

HABER İÇERİKLERİNİN SUNUMUNDA PODCAST YAYINCILIĞI

Duygu DUMANLI KÜRKÇÜ
İstanbul Arel Üniversitesi, Türkiye
duygukurku@arel.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-3425-2826>

Göktürk YILDIZ
Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
gokturk.yildiz@kocaeli.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0001-6113-0077>

Rezal KOÇ
İstanbul Kültür Üniversitesi, Türkiye
rezalkoc@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3014-9159>

<i>Atf</i>	Dumanlı-Kürkçü, D., Yıldız, G. ve Koç, R. (2022). Haber İçeriklerinin Sunumunda Podcast Yayıncılığı. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 12 (4), 940-953.
------------	---

ÖZ

İletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler birçok alanda olduğu gibi habercilik alanında da radikal değişiklikleri beraberinde getirmiştir. İçinde bulunduğumuz dijital çağda habercilik pratikleri, habercilik türleri, vatandaşların haber tüketim alışkanlıkları ve tercihleri de hızla değişmektedir. Günümüzde iletişim teknolojilerinin alternatif bir dijital habercilik türü olarak ortaya koyduğu podcast yayınları giderek yaygınlaşmaktadır. Çalışmada podcast yayıncılığın doğasını, haberciliğe olan katkılarını, haber mecrası olarak etkinliğini, Türkiye’de gazeteciler ve haber platformları tarafından yapılan podcast haberciliğinin yansımalarını incelemek amaçlanmıştır. Bu bağlamda çalışma kapsamında haber takipçilerinin en çok dinlediği MedyaScope, Kısa Dalga, Ünsal Ünlü ve Nevşin Mengü tarafından hazırlanan podcastler 1 Haziran ila 30 Haziran 2022 tarihleri arasında kategorisel sınıflandırma ve içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre gazeteciler tarafından hazırlanan podcast programlarının medya platformları tarafından yayınlanan podcast programlarına göre yayın süresi bakımından daha uzun olduğu ve kategori bakımından ülke gündemine ilişkin gelişmeleri daha fazla konu aldığı belirlenmiştir. Türkiye’de medya platformları tarafından üretilen podcast yayınlarının podcast haberciliğine özel olarak üretilmeden ilgili platformun radyo içeriği ya da YouTube içeriğinden türetildiği belirlenmiştir. Bu bağlamda ülkemizde podcast yayınlarının nitelik açısından yetersiz olduğu görülmektedir. Ancak gazeteciler tarafından hazırlanan podcast yayınlarının birincil kaynak içerik kullanılarak ilgili mecraya özel üretilmesi ve bu türden podcast yayınların artması podcast haberciliğinin geleceği açısından umut vericidir.

Anahtar Kelimeler: *Podcast, İletişim Teknolojileri, Podcast Yayıncılığı, Podcast Haberciliği, Alternatif Habercilik.*

NEWS CONTENT PRESENTATION IN PODCAST BROADCASTING

ABSTRACT

Advancements in communication technologies have brought about radical changes in the field of journalism as well as in many other fields. In today's digital era, journalistic practices, types of journalism and citizens' news consumption habits and preferences are also changing rapidly. Today, podcasts, which communication technologies have introduced as an alternative type of digital journalism, are becoming increasingly widespread. This study aims to examine the nature of podcasting, its contributions to journalism, its effectiveness as a news medium and the reflections of podcast journalism by journalists and news platforms in Turkey. In this context, within the scope of the study, the podcasts by *MedyaScope*, *Kısa Dalga*, *Ünsal Ünlü* and *Nevşin Mengü*, which are most listened to by news followers, were analyzed between June 1st, 2022 and June 30th, 2022 by means of categorical classification and content analysis methods. According to the findings of the study, podcasts produced by journalists were longer in terms of broadcasting time compared to the podcasts produced by media platforms and featured more content on recent developments in the country. Furthermore, the podcasts produced by media platforms in Turkey were derived from the radio content or YouTube content of the relevant platform without being produced specifically for podcast journalism. In this context, it can be concluded that podcasts in Turkey are insufficient in terms of quality. However, it is promising for the future of podcast journalism that podcasts prepared by journalists are produced specifically for the relevant medium by using primary source content and that such podcasts are increasing.

Keywords: *Podcast, Communication Technologies, Podcast Broadcasting, Podcast Journalism, Alternative Journalism.*

GİRİŞ

Dijital çağın beraberinde getirdiği iletişim teknolojileri, bireylerin enformasyona zaman ve mekân gözetmeksizin hızlı biçimde ulaşabilmelerine; elde ettikleri bilgilere yönelik kendi fikir ve görüşlerini aktarabilmelerine, enformasyon kaynağı ya da diğer kullanıcılarla etkileşim kurabilmelerine, bilgiye ulaşma alışkanlıklarında değişimlere neden olmuştur. Akıllı telefonlar ya da mobil cihazlar sayesinde bireyler bilgiye, güncel gelişmelere hızlı biçimde, istedikleri zaman istedikleri yerden kolayca ulaşabilmektedirler. Yeni iletişim teknolojileri sahip olduğu özellikler ile haber tüketicileri için birçok alternatif haber platformu sunmaktadır. Yeni medyanın hizmete sunduğu alternatif habercilik pratiklerinden biri de podcast yayınlardır.

İçinde bulunduğumuz dijital çağda medya kurumları, medya platformları ya da gazeteciler, takipçilerine düz yazıdan oluşan haberler yerine ses ve nadiren video dosyalarının bulunduğu haber içeriklerini RSS, internet vb. teknolojiler aracılığı ile MP3 player, iPod ve akıllı telefon gibi taşınabilir cihazlarla takipçilerin kullanımına sunmaktadır.

Günümüzde bireylerin farklı kategorilerdeki gelişmelere ilişkin bilgi edinme, eğlenme, haberdar olma gibi birtakım ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla spor, sağlık, teknoloji, yaşam, magazin, kültür-sanat, eğitim, ekonomi, siyaset gibi birçok alanda gerek medya platformları gerekse gazeteciler tarafından podcast yayınları hazırlanarak haber takipçileriyle internet üzerinden paylaşılmaktadır. Türkiye'de Anadolu Ajansı ve TRT gibi kamu yayıncılarının yanı sıra MedyaScope, Kısa Dalga, Medyapod, Bloomberg HT Podcast, Dünya Podcast, Trend Topic, Aposto Radyo, Açık Radyo, Ntv Radyo, AhvalPod, Fox Haber gibi habercilik platformları, Ünsal Ünlü, Nevşin Mengü, Nilay Örnek, Sevan Nişanyan, Mirgün Cabas, Özgür Mumcu ve Eray Özer gibi bağımsız gazetecilerden oluşan podcast yayıncıları bulunmaktadır (Budak, 2022:3). Bu bağlamda Türkiye'de önemi ve yaygınlığı giderek artan podcast yayınlının alternatif bir habercilik platformu olarak incelenmesi, haberciliğe olan katkılarının ve etkilerinin ele alınması, Türkiye'de podcast haberciliğinin mevcut durumu ve geleceği ile ilgili yapılan araştırmalar önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye'deki podcast yayıncılığının haberciliğe olan katkıları, haber mecrası olarak etkinliği incelemektedir. Türkiye'de bağımsız gazeteciler ve haber platformları tarafından yapılan podcast haberciliğinin yansımaları analiz edilmektedir. Çalışma kapsamında *MedyaScope*, *Kısa Dalga*, *Ünsal Ünlü* ve *Nevşin Mengü* tarafından 1-30 Haziran 2022 tarihleri arasında hazırlanan podcastler kategorisel sınıflandırma ve içerik analizi yöntemiyle incelenmektedir. Araştırma yöntemi belirlenirken Carvalho, Aguiar ve Maciel (2009) tarafından ortaya konan kategorisel sınıflandırma modelinin versiyonu kullanılmış, haber kategorileri temel alınarak podcast haber içeriklerinin içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Böylece Türkiye'de podcast haberciliğinin mevcut durumu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma temelde iki bölümden oluşmaktadır: İlk bölümde podcast yayıncılığı, podcast yayınlarının kategorisel olarak sınıflandırılması, alternatif bir haber mecrası olarak podcast yayıncılığı ve podcast haberciliğinin ele alındığı teorik çerçeve, ikinci bölümde ise elde edilen bulguların açıklandığı, analiz edildiği ve tartışıldığı araştırma kısmı bulunmaktadır.

