

## **TÜRKİYE’DE HABER PODCASTİ DİNLEME PRATİKLERİ ÜZERİNE NİTELİKSEL BİR ARAŞTIRMA**

Burak YENİTUNA<sup>1</sup>

Gözde KURT<sup>2</sup>

### **ÖZ**

Podcast haberciliğinin gazetecilere sunduğu imkânlar, Web 2.0 teknolojilerinin özgürlükçü, katılımcı ve merkezsiz yapısını doğrudan yansıtmaktadır. Haber podcastleri üzerine daha önceden yapılmış olan bilimsel çalışmalarda, gazetecilerin haber podcastleri sayesinde daha özerk bir alanda gazetecilik yapabildiği vurgulanırken haber podcastlerini dinleyen kişilerin haber tüketim pratiklerini incelemeye yönelik sınırlı sayıda araştırma yapılmış olduğu görülmüştür. Görsel medyanın kolaylıkla erişilebilir olduğu bir dönemde Türkiye’deki dinleyiciler neden haber podcastlerini takip etmektedir? Bu sorudan yola çıkılarak yapılan bu araştırmanın amacı, Türkiye’deki podcast dinleyicilerinin haber podcastlerini dinleme pratiklerinin incelenmesidir. Kartopu örnekleme ile ulaşılan 18-35 yaş arasındaki 15 kişi ile 22 Şubat ile 1 Mart 2022 tarihleri arasında yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda, podcast mecrasının içeriklere ulaşmada erişim kolaylığı sunması nedeniyle dinleyicilerin haberleri öncelikle haber podcastlerinden dinlemeyi tercih ettiği tespit edilmiştir. Çalışmada ortaya çıkan başka bir sonuca göre ise haber podcasti dinleyicileri ana akım medyanın haber içeriklerine güven duymamakta ve haberleri öncelikle sosyal ağlardan takip etmeyi tercih etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Podcast, Podcast Dinleyicileri, Podcast Haberleri, Podcast Gazeteciliği.

## **A QUALITATIVE RESEARCH ABOUT THE NEWS PODCAST LISTENING PRACTICES IN TURKEY**

### **ABSTRACT**

The opportunities offered by news podcasting to journalists directly reflect the libertarian, participatory and decentralized nature of Web 2.0 technologies. When the previous scientific studies on news podcasts were examined, it was emphasized that journalists could do journalism in a more autonomous field thanks to news podcasts, while a limited number of researches were conducted to examine the news consumption practices of people who listen to news podcasts. The aim of this research is to examine the reasons why podcast listeners in Turkey follow news podcasts. As a result of in-depth interviews, it was seen that listeners prefer to listen to news podcasts primarily because of the ease of access of the podcast medium. According to another result of the study, people who follow the news from podcast news do not trust the news content of the mainstream media and prefer to follow the news primarily from social networks.

**Keywords:** Podcast, Podcast News Listeners, Podcast News, Podcast Journalism.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi Burak Yenituna, Beykent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya Bölümü, Orcid: 0000-0003-1499-6665

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi Gözde Kurt, Beykent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya (EN) Bölüm Başkanı, Orcid: 0000-0001-7358-9475

## **Giriş**

Günümüzde yeni medya, gazeteciler için birçok yeni ifade alanı yaratmıştır. Ana akım medya ile kıyaslandığında, dijital mecralar katılıma, üretime ve paylaşımına açık yapılarıyla gazetecilerin özgür ve bağımsız şekilde gazetecilik yapmaları için ihtiyaç duydukları alt yapıya ve koşullara fazlasıyla sahiptir. Son yıllarda Türkiye’de ana akım medyada çalışmak istemeyen veya ana akım medyanın dışında kalan gazetecilerin yoğun ilgi gösterdiği podcast yayıncılığı birçok gazeteci için önemli bir seçenek haline gelmiştir.

Podcast gazeteciliği ana akım medyanın, alternatif medya kanallarının ve herhangi bir kurumdan bağımsız şekilde çalışan gazetecilerin ilgi gösterdiği bir alandır. Bu ilginin altında çeşitli nedenler yatmaktadır. Öncelikle podcast yayıncılığı teknik anlamda kullanışlı ve maliyetlerin son derece düşük olduğu bir alandır. Bununla birlikte katılıma ve paylaşımına açık yapısıyla podcast yayıncılığı yapmak teknik anlamda oldukça kolaydır. Podcast yayını yapmak için gerekli olan teknik ekipmanın maliyeti yüksek değildir ve günümüzde bir akıllı cep telefonu ile dahi podcast yayını yapmak mümkündür. Dolayısıyla podcast yayıncılığı herkese açık ve erişilebilir yapısıyla hem gazetecilerin hem de yurttaş gazetecilerinin tercih ettiği bir seçenek haline gelmiştir. Web 2.0 teknolojilerine bağlı olarak gazetecilerin podcast yayını yapabilmeleri gazetecilik pratiklerine yeni bir boyut kazandırmış ve podcast gazeteciliğinin medya ekosistemi içindeki yeri daha da önem kazanmıştır. Mihajlov Prokopović (2021: 24-25), sosyal medyanın katılıma açık, web temelli, kullanıcı dostu ve sosyal ağ oluşturmaya uygun yapısının aynı şekilde podcast formatında da görüldüğünü vurgulamaktadır. Podcast yayıncılığı sunduğu teknik imkânlarının yanı sıra, daha özgür ve bağımsız şekilde yayın yapmayı sağlamaktadır. Budak (2022: 261), podcast haberciliğinin gazetecilik alanında yarattığı farkları şu şekilde ele almaktadır:

“Kaydedilmiş ses dosyaları ile habercilik, ucuz, kolay ve daha özerk bir duruma gelmekte, zaman kısıtlaması olmaması sebebiyle uzman görüşler ışığında araştırmacı gazetecilik mümkün olmaktadır. Editoryal süreç etkisinde olmadan bağımsız yayıncılar tarafından üretilen içerikler ile özgür bir yayıncılık alanı oluşmakta, podcastin haberciliğe getirdiği bu nitelikler podcast yayıncılığının giderek yaygınlaşmasını sağlamaktadır.”

Podcast yayınlarını, iTunes, Spotify, Castbox, Google Podcasts, Soundcloud vb. birçok farklı podcast servisinin mobil uygulamasından ya da web sitesinden çoğunlukla ücretsiz şekilde dinlemek mümkündür. Podcastlerin bu özelliği sayesinde podcast yayını yapan kişiler, geniş kitlelere ulaşabilmekte dinleyiciler ise istedikleri podcast yayınlarını takip edebilmektedir. Podcast gazeteciliği de tam olarak podcast mecrasının sunduğu teknik imkânları avantaja dönüştürmektedir. Podcast yayıncılığı yapan gazeteciler kendi dinleyici kitlelerini yaratırken podcast dinleyicileri takip etmek istedikleri gazetecilerin yayınlarını çeşitli teknolojik cihazlar aracılığıyla dinlemektedir. Hareketli ve durağan görüntülerin yaygın şekilde kullanıldığı günümüz medya ekosisteminde, dinleyiciler

haberleri takip etmek için işitsel yönü ağır basan haber podcastlerini neden tercih etmektedir?

Bu sorudan yola çıkılarak, çalışmada haber podcastlerini dinleyen kişilere odaklanılmış ve ilgili kişiler ile derinlemesine görüşmeler yapılarak podcast haberlerini dinlemelerinin altında yatan nedenler araştırılmıştır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, Türkiye’de podcast haberlerini takip eden kişilerin haber tüketim pratiklerini incelemektir. Bu amaca uygun olarak çalışmanın ilk bölümünde, podcast mecrasının tarihsel arka planı ve kullanım açısından günümüzdeki önemi ele alınmaktadır. İkinci bölümde, podcast haberciliğine odaklanılarak podcastlerin alternatif medya ekosistemi içindeki konumu üzerinde durulmaktadır. Üçüncü bölümde ise çalışma kapsamında yapılan derinlemesine görüşmelerin bulguları paylaşılmaktadır. Çalışmanın saha araştırmasında, betimsel araştırma yönteminden yararlanılarak toplamda dört hipotez sınanmıştır. Hipotezleri sınamak için oluşturulan sorular ile birlikte toplamda 9 soru 22 Şubat ile 1 Mart 2022 tarihleri arasında 18-35 yaş arasındaki 15 kişiye sorulmuştur. Kartopu örnekleme ile ulaşılan kişilerin ortak noktası, Türkçe haber podcastlerini dinleyen kişiler olmalarıdır. Derinlemesine görüşme yapılan kişilere öncelikle haberleri hangi mecralardan ve hangi medya kuruluşlarından takip ettikleri sorulmuştur. Daha sonra ilgili kişilere, çalışmanın hipotezlerini sınanan dört soru sorulmuş ve bu sorulara verilen yanıtlar bağlamında Türkiye’de haber podcasti dinleyen kişilerin haber tüketim pratiklerinin analizi yapılarak çalışma sonlandırılmıştır.

