сонирхол+хэрэгцээг мэдэрч буй хэрэг гэж хэлж болно. Үүгээрээ дамжуулан хэрэглэгч залуу үе тэнгийнхнээ нийгэм, улс төрийн амьдралд татан оролцуулж, санаа бодолд нь нөлөөлөх зорилго нь ч олон нийтийн харилцаа, сэтгүүл зүйн үйл ажиллагааны шинэ үзэгдэл болж байна.

Өнөөдөр фейсбүүк, твитер, тик ток тэдний хэрэглээнээс бүрэн гараагүй ч, залуучууд хиймэл оюуныг ашиглан виртуал ертөнцөд дэлгэцийн зураг, рийл постер зэргийг өөрийн таашаал, хэрэгцээнд зориулан бүтээн ашиглах болов. Open AI-ийн ChatGpt, Хятадын DeefSeek хамгийн хялбар хэрэглээ бүхий хиймэл оюун ухааны апп-ыг саяхан гаргаж шуугиан тарьж байсан бол өнөөдөр Илон Маскийн X AI компани Grok-3 хэмээх хамгийн сүүлийн ухаалан платформуудыг танилцуулж, сая сая хэрэглэгч үнэгүй татаж аван хэрэглэж эхэллээ.

Дижитал хэрэгсэл нь бичвэр, дуу хоолой, өнгө, зураг болон бусад шинэ элементүүдийг ашиглан контентийн агуулгыг хүлээн авахад илүү хялбар болгож байна. Эдгээр нь энэ үеийн хэрэглэгчийн агуулгыг хялбар байдлаар хүлээн авдаг зан байдалд илүү дөхөм байна. Өнөө үеийн социал хэрэглэгчид аливаа зүйлийн учрыг олох, оюун дүгнэлт хийхээсээ илүүтэй, учрыг товч тодорхой тайлбарласан, мэдээллийг визуаль болон сонсох байдлаар хүлээн авах хүсэл сонирхолд бүрнээ нийцэж буй.

5G, 6G сүлжээ тархсанаар видео мэдээлэл хурдан дамжуулах боломж нэмэгдсэн бөгөөд хүмүүс ч үзэх нь ихэсчээ. Мультимедиа мэдээ нь дижитал сэтгүүл зүйн нэг төрөл болж өргөжлөө. Өөрөөр хэлбэл, “Бид уламжлалт утгаар нь ойлгодог сэтгүүл зүйн төгсгөлийн шатанд зогсож байна” (Е., 1992). Уламжлалт сэтгүүл зүйн үргэлжлэл нь мэдээж дижитал сэтгүүл зүй болох нь ойлгомжтой байна. Өнөөдөр уламжлалт сэтгүүл зүйн хэрэгслүүд мэдээ, мэдээллийн бичлэгийг үгээр сайжруулахын зэрэгцээ интерактив ажиллагаа, дүрс бичлэг, виртуал бодит байдал гээд янз бүрийн элементүүдээр баяжуулахаар чармайдаг болов.

Хэрэглэгчид учрыг бүрэн тодруулсан, үйл явдалд дүн шинжилгээ хийсэн бэлэн мэдээг шаардах болсон учир мэдээлэгч нь тоймчийн ур чадварыг тодорхой хэмжээнд эзэмшсэн байхаас гадна бодит байдлыг тухай бүрт нь ажиглаж, баримтыг задлан шинжилж, тайлбарлах хэрэгтэй болж байна. Мэдээллийг дамжуулах дээрх онцлогт подкаст илүү тохиромжтой, хүсэн буй шаардлагуудыг хангаж байгаад л учир нь оршиж байна. Тиймээс подкаст сүүлийн үед залуучуудын мэдээлэл

дамжуулах, хүлээн авдаг гол арга хэрэгсэл болж хувирч байна.

Подкаст бол зөөврийн компьютер, iPod эсвэл ухаалаг гар утсаар сонсох боломжтой аудио программын форматын шинэ медиа сегмент юм. Өөрөөр хэлбэл, онлайнаар татаж аваад сонсох боломжтой аудио нэвтрүүлэг, эсвэл үзэх+сонсох боломжтой телевизийн цуврал эсвэл блог юм.