PODCAST YAYINCILIĞI VE KATEGORİSEL OLARAK SINIFLANDIRMASI

Apple firması tarafından üretilen *iPod* ile yayıncılık anlamına gelen *broadcasting* sözcüklerinin birleşiminden meydana gelen podcast kavramı, Reuters Enstitüsü Dijital Haber Raporu tarafından indirilebilen veya abone olunabilen epizodik bir dizi dijital ses dosyası olarak tanımlanmaktadır (Newman, 2019). Bonini (2015: 21) podcast yayıncılığını; radyo, yayınevi, gazete, eğitim kurumlarında çalışan geleneksel editörler, bağımsız radyo yapımcıları, gazeteciler, sanatçılar ya da amatör bireyler tarafından üretilen, kullanıcılar tarafından taşınabilir MP3 çalar, iPod, akıllı telefon ve bilgisayar gibi araçlar üzerinden erişilen ses dosyaları olarak tanımlamaktadır.

Podcast yayıncılığı 2004 yılında ABD'de Adam Curry ve blog dünyasının yaratıcı ismi Dave Winer'ın katkılarıyla geliştirilmiştir (Doyle, 2019). 2005 yılında kurumsal ve bireysel podcast yayınları başlamış ve Apple iTunes ile birlikte 2015 yılında yaygınlaşmıştır (Bottomley, 2015; aktaran Budak, 2022: 4). RSS (Really Simple Syndication), kullanıcıların iPodder gibi *podcatcher* adı verilen yazılımlarla podcast yayınlarına abone olmasını sağlamasına rağmen süreç hantal ve karmaşıktı. Kullanıcıların ses dosyalarını indirmek ve abone olmak için podcastlerin depolandığı dizinler aracılığıyla ilgili podcasti bulması, RSS bağlantılarını kopyalayarak podcatcher yazılımına yapıştırması ve son olarak oynatmak için cihaza indirmesi gerekmektedir. Ayrıca indirilen podcastlerin de sunucularda saklanması gerekiyordu. Bu nedenle de podcast yayıncılarına depolama ve RSS beslemelerini yönetme gibi hizmetler sunan şirketler 2004 yılı itibarıyla kurulmuştur. 28 Haziran 2005'te ise Apple CEO'su Steve Jobs ses dosyalarına kolay erişim yeteneğini ön plana çıkardığı iTunes 4.9'un piyasaya sürüldüğünü duyurarak podcast yayıncılığında önemli bir dönüm noktası oluşturmuştur (Çil, 2021: 29). Sullivan'a göre (2019: 2) iTunes 4.9'un podcastlerinin mobil cihazlardan kolayca dinlenmesini sağlayan yapısı, podcastleri milyonlarca potansiyel dinleyici kitleyle tanıştırmakta ve kültürel bir ana akıma dönüştürmektedir. iTunes sürüm 4.9'u duyuran açılış konuşmasında Steve Jobs'un podcastlere olan tutkusu amatör içerik üreticileri yerine büyük radyo yayıncıları, ağ yayıncıları, dergiler, gazeteler, Disney, Procter&Gamble, Ford ve General Motors gibi büyük şirketlerin içeriğiyle bağlantılıydı. Bu kurumsal içerik sağlayıcılardan gelen içeriklere iTunes'da önemli bir yer verilmiştir ve bu da tüketicilerin içerikleri daha kolay keşfetmesini ve erişmesini sağlamıştır (Sullivan, 2019: 3). 2010'lu yılların ortalarından itibaren podcast yayıncılığı, dijital yayıncılık platformları üzerinden yapılmaya başlanmış ve dijital platformların etkileşime imkân veren yapısı kullanıcıları, içerik üreticilerini, dağıtıcıları bir araya getirmiştir. Bu bağlamda platform odaklı yayıncılık, podcast yayıncılığının gelişip yaygınlaşmasında önemli bir yer tutmaktadır.

Newman (2019), podcast yayıncılığının ortaya çıkması itibarıyla podcast yayın kategorileri içerisinde haberlerin ve yaşam tarzı şovlarının en çok indirilen kategori olduğunun altını çizerek her geçen gün podcast dinleyicisi sayısının ve yayın türlerinin çeşitlenerek arttığını belirtmiştir. Bu çalışmada en çok indirilen kategorilerden biri olan haber kategorisi ele alınmıştır. Türkiye'de gazeteciler ve haber platformları tarafından yapılan podcast yayınlarının haberciliğe yansımaları irdelenmiştir.

Bu çalışma yönteminde temel alınan Carvalho, Aguiar ve Maciel tarafından ortaya konan podcast yayıncılığı sınıflandırmasının altı boyutu aşağıda detaylarıyla açıklanmaktadır (Carvalho, Aguiar ve Maciel, 2009: 134):

-İçerik Türü (Type): Podcast yayınları içerik bakımından bilgilendirici (informative), değerlendirme/yorumlar (feedback/comments), yönergeler (guidelines) ve otantik materyaller (authentic materials) olmak üzere dört türde ele alınmaktadır:

Bilgilendirici: Podcast yayınına konu olan kavramların dinleyicileri bilgilendirmek için açıklanması, konuya ilişkin yapılan analiz ve sentezlerin açıklanması, araç veya gereçlerin tanımları, konuya ilişkin kuramsal çalışmaların alıntılar aracılığıyla aktarılması, belgelerin açıklanarak dinleyicilerin bilgilendirilmesi.

Değerlendirme/Yorumlar: Eleştirel bakış açısı ile podcast konusu hakkında podcast üreticisinin ya da davetli uzman konunun görüşleri, değerlendirmeleri ve yorumlarının aktarılması.

Yönergeler: “Podcast konusuna ilişkin dinleyicilerin de pratik edebileceği rehber ve yönergeler, tarif içerikleri, nasıl yapabilirim?” sorusunun yanıtları, grup dinamiği oluşturma ve yansıtıcı öğrenme ile ilgili öneriler.

Otantik materyaller: Podcast konusu ile ilgili alanında uzman kişilerle yapılan röportajlar, özel haberler, radyo programları gibi içerikler.