## **1. Yeni Ortamlar, Yeni Olanaklar ve Podcastlerin Yükselişi**

Dijital çağda yeni medyanın sunduğu olanaklar sayesinde birçok farklı formatta içerik üretmek ve tüketmek mümkündür. Hareketli ve durağan görüntülerin oldukça yaygın olduğu yeni medyada, ağırlıklı olarak işitsel formatta hazırlanan podcastlere olan ilgi de artmaktadır. İşitsel medyaya artan ilginin altında yatan nedenleri irdelemeye başlamadan önce, podcast sözcüğünü kavramsal olarak tanımlamak gerekmektedir. Podcast terimi, Apple firmasının 2000’lerin başında piyasaya sürdüğü taşınabilir müzik çaları iPod ile İngilizcede yayın anlamına gelen *broadcast* sözcüklerinin birleşiminden türetilmiştir (Lindeberg, 2019: 3). Şener (2020: 217), podcasti şu şekilde tanımlamaktadır:

“İnternet’e konan genellikle ses, nadiren video dosyalarının RSS vb. teknolojilerce talep üzerine ancak genelde otomatik olarak indirilmesi/çekilmesi ve genellikle iPod benzeri taşınabilir MP3 player tarzı bir cihazla veya günümüzdeki gibi akıllı telefonlar ile genellikle çevrim dışı olarak dinlenmesine dayanan ve ekseriyetle belli bir periyod dâhilinde seri olarak yayınlanan içeriklerden oluşan iletişim formatı”.

İngiliz gazeteci Ben Hammersley The Guardian gazetesinde 12 Şubat 2004’te yayımlanan makalesinin başlığını, “Audible Revolution” (*Sesli Devrim*) olarak belirlemiştir. “Podcasting” sözcüğünün ilk kez kullanıldığı bu makalenin başlığının işaret ettiği “sesli

devrim” podcast yayınları ile günümüzde gerçekleşmeye başlamıştır. Podcast yayınları aracılığıyla isteyen herkes “sesini duyurabilmekte”, geleneksel medya kanalları ile kıyaslandığında daha özgür ve bağımsız şekilde içerik üretebilmektedir. 2005 yılında Oxford Sözlük tarafından yılın sözcüğü seçilen podcastin geniş kitlelere ulaşması Apple sayesinde olmuştur (Wired Blogs, 2005).

Yücel’in (2020: 1306) podcastler üzerine kaleme aldığı çalışmasında belirttiği gibi “Podcastlerin yaygınlaşmasının ilk adımı Apple’ın podcastlere iTunes üzerinden erişim sağlayan uygulaması ‘Podcast’ler’ modülünün yayınlanmasıyla olmuş ve kullanıcılar daha kolay ve şık bir arayüz ile RSS bildirimcileri üzerinden podcastlere erişmeye başlamışlardır”. RSS, web beslemeleri oluşturmak için kullanılan XML ile yazılan veri biçimidir ve ilk olarak 1990’ların sonuna doğru “Rich Site Summary” (*Zengin İçerikli Site Özeti*) açılımıyla Netscape tarafından geliştirilmiştir (Gülseçen vd., 2010: 788). 2003 yılında son versiyonu RSS 2.0, Dave Winer tarafından geliştirilirken, açılımı “Really Simple Syndication” (*Gerçekten Kolay İçerik Paylaşımı*) olarak değiştirilmiştir (Gülseçen vd., 2010: 788).

Ağırlıklı olarak ses temelli bir içerik ve içerik yayınlama şekli olması nedeniyle sıklıkla radyo yayınları ile karşılaştırılan podcast yayınları, radyodan farklı olarak içerik üretimi ve tüketimi çerçevesinde yayıncılarına ve dinleyicilerine daha fazla özgürlük alanı sağlamaktadır. Podcast yayınlarının otomatik olarak indirilebilen, tüketici tarafından kolayca kontrol edilebilen, taşınabilir olan ve erişime her zaman açık olan yayınlar olması nedeniyle radyo yayınlarına kıyasla teknik alt yapısı ve sunduğu imkânlar ile daha avantajlı konumda olduğu değerlendirilmektedir (Geoghegan ve Klass, 2017: 32). Kaynar (2021: 44), podcast ile radyo arasındaki farkları şöyle aktarmaktadır:

“Podcastler, radyodan farklı olarak mobil dinlenme özelliği, cihazlara indirilerek internet olmadan dinlenebilme ve kullanıcı kontrolünde olması sayesinde avantajlı konumdadır. Podcast yayınları, içerik üreticileri için format, konu, mekân ve süre sınırı olmadan, profesyonel olmayan teknik ekipmanlarla da yapılabilme olanağı sunmaktadır. Geleneksel medya araçlarından ayrılan en önemli noktalardan biri ise belirli bir medya grubuna bağlı olmadan eşik bekçileri ve yasal sınırlılıkları aşarak yayınları dağıtabilme özgürlüğü olmasıdır. Radyolardaki kurumsal sınırlılıklar podcastlerde bulunmamaktadır.”

Podcast yayıncılığının ele alındığı ilk makalelerden birinin yazarı olan Richard Berry 2006 tarihli makalesinde (2006: 155) podcasti radyoya benzeyen bir teknoloji olarak ele alırken, 2016 tarihli makalesinde (2016: 666) podcastin radyodan çok daha farklı özelliklerinin olduğunu ve bu nedenle radyodan farklı bir yerde konumlandırılması gerektiğini belirtmektedir. Berry (2016: 666) radyonun samimi bir kitle iletişim aracı olduğunu ancak podcastin bunu çok daha ileri bir noktaya taşıyarak “aşırı-samimi”

(*hyper-intimacy*) bir yayın türü olduğunu vurgulamakta ve podcast dinleme pratiğinin aşırı-samimi bir yayın türü olmasına ilişkin olarak şunları aktarmaktadır:

“Podcastler samimi bir ortamda (kulaklıklarla), samimi bir iletişim formatında (insan konuşması) dinlenmektedir. Üstelik çoğunlukla, dinleyici kendi ilgi alanını paylaşan topluluklar ya da sosyal medyada ilişkisinin olduğu kişiler aracılığıyla podcastlerden haberdar olur ve sıklıkla podcastler podcast yayını yapan kişinin kendi kişisel alanında veya evinde kaydedilir. Radyo programlarına şans eseri denk gelen radyo dinleyicilerinden farklı olarak podcast dinleyicisi aktif şekilde içeriği arar ve dinlemek için zaman ayırır.”

Günümüzde haber, eğitim, siyaset, eğlence, röportaj ve belgesel vb. birçok farklı alanda hazırlanmış podcast içeriğine erişmek mümkündür. We Are Social ve Hootsuite’in (2021) yayınladığı Digital 2021 raporuna göre, 2021’in ilk çeyreğinde dünyada 16 ile 64 yaş aralığındaki internet kullanıcılarının %44,1’i podcast dinlemiş veya izlemiştir. Yine aynı rapora göre (2021) dünya genelinde çevrimiçi radyo istasyonlarının dinlenme oranı ise %47,1’dir. Bu bağlamda, radyo gibi köklü bir teknoloji ile kıyaslandığında, dünyada günümüzde podcast yayınlarının da geniş ölçekte bir dinleyici kitlesinin olduğu söylenebilir. Reuters Institute’un 2021 raporuna göre podcastler özellikle İrlanda, İspanya, İsveç, Norveç ve Amerika Birleşik Devletleri’nde popülerdir (Reuters Institute: 2021). Söz konusu raporda, Covid-19 salgını döneminde büyük haber kuruluşlarının ve teknoloji platformlarının podcast alanına yatırım yapmalarına rağmen, bu dönemde insanların hareket etme imkânlarının sınırlı olması nedeniyle podcast alanındaki büyümenin yavaşladığı belirtilmektedir (Reuters Institute: 2021). Nielsen’in 2020’de ABD’de yaptığı bir araştırmaya göre, “ağır podcast dinleyicileri” (*heavy podcast listeners*) daha çok evin dışında olduklarında podcast dinlemekte ve araba kullanırken, toplu taşıma aracında seyahat ederken ya da işteyken podcast dinlemektedir.

Türkiye’de podcast yayıncılığına ilişkin verilerin ise oldukça sınırlı olması ile birlikte, Statista’nın dünya genelinde medya kullanım alışkanlıkları üzerine yaptığı araştırma Türkiye’deki podcast dinleme oranlarına da ışık tutmaktadır. Statista’nın Türkiye’de 10-26 Mart 2020 tarihleri arasında yaptığı araştırmaya göre, çeşitli medya hizmetlerini tüketen kişilerin %18’i araştırmanın yapıldığı tarihten önceki son 12 ay içinde podcast yayını, %54’ü ise radyo yayını dinlediğini belirtmiştir (Statista: 2020). Türkiye’deki kişilerin yalnızca %2’sinin sıklıkla podcast dinlediği, %16’sının ise ara sıra podcast dinlediği ifade edilirken, %82’sinin hiç podcast dinlemediği, podcastin ne olduğunu bilmediği ya da bu soruya herhangi bir yanıt vermediği görülmektedir (Statista: 2021).