Подкастын гол онцлог нь сонсогч өөрт хэрэгтэй сэдвийг өөрөө сонгодог тул хөтлөгчийн яриа ойр дөт, ойлгомжтой байдаг. Мөн сонсоход хялбар. Харин хөтлөгчийн хувьд өөрийн контентийг олон төрлийн платформын тусламжтайгаар сая сая хэрэглэгчдэд хүргэх боломжтой гэдгээрээ онцлог байна.

Подкаст анх АНУ-д үүссэн ч одоо олон оронд тархжээ. Эдүгээ дэлхий даяар 600 сая шахам хүн подкастыг идэвхтэй сонсож байна. Зөвхөн АНУ-д подкастыг 129.9 сая хүн тогтмол сонсож байна. Подкаст сонсдог нийт хүмүүсийн 61.6 хувийг шинэ үеийнхэн болох millennials болон generation-үүд эзэлж байгаа зэргээс харахад подкаст нь залуучуудын өргөн хэрэглээ болжээ.

Залуучуудын дунд подкаст өргөн хүрээнд тархаж буй нь дараах учир шалтгаантай гэж үзэж болохоор байна. Үүнд:

Хүртээмжтэй байдал. Хэн ч өөрийн сонирхсон дурын сэдвээр ямар ч форматыг бараг бүх платформуудаас татан авч сонсох боломжтой.

Энгийн хэрэглээ. Сонирхогч гүйлтийн дасгал хийх, ажилдаа явах, ирэх, түгжрэлд зогсох, хол замд жолоо барьж явах, гэр орноо цэвэрлэх гээд ямар ч үед подкастыг сонсох боломжтой.

Олон платформуор дамждаг.Подкастуудыг YouTube, Spotify, Google Podcasts, Pocket Casts, Yandex.Music, VKontakte, PodFM болон бусад маш олон платформ дээр үзэж сонсох боломжтой.

Бүтээхэд хялбар байдал. Сургуулийн сурагчаас эхлээд жирийн иргэн хэн ч зохиогч байж болно [1].



График 1. Подкастын хэлбэрүүд

Подкастын үндсэн форматууд нь: Аудио блог, ярилцлага, ток шоу, дугуй ширээний яриа, хөтлөгчдийн шууд яриа, дуу хөгжим байгаа юм. Эдгээрээс хамгийн

түгээмэл формат нь аудио блог, ярилцлага, хөтлөгчийн шууд яриа байдаг.

Өнөөдөр АНУ болон Их Британи зэрэг сонсогч ихтэй орнуудад тогтмол явуулдаг алдартай подкастууд олон байна. Тухайлбал,

АНУ-д

- 1.Жои Роганы туршлагууд
- 2.Clooles podcast
- 3.Такер Карлсоны шоу
- 4.Ер бусын явдлууд
- 5.Муудсан манго

Их Британид:

- 1.Үүнээс бусад нь улс төр
- 2.Пол Брансонтой ярилцах хэрэгтэй
- 3.Жо Роганы туршлагууд
- 4.Стивен Бартлетын өдрийн тэмдэглэл зэргийг нэрлэж болно. Эдгээр нь подкаст сонирхогчдын хамгийн их хандалттай блогуудаар тодорсон бөгөөд залуучуудын сонсох дуртай контент болжээ.