-Araç: Araçlar kendi içinde; ses tabanlı podcast, video tabanlı podcast, RSS video podcast beslemesi, YouTube podcasti, spotify podcasti olarak ayrılmaktadır.

Ses Tabanlı Podcast: Sadece ses dosyalarından oluşan podcast yayınlarıdır. Podcastler içerisinde ses podcasti en yaygın ve en popüler olan türdür. Podcast üreticilerine düşük maliyetle, basit ekipmanlarla görselliğin psikolojik baskısından uzak olarak içerik üretme ve yayınlama imkânı sunması nedeniyle tercih edilmektedir.

Video Tabanlı Podcast (Vodcast): Bir video podcast, genellikle bir veya daha fazla sunucunun mikrofonlarla konuşmasını içeren bir dizi podcasttir. Video podcast diğer bir deyişle vodcast olarak da ifade edilmektedir. Eğer ses ile yakalanmış bir ekran ise buna screencast denir (Edirisingha vd., 2008). Video podcast (vodcast) kavramı üç farklı format için kullanılmaktadır:

RSS video podcast beslemesi: Apple Podcasts gibi podcast uygulamalarında oynayabilir.

YouTube podcasti: Genellikle bir ev sahibi podcast üreticisi ve davetli konuk konuşmacıları mikrofonlarda panel biçiminde gösterir.

Spotify video podcasti: Yalnızca Spotify’ya yüklenen ayrı bölümlerden oluşan video içeriği.

-Podcast Yayın Süresi/Uzunluğu (Length): Yayın süresine göre podcastleri üç türe ayrılmaktadır: Kısa podcastler; yayın süresinin bir ila beş dakika olduğu podcastlerdir. Orta uzunluktaki podcastler; yayın süresinin altı ila 15 dakika olduğu podcastlerdir. Uzun podcastler; yayın süresinin 15 dakikadan daha uzun sürdüğü podcastlerdir.

-Podcast Yayıncılığı (Author): Podcast üreticisinin ilgili içeriği kendi bilgi ve görüşleri ile aktarması; bireysel podcast üreticisinin davetli konuklar ile (iki kişiden fazla olacak biçimde) içerik paylaşması; çoklu, podcast yayınında içeriklerin yerel topluluk, temsilciler ve uzmanlar tarafından aktarılması da toplulu olarak podcast yayıncılığıdır.

-Podcast Yayın Stili (Style): Yayın stili yayın içerikleri aktarılırken benimsenen resmiyet derecesi ile ilgilidir. Kurumsal yayın içerikleri podcast üreticisinden ziyade bağlı bulunan kurum kimliği ve

kültürüne, kurumun yayın politikasına uygun olarak resmi üslupta paylaşıldığı içeriklerdir. Bireysel yayın içerikleri; podcast yayın üreticisinin biçim ve üslup bakımından daha özgür olduğu, gayri resmi dilin hâkim olduğu, dinleyicilerin ilgisini canlı tutabilmek amacıyla podcast üreticisinin doğaçlama yayın yaptığı, kendi görüşlerini, deneyimlerini arkadaşça, sohbet havasında aktardığı içeriklerdir.

-Podcast Yayın Amacı (Purpose): Podcast yayın konusuna ilişkin dinleyicilerde farkındalık ve duyarlılık oluşturmak, haberdar etmek, bilgilendirmek, eleştirmek, bir konuyu/olayı ve gelişmeyi detaylı biçimde birçok yönü ile analiz etmek, fikir ve bilgi paylaşımında bulunmak, değerlendirmek, yorumlamak, motive etmek, eyleme geçirmek, yansıtıcı öğrenme sağlamak vb. gibi amaçları içermektedir.

ALTERNATİF HABER PLATFORMU OLARAK PODCAST YAYINCILIĞI

Günümüzde dijital haberciliğin yapıldığı ve haber tüketicileri tarafından ilgiyle takip edilen alternatif platformlardan birisi podcast haberciliktir. Podcast haber yayınlarının herkese açık ve ücretsiz olması, zaman ve mekân sınırlılığı olmadan takipçilerine istedikleri tematik ve niş içeriklere ulaşma imkânı tanınması bakımından bireyler bilgi edinmek, gündemi takip etmek, haberdar olmak gibi amaçlarla haber tüketim tercihlerinde de her geçen gün gerek medya platformları tarafından gerekse de bağımsız gazeteciler tarafından hazırlanan podcast haber yayınlarını takip etmektedir.

Habercilik alanında üretilen podcastler, radyo yayınları gibi naklen yayın yapmak yerine ilgili ses dosyalarının kaydedilerek bireylerin istedikleri zaman dinlemesine imkân tanıyacak biçimde hazırlanmaktadır. Böylece bireyler, araba sürerken ya da çoklu görev yaparken gündeme ilişkin haber içeriklerine haber podcastleri sayesinde ulaşabilmektedir. Podcast yayınlarının sesli formatta olması, herkesin kolaylıkla erişebileceği donanımlar ile hazırlanabilmesi yani giriş maliyetinin düşük olması, amatör bireylerin seslerini geniş kitlelere duyurabilmesinin önünü açmaktadır. Böylece podcast yayıncılığı ile yapılan habercilik pratikleri, katılımcı gazeteciliğe ve yurttaş haberciliğe yakınlaşmaktadır.

Bu bağlamda Reuters'ın 2019 yılı raporu (Reuters Institute Digital News Report 2019), ana akım haber kuruluşları tarafından oluşturulan podcast sayısının küresel olarak Ocak-Ekim 2019 arasında %32 arttığını göstermiştir (Newman ve Gallo 2019). Berry (2015), podcast formatının yalnızca ses, web ve mobil cihazları birleştirmedeğini, aynı zamanda yerleşik medya endüstrisi uygulamalarına meydan okuyarak yıkıcı bir teknoloji olarak hareket ettiğini belirtmiştir. Lindgren'e (2016) göre ise podcastler geleneksel haber formatlarının yerini almasa da sosyal medya platformları tarafından giderek daha fazla bulandırılan bir alanda gazeteciliğin erişimini genişletmektedir. Lindgren (2016), kurgusal olmayan anlatı podcastlerinin yükselişini, ortamın benzersizliğinden kaynaklanan ve daha kişisel hikaye anlatımına izin veren kültürel bir fenomen olarak tanımlamaktadır.

Podcast yayın içerikleri, senaryolu kurgusal şovlardan çözülmemiş gizemlere, röportajlara ve serbest fikir görüş tartışmalarına kadar uzanan çeşitlilikte bir içeriğe sahiptir. Geleneksel medya haber kuruluşları, gündeme ilişkin haber içeriklerine daha fazla bağlam sağlayan epizodik podcast yayınları üreterek ilgili eğlence programlarının başarı ipuçlarını takip etmektedir (Nee ve Santana, 2021: 5).