Ipsos ve Podbee Media’nın (2021) yaptığı araştırmaya göre Türkiye’de podcastin bilinirliği (%11 oranı ile) diğer dijital mecralara göre düşüktür ancak Türkiye’de “Podcast nedir biliyorum ve sıklıkla dinliyorum” diyen yaklaşık 650 bin kişi bulunmaktadır. Bu araştırmaya göre, podcastin ne olduğunu bilen ve ara sıra dinleyenlerin sayısı ise 2

milyona yakındır. Aynı araştırmaya göre podcastin ne olduğunu bilmesine rağmen podcast dinlemeyen 4,5 milyon kişi bulunmaktadır. Bu da Türkiye'de 5 milyona yakın kişinin podcast dinleme potansiyelinin olduğunu göstermektedir. Yine aynı araştırmaya göre Türkiye'de aktif podcast dinleyicilerinin; %31'i yüksek SES (Sosyo-ekonomik statü) grubundayken, %53'ü 25 yaş altındadır ve %43'ü Marmara Bölgesi'nde yaşamaktadır. Bu araştırmada, Türkiye'deki podcast dinleyicilerinin gelir seviyesi yüksek ve genç bir kitleden oluştuğu da belirtilmektedir.

## **2. Yeni Medyada Alternatif Habercilik: Podcast Haberciliği**

Kanada'nın CBC News muhabirlerinden Connie Walker tarafından "*Kayıp ve Öldürülen: Cleo'yu Aramak*" başlığıyla yayınlanan podcast serisinde, Amerikan yerlilerinden olan ailesiyle yaşarken, 1970'li yıllarda çocuk esirgeme görevlileri tarafından alınan ve Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) evlat edinildiği tahmin edilen ancak ortadan kaybolan Cleo'nun akıbeti araştırılmıştır (Birsen, 2021: 91). 2018 yılında gazeteci Walker'ın bir yıllık araştırmaları sonucunda ortaya çıkarılan ve oldukça ilgi gören olay, "*CBC'den Connie Walker'a yardım edin*" sloganıyla dinleyicilerin de katılımı beklenerek devam etmiştir (CBC Listen: 2022). "*Cleo'yu Aramak*" podcast serisini Türkiye'de 1990'lı yıllarda sıklıkla görülen, içinde çokça araştırma ve derinlemesine hayat hikâyesi barındıran haber programlarına benzer bir örnek olarak değerlendirmek mümkündür.

Günümüzde dünya çapında etkinliği olan The New York Times, BBC, The Washington Post, The Guardian gibi gazeteler, çeşitli haber hikâyelerini podcast formatında dinleyicilerine aktarmaktadır. Örneğin, The Guardian'ın kendi bünyesinde oluşturduğu bir ekip ile günlük gelişmeler arasından seçilen haberleri, podcast haber bülteni olarak hazırladığı bilinmektedir (Yücel, 2020: 1308). Lindeberg, (2019: 17) The Guardian'ın bu alandaki üstünlüğünü, 2004 yılından bu yana podcastler ile ilgili yaptığı yatırımlara ve gazetenin mevcut içeriğinin aktarılmasından ziyade podcastler için yeni içerik oluşturmalarına bağlamaktadır.

Temelde dijital ses kayıtları olan podcastlerin, günlük yaşam hikâyelerini ve insanların öznel yaşam deneyimlerini anlatı içinde kullanması dolayısı ile habercilik açısından daha samimi bir format olduğu söylenebilir. Samimiyetinin yanı sıra kimi araştırmacılara göre podcastler, bağımsız sesli hikâye anlatıcılığı olarak da değerlendirilmektedir (McHugh, 2016: 1).

Türkiye'de podcast haberleri üzerine yapılan birçok çalışmada, bu türdeki haber örneklerinin Batı'daki yayınlarla karşılaştırıldığında nitelik ve nicelik açısından yetersiz olduğu yönündedir. Örneğin Amerika, İngiltere ve Avustralya gibi ülkelerde kamu yayıncılığı alanında haber podcastleri örnekleri görmek mümkün iken, TRT'nin ya da Anadolu Ajansı'nın mevcut haberlerini podcast formatına dönüştürmek dışında, bu

platforma dair özel podcast içerikleri hazırlamadığı fark edilmektedir (Budak, 2021: 390). Son birkaç yıldır podcastlerde yapılan değerlendirmelerin genelde editoryal bağımsızlık vurgusuyla gündeme taşındığı görülmektedir. Örneğin, Kapsül adlı podcastin editörü Minez Bayülgen'in "Türkiye'de gazetecilik son yıllarda fazlasıyla baskı altında. Ancak podcast, gazetecilik açısından görece özgür bir alan. Haberci olarak podcastin sunduğu özgürlükten büyük keyif alıyorum" ifadeleri bağımsızlık konusunu gayet iyi özetler niteliktedir (Cuştan: 2021). Gazeteci Nilay Örnek ise podcastlerden bahsederken, "Daha özgürsünüz, şimdilik sansür yok, en azından sansür kafası yok (...) Böyle bir içerik gazeteci için nimet" diyerek aynı noktaya vurgu yapmaktadır (Şener, 2020: 220). Medyapod'tan Sarphan Uzunoğlu ise "Podcast ve benzeri teknolojilerin daha hedefe odaklanmış olmasının (...) özellikle medyaya güvenini tamamen kaybetmiş genç kentli kuşakları" haber içeriğine çekme fırsatı sağladığını düşünmektedir (Sapmaz: 2018).

Günümüz koşullarında podcast haberciliği, gazeteciliği büyük medya şirketleri ve hükümetlerin kontrolü dışında bir noktaya taşıyarak, özellikle ana akımda yer alamayan gazetecilerin ve seslerini duyuramayan dezavantajlı grupların kendilerini anlatabilecekleri bir platformu işaret etmektedir (Akgül: 2020). İngiliz Kraliyet Basın Komisyonu alternatif medyaya ilişkin ilk tanımlamasını 1970'li yıllarda yapmıştır. Tam 40 yıl sonra yaptıkları güncellemede ise yeni ölçütler belirleyen Komisyon'a göre, alternatif olmanın önemli koşulları arasında yayının ticari olmaması, yayıncının inandığı fikirlerin yayılmasını kârdan üstün tutması, sosyal sorumluluk veya yaratıcılık ilkesiyle hareket etmesi ve mutlaka yayıncının kendini alternatif olarak tanımlaması gerekmektedir (Sine, 2017: 81-82). Atton (2014:31-32), yayınların ticari olmaması konusuna farklı bir açıklama getirmekte ve yayın kuruluşunun kâr amacı gütmüyormuş gibi görünmesinin yeterli olmadığını belirtmektedir. Vakıf benzeri bir hayır kurumundan gelebilecek yardımlar bile yayın içeriklerinin bağımsızlığını etkileyebilmektedir. Çağlar'a (2017: 83) göre alternatif medya olay değil süreç odaklı olmalı, olayın ya da olgunun neden-sonuç bağlantılarını ve bağlamını haberleştirmeli, haber kaynaklarını resmi otoritelerin ve seçkinlerin açıklamalarıyla sınırlı tutmamalıdır. Alternatif medya, sadece bilgi vermenin ötesinde halka yol gösterebilmeli ve halkı eleştirel düşünceye sevk edebilmelidir (Özdemir, 2016: 251). Özetle, Aslan'ın da (2021: 60) vurguladığı gibi alternatif olabilmenin ön koşulları arasında bağımsız bir yapıya sahip olmak ve demokratikleşmeye olanak sunarak karşı-hegemonik seslere alan açmak önemli bir yer tutmaktadır.

Podcast haberciliği ile ilgili Türkiye'de yapılan çalışmalarda genellikle podcastlerin gazeteciler için alternatif medya mecrası olduğuna vurgu yapıldığı görülmektedir. Örneğin Kaynar (2021: 57), birkaç yıl önce yaptığı çalışmada "Özgür bir alan olarak podcastlerin alternatif bir habercilik ortamı sağlayacağı düşünülmektedir" ifadelerini kullanmaktadır. Yine bir başka çalışmada, Ünsal Ünlü'nün internet üzerinden yaptığı "Patronsuz" isimli programı incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda, Ünlü'nün

programında “alternatiflik sağlanabildiği ve ana akım medyanın hegemonyasının ‘belirli ölçüde’ kırıldığı” belirtilmektedir (Dağtaş ve Şirvanlı, 2020: 333).

### **3. Podcast Dinleyicilerinin Haber Podcasti Dinleme Pratiklerine Yönelik Niteliksel Bir Araştırma**

Çalışma Beykent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler için Yayın Etiği Kurulu tarafından değerlendirilmiş ve 185 numaralı karar ile 21.02.2022 tarihinde onaylandığı tebliğ edilmiştir. “Podcast dinleyicileri haberleri neden haber podcastlerinden takip etmektedir?” sorusundan yola çıkılarak aşağıdaki hipotezler sınanmıştır.