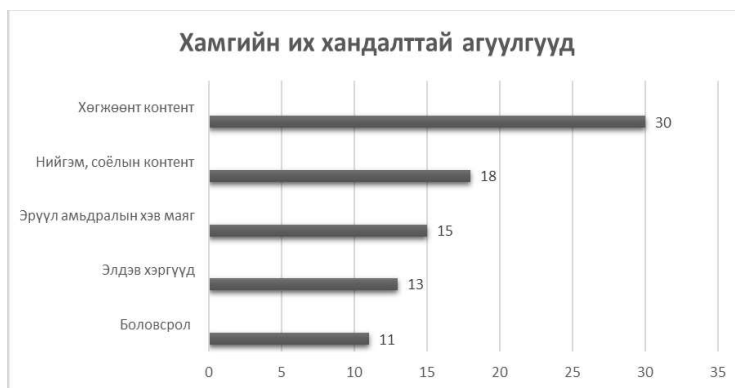


График 2. Хандалтын байдал

Дээрх графикаас харахад залуучууд хөгжөөнт болон цэнгээнт контентыг хамгийн их сонсдог болох нь харагдаж байна. Тэрчлэн нийгэм, соёлын агуулгатай аудио контент хандалт сайтай байна. Харин улс төрийн сэдэвтэй контент эхний 5-д ороогүй байгааг залуучууд улс төрийн асуудлыг төдийлөн сонирхдоггүй гэдгээр тайлбарлаж болох юм.

Цахим эриний үеийнхний нэг онцлог бол технологийн аливаа шинэчлэл хамгийн амархан дасан зохицдог, шинэ технологийн шийдлийг тэр дор нь хүлээн авдаг зэрэг давуу байдал нь подкастыг өргөн хэмжээнд хэрэглээ болоход нь гол түлхэц болжээ. Подкаст сонсогчдын дийлэнх нь 18-34 насныхан байгаа юм. АНУ-д 12-оос дээш насны хүн амын 47% нь сард дор хаяж нэг удаа сонсдог. Эдгээр насныхны

сонсогчдын тоо 2020-37%, 2023-42%, 2024-47% болж өсөж байна [2].

Долоо хоногт 1 цаг подкаст сонсдог үзэгчдийн тоогоор Өмнөд Африк тэргүүлж байна. Тус орны хүн амын 68 хувь нь сонсдог бол Саудын Араб 59 хувь, Индонези 57 хувиар удаалж байна.

2023 онд дэлхий даяар контент үзэгчдийн тоо 506.9 сая байсан бол 2024 онд 546.7 сая болж өсчээ. Харин энэ 2025 онд энэ тоо 584.1 сая, 2026 онд 619.2 сая, 2027 он гэхэд 651.7 саяд хүрнэ гэж тооцоолж байна



График 3. Подкаст сонсогчдын тоон өсөлт

Подкаст нь залуучуудын мэдээлэл авах хамгийн түгээмэл арга болох төдийгүй, цаашид хэрэглэгчдийн тоо эрчимтэй нэмэгдэх төлөв харагдаж байна. Үүнээс үзэхэд подкаст нь иргэний сэтгүүл зүйн шинэ хандлага болох нь тодорхой байна.

Сонирхдог сэдвийн тухайд хүйс, наснаас ихээхэн хамаардаг байна. Тухайлбал, хөгжөөнт болон цэнгээнт, бүтээлч байдал, кино урлагийн салбарын контентыг залуучууд ихэвчлэн сонсдог бол аж төрөхийн ухаан, эрүүл ахуй, уламжлалт эмчилгээ, фермерийн болон таримал ургамлын тухай мэдээллийг ахмад настнууд ихэвчлэн сонсдог. Yandex Music-ийн статистик мэдээллээс харахад үзэгчдийн дийлэнх нь шинэ зүйл сурч, хөгжихийн тулд подкаст сонсдог [3] гэжээ.

Дээрх диаграммаас үзэхэд YouTube сувгаар хамгийн их хандалт хийдэг болох нь харагдана. Үүний дараа Spotify, удаалаад Apple Podcasts бичигджээ. Подкастын аудио бичлэгийг байршуулах платформууд дотор Google Podcasts, Yandex.Music, SoundCloud платформууд ч өндөр нэр хүндтэй байр эзэлж байна. Тухайлбал, Spotify гэхэд 205 мянган видео контент бүхий сантай. Тус платформ өнөөдрийг хүртэл 170 сая хандалт аваад байгаа юм.