2002 yılında National Public Radyo tarafından yayınlanan RadioLab, bilimsel ve felsefi nitelikteki konulara odaklanmak için konuşmalı hikâye anlatımını kullanan ilk podcasttir. RadioLab, hem This American Life'a bağlı bir radyo formatı hem de bir podcast versiyonu olmasına rağmen, yapımcılar Spinelli ve Dann'a (2019), formatın daha gayri resmi doğası nedeniyle podcast ile daha fazla özgürlük aldıklarını ifade etmişlerdir. Spinelli ve Dann, RadioLab'ın podcastinin başarısını, konuşma düzenleme, iyi geliştirilmiş bir anlatı, sahne ayarı ve dramatik gerilim gibi ağır üretim değerlerine ve bunların hepsini ortak sunucular ve uzmanlarla samimi bir sohbet biçiminde paylaşılmasını bağlamaktadır (Nee ve Santana, 2021: 6). 2014 yılında NPR araştırmacı gazetecilik üzerine hazırlanan gerçek suç podcasti *Serial* podcast yayıncılığının sağladığı olanakları çeşitli biçimlerde kullanmaktadırlar (Spinelli ve Dann,

2019). Ayrıca 2017 yılında New York Times, artık gazetesinin hedef kitesini aşan ve insanları Times web sitesine çeken *The Daily* haber podcastini yayınlamıştır.

The New York Times, BBC, NPR, iHeartMedia gibi geleneksel medya kurumları, geleneksel mecralarının yanı sıra podcast formatında da içerik üretmeye ve yayınlamaya başlayarak podcast akımına dâhil olmuşlardır. BBC, NPR gibi bu alanda öncü konumda olan kurumların yanı sıra The Washington Post, The Economist, The Financial Times, The Guardian gibi gazeteler de kendi podcastlerini üretmeye başlamıştır (Yücel, 2020: 1308).

Podcast yayıncılığı Türkiye’de de gelişmekte olan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Amerika, İngiltere gibi ülkelerle kıyaslandığında sayısı az olsa da Türkiye’de podcast yayıncılığı giderek popüler hale gelmektedir. Özellikle Covid-19 pandemi süreci ve sonrasında podcast yayınlarının Türkiye’de giderek popüler hale geldiği bilinmektedir. Türkiye’de müzikten radio tiyatrosuna, romanların seslendirilmesinden röportaj kayıtlarına kadar geniş yelpazeli podcast içeriklerine sahip TRT içerikleri bu alanda öncü olarak gösterilmektedir (Çaylak, Sevin ve Karaahmetoğlu, 2021).

Geleneksel medya kurumları hem genç nesil ile etkileşim kurmak hem de dijital içerik platformlarına yönelik içerikler üreterek bu platformlarda varlığını sürdürebilmek, kurum imajını güçlendirmek gibi amaçlarla ilgili mecraları kullanmaktadırlar. Ayrıca bağımsız gazeteciler de tematik ve niş alanlara yönelik görüş, öneri, yorum ve değerlendirmelerini podcast yayıncılığında eşik beklentilerinin filtrelerine takılmadan özgürce paylaşabilmektedirler.

ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, yeni bir alternatif medya olarak hayatımıza giren, etkinliği ve yaygınlığı her geçen gün artan podcast yayıncılığın doğasını, haberciliğe olan katkılarını, haber mecrası olarak etkinliğini ve Türkiye’de gerek gazeteciler gerekse de haber kurumları tarafından podcast aracılığı ile yapılan dijital haberciliğin yansımalarını irdelemektir.

Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Bu bağlamda çalışma kapsamında haber takipçileri tarafından en çok dinlenen MedyaScope, Kısa Dalga, Ünsal Ünlü ve Nevşin Mengü tarafından hazırlanan podcastler 1 Haziran ila 30 Haziran 2022 tarihleri arasında kategorisel sınıflandırma ve içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Bu araştırmanın yöntemi Carvalho, Aguiar ve Maciel tarafından 2009 yılında ortaya konan podcast sınıflandırma sistemi temel alınarak ve bu sisteme yeni geliştirmeler eklenerek gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda Carvalho, Aguiar ve Maciel’in geliştirdiği sınıflandırma yöntemine ek olarak podcast yayınlarının ortalama yayın süreleri, podcast yayınlarında bir haberin ortalama süresi, program başına düşen haber sayısının haber kategorileri bazında dağılımı, program başına düşen haber sayısının haber kategorileri dağılım oranları, program başına düşen haber sayısının haber kategorilerindeki süre dağılımı çalışmanın yazarları tarafından eklenmiştir. Bu bağlamda geliştirilen yöntemin güncel olması ve araştırmaya uyarlanabilirliği hususları dikkate alınarak podcast programları kategorisel sınıflandırma ve içerik analizi yöntemi ile irdelenmiştir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yayınlanan ve takipçilerine haber içeriği sunan podcastler oluşturmaktadır. Ancak evrenin tümünü gözlemlemek zaman ve bütçe kısıtları nedeniyle mümkün olmamaktadır. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemiyle evreni iyi temsil ettiği öngörülen ve haber takipçileri tarafından en çok dinlenen (Marketing Türkiye, 2022) gazeteciler tarafından hazırlanan iki podcast (Ünsal Ünlü, Nevşin Mengü) ve medya platformları tarafından yayınlanan iki podcast (MedyaScope-Güne Başlarken, Kısa Dalga) örneklem grubu olarak belirlenmiştir. Analiz sonucunda MedyaScope tarafından yayınlanan; Dip Çizgi, Spektrum, Ve Fakat programları aktif yayın yapmadıkları için Gomaşinen ve Hafta Sonu Yazıları ise gündem takibi konusunda günceli yansıtmadığı

için değerlendirme dışında kalmıştır. Bu bağlamda çalışma kapsamında; “Ünsal Ünlü”, MedyaScope tarafından yayınlanan “Güne Başlarken”, “Kısa Dalga Podcast”, “Nevşin Mengü Soruyor” olmak üzere toplam dört podcast programı irdelenmiştir.

Araştırmanın Bulguları

Gazeteci Ruşen Çakır tarafından 20 Ağustos 2015’te kurulan MedyaScope bünyesinde *Dip Çizgi*, *Gomaşinen*, *Güne Başlarken*, *Hafta Sonu Yazıları*, *Spektrum*, *Ve Fakat* olmak üzere altı podcast yayını bulundurmaktadır. *Dip Çizgi*; Efecan Yavaşgel, Togan Karataş ve Orçun Onat Demiröz tarafından basketbol maç karşılaşmaları ve basketbol takımlarının, sporcularının, koçlarının performans değerlendirmelerinin yapıldığı niş ve dikey basketbol sever kitleye hitap eden tematik spor haberciliği podcast programıdır. *Spektrum*, Medyascope’un her hafta dünya gündemini meşgul eden bir konunun detaylarıyla incelendiği bir podcast programıdır. Sema Kızılarlan ve Cemalettin Taşçı ile hazırlanan sadece üç bölüm yayınlanan *Ve Fakat* podcast programı dış politika ve iç politikaya ilişkin gelişmelerin değerlendirildiği bir programdır. *Dip Çizgi*, *Spektrum*, *Ve Fakat* podcastleri aktif olarak içerik üretmediği için değerlendirmeye dâhil edilmemiştir. Gazeteci Ruşen Çakır tarafından yayınlanan *Gomaşinen* ve *Hafta Sonu Yazıları* podcast programlarının haftalık yayın yapması ve zaman zaman gündem dışı içeriklere sahip olması nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır.