H1. Dinleyiciler, haber podcasti içeriklerinin ana akım medyanın haber içeriklerine göre daha güvenilir olduğunu düşündüğü için haber podcastlerini dinlemeyi tercih etmektedir.

H2. Haber podcastlerini takip eden dinleyiciler, ana akım medyanın haber içeriklerine güvenmemektedir.

H3. Dinleyiciler, takip ettikleri haber podcastlerini ana akım medyada yer almayan gazetecilerin yorum ve görüşlerini yayımlamalarına imkân sağladığı için alternatif medya mecrası olarak değerlendirmektedir.

H4. Haber podcasti dinleyenler, öncelikli olarak gazetecilerin haber yorumlarını dinlemek için haber podcastlerini takip etmektedir.

#### **3.1. Araştırma Yöntemi ve Örneklem**

Çalışmada betimsel araştırma yöntemi kullanılarak yukarıda yer alan hipotezleri sınamak için podcast haberleri dinleyen 18-35 yaş arasındaki 15 kişi ile 22 Şubat ile 1 Mart 2022 tarihleri arasında derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yapılan kişilere kartopu örnekleme kapsamında ulaşılmıştır. Niteliksel araştırma türünde, araştırmada derinlemesine görüşme yapılan kişilerin görüşlerinin yeterli seviyede çalışmada yer alabilmesi ve ele alınan konunun derinlemesine analiz edilebilmesi için örnekleme dahil edilen kişi sayısının sınırlandırılması önem taşımaktadır (Robinson: 20145). Gentles, Charles, Ploeg ve McKibbon (2015: 1782) niteliksel araştırmada örneklemin büyüklüğünü sınırlandırmanın önemini şu şekilde aktarmaktadır:

“Niteliksel araştırmada, istatistiksel olarak hassas nicel tahminler üretmek için yeterince büyük örneklem büyüklüklerinin oluşturulması gerekirken, niteliksel araştırmalarda daha küçük örneklemeler kullanılır. Bunun nedeni, nitel araştırmalarda örneklem oluşturmanın genel amacı, nicel araştırmalarda olduğu gibi araştırma evrenini temsil etmek yerine, bir olguyu çevreleyen karmaşıklığı, derinliği, değişkenliği veya bağlamı anlamak için yararlı olan bilgileri elde etmektir.”



Literatürde görüşme yapılacak kişi sayısının belirlenmesinde ilişkin farklı görüşler olmakla birlikte, Lincoln ve Guba (1985: 235), derinlemesine görüşme yapılan araştırmalarda 12 ila 20 kişi ile görüşme yapılmasını önermektedir. Marshall, Cardon, Poddar ve Fontenot (2013: 20) ise tekil vaka çalışmalarında, 15 ila 30 kişi ile görüşme yapılmasının yeterli olacağını belirtmektedir. Bu çalışmada ise, derinlemesine görüşme yapılan kişilere öncelikle haberleri hangi medya kanallarından ve hangi mecralardan takip ettikleri sorulmuştur. Çalışmanın araştırma yöntemi bağlamında araştırma bulgularında sayısal veriler yerine niteliksel sonuçlara varılmıştır.

**Tablo 1:** Podcast Haberlerini Takip Eden Dinleyicilere Haber Tüketim Pratiklerine Yönelik Sorulan Genel Sorular

Soru 1	Haberleri hangi kanallardan takip ediyorsunuz?
Soru 2	Sosyal ağlar ise; haberleri öncelikle sosyal ağlardan takip etmenizin nedeni nedir?
Soru 3	Dijital platformlar ise; haberleri öncelikle dijital platformlardan takip etmenizin nedeni nedir?
Soru 4	Geleneksel kitle iletişim araçları ise; haberleri öncelikle geleneksel kitle iletişim araçlarından takip etmenizin nedeni nedir?

Çalışmada sınanan hipotezleri doğrulayan ya da yanlışlayan sorular ise şöyledir:

**Tablo 2:** Hipotezler ve Hipotezleri Sınayan Sorular

Hipotez	Sınayan Soru
H1. Dinleyiciler haber podcasti içeriklerinin ana akım medyanın haber içeriklerine göre daha güvenilir olduğunu düşündüğü için haber podcastlerini dinlemeyi tercih etmektedir.	Soru 5: Haberleri haber podcasti kanallarından takip etmenizin öncelikli nedeni nedir?
H2. Haber podcastlerini takip eden dinleyiciler ana akım medyanın haber içeriklerine güvenmemektedir.	Soru 6: Haberleri ana akım medya kanalları yerine haber podcastlerinden takip etmenizin öncelikli nedeni nedir?
H3. Dinleyiciler takip ettikleri haber podcastlerini ana akım medyada yer almayan gazetecilerin yorum ve değerlendirmelerini aktarmasını sağladığı	Soru 7: Takip ettiğiniz haber podcastlerini alternatif medya mecrası olarak değerlendirir misiniz?

---

için alternatif medya mecrası olarak değerlendirilmektedir.	Soru 8: Evet ise; takip ettiğiniz haber podcastlerini ne açıdan alternatif medya mecrası olarak değerlendiriyorsunuz?
H4. Haber podcasti dinleyenler öncelikli olarak gazetecilerin haber yorumlarını dinlemek için haber podcastlerini takip etmektedir.	Soru 9: Takip ettiğiniz haber podcastlerini tercih etmenizin öncelikli nedeni nedir?

---

### **3.2. Araştırma Bulguları**

Çalışmada derinlemesine görüşme yapılan ve öğrenim durumları birbirinden farklı olmakla birlikte birçoğu farklı meslek dallarında çalışan 15 kişinin ortak özelliği Türkçe haber podcastlerini dinlemeleridir. Katılımcıların “haberleri en çok hangi kanallardan takip ediyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevap, Twitter, Instagram ve YouTube platformları şeklindedir. Örneğin Katılımcı 2, “Eskiden TV kanallarından takip ediyordum. Fox’tan takip ediyordum. Şimdi artık televizyon izlemediğim için YouTube’dan takip ediyorum. Cüneyt Özdemir ile Nevşin Mengü’den takip ediyorum” ifadeleriyle haber tüketim alışkanlıklarında geleneksel medyadan nasıl uzaklaştığını anlatmaktadır. Benzer biçimde Katılımcı 4, haberleri televizyondan nadiren izlediğini belirtirken Katılımcı 7, “Haber takip etmek için birinci önceliğim mobil uygulamalar; Cumhuriyet gazetesi, Hürriyet gazetesi vesaire...” diyerek geleneksel haber kuruluşlarını da mobil uygulamalardan takip ettiğini aktarmaktadır. Katılımcı 14, geleneksel de olsa alternatif de olsa haberleri sosyal medya üzerinden takip etmesini “haberlere sosyal medyadan kolaylıkla ulaşabilmesine” bağlamaktadır.

Haberleri öncelikle sosyal ağlardan takip ettiğini belirten katılımcılara sorulan “Haberleri öncelikle sosyal ağlardan takip etmenizin nedeni nedir?” sorusuna verilen cevaplar ise Katılımcı 14’ün dile getirdiği sosyal ağların sunduğu erişim özelliğinin yanında, sosyal ağlar dışındaki geleneksel kitle iletişim araçlarına duyulan güvensizliği de ortaya koymaktadır. Örneğin Katılımcı 1, soruyu şöyle yanıtlamaktadır: “Ana akım medyanın çökmüş olması... Güvenmiyor olmam (...) Geleneksel medyanın %90’ına zaten inanmıyorum, güvenmiyorum ve takip etmek istemiyorum. Aynıısı ana akım medyanın sosyal medya ortamları için de geçerli.” Katılımcı 2 ise geçmişte televizyon kanallarında takip ettiği habercilerin artık YouTube’da haberciliğe devam etmesi nedeniyle kendisinin de sosyal ağları takip etmeyi tercih ettiğini belirtirken, bu mecranın “daha tarafsız” olduğuna inandığını ifade etmektedir. Katılımcı 3 de, “Daha güvenilir olduğunu düşünmemden” cevabını verirken, diğer yandan geleneksel mecralarda yayınlanan haberlerin kapsamlı olmadığını belirtmektedir: “Ana haber gibi veya salt bir ajans haberinden çekilmiş bir gazete haberinden ziyade başı sonu, önü arkası yani belli bir hikâyesi olduğu için aslında. Yorum da oluyor, bir bağlamı da oluyor.” Özetle, daha fazla bilgiye erişebilmesi ve haberlerin yorum da içermesi sosyal medyayı Katılımcı 3 için daha

cazip hale getirmiş görünmektedir. Katılımcı 5 ise sosyal medya sayesinde daha farklı ve özgün kaynaklara ulaşabildiğini belirtirken, internetin daha özgür bir ortam olduğunu da vurgulamaktadır. Diğer katılımcılarınkilere benzer nedenlerle haberleri öncelikle sosyal ağlardan takip eden Katılımcı 6, haberde bilginin sunulma biçiminin habere duyulan güven üzerinde etkisi olduğunu şu ifadelerle açıklamaktadır:

“Örnek olarak Cüneyt Özdemir’in insanlarla röportaj yaparak bilgi edinmeyi tercih etmesi. O şekilde bir bilgi sunuş yöntemleri var. Biraz daha açarsam, eğer Amerika’da gerçekleşen bir olayı, oradaki insanlara sorarak, oradaki Türk vatandaşlara sorarak bilgi edinme şeklini seçiyorlar. O yüzden YouTube bana çok güvenilir geliyor.”

