

## РОЛЬ ПОДКАСТОВ И ДРУГИХ МЕДИАФОРМАТОВ В PR

Муроддилова Дилшода <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Студент факультета международной журналистики  
УзГУМЯ

Д.Х.Аминова <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Научный консультант: д.ф.н(DSc)

### ИНФОРМАЦИЯ О СТАТЬЕ

### АННОТАЦИЯ:

#### ИСТОРИЯ СТАТЬИ:

*Received: 11.01.2025*

*Revised: 12.01.2025*

*Accepted: 13.01.2025*

*Подкаст-это новый формат передачи информации который более подробно и детально помогает передать информацию, ведется диалог с несколькими людьми на заданную тему.*

#### КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

*Медиаформаты помогают сблизиться с целевой аудиторией, показать свою экспертность, повысить лояльность и доверие к бренду, заработать на рекламе и партнерских коллаборациях.*

#### ВВЕДЕНИЕ.

Подкаст-это новый формат передачи информации который более подробно и детально помогает передать информацию, ведется диалог с несколькими людьми на заданную тему. Медиаформаты помогают сблизиться с целевой аудиторией, показать свою экспертность, повысить лояльность и доверие к бренду, заработать на рекламе и партнерских коллаборациях. Статья посвящена изучению подкаста как нового медийного формата предъявления контента и механизма взаимодействия PR в медиасреде.

В отличие от радио, подкасты публикуются только в интернете. Радио круглосуточное, а подкасты длятся в среднем от пяти минут до двух часов. Можно найти подкаст на нужную тему и послушать во время поездки на машине — это удобнее, чем ждать любимую программу по радио всю неделю. В подкасты тоже верили с самого начала, но было неясно, как их монетизировать. Решение придумали в Apple: подкасты добавили в платный сервис iTunes. С тех пор спрос на подкасты растёт: по данным «Яндекса», за последние пять лет интерес к подкастам вырос в четыре раза, а число слушателей превысило 10 миллионов. Большинству из них от 18 до 34 лет.

По данным Skillbox.ru по нескольким аспектам можно понять “Почему люди выбирают подкасты?”

**\*Удобно слушать и заниматься другими делами.** Неудобно готовить и читать статью одновременно, а послушать подкаст — в самый раз.

**\*Доступно.** В некоторых случаях когда вы не хотите прочитать полную версию книги можете просто послушать подкаст где все объяснили коротко, но при этом понятно может передать суть книги.

**\*Развлекательно.** Есть подкасты на тему хобби-спорт, компьютерные игры, чтение, рисование, вязание и др.

**\*Помогает изучить тему.** Разные темы для бизнеса, материнства, психологии, работы и также саморазвития.

Таким образом, подкасты становятся важным инструментом в PR и не только, благодаря своей уникальной способности строить доверительные отношения с целевой аудиторией. Подкасты дают возможность компаниям и личным брендам рассказать свои лучшие стороны, историю и достижения которые легко воспринимаются аудиторией. Привлекают разнообразную аудиторию особенно молодых, активных пользователей, которые ценят удобство и мобильность этого формата. Бренды используют подкасты для нативной рекламы, приглашения экспертов или клиентов, укрепляет доверие к продуктам и услугам.

Подкасты в PR — это мощный канал для построения репутации, укрепления доверия и расширения влияния бренда. Они идеально подходят для тех, кто хочет не просто привлечь внимание, но и глубоко вовлечь аудиторию.

**Список использованной литературы:**

- 1.Skillbox.ru- Что такое подкасты,почему они популярны и зачем нужны бизнесу?  
<https://skillbox.ru/media/marketing/что-такое-podkasty-pochemu-oni-populyarny-i-zachem-nuzhny-biznesu/>
- 2.КиберЛенинка- Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды. <https://cyberleninka.ru/article/n/podkast-kak-novyy-format-publichnoy-kommunikatsii-v-usloviyah-tsifrovoy-mediasredy>
- 3.Workspace.ru- Современный маркетинг:как использовать подкастинг  
<https://workspace.ru/blog/sovremennyy-marketing-kak-ispolzovat-podkasting/>
- 4.Nazim, B. (2024). THE USE OF FACT-CHECKING INSTRUMENTS IN ENHANCING MEDIA LITERACY. MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS, 1(2), 440-444.
- 5.Nazim, B. (2024). ENHANCING INFORMATION SECURITY THROUGH IMPROVED MEDIA LITERACY MODULES. MODERN EDUCATIONAL SYSTEM AND INNOVATIVE TEACHING SOLUTIONS, 1(3), 235-239.
- 6.Ziyodullayeva, K., & Bo'ronov, N. (2024). FAKE NEWS AND THEIR ROLE IN PROPAGANDA MATERIALS. Развитие и инновации в науке, 3(8), 55-57.
- 7.Бўронов, Н. (2022). МЕДИАТАЪЛИМ ФЕЙК МАЪЛУМОТЛАРГА ҚАРШИ ҚАРШИ МЕДИСАВОДХОНЛИКНИ ОШИРУВЧИ ВОСИТА СИФАТИДА. RESEARCH AND EDUCATION, 1(6), 241-250.
- 8.Khumora, Z., & Nazim, B. R. THE ROLE OF THE INTERNET IN THE SPREAD OF FAKE INFORMATION.
- 9.Назирова, З. Р. (2021). ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА СТУДЕНТАМ ВЕТЕРИНАРНОГО ВУЗА НА ОСНОВЕ ИКТ. Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, 1(3), 629-633.
- 10.Kenjaboev, S. (2023). THE PROBLEM AND SOLUTION OF USING ENGLISH LANGUAGE TEACHING TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL COMPETENCIES OF VETERINARY STUDENTS. Science and innovation, 2(B7), 159-165.