Bu bağlamda güncel olarak yayınlanan, haber takipçilerine günlük gelişmelere, haberlere ilişkin içerikler sunan dört podcast programı çalışma kapsamında analiz edilmiştir. Podcast programları incelenirken çalışma yöntemini oluşturan Carvalho, Aguiar ve Maciel’in öne sürdüğü sınıflandırma şablonunun dışında da söz konusu yayınlar bazı kriterlere göre sınıflandırılmıştır. Çalışma kapsamındaki podcast haber yayınlarının içerikleri haber kategorileri dağılımı sayıları ve süreleri (dk) temel alınarak da içerik analizi yöntemiyle irdelenmiştir.

Aşağıdaki Tablo 1’de çalışma kapsamında incelenen podcast programlarının yayıncı adı, podcast adı, yayın başlangıç tarihi, yayın sayısı, yayın periyodu ve yayına hazırlayanların bilgileri yer almaktadır.

Tablo 1. Podcast yayınlarının adı, ilk yayın tarihi, yayın sayısı, periyodu, hazırlayan adları

Yayıncı Adı	Podcast Adı	İlk Yayın Tarihi	Yayın Sayısı	Yayın Periyodu	Yayına Hazırlayanlar
Ünsal Ünlü	Unsal Unlu	8.05.2020	929	Günlük (günde iki)	Ünsal Ünlü
MedyaScope	Güne Başlarken	14.06.2021	221	Günlük	Gamze Elvan
Kısa Dalga	Kısa Dalga Podcast	11.12.2019	1020	Günlük	Demet Bilge Erkasap
Nevşin Mengü	Nevşin Mengü Soruyor	21.02.2022	14	Haftalık	Nevşin Mengü

Gazeteci Kemal Göktaş’ın kurucusu ve genel yayın yönetmeni olduğu, haber ağırlıklı ve bağımsız bir podcast platformu olmayı hedefleyen Kısa Dalga Podcast, Aralık 2019 yılında yayın hayatına başlamıştır. Çalışma kapsamında incelenen podcast programları içerisinde en eski yayın geçmişine sahip olması ve haber takipçilerine günlük periyotta içerik sunması nedeni ile en yüksek yayın sayısına sahiptir. Yayın sayısı bakımından Kısa Dalga Podcast’i ikinci sırada gazeteci Ünsal Ünlü tarafından hazırlanan ve aynı zamanda yayıncısının adını taşıyan *Unsal Unlu* programı 929 yayın sayısı ile yer almaktadır. Benzer şekilde *Unsal Unlu* podcast programının ikinci en eski yayın tarihine sahip olması ve günlük hatta zaman zaman günde iki kere program sunmasının da yayın sayısının yüksek olmasında katkısı bulunmaktadır. Bu bağlamda yayın başlangıç tarihinin geçmişe dayanması ve günlük olarak yayınlanan podcastlerin program sayılarının diğerlerine kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir.

MedyaScope'nin yayınladığı ve Gamze Elvan tarafından hazırlanan *Güne Başlarken* programı da 221 yayın sayısı ile üçüncü sırada yer almaktadır.

Uzun yıllar Trend Topic programının sunuculuğunu yapan Nevşin Mengü tarafından hazırlanan *Nevşin Mengü Soruyor* podcast programı ise yayın başlangıç tarihinin yakın zamana dayanması ve haftalık olarak içerik paylaşması nedeniyle yayın sayısı bakımından son sırada yer almaktadır.

Güncel olarak hazırlanan podcast yayınlarının periyoduna bakıldığında; günlük, haftalık, iki haftalık, aylık olarak haber takipçileriyle bulunduğu görülmektedir. Ünsal Ünlü tarafından hazırlanan *Unsal Unlu* podcast programının günde iki kez yayın yaptığı görülmektedir. İçerik açısından incelendiğinde ise ilgili yayınlardan birinin *Gazetelerin Yazdıkları-Yazamadıkları* adlı podcast programında Ünlü, ulusal gazetelerin birinci sayfalarında yer alan haber içeriklerini kendi kişisel görüşleri doğrultusunda yorumlayarak takipçilerine aktarmaktadır. Diğer podcast programında ise dosya haber olarak bir haberi ele alarak ilgili habere ilişkin değerlendirmelerini paylaşmaktadır.

Çalışma kapsamında ele alınan podcast yayınlarının ortalama yayın süreleri Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Podcast yayınların ortalama yayın süreleri

Podcast Adı	Ortalama Yayın Süreleri
Unsal Unlu	Günde iki podcast: 68 dakika ve 24 dakika
MedyaScope Güne Başlarken	11 dakika
Kısa Dalga Podcast Bülten	10 dakika
Nevşin Mengü Soruyor	60 dakika

Podcast programlarının ortalama yayın süre dağılımına baktığımızda *Unsal Unlu* programının *Gazetelerin Yazdıkları-Yazamadıkları* adlı yayını ortalama 68 dakika ile en uzun yayın süresine sahip olduğu görülmektedir. *Nevşin Mengü Soruyor* programı ortalama 60 dakika ile ikinci sırada yer alırken, MedyaScope tarafından yayınlanan *Güne Başlarken* programı ile Kısa Dalga Podcast Bülten birbirine benzer şekilde 10-11 dakika gibi orta uzun olarak tanımlanan sürede yayın yaptıkları dikkat çekmektedir. Ayrıca *Unsal Unlu* programında dosya haber olarak bir olayı ele aldığı yayınların ortalama 24 dakika orta uzunlukta olduğu saptanmıştır.

Tablo 3. Podcast yayınlarında bir haberin ortalama süresi

Podcast Adı	Ortalama Haber Süresi (dk)
Unsal Unlu	2,83
MedyaScope Güne Başlarken	0,64
Kısa Dalga Podcast Bülten	0,5
Nevşin Mengü Soruyor	20

Çalışmada incelenen podcast programlarında bir haberin ortalama yayın sürelerinin yer aldığı Tablo 3'de elde edilen bulgulara göre *Nevşin Mengü Soruyor* adlı podcast programında yer alan bir haberin ortalama 20 dakika süresince tartışıldığı belirlenmiştir. Bu bağlamda içerik bakımından incelendiğinde ilgili program içerisinde analiz edilen haberler, dosya haber gibi hazırlanmakta ve alanında uzman

davetli konuşmacıların değerlendirmeleriyle konuya ilişkin takipçilere detaylı bilgi paylaşımı yapılmaktadır. *Unsal Unlu* programında ise bir haber ortalama 2,83 dakika boyunca Ünlü tarafından değerlendirilmektedir.

Güne Başlarken ve *Kısa Dalga Podcast Bülten* programlarında ise benzer şekilde haber başına yaklaşık yarım dakika süre ayrılmakta, ilgili programların içeriğinde haber takipçilerine güncel haberler gazete başlıklarının sunucu tarafından okunması ile aktarılmaktadır. Programların içerikleri incelendiğinde her iki podcast programında, program sunucusu haber içeriğine kişisel fikir ve görüşünü paylaşmadan sadece bilgi vermek amacıyla haber başlıklarını aktardığı saptanmıştır.