Katılımcı 11 ise sosyal medyadaki haberleri bağımsız olduğuna inandığı hesaplardan takip ettiğini belirtmektedir. Söz konusu katılımcı sosyal medyada manipülasyonun daha az olduğunu düşünmektedir:

“Haberlere çok müdahale ediliyor. Kimsenin özgür düşüncesi yok. Propaganda yapılıyor sürekli. Mesela sosyal medyada bir haber çıkıyor, geleneksel yayınlar hemen bunu başka bir şekle çeviriyor. Sosyal mecralar daha güvenilir. Bazı sosyal platformlarda daha çok düşünce özgürlüğü var. Devletin müdahalesi yok.”

Katılımcıların haberleri öncelikle sosyal medyadan takip etmesinin esas nedeni, sosyal medyadaki haberlerin kolay ulaşılabilir olduğunu ve sosyal medyanın daha güvenilir olduğunu düşünmesidir. Podcastlerin, dinleme faaliyeti gerçekleştirilirken başka faaliyetler yapılmasına imkân sunuyor olması da, podcastin tercih edilme sebepleri arasında yer almaktadır. Örneğin Katılımcı 4, “Bir işi yapıyorken dinleyebilmek, yürürken veya koşarken, bir şeyle uğraşırken dinleyebilmek en büyük avantajı benim için. Çalışırken de çok sık dinliyorum. Benim için en avantajlı kısmı o” demektedir. Katılımcıların çoğu daha bağımsız olduğunu düşündükleri hesapları ya da isimleri takip etmeyi tercih ederken, az sayıda katılımcının ana akım medya kuruluşlarının sosyal medyadaki hesaplarını takip ettiği görülmektedir. Katılımcı 12’nin de “Ana akım medya aldatici geliyor, oyalayıcı geliyor ve çok büyük bir zaman kaybı gibi geliyor. Sinirlerimi de bozuyor açıkçası tartışma biçimleri” şeklindeki ifadeleri bu yöndeki genel yaklaşımı ortaya koyar niteliktedir.

Katılımcıların, podcast yayınlarını genelde Spotify veya YouTube platformlarından dinlediği gözlenmektedir. Bununla birlikte yalnızca bir katılımcı (Katılımcı 8) podcast haberlerini Soundcloud’dan dinlediğini belirtmiştir. YouTube platformu daha çok video içerikleriyle bilinse de, bazı katılımcıların Youtube’dan çeşitli podcast yayınlarını sadece dinleyerek takip ettiği gözlenmektedir. Örneğin Katılımcı 9, haber podcasti dinleme pratiklerine ilişkin şöyle bir açıklama yapmaktadır:

“Haber podcasti diyorsanız, Ünsal Ünlü’yü dinlerim. Ancak Ünlü de Spotify platformunda var. Bunun yanında içeriklerini YouTube kanalına da yüklüyor. Ben

Ünlü'nün yayımlarını YouTube üzerinden takip ediyorum. Gün içerisinde bir yandan işimi yaparken diğer yandan programını dinlerim. YouTube üzerinde açık. Görüntü olarak takip etmiyorum ama ses olarak, o arkada açık olarak devam ediyor.”

Benzer şekilde Katılımcı 10 da haber podcastlerini YouTube üzerinden takip ettiğini şöyle aktarmaktadır: “Ruşen Çakır’ın, Ünsal Ünlü’nün yaptığı podcastler... Onların bir noktada video ayağı da olmasından dolayı onları Spotify üzerinden değil, YouTube üzerinden açık, öyle arkada dönmesini tercih ediyorum.”

Katılımcılarla yapılan derinlemesine görüşmelerde, bu kişilerin sosyal medya, ana akım medya ve podcast haberleri çerçevesinde haber tüketim pratikleri öğrenildikten sonra çalışmanın hipotezlerini sınavan sorulara geçilmiştir.

H1. Dinleyiciler, haber podcasti içeriklerinin ana akım medyanın haber içeriklerine göre daha güvenilir olduğunu düşündüğü için haber podcastlerini dinlemeyi tercih etmektedir.

Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu sosyal medyayı haberleri takip etmek için daha güvenilir bulduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda, haber podcastlerini de güvenilir içerik olarak kabul ettiklerini belirtmektedirler. Katılımcıların haber podcasti deyince akıllarına ilk gelen isimlerin, Ünsal Ünlü, Ruşen Çakır, Nevşin Mengü ve Cüneyt Özdemir olduğu dikkat çekmektedir. Söz konusu gazetecilerin podcastlerini dinlediklerinde, kimi zaman fikirleri uyuşmasa da programların akıcı olması ve yayıncıların fikirlerini ifade etme biçimleri, katılımcıları podcast dinlemeye iten nedenler arasında gösterilmektedir. Örneğin Katılımcı 1, “Özellikle Ruşen Çakır’ın görüşleri benim görüşlerimi yansıttığı için değil, en azından farklı bir perspektiften nasıl bir şeyler geldiğini dinlemek için dinliyorum” şeklinde görüş belirtmektedir. Katılımcı 2 ise ana akım medya kuruluşlarını neden güvenilir bulmadığını şu ifadelerle aktarmaktadır:

“Ana akımda işin içine çok dram katıyorlar. Neredeyse 40-50 dakika boyunca doğru bilgiye ulaşamıyorsun ve inanılmaz şekilde olumsuzluk yükleniyorsun. Ulaşmak istediğin bilgiye de 40-50 dakika sonunda belki ulaşabiliyorsun, belki ulaşamıyorsun. Ama haber podcastlerinde daha filtre edilmiş bilgiler var.”

Katılımcı 5, podcastlerin haber almak isteyen insanlar için ‘bir nefes alma’ ortamı olduğunu düşünmektedir. Ona göre, ana akım medyada sunulan haberler, “çok tek tip ve çok baskıcı, aynı zamanda birbirine benzeyen içerikler” den oluşmaktadır. Öte yandan katılımcılarda güven unsurunun oluşmasındaki nedenlerden biri de podcastlerin “samimi” olarak değerlendirilmesidir. Katılımcı 6, ana akım medyadaki haberlerde sürekli bir tekrar olduğunu ifade ederken, yazılı ya da görüntülü, yani görselliğin hâkim olduğu içeriklerin yorucu olduğu değerlendirmesini yapmakta ve podcast haberlerine ilişkin düşüncelerini şu şekilde ifade etmektedir:

“Eski radyo zamanlarını hatırlatıyor. (...) ana akım kanallarındaki haberlerde ekrana baktığında gerçekten özenilmiş, arka plana özenilmiş, gergin bir insan duyguları olmadan

bana bir şey anlatırken, podcastte insanların daha rahat, gülerek, bir sohbet edasıyla yayını gerçekleştirmeleri bana daha samimi geliyor. Daha doğal hissediyorum. İşin içerisinde hissediyorum kendimi.”

Bir diğer katılımcı da (Katılımcı 10) podcast haber formatını daha samimi bulduğunu şöyle ifade etmektedir:

“Hafta sonları kahvaltıyı tek başıma yaparken Ünsal Ünlü’yü açıp onunla beraber kahvaltı ediyorum. Fırsatım olmasa bile kulaklığımı takıp okula ya da işe giderken dinlemeye özen gösteriyorum. Çünkü analizleri, akışı bana çok samimi geliyor. Ruşen Çakır’ın yaptığı, birebir aynı olmasa da o da kendini dinlettiriyor. Zaten saygı duyduğum bir gazeteci kendisi geçmişten beri. İkisini de tercih ediyorum yani. Haber sunuş tarzları, yorumları bana başarılı geliyor. Özellikle ikisinin...”

H2. Haber podcastlerini takip eden dinleyiciler, ana akım medyanın haber içeriklerine güvenmemektedir.