Бид Улаанбаатар хотод амьдардаг залуучуудын дунд Google forms болон анкетын асуулга ашиглан судалгаа хийсэн. Google forms-ын судалгаанд нийт 31 хүн, анкетын асуулгад нийт 25 хүнийг хамруулсан. Эдгээр асуулгын үр дүн ерөнхийдөө ойролцоо байсан тул бид зөвхөн Google forms-ын судалгааны үр дүнг энд ашигласан болно. “Та подкастын хэрэглэгч үү?” гэсэн асуулгад судалгаанд оролцогчдын 80.6 хувь нь “тийм” гэсэн хариулт өгчээ. Үүнээс харахад манай сошиал хэрэглэгчид подкастыг сайн мэддэг, бас идэвхтэй хэрэглэгч гэдэг нь харагдав.

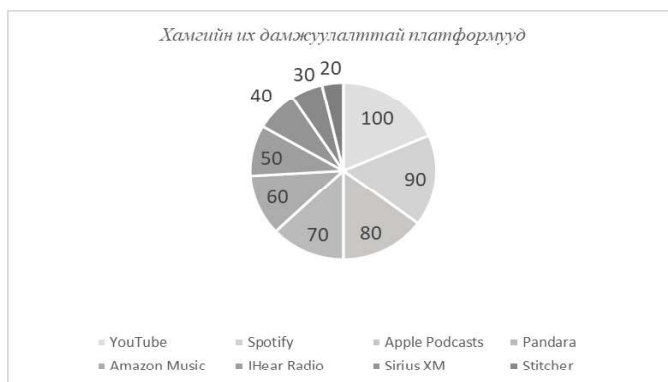


График 4.Хамгийн их дамжуулалттай платформууд

4.Та подкастын хэрэглэгч үү?

31 responses

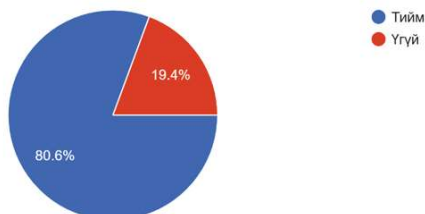


График 5. Монгол дахь подкаст хэрэглэгчдийн байдал

Судалгаанд оролцогчдын насны байдлыг авч үзэхэд нийт хэрэглэгчдийн 46.7 хувь нь 26-35 насны залуучууд байна. Харин 20 хувь нь 15-25 насныхан байгаа юм. Нийтэд нь авч үзвэл хэрэглэгчдийн 66.7 хувь нь 15-35 насныхан байна. Эндээс подкаст бол залуучуудын хэрэглээ гэдэг нь харагдана. Тэдний сонирхол, хэрэгцээнд энэхүү мэдээллийн шинэ арга аль хэдийнэ нэвтэрсэн гэж үзэж болохоор байна.

Манай подкаст зохиогчдын контент агуулгыг авч үзэхэд ихэвчлэн өөрсдийн үзэл бодол, тодорхой асуудлаар байр сууриа илэрхийлэх, эсвэл улс төрийн нөлөөлөгчдийн гол хэрэгсэл болгож буй нь харагдаж байна. Тухайлбал, “Ideree Ariunaa” подкаст ихэвчлэн улс төр, бизнесийн сэдвийг сонирхож буй үзэгчдэд зориулагдсан байдаг. Түүний мөнгө санхүүгийн ашигтай зөвлөгөө, хэрхэн санхүүгийн эрх чөлөөнд хүрсэн тухай хувийн туршлага, мөнгөн хуримтлал үүсгэх тухай түүний ашигтай зөвлөгөөнүүд, улс төр, эдийн засгийн бодлогыг задлан шинжилсэн блогууд нь маш их хандалттай, зөвхөн залуучууд төдийгүй, улс төрчид, энгийн дунд насныхны сонирхлыг ихээхэн татдаг. Подкаст хөтлөгч А.Идэрбат

эдүгээ 500 мянга орчим дагагчтай гэж мэдээлдэг.