Tablo 4. Program başına düşen haber sayısının haber kategorileri dağılımı

Haber Kategorileri Ortalama Dağılımları	Unsal Unlu	MedyaScope Güne Başlarken	Kısa Dalga Podcast Bülten	Nevşin Mengü Soruyor
Gündem	11,9	5,8	5,2	1,5
Dünya	0,0	3,7	5,9	0,4
Ekonomi	6,8	1,9	4,8	0,6
Spor	0,0	2,0	0,0	0,2
Sağlık	3,2	1,2	0,9	0,0
Hava Durumu	0,0	1,0	0,0	0,0
Kültür-Sanat	0,0	0,0	0,0	0,0
Magazin	2,1	0,0	0,0	0,0
Yaşam	0,0	1,4	3,2	0,3
Toplam	24,0	17,0	20,0	3,0

Podcast program başına düşen haber sayısı incelendiğinde 24 haber içerik paylaşımı ile ilk sırada *Unsal Unlu*, 20 haber paylaşımı ile *Kısa Dalga Podcast Bülten* ikinci sırada yer alırken 17 haber paylaşımı ile *Güne Başlarken* üçüncü sırada yer almaktadır (Tablo 4). Çalışmada *Nevşin Mengü Soruyor* programında ortalama üç haberin incelenmesi dikkat çekmektedir. Bu durum ilgili programda bir haberin alanın uzmanları ile birlikte detaylı biçimde ortalama 20 dakika boyunca tartışılarak aktarılmasından kaynaklanmaktadır.

Programlarda yer alan haber sayılarının haber kategorileri bazında dağılımına bakıldığında ise Gündem kategorisinde en fazla habere ortalama 11,9 ile *Unsal Unlu* yer vermektedir. Sırasıyla 5,8 ile *Güne Başlarken*, 5,2 ile *Kısa Dalga Podcast Bülten* takip etmektedir. Dünya kategorisinde ortalama 5,9 ile en fazla haber içeriğini *Kısa Dalga Podcast Bülten* paylaşırken, ilgili kategoride *Unsal Unlu*'nun haber içeriği paylaşımında bulunmaması dikkat çekmektedir. Bu bağlamda *Unsal Unlu*'nun haber değerlendirmelerinde dış politikaya ilişkin gelişmelere yer vermediğini söylemek mümkündür.

Çalışmada öne çıkan bir diğer nokta ise ekonomi kategorisinde ortalama 6,8 haber paylaşımı ile *Unsal Unlu* ilk sırada yer alırken, 4,8 haber paylaşımı ile *Kısa Dalga Podcast Bülten* ikinci sırada yer almaktadır. Spor kategorisinde *Unsal Unlu* ve *Kısa Dalga Podcast Bülten* programlarının haber içeriği paylaşmaması dikkat çekmektedir. Hava durumu kategorisinde sadece *Güne Başlarken* programı haber içeriği paylaşımı yapmaktadır. Benzer şekilde magazin kategorisinde sadece *Unsal Unlu*'nun ortalama 2,1 haber paylaştığı saptanmıştır. Çalışmada dikkat çeken unsurlardan biri ise kültür-sanat haberlerine ilişkin analiz edilen dört podcast programı da takipçilerine haber içeriği paylaşımında bulunmamaktadır.

Tablo 5. Program başına düşen haber sayısının haber kategorileri dağılım oranları

Haber Kategorileri Ortalama Dağılımları	Unsal Unlu	MedyaScope Güne Başlarken	Kısa Dalga Podcast Bülten	Nevşin Mengü Soruyor
Gündem	49,6%	34,1%	26,0%	50,0%
Dünya	0,0%	21,8%	29,5%	13,3%
Ekonomi	28,3%	11,2%	24,0%	20,0%
Spor	0,0%	11,8%	0,0%	6,7%
Sağlık	13,3%	7,1%	4,5%	0,0%
Hava Durumu	0,0%	5,9%	0,0%	0,0%
Kültür-Sanat	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Magazin	8,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Yaşam	0,0%	8,2%	16,0%	10,0%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Her bir podcast programında yayınlanan haber sayılarının haber kategorileri bazında dağılım frekansı analiz edildiğinde *Unsal Unlu* (%49,6) ve *Nevşin Mengü Soruyor* (%50) programlarının yaklaşık yarısının gündem kategorisinde haber içeriği paylaşması dikkat çekmektedir (Tablo 5). Bu bağlamda gazeteciler tarafından hazırlanan podcast program içeriklerinde ağırlıklı olarak ülke gündeminde yer alan haberlere ilişkin içeriklerin haber takipçileriyle paylaşıldığını söylemek mümkündür. Diğer taraftan *Kısa Dalga Podcast Bülten* programında yayınlanan haber içeriklerinin %29,5'i dünya kategorisinde olması, haber takipçilerine dış politika haberlerini ağırlıklı olarak aktarması dikkat çekmektedir. *Unsal Unlu* programında dünya kategorisinde haber içeriği paylaşılmaması dikkat çekmektedir. Benzer şekilde ilgili programda spor, hava durumu, kültür-sanat ve yaşam haber kategorilerinde de haber paylaşımı yapılmazken magazin kategorisinde haber paylaşımı yapan tek podcast programı olması çalışmanın dikkat çeken unsurlarından biridir.

Güne Başlarken programı takipçilerine hava durumu haberleri aktaran tek program olduğu görülmektedir. İlgili programda kültür - sanat ve magazin haberlerine yer verilmediği görülmüştür. Ekonomi kategorisinde *Unsal Unlu* %28,3 ile ilk sırada yer alırken sırasıyla %24 ile *Kısa Dalga Podcast Bülten*, %20 ile *Nevşin Mengü Soruyor* ve son olarak %11,2 ile *Güne Başlarken* yer almaktadır. Spor kategorisinde sadece *Güne Başlarken* ve *Nevşin Mengü Soruyor* programlarının haber aktarması dikkat çekmektedir.

Haber kategorileri frekans dağılımları irdelendiğinde genel olarak gündem, ekonomi, dünya, sağlık kategorilerine ilişkin haberler ağırlıklı olarak paylaşılırken spor, hava durumu, kültür-sanat ve magazin türlerinde haber içeriklerinin az sayıda yayınlandığı ya da hiç yayınlanmadığı belirlenmiştir.

Tablo 6. Program başına düşen haber sayısının haber kategorilerindeki süre dağılımı

Haber Kategorileri Dağılımlarının Ortalama Süreleri (dk)	Unsal Unlu	MedyaScope Güne Başlarken	Kısa Dalga Podcast Bülten	Nevşin Mengü Soruyor
Gündem	33,7	3,8	2,6	30,0
Dünya	0,0	2,4	3,0	8,0
Ekonomi	19,3	1,2	2,4	12,0
Spor	0,0	1,3	0,0	4,0
Sağlık	9,1	0,8	0,5	0,0
Hava Durumu	0,0	0,6	0,0	0,0
Kültür-Sanat	0,0	0,0	0,0	0,0
Magazin	5,9	0,0	0,0	0,0
Yaşam	0,0	0,9	1,6	6,0

Program başına düşen haber sayılarının haber kategorileri bazındaki süre dağılımları incelendiğinde (Tablo 6); *Unsal Unlu* programının yaklaşık 34 dakikasını gündem, 20 dakikasını ekonomi, yaklaşık 10 dakikasını sağlık ve 6 dakikasını magazin haberlerine ayırdığı görülmüştür. *Unsal Unlu* ve *Nevşin Mengü Soruyor* programlarının gündem kategorisinde en az 30 dakika haber içeriği aktardığı saptanmıştır. Bu durumun her iki podcast program yayın sürelerinin uzun olmasından kaynaklandığını ve takipçileri gündeme ilişkin detaylı bilgilendirme amacıyla yayın yaptıklarını söylemek mümkündür. *Güne Başlarken* ortalama 11 dakikalık program süresinin yaklaşık dört dakikasını (3,8 dk) gündem, yaklaşık iki buçuk dakikasını dünya haberlerine ayırmıştır. Spor (1,3 dk) ve ekonomi (1,2 dk) haberleri birbirine yakın sürede yayınlanmıştır.