Katılımcıların haber tüketim pratiklerini anlamaya yönelik sorulara verdikleri yanıtlar dikkate alındığında, daha özgür bir ortam olarak değerlendirdikleri sosyal medyadan aldıkları haberlere daha fazla güven duydukları görülmektedir. Bir katılımcı hariç tüm katılımcılar podcast haberlerinin daha güvenilir olduğunu düşünmektedir. Katılımcı 1, ana akım medyanın ‘çöktüğü’ değerlendirmesini yaparken, yurt dışındaki haber kuruluşlarının daha inandırıcı olduğunu vurgulamakta ve Türkiye’de bir dönem kamuoyunca tanınan gazetecilerin artık ana akım dışında kalmasından dolayı güveninin sarsıldığını belirtmektedir. Katılımcı 5 ise görüşme sırasında ifade özgürlüğüne vurgu yapmakta ve konuyu şu şekilde değerlendirmektedir:

“Ana akım platformları haberciler üzerinde ciddi bir manipülasyon ve baskı oluşturuyor. Buradaysa özgür iradeleriyle, kendi istedikleri haberciliği hem biçim açısından, haber sunumu, metin yazımı ve biçimi açısından, hem de tercih ettikleri içerikler açısından çok daha özgür bir imkân tanıyor.”

Benzer biçimde, Katılımcı 7 de, haberleri ve gündeme dair yorumlarını sunarken gazetecilerin bağlı buldukları kurumun politikalarına göre karar verdiklerini belirtmekte ve ister istemez otosansür uygulamak zorunda kaldıklarını vurgulamaktadır. Katılımcı 11 ise, geleneksel medyanın sansüre maruz kaldığını düşünmektedir:

“Geleneksel medyaya ihtiyaç duymuyorum ben. Geleneksel medyanın sağladığı faydaların belki de üç-dört katı daha iyisini daha özgür biçimde sağlayabiliyorlar. Ana akım medyada sürekli bir sansür var. Alternatif medyada sansür yok. İnsanlar daha rahat. Bazı bilgiler insanlara daha rahat aktarılabilir.”

Yapılan görüşmelerde, sadece bir katılımcı (Katılımcı14) haber podcastlerindeki haber içeriklerinin öznel olması sebebiyle söz konusu içeriklere güvenmediğini şu şekilde ifade

etmektedir: “ (...) kişisel yayınlar daha öznel oluyor. Kurumsal olanlar ise haber bültenlerini daha objektif verebiliyor”.

H3. Dinleyiciler, takip ettikleri haber podcastlerini ana akım medyada yer almayan gazetecilerin yorum ve değerlendirmelerini aktarmasını sağladığı için alternatif medya mecrası olarak değerlendirmektedir.

Çalışmada katılımcıların alternatif medya konusunda derinlemesine bilgi sahibi olmadığı ve alternatif medyayı tanımlamakta zorluk çektiği anlaşılmıştır. Burada dikkat çekici olan husus, katılımcıların değerlendirme yaparken (“alternatif medyaya ilişkin yeterince fikrim yok” yanıtını verenlerin dahi) alternatif medyayı, genellikle ana akım medya karşısında konumlandırmasıdır. Bu bağlamda tüm katılımcıların Türkiye’deki haber podcastlerini alternatif bir mecra olarak değerlendirdiği ve demokrasiyle ilişkilendirdiği görülmektedir. Örneğin Katılımcı 1, alternatif medyanın rolünü aktarırken, “İnsanların kendi çabalarıyla bir şeyler üretmesi, hem de farklı mecradan çıkması bence çok pozitif bir şey demokrasi için” şeklinde bir açıklama yapmaktadır. Diğer yandan seçilen konu ve haberler bağlamında, Katılımcı 2, “Her gazeteci kendi üslubuyla kendi tarzıyla yorumluyor. Kendi kaynaklarını kullanıyor ve bundan bahsederken farklı konuları ağırlıyor” diyerek alternatif medyanın ana akımdan farkına işaret etmektedir. Katılımcı 3, haber podcastlerini, haberlerin daha derinlemesine işlenebilmesi bağlamında alternatif medya mecrası olarak kabul etmektedir:

“Alternatif bir şeyler duyma, görme. İçerik üretimindeki o daha boyutlu, daha başı, sonu, arkası olan içerikler olması bakımından... Bir de televizyon ve gazetede o süre kısıtlılığını yenen bir şey olduğu için daha niş içeriklere de dokunabildiği için, ilgimi çeken şeyleri daha derinlikli görebildiğim için alternatif bir mecra olarak görüyorum.”

Katılımcı 8, podcast haber içeriklerini “genel çizginin dışında” görmektedir: “Ana akımda belirli programlar var ve her şey önceden hazırlanmış. Ana akımdan daha farklı açılardan, daha farklı değerlendirmelerle dinleyiciye ulaşmaya çalışan... İçerikleri alternatif...” Katılımcı 9, alternatif medyanın muhalifliği ile değil, kullanılan iletişim ortamı ile ilgili olduğunu düşünmekte ve açıkça McLuhan’ın “Araç, mesajdır” savına atıfta bulunmaktadır:

“Basılı gazetecilik ya da haber programcılığı ise bahsettiğimiz şey, bunun dışındakiler alternatif olabilir. Alternatif genelde muhalif olarak adlandırılıyor. Ama bana göre alternatif medya, kullandığımız araçlarla ilgili bir konu. Nasıl bir iletişim yöntemi izlendiği ile alakalı. Podcast ya da Twitter gibi yeni medya araçları bu bağlamda değerlendirilebilir.”

Katılımcı 10, haber podcastlerinin dinleyicilere alternatif içerikler sunuyor olmasını editoryal olarak daha bağımsız bir yapıya sahip olmasına bağlamaktadır:

“Birçok kurumun ortasında bir zincir var. Haber müdürü, editör gibi. Podcastler genelde tek kişi tarafından hazırlandığı için, editoryal bağımsızlığını kazandıkları için alternatif medyaya bile kıyasla daha özgür olabiliyorlar. Bu insanların birçoğu eskiden ana akımın en içinde olan insanlar. NTV’den CNN Türk’ten önemli konumlardan kovulmuş insanlar. Bu yüzden böyle ayrı insanları dinlemeyi severim ve fikirlerini başarılı bulurum.”

Katılımcı 15 ise haber podcastlerinde çok sert eleştirilerin yapıldığını ve argo ifadeler kullanıldığını belirterek bu şekilde bir ‘dil’ ve ‘anlatımın’ ana akım medyada görülemeyeceğini vurgulamaktadır. Diğer yandan aynı katılımcı, ana akım medyadaki tiraj/rejting etkisinin podcastlerde olmadığını, ana akımdaki haberlerin bu etkiler sebebiyle “haber olmaktan çıktığını” belirtmektedir.

H4. Haber podcasti dinleyenler öncelikli olarak gazetecilerin haber yorumlarını dinlemek için haber podcastlerini takip etmektedir.

Türkiye’de podcast haberciliği örnekleri yurt dışındaki örnekler ile karşılaştırıldığında podcast haberciliğinin başlangıç aşamasında olduğu söylenebilir. Diğer yandan, Türkiye’deki haber podcasti yayın örnekleri incelendiğinde Amerika, İngiltere, Avustralya vb. başka ülkelere benzer nitelikte haber üretiminde bulunmadığı, daha çok gündemde var olan haberlerin yorumlandığı fark edilmektedir. Bu bağlamda dinleyicilerin Türkiye’de haber podcastlerini, haber almaktan ziyade, gazetecilerin haberlere ilişkin yorumlarını ve değerlendirmelerini dinlemek için takip ettiği ortaya çıkmaktadır. Örneğin Katılımcı 1, konuyu şu şekilde özetlemektedir:

“Ben aslında yorum dinliyorum. Dünyanın hiçbir yerinde bu kadar yorum dinleyen başka bir ülke yoktur. Haber dinlenir başka yerlerde. Ben yorum dinlemeyi seviyorum. Bunu da tabii ki haber üzerinden değerlendirirsek, o yorum için dinliyorum. Dinlediğim haber podcastleri kesinlikle yoruma daha yakın. Haber almak için değil, yorumu almak için dinliyorum. O yüzden de haberi bir şekilde bir yerden çekersin. Zaten hayatımıza çok entegre olmuş durumda.”

Benzer biçimde Katılımcı 9 da Türkiye’deki haber içerikli podcastlerde haber üretilmediğini ve podcastlerde haber yorumlarını dinlerken gündeme dair pek çok konuya vakıf olduğunu düşünmektedir:

“Bence haber üretmiyorlar. Yorum var. Akıcı ve samimi... Ünsal Ünlü ile politik olarak aynı noktada değilim. Ama o gündemi bir şekilde ‘hap’ biçiminde sunuyor. Gündemi takip ediyorum, o da bir şekilde takip ediyor. Belki gözden kaçırdığım bir şey varsa oradan öğreniyorum. Ama haber üretmiyor. Bir araştırmacı tarafı var ama aslında olayları kendi kişisel yorumuyla veriyor. Bunun yanında Mehveş Evin mesela, haber üretiyor. İklim krizi ile ilgili bilmediklerimizi veriyor. Ama Ünsal Ünlü, mesela günlük olarak gazeteleri değerlendiriyor ama sonraki programında da yine kendi yorumuyla devam ediyor. Onu ilgi çekici kılan şey, akıcı olması. Samimi olması...”