1. Таны нас
30 responses

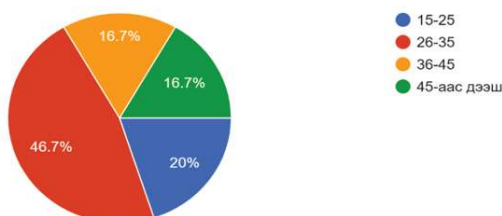


График 6. Монгол дахь подкаст сонсогчдын насны байдал

Тэрчлэн Р.Gantulga-ын “GanGan”, зохиолч, найруулагч С.Баярсайханы “Цус цэвэр, нэр цэвэр”, Ү.Амарбатын “Man”, “Хөх тэнгэр” радиогийн “Хөх тэнгэр” зэрэг тогтмолжсон видео контентууд байна. Мөн “GAMEDAY”, “LITTLE MOM”, эдийн засагч Т.Баярхүүгийн өөрийн нэрээр нэрлэсэн “Төмөрдөшийн Баярхүү”, өмгөөлөгч Л.Батжав, “Аmaгаа Аmaгаа” гээд маш олон контент бүтээгчид залуучуудын идэвхтэй хандалтыг авах болжээ.

Подкастын үргэлжлэх хугацаа дунджаар 30 минутаас 1 цаг юм. Үргэлжлэх хугацаа нь форматаас хамаардаг.

Хүмүүс подкастаас юу хүсдэг вэ?

- Юу болсон талаар мэдээлэл авах
- Эргэн тойрон дахь ертөнцтэй танилцах
- Шинэ хообий, амжилттай яваа хүмүүсийг туршлагыг сонсох
- Ер бусын адал явдлыг үзэх
- Эрүүл мэндийн сайн зуршил, эрүүл амьдралын хэв маяг
- Мэргэжилтний зөвлөгөө
- Хөгжилтэй яриа, ер бусын хошигнол зэргийг сонсох үзэх хүсэлдээ хөтлөгдөн подкастыг сонгодог байна.

Нийт подкаст сонсогчдын ашиглаж байгаа хэрэгслийг авч үзвэл:

Mobile Phone-70%, Computer/Laptop-12%, TV -7%, Tablet-5%, Smart speaker-5% байна. Өөрөөр хэлбэл, нийт хэрэглэгчдийн 70 хувь нь ухаалаг гар утас, дараа нь таблет, PC, Laptop ашигладаг нь харагдаж байна.

Подкастыг байнга сонсож үзэх нь үзэгч сонсогчийг бэлэнчлэх сэтгэлгээнд сургах, аливаа зүйлийн учрыг тунгаан бодохоос зайлсхийхэд хүргэж болох юм. Нөгөө талаар подкастыг бүтээгчид нь янз бүрийн боловсролтой, төрөл бүрийн мэргэжлийн хүмүүс байгаа учраас сэдвийн хувьд олон янз байх боловч, агуулгын чанар, тайлбарлах процессын түвшин янз бүр байгаа юм.

Подкаст бүтээгчид нь мэргэжлийн бус тул мэдээлэл нь үнэн бодитой байх, баримтаар нотлогдсон байх, хүлээн авагчийн хэрэгцээ шаарлагыг хангасан байх гэх мэт сэтгүүл зүйн наад захын шаардлагыг хангахгүй байгаа зэрэг дутагдлууд анзаарагдлаа.

Дүгнэлт

Хүссэн хүн бүр зөөврийн компьютер, iPod эсвэл ухаалаг гар утас ашиглан интернэтээс татаж аван сонсох боломжтой аудио болон видео форматын шинэ медиа сегмент болох подкаст нь иргэний сэтгүүл зүйн шинэ хандалга болох нь дараах байдлаар нотлогдож байна. Үүнд:

-Шинэ үеийнхэн болох millennials болон Z generation үеийнхэн мэдээллийг ихэвчлэн дэлгэцээр хүлээн авдаг бөгөөд визуаль богино мэдээлэл тэдний мэдээлэл харилцааны гол онцлог юм. Өөрөөр хэлбэл, тэд олон тэмдэгтийн орчинд боловсруулсан дүрслэл бүхий мэдээллийг нүдээр үзэж, тархиндаа шууд хүлээн авдаг гэдгээрээ онцлог байна.

-Цахим эриний үеийнхний өөр нэг онцлог бол технологийн аливаа шинэчлэл хамгийн амархан дасан зохицдог, шинэ технологийн шийдлийг тэр дор нь хүлээн авдаг зэрэг давуу байдал нь подкастыг өргөн хэмжээнд хэрэглээ болоход гол түлхэц болжээ.