Kısa Dalga Podcast Bülten ortalama 10 dakikalık program süresinin üç dakikasını dünyadaki gelişmelere yönelik haberlere ayırırken yaklaşık iki buçuk dakikasını gündem haberlerine ayırması dikkat çekmektedir.

Nevşin Mengü Soruyor ortalama bir saat süren program süresince dosya haber olarak belirlediği gündeme ilişkin haberi yarım saat paylaşırken yaklaşık 12 dakika ekonomi, 8 dakika dünya, 6 dakika yaşam ve 4 dakika spor haberlerine ilişkin içerik sunduğu belirlenmiştir.

Çalışmada dikkat çeken nokta; gazeteciler tarafından hazırlanan podcast programlarının medya platformları tarafından yayınlanan podcast programlarına göre daha fazla ülke gündemine ilişkin gelişmeleri konu aldığını, alan uzmanlarını davet ederek uzman görüşleri doğrultusunda dosya haber niteliğinde haberi detaylarıyla yorumlayarak takipçilere aktardığı belirlenmiştir.

Medya platformlarının podcastleri olan *Güne Başlarken* ve *Kısa Dalga Podcast Bülten* gerek yayın süreleri gerekse de haber kategorilerinin süre dağılımı bakımından birbirine benzerlik göstermektedir. Her iki podcast yayını da haber tüketicilerine yaklaşık 10 dakika içerisinde güncel gelişmelere dair haber başlıklarını özet biçimde aktarmaktadır.

Tablo 7. Podcast yayınlarının içerik türü, içerik amacı, içerik üretici ve yayın stili

Podcast Adı	İçerik Türü	İçerik Amacı	İçerik Üreticisi	Yayın Stili
Unsal Unlu	Değerlendirme/ Yorum	Bilgilendirmek, Bir olayı analiz etmek, Fikir ve Bilgi Paylaşımında Bulunmak, Harekete Geçirmek	Bireysel	Bireysel
MedyaScope/Güne Başlarken	Bilgilendirici	Bilgilendirmek, Haberdar Etmek	Bireysel	Kurumsal
Kısa Dalga Podcast/Bülten	Bilgilendirici	Bilgilendirmek, Haberdar Etmek	Bireysel	Kurumsal
Nevşin Mengü Soruyor	Değerlendirme/ Yorum	Bilgilendirmek, Bir olayı analiz etmek, Fikir ve Bilgi Paylaşımında Bulunmak	Çoklu	Bireysel

Çalışma kapsamında analiz edilen podcast yayınlar içerik türü açısından incelendiğinde (Tablo 7), gazeteciler tarafından hazırlanan *Unsal Unlu* ve *Nevşin Mengü Soruyor* programlarının haber içeriklerine yönelik olarak program üreticisinin ve davetli uzman konukların habere ilişkin fikir, görüş, değerlendirme ve yorum içeriği paylaştığı, medya platformu tarafından hazırlanan *Güne Başlarken* ve *Kısa Dalga Podcast Bülten* programlarının ise daha çok haber başlıklarının okunarak haber takipçilerini bilgilendirici ve haberdar edici yayın yaptıkları saptanmıştır.

Podcast yayınları içerik amaçları açısından incelendiğinde ise *Unsal Unlu* ve *Nevşin Mengü Soruyor* programlarının habere konu olan olayı, gelişmeyi analiz ettiği, ilgili olaya ilişkin kişisel görüşleri ya da uzman görüşlerini paylaşarak fikir paylaşımında bulunarak takipçileri bilgilendirme amaçlı yayın yaptıkları saptanmıştır. *Güne Başlarken* ve *Kısa Dalga Podcast Bülten* programlarında ise ulusal basında yer alan haber başlıkları program sunucusu tarafından okunarak haber takipçilerini bilgilendirmek ve haberdar etmek amaçlı yayın yaptıkları belirlenmiştir.

İçerik üreticisi bakımından incelendiğinde *Unsal Unlu*, *Güne Başlarken* ve *Kısa Dalga Podcast Bülten* programlarının *bireysel* olarak hazırlandığı görülürken sadece *Nevşin Mengü Soruyor* programının *çoklu* olarak diğer bir ifadeyle program süresince birden fazla kişi tarafından içerik aktarıldığı gözlenmiştir. Çalışmada, *topluluk* tarafından üretilen herhangi bir podcast yayına rastlanmamıştır.

Nevşin Mengü Soruyor programının içerik üreticisinin *çoklu* olan yapısı, ilgili programın her sayısına alanında uzman konukların davet edilerek Mengü ile söyleşi ve röportaj şeklinde yayın akışına sahip olmasından kaynaklandığı saptanmıştır. Podcast programına davet edilen konuk profilleri incelendiğinde konukların gazeteci, akademisyen, ekonomist, siyaset bilimci, bürokrat, yazar, milletvekili, avukat, tarihçi vb. gibi uzmanların yorum ve değerlendirmeleriyle gündeme ilişkin olay ve gelişmelerin derinlemesine tartışıldığı, fikir, görüş, tedbir ve çözüm önerilerinin yer aldığı saptanmıştır. Podcast programların yayın stili incelendiğinde ise gazeteciler tarafından hazırlanan (*Unsal Unlu* ve *Nevşin Mengü Soruyor*) programların *bireysel* olarak hazırlandığı görülürken medya platformlarının podcastleri olan *Güne Başlarken* ve *Kısa Dalga Podcast Bülten* programların *kurumsal* olduğu yani bir medya yapısı altında oluşturulduğu görülmüştür. Ülkemizde özellikle gazeteci kökenli kişilerin daha çok *bireysel* olarak podcast içerik üretimi ile takipçilerine kişisel görüş ve fikirleri ile birlikte haber aktarması son yıllarda giderek artmaktadır.

SONUÇ

Yeni iletişim teknolojilerinin beraberinde getirdiği dijitalleşme çağında gazetecilik pratikleri ve vatandaşların haber tüketim alışkanlıkları da hızla değişmektedir. Bu bağlamda gazetecilerin, medya platformlarının ve haber kurumlarının çalışma biçimleri, haber yayma pratikleri, haber yayma mecraları, haber takipçi profilleri, takipçilerin haber tüketim tercihleri ve beklentileri değişkenlik göstermektedir. İçinde bulunduğumuz dijital çağda medya kurumları, medya platformları ya da gazeteciler, takipçilerine düz yazıdan oluşan haberler yerine ses ve nadiren video dosyalarının bulunduğu haber içeriklerini RSS, internet vb. teknolojiler aracılığı ile MP3 player, iPod ve akıllı telefon vb. taşınabilir cihazlar ile kullanımına sunmaktadır.