Katılımcı 11, yayıncıların düşüncelerini daha rahat dile getirmesinden dolayı “bence podcastler ileride haber programlarının yerini alabilir diye düşünüyorum” ifadelerini kullanmaktadır. Katılımcı 12 ise geleneksel medyanın dijital dünyada var olsa bile, podcastlerin akıcılığına ve samimiyetine ulaşamayacağını belirterek, podcastlerde ana akım medya kanallarından farklı olarak tartışma kültürünün olduğunu vurgulamaktadır.

## **Sonuç**

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de yeni iletişim teknolojileri gazetecilik pratiklerini etkilemiştir. Gazeteciler, haber podcastleri aracılığıyla geleneksel medya kanallarına kıyasla daha özgür ve bağımsız şekilde haber içeriği üreterek dinleyicilerine ulaşabilmektedir. Türkiye’de de yükselişte olan podcast haber yayıncılığının özellikle ana akımın dışına itilen veya ana akım çatısı altında çalışmak istemeyen gazeteciler için önemli bir mecra olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, haber podcasti kanalı olan gazeteciler ile bu içerikleri dinleyen kişileri ortak bir paydada buluşturan temel özellik podcast mecrasının editoryal bağımsızlık ve ifade özgürlüğünü destekleyen bir yapıda olması ve podcast haber içeriklerinin kolay şekilde üretilip tüketilebilmesidir. Bununla birlikte, podcastlerin dinleyicilerin eş zamanlı olarak başka faaliyetler yapabilmesine olanak tanıyor olması da kullanıcıların haber podcasti kanallarını takip etme nedenlerini sıralarken sıklıkla altını çizdiği başka bir husustur.

Bu doğrultuda 22 Şubat ile 1 Mart 2022 tarihleri arasında derinlemesine görüşmeler gerçekleştirildiği 15 kişinin 12’sinin haberleri yalnızca sosyal medyadan takip ettiği görülmektedir. Araştırma bulgularına göre görüşme yapılan kişilerin 3’ü haberleri hem sosyal medyadan hem de televizyondaki haber bültenlerinden takip etmektedir. Görüşülen kişilerin haberleri öncelikle sosyal medyadan takip etmelerinin nedenleri arasında, sosyal medyayı geleneksel kitle iletişim araçlarına göre daha güvenilir bulmaları ve sosyal medyaya erişimin daha kolay olması ön plana çıkmaktadır. Diğer nedenler, ana akım medyaya güven duyulmaması, sosyal medyaya mobil cihazlar sayesinde erişimin kolay olması, sosyal medyanın çeşitli haber içeriklerini ve haber yorumlarını sunuyor olması, sosyal medyanın anlık olarak haber akışını aktarabiliyor olması ve sosyal medyanın ifade özgürlüğünü destekleyen bir yapıya sahip olması olarak sıralanabilir. Derinlemesine görüşmelerde ortaya çıkan diğer sonuç ise görüşülen kişilerin haberleri ağırlıklı olarak Twitter, YouTube ve alternatif medya olarak nitelendirilebilecek gazetelerin haber portallarından takip ettiği. Bu kişiler söz konusu sosyal ağlar ve haber portalları ile birlikte haber podcastlerini de her hafta düzenli şekilde takip etmektedir.

Derinlemesine görüşmeler sonucunda elde edilen verilere göre podcast haberlerini takip eden kişiler, ana akım medyanın haber içeriklerine güvenmedikleri için haberleri ağırlıklı olarak sosyal medyadan takip etmektedir. Ana akım medyanın haber içeriklerine kıyasla, haber podcastlerinin içeriklerini daha güvenilir buldukları için haber podcastlerini dinlemektedirler. Bu bağlamda çalışmanın birinci hipotezi olan “Dinleyiciler podcast



haber içeriklerinin ana akım medyanın haber içeriklerine göre daha güvenilir olduğunu düşündüğü için haber podcastlerini dinlemeyi tercih etmektedir.” doğrulanmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda görüşmecilerin 11’i haber podcastlerini her gün dinlerken, 4’ü her gün dinlemediğini fakat hafta içinde haber podcasti dinlemeye vakit ayırdığını belirtmiştir. Görüşülen kişiler takip ettikleri haber podcastlerini YouTube, Spotify ve Soundcloud’da dinlediğini belirtmiştir. Görüşülen kişilerin 5’i YouTube’dan, 5’i Spotify’dan, 4’ü Spotify ve YouTube’dan ve 1’i Spotify ve Soundcloud’dan haber podcastlerini takip ettiğini belirtmiştir. Çalışmada elde edilen çarpıcı bir bulgu, ağırlıklı olarak video içeriklerinin paylaşıldığı bir mecra olan YouTube’dan haber podcastlerini takip eden kişilerin, videoları izlemeyip yalnızca videonun sesini dinlemesidir. Derinlemesine görüşmeden elde edilen bir başka sonuca göre ise haber podcastlerini takip eden kişiler ana akım medyanın haber içeriklerine güvenmemekte ve ağırlıklı olarak ana akım medyada çalışmayan gazetecilerin haber podcastlerini takip etmektedir. Görüşülen kişilerin takip ettiği haber podcasti kanalları Ünsal Ünlü, Ruşen Çakır, Nevşin Mengü, Cüneyt Özdemir, Balon Haber Ajansı, Mediascope, Aposto! Radyo, Çavuşesko’nun Termometresi-Daktilo 1984, Kısa Dalga, Sky News Daily ve Haber Odası’dır. Yapılan derinlemesine görüşmelere göre dinleyicilerin podcast haberlerini takip etmelerinin nedenleri: Ana akım medyanın haber içeriklerine güvenmemeleri, gazetecilerin haber yorumlarını ve değerlendirmelerini dinlemek istemeleri, haber podcasti üreten kişilerin tarafsız olduğunu düşünmeleri, podcastlerin güncel haber içerikleri ve bilgiye kolay erişim imkânı sağlaması, podcast haberlerini dinlerken eş zamanlı olarak başka faaliyetler ve işler de yapılabiliyor olması, podcast haberlerinin alternatif içeriklere erişim imkânı sağlaması, podcast haberlerinin çeşitli içerikler sunuyor olması, podcast haberlerinin yalnızlığı gidermesi, podcastin daha rahat ve samimi bir format olması ve haber özetlerine erişim imkânı sunması olarak özetlenebilir. Bu sonuçlar ışığında, çalışmanın ikinci hipotezi olan “Haber podcastlerini takip eden dinleyiciler ana akım medyanın haber içeriklerine güvenmemektedir” doğrulanmıştır.

Podcast dinleyicilerinin haber podcastlerini dinleme nedenlerine yönelik edinilen sonuç ise, görüşme yapılan kişilerin tamamının podcast ortamını alternatif medya mecrası olarak değerlendirmesidir. Görüşülen kişilerin dinledikleri haber podcastlerini alternatif medya kanalı olarak değerlendirmesinin nedenleri arasında, podcast haberlerinin çeşitli yorum ve değerlendirmelere erişim imkânı sunması; yayınlarda farklı konukların yer alması; sunduğu içerik çeşitliliği ve zenginliği; ana akımdan farklı gündem maddelerinin ele alınması; ifade özgürlüğünü destekleyen yapıda olması; özgür ve bağımsız şekilde gazetecilik yapılabilmesine imkân tanınması; haber içerik ve sunum teknikleri bakımından daha özgür şekilde yayın yapmayı sağlaması; yenilikçi ve samimi olması; içeriklerin insan odaklı olması; editoryal bağımsızlığı desteklemesi; sansür olmaması ve yurttaş gazetecilerine açık bir yapıda olması olarak özetlenebilir. Dolayısıyla görüşme yapılan kişilerin bazıları podcastin ifade özgürlüğünü destekleyen yapısının önemini vurgularken,

bazıları gazeteci olmayan kişilerin de podcast haberi üretebildiğini belirtmiştir. Tüm bu sonuçlar doğrultusunda çalışmanın üçüncü hipotezi olan “Dinleyiciler takip ettikleri haber podcastlerini ana akım medyada yer almayan gazetecilerin yorum ve değerlendirmelerini aktarmasını sağladığı için alternatif medya mecrası olarak değerlendirilmektedir” doğrulanmıştır.

Çalışmada “Haber podcasti dinleyenler, öncelikli olarak gazetecilerin haber yorumlarını dinlemek için haber podcastlerini takip etmektedir” hipotezini sınamak için sorulan “Takip ettiğiniz haber podcastlerini tercih etmeniz için öncelikli nedeni nedir?” sorusuna verilen cevaplar haberleri daha kısa sürede dinleyebilmek; gazetecilerin haber yorumlarını dinlemek, gündemle ilgili bilgi almak ve özgür ve bağımsız şekilde hazırlanan haber içeriklerini takip etmek olarak özetlenebilir. Bu soruya ağırlıklı olarak, “haberleri daha kısa sürede dinleyebilmek” yanıtı verilmiştir. Dolayısıyla görüşülen kişiler haber podcastlerini öncelikli olarak gazetecilerin haber yorumlarını dinlemek için değil, kısa sürede haber içeriklerini tüketebilmelerini sağladığı için tercih etmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda çalışmanın dördüncü ve son hipotezi olan “Haber podcasti dinleyicileri öncelikli olarak gazetecilerin haber yorumlarını dinlemek için haber podcastlerini takip etmektedir” doğrulanmamıştır.