-Хэрэглэгчдийнхээ мэдээлэл харилцааны дээрх онцлогт зохицсон шинж чанар бүхий контент бэлтгэн түгээж байгаа нь өнөөгийн иргэний сэтгүүл зүйн хувьд хэрэглэгчдийнхээ сонирхол+хэрэгцээг мэдэрч буй хэрэг гэж хэлж болно.

-Подкастаар дамжуулан хэрэглэгч залуу үе тэнгийнхнээ нийгэм, улс төрийн амьдралд татан оролцуулж, санаа бодолд нь нөлөөлөх зорилго нь ч олон нийтийн харилцаа, сэтгүүл зүйн үйл ажиллагааны шинэ үзэгдэл болж байна.

-Өнөө үеийн социал хэрэглэгчид аливаа зүйлийн учрыг олох, оюун дүгнэлт хийхээсээ илүү учрыг товч тодорхой тайлбарласан, мэдээллийг визуаль болон сонсох байдлаар авах хүсэл сонирхолд нийцэж байна гэж үзэж болохоор байна.

-Харин бэлэн тайлбартай мэдээлэл нь үзэгч сонсогчийг бэлэнчлэх сэтгэлгээнд сургах, оюун дүгнэлт хийх, бүтээлчээр сэтгэх, учрыг тунгаан дүгнэлт хийхээс зайлсхийх зэрэгт дасгах муу талтай байж болох юм гэж үзлээ.

Эшлэл

- Болд-Эрдэнэ, Б. (2012). *Интернэт сэтгүүл зүй*. Улаанбаатар.
 Норовсүрэн, Л. (2005). *Иргэний сэтгүүл зүй*. Улаанбаатар.
 Зулькафиль, М. (2013). Мэдээллийн технологи ба уламжлалт сэтгүүл зүй.
МУИС-ийн Эрдэм шинжилгээний бичиг. Сэтгүүл зүй сэтгүүл, 14(393), 17.
 Зулькафиль, М. (2019). *Сэтгүүл зүйн тайлбар толь*. Сэтгүүл зүйн судалгааны
 бүтээлүүд, Боть XIV, 154.
 Katz, E. (1992). The end of journalism. Notes on watching the war. *Journal of Com-*
munication, 42(3), 9 pp.
 Skillbox. (n.d.). *Что такое подкасты, почему они популярны и зачем нужны*
бизнесу. Retrieved December 29, 2025, from <https://skillbox.ru/media/marketing/chto-takoe-podkasty-pochemu-oni-populyarny-i-zachem-nuzhny-biznesu/>
 ConvertMonster. (n.d.). *Что такое подкасты и как использовать в бизнесе и*

жизни. Retrieved December 29, 2025, from <https://convertmonster.ru/blog/marketing-blog/chto-takoe-podkasty-kak-ispolzovat-v-biznese-i-zhizni/>
Cumulus Media. (n.d.). *Podcast stats*. Backlinko.com. Retrieved December 29, 2025, from <https://backlinko.com/podcast-stats>

Summary

Citizen journalism has been developing through digital platforms such as Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok, UB Info, and YouTube, where citizens actively engage in both receiving and disseminating information. This trend significantly enhances public participation in citizen journalism and serves as an important mechanism for individuals to express their views, make their voices heard, and contribute to the dissemination of information within society.

In the contemporary digital era, members of Generation Z have increasingly adopted diverse means of communication such as reels, blogs, posts, and podcasts to both disseminate and consume information. These platforms enable individuals to express their personal opinions and share innovative and insightful content with broader audiences.

This paper specifically focuses on podcasts as a form of audio and video communication. It aims to examine the underlying factors contributing to the growing prominence of podcasts as a major medium for information dissemination in today's social media landscape. Furthermore, the study seeks to identify the distinctive characteristics of podcasts and to analyze their strengths and limitations as a tool for modern communication.

Keywords: Podcast, reel, audio blog, digital platform, video, infographic visualization, multimedia environment, citizen journalism.