Günümüzde dijital haberciliğin yapıldığı ve haber tüketicileri tarafından ilgiyle takip edilen alternatif mecralardan birisi de podcast haberciliktir. Podcast haber yayınlarının herkese açık ve ücretsiz olması, zaman ve mekân sınırlılığı olmadan takipçilerine istedikleri tematik ve niş içeriklere ulaşma imkânı tanınması bakımından vatandaşlar bilgi edinmek, gündemi takip etmek, haberdar olmak gibi amaçlarla haber tüketim tercihlerinde de her geçen gün gerek medya platformları tarafından gerekse de bağımsız gazeteciler tarafından hazırlanan podcast haber yayınlarını takip etmektedir.

Yeni bir alternatif medya olarak hayatımıza giren, etkinliği ve yaygınlığı her geçen gün artan podcast yayıncılığın doğasını, haberciliğe olan katkılarını, haber mecrası olarak etkinliğini ve Türkiye’de gerek gazeteciler gerekse de haber platformları tarafından yapılan podcast haberciliğinin yansımaları irdelenmiştir.

Çalışmada elde edilen bulgulara göre gazeteciler tarafından hazırlanan podcast programlarının, medya platformları tarafından yayınlanan podcast programlarına göre yayın süresi bakımından daha uzun olduğu ve kategori bakımından ülke gündemine ilişkin gelişmeleri daha fazla konu aldığı belirlenmiştir. Gazeteciler tarafından hazırlanan podcast programlarında, alanında uzman kişileri davet ederek onlarla sohbet ve röportajlar gerçekleştirilerek uzun olan yayın süresine rağmen dinleyicilerin ilgisini canlı tutacak biçimde gerçekleştirildiği gözlenmiştir. Bu bağlamda ilgili programlarda uzman görüşleri doğrultusunda dosya haber niteliğinde haber içerikleri detaylarıyla yorumlanarak takipçilere aktarılmaktadır.

Medya platformlarının podcastleri olan *Güne Başlarken* ve *Kısa Dalga Podcast Bülten* gerek yayın süreleri gerekse de haber kategorilerinin süre dağılımı bakımından birbirine benzerlik göstermektedir. Her iki podcast yayını da haber tüketicilerine yaklaşık on dakika içerisinde güncel gelişmelere dair haber başlıklarını özet biçimde aktarmaktadır.

Haber kategorileri frekans dağılımları irdelendiğinde genel olarak gündem, ekonomi, dünya, sağlık kategorilerine ilişkin haberler ağırlıklı olarak paylaşılırken spor, hava durumu, kültür-sanat ve magazin türlerinde haber içeriklerinin az sayıda yayınlandığı ya da hiç yayınlanmadığı belirlenmiştir.

Çalışmada dikkat çeken noktalardan biri program üreticilerinin cinsiyet dağılımına bakıldığında kadın ağırlıklı olduğu görülmektedir. Ancak aktif olmaması nedeniyle çalışma kapsamına dâhil edilmeyen *Dip Çizgi* podcast program hazırlayanların tamamının erkek olması dikkat çekmektedir. Diğer taraftan içerik üreticisi bakımından *çoklu* olarak diğer bir deyişle program süresince birden fazla kişi tarafından içerik aktarılan tek program olan *Nevşin Mengü Soruyor* programına davet edilen konuklar ile dengeli bir cinsiyet dağılımı bulunduğu belirlenmiştir. Çalışmada, *topluluk* tarafından üretilen herhangi bir podcast yayına rastlanmaması da dikkat çeken diğer bir unsurdur. Türkiye’de medya platformları tarafından üretilen podcastlerin ilgili platformun radyo içeriğinin ya da YouTube içeriğinin aynı şekilde yayınlanması diğer bir deyişle yalnızca podcast haberciliğine özel olarak üretilmeyerek ikinci kaynaklardan üretilen içerik olması ülkemizde podcast yayınlarının bu bağlamda nitelik açısından yetersiz olduğunu göstermektedir. Türkiye’deki podcast haber programları yurt dışı podcast haber programları ile karşılaştırıldığında gerek nitelik gerekse de nicelik ve kategori çeşitliliği bakımından yetersiz olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra gazeteciler tarafından hazırlanan *Unsal Unlu* ve *Nevşin*

Mengü Soruyor program içeriklerinin sadece podcast mecrasına özel olarak birincil kaynak içerik kullanılarak üretilmesi ve bu türden podcast yayınların artması podcast haberciliğin geleceği açısından umut vericidir.

KAYNAKÇA

Berry, R. 2015. A Golden age of Podcasting? Evaluating Serial in the Context of Podcast Histories. *Journal of Radio & Audio Media*, 22 (2), 170–178.

Bonini, T. (2015). The ‘Second Age’ of Podcasting: Reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns Del CAG*, 41(18), 21-30.

Budak, E. (2022). Teknolojik Yeniliklerin Yarattığı Yeni Habercilik Formları Üzerine Bir İnceleme: Türkiye’de Podcast Haberciliği. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1, 1-20.

Carvalho, A. A., Aguiar, C., & Maciel, R. (2009). A Taxonomy Of Podcasts And Its Application To Higher Education. *ALT-C 2009 "Indreams begins responsibility"*, Manchester, pp: 132-140.

Çaylak, M., Sevin, S., Karahmetoğlu, C. (2021). Yayıncılığın Yükselen Yıldızı: Podcast. Erişim adresi: <https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/yayinciligin-yukselen-yildizi-podcast-586874.html>

Çil, S. (2021). İşitsel Bir Dijital Medya Türü Olarak Podcast Yayıncılığı. Serdar Çil ve Onur Akyol (Ed.), *Medya ve İletişim Çalışmaları*, (s. 27-47) içinde. İstanbul: Kriter Yayınevi.

Doyle, B. (2019). The first podcast. *TheTilt*. Erişim adresi: <https://www.thetilt.com/content/the-first-podcast>

Lindgren, M. (2016). Personal Narrative Journalism and Podcasting. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14 (1), 23–41.

Marketing Türkiye (2022). En Çok Dinlenen Podcastler Hangileri? <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/en-cok-dinlenen-podcastler/>, Erişim Tarihi: 22.06.2022.

Nee, C. R. and Santana, A. D. (2021). Podcasting the Pandemic: Exploring Storytelling Formats and Shifting Journalistic Norms in News Podcasts Related to the Coronavirus, *Journalism Practice*, pp: 1-19.

Newman, N. (2019). *Podcasts: Who, Why, What, and Where? A report by Flamingo commissioned by the Reuters Institute for the Study of Journalism*. Oxford University.

Newman, N., and N. Gallo. (2019). *News Podcasts and the Opportunities for Publishers. A report by Flamingo commissioned by the Reuters Institute for the Study of Journalism*, Oxford University.

Rebecca C. Nee & Arthur D. Santana (2021): Podcasting the Pandemic: Exploring Storytelling Formats and Shifting Journalistic Norms in News Podcasts Related to the Coronavirus, *Journalism Practice*, pp: 1-19.

Spinelli, M. ve Dann, L. (2019). *Podcasting: The audio media revolution*. Bloomsbury Publishing.

Sullivan, J. L. (2019). The Platforms of Podcasting: Past and Present. *Social Media+Society*, 5 (4), 1-12.

Yücel, R. (2020). Podcast’in Kısa Tarihi: Doğuşu, Yükselişi, Monetizasyonu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7 (2), 1303-1319.