Haber podcasti dinleyen kişilerle yapılan görüşmelerde, ortaya çıkan en önemli sonuçlardan biri bu kişilerin haber podcasti dinlemelerinin altında yatan nedenleri açıklarken öncelikli olarak podcast dinlemenin kolaylığından ve eş zamanlı olarak başka faaliyetler yapabilmelerine imkân tanınmasından söz etmeleri olmuştur. Bunun yanı sıra, dinlemeyi tercih ettikleri haber podcastlerinde özgür ve bağımsız şekilde haber üreten gazetecilerin haber yorumlarına erişmek için haber podcastlerini dinlemeyi tercih ettiklerini vurgulamışlardır. Ana akım medyanın haberleri yerine podcast haberlerini dinlemeyi tercih etmelerinin öncelikli nedeni, podcast haber içeriklerini daha kısa sürede dinleyebilmeleridir. Bu bağlamda, podcast mecrasının dinleyicilere sunduğu erişim kolaylığı, haber podcasti dinleyen kişileri cezbetmekte ve ana akım medya haberleri yerine podcast haberlerini takip etmelerinde öncelikli neden olarak belirtilmektedir.

Gelecekte podcast haberciliği alanında yapılacak olan diğer çalışmalarda, Türkiye’de en çok dinlenen haber podcastleri arasında yer alan yabancı medya kuruluşlarının haber podcastlerini takip eden podcast dinleyicileri ile görüşülmesi ve Türkiye’de ana akım medya kanallarının podcast haberciliği alanında yeterince yer almamasının altında yatan nedenlerin araştırılması alana önemli katkıların sunulmasını sağlayacaktır.

## **Kaynakça**

- Akgül, İ. (2020), *Podcast'ler bize ne anlatıyor?* <https://fikirturu.com/teknoloji/podcastler-bize-ne-anlatiyor/> (Erişim Tarihi: 12.12.2021).
- Aslan, A. (2021), Toplumsal Seslerin Çoğulluğu: Alternatif-Aktivist Yeni Medya ve Demokratik “Tarih” Anlatısı. *Alternatif Politika*, 13(1), 51-74.
- Atton, C. (2014), Alternatif Medyaya Bakış: Kuram ve Metodoloji, içinde, B. Yanıkkaya ve B. Çoban (Eds), *Kendi Medyanı Yarat: Alternatif Medya- Kavramlar, Tartışmalar, Örnekler*, (ss. 21-62). İstanbul: Kalkedon.
- Berry, R. (2006), *Will the iPod Kill the Radio Star?* Profiling podcasting as radio. *Convergence*, 12(2), 143-162. <https://doi.org/10.1177/1354856506066522>
- Berry, R. (2016), *Part of the Establishment: Reflecting on 10 years of Podcasting as an Audio Medium*. *Convergence*, 661-671. <https://doi.org/10.1177/1354856516632105>
- Birsen, Ö. (2021), *Yeni Sesli Kültür: Podcast*. Ankara: Töz Yayınları.
- Budak, E. (2021), Dijital Haberciliğe Farklı Bir Bakış: Podcast Yayınları, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* (e-gifder), 9 (1), 373 - 398.
- Çuştan, H. (2021), Gazetecilikte Özgür Bir Alan: Podcast Emeklemeyi Bitirdi, Ayağa Kalkıyor. <https://journocom.tr/podcast-gazetecilik> (Erişim Tarihi: 13.12.2021).
- Çağlar, B. (2017), *Alternatif Medya ve Anaakıma Karşı Yayıncılık*, Ayvansaray Üniversitesi II. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı, İstanbul.
- Dağtaş, E. ve Şirvanlı, T. (2020), Anaakım Medya Karşısında Alternatif Medya Yayıncılığı: Ünsal Ünlü'nün “Patronsuz” Programı Örneği, *Intermedia International e-Journal*, 317 - 337. doi: 10.21645/intermedia.2020.84
- Apple. (tarih yok). *For Podcast Fans: Frequently Asked Questions*. <https://www.apple.com/lae/itunes/podcasts/fanfaq.html> (Erişim Tarihi: 11.12.2021).
- Geoghegan, M. ve Klass, D. (2017), *Podcast Solutions The Complete Guide to Audio and Video Podcasting*, New York: Apress.
- Gülseçen, S., Gürsul, F., Bayrakdar, B., Çilengir, S., ve Canım, S. (2010), *Yeni Nesil Mobil Öğrenme Aracı: Podcast*, Akademik Bilişim'10 - XII. Akademik Bilişim Konferansı, Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Ipsos ve Podbee Media. (2021), *Türkiye'de Podcast Bilinirliği ve Dinleme Alışkanlıkları*, <https://www.ipsos.com/tr-tr/turkiyedeki-podcast-bilinirligi-ve-dinleme-aliskanliklari> (Erişim Tarihi: 10.11.2021).
- Kaynar, A. (2021), Podcast Dinleme Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Yeni Medya*, 10, 43-62.
- Lindeberg, A. (2019), *So You Have a Podcast? What Broadcasters and Newspapers Are Doing With New Forms of Audio*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-08/Lindberg%20-%20so%20you%20have%20a%20podcast.pdf> (Erişim Tarihi: 15.09.2021).
- Lincoln, Y. S. ve Guba, E. G. (1985), *Naturalistic Inquiry*, Newbury Park, CA: Sage.
- Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A. ve Fontenot, R. (2013), Does Sample Size Matter in Qualitative Research? A Review of Qualitative Interviews with in IS Research. *Journal of Computer Information Systems*, 54, 11-22. doi:10.1080/08874417.2013.11645667
- McHugh, S. (2016), How Podcasting Is Changing the Audio Storytelling. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio*, 14 (1), 65-82. doi: 10.1386/rjao.14.1.65\_1
- Mihajlov Prokopović, A. (2021), Podcasts and Journalism. *Media Studies and Applied Ethics*, (2), 19-31. doi:10.46630/msae.2.2021.02

Nielsen. (2020), *Podcast Content Is Growing Audio Engagement*. <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2020/podcast-content-is-growing-audio-engagement/> (Erişim Tarihi: 14.11.2021).

Özdemir, M. (2016), Bilgi Çağında Ana Akım Medyaya Karşı Ortaya Çıkan Alternatif Medyanın Rolü ve Yükselen Yurttaş Gazeteciliği, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1 (2), 247-259.

Reuters Institute. (2021), *2021 Digital News Report*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021> (Erişim Tarihi: 17.09.2021).

Robinson, O. C. (2014), Sampling in Interview-based Qualitative Research: A Theoretical and Practical Guide, *Qualitative Research in Psychology*, 11(1), 25-41. doi:10.1080/14780887.2013.801543

Sapmaz, N. B. (2018), *Medyapod: Kulaklıktan Haber ve Yorum Geliyor*. <https://journos.com.tr/medyapod-kulaklik-haber-yorum> (Erişim Tarihi: 15.09.2021).

Sine, R. (2017), *Alternatif Medya ve Haber Toplumsal Hareketlerde Habercilik Pratikleri*, Konya: Literatürk.

Statista. (2020), *Podcast Listening Intensity in Selected Countries 2020*, <https://www.statista.com/forecasts/1114213/podcast-listening-intensity-in-selected-countries> (Erişim tarihi: 14.10.2021).

Statista. (2021), *Media Service Usage in Turkey 2021*, <https://www.statista.com/forecasts/1002997/media-service-usage-in-turkey> (Erişim tarihi: 14.10.2021).

Şener, O. (2020), Gazeteciler İçin Podcast, İçinde, T. Durna (Ed.), *Sivil Toplum Kuruluşları İçin Hak Temelli Gazetecilik Kılavuzu*, (ss. 215-252). Ankara: Uğur Mumcu Araştırmacı Gazetecilik Vakfı.

Walker, C. (2018), *Missing & Murdered: Finding Cleo*. <https://www.cbc.ca/listen/cbc-podcasts/148-missing-murdered-finding-cleo> (Erişim Tarihi: 14.12.2021).

We Are Social ve Hootsuite. (2021), *Digital 2021 Global Overview Report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (Erişim Tarihi: 24.12.2021).

Wired Blogs. (2005), Oxford Dictionary Names "Podcast" 2005 Word of the Year. <https://www.wired.com/2005/12/oxford-dictiona/> (Erişim Tarihi: 24.10.2021).

Yücel, R. (2020), Podcast'in Kısa Tarihi: Doğuşu, Yükselişi, Monetizasyonu, *Erciyes İletişim*, 7(2), 1303-1319. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.724106>

#### ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar (lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Beykent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler için Yayın Etiği Kurulu

Tarih: 21.02.2022

No: 185

#### ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %50

2. yazar katkı oranı : %50