

# KRİZ ZAMANLARINDA PODCASTLER: DEPREM VE PANDEMİ SÜREÇLERİNDE DİJİTAL DAYANIŞMA, BİLGİLENDİRME VE ANLATI PRATİKLERİ

*Podcasts in Times of Crisis: Digital Solidarity, Information, and Narrative Practices During Earthquakes and The Pandemic*

Dr. Öğr. Üyesi Simge YILMAZ<sup>1</sup>, Şevket YILMAZ<sup>2</sup>

<sup>1</sup>İstanbul Gelişim Üniversitesi, e-mail: siyilmaz@gelisim.edu.tr

<sup>2</sup>MEB Öğretmeni, Beykoop Ali Çebi Ortaokulu, e-mail: sevketyilmaz90@gmail.com

ORCID ID: ECÜ: 0000-0001-5382-1089 ND: 0000-0001-8381-2300

DOI: 10.69999/emedi.1788810

E-ISSN: 3023-4115

MAKALE BİLGİLERİ	ÖZET
<p><b>Makale Bilgisi</b></p> <p><b>Makale Türü:</b> Araştırma Makalesi</p> <p><b>Geliş Tarihi:</b> 22.09.2025</p> <p><b>Kabul Tarihi:</b> 08.10.2025</p> <p><b>Yayın Tarihi:</b> 26.12.2025</p> <p><b>Anahtar Kelimeler:</b> Podcast haberciliği, Kriz iletişimi, Toplumsal dayanışma.</p>	<p>Bu çalışma, kriz dönemlerinde doğru, hızlı ve erişilebilir bilgiye ulaşmanın toplumsal dayanıklılığı sürdürme açısından yaşamsal önemini vurgulamaktadır. Araştırma, deprem ve pandemi gibi farklı kriz bağlamlarında podcast haberciliğinin işlevlerini inceleyerek bu mecranın kriz iletişimi ekosistemindeki stratejik rolünü ortaya koymaktadır. Türkiye, ABD, Birleşik Krallık, Avustralya ve Japonya'dan seçilen sekiz podcast serisi, tematik içerik analizi ve dijital etkileşim verileriyle değerlendirilmiştir. Bulgular, podcastlerin yalnızca bilgi ileten araçlar olmaktan çıkarak, dijital dayanışma, psikolojik destek ve kültürel hafıza üretimi sağlayan çok işlevli medya biçimlerine dönüştüğünü göstermektedir. Podcastlerin kriz dönemlerinde kamusal güvenin yeniden inşasında üstlendiği rol, medyanın dönüşen işlevlerine dair önemli bir gösterge sunmaktadır. Çalışma bulguları, dinleyici etkileşimlerinin çoğunlukla "beğeni" ve "paylaşım" düzeyinde gerçekleştiğini; bunun da podcastlerin bireysel içselleştirme ve sessiz dayanışma biçimleriyle tüketilen bir medya türü haline geldiğini göstermektedir. Ayrıca, genç yetişkinler ve kadın dinleyicilerde gözlenen yüksek temsil oranı, bu mecranın toplumsal cinsiyet ve kuşaklar arası dayanışma dinamikleriyle yakından ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, bu çalışma, kriz iletişiminde podcast haberciliğinin bilgi aktarımının ötesine geçerek duygusal dayanıklılık, empati, güven ve kültürel hafıza üretimi açısından bütüncül bir işlev üstlendiğini göstermektedir. Aynı zamanda podcastlerin, dijital kamusal alanın güvenilir ve etik bir uzantısı olarak konumlanması, gelecekte kriz yönetimi ve dijital dayanışma politikaları için yeni araştırma yönelimlerine kapı aralamaktadır.</p>

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><b>Article Information</b></p> <p><b>Article Type:</b> Research Article</p> <p><b>Received:</b> 31.05.2025</p> <p><b>Accepted:</b> 09.10.2025</p> <p><b>Published:</b> 26.12.2025</p> <p><b>Keywords:</b> Podcast journalism, Crisis communication, Social solidarity.</p>	<p>This study highlights the vital importance of timely, accurate, and accessible information for sustaining social resilience during periods of crisis. The research examines the functions of podcast journalism across different crisis contexts—specifically earthquakes and pandemics—and reveals the strategic role of this medium within the broader crisis communication ecosystem. Eight podcast series from Turkey, the United States, the United Kingdom, Australia, and Japan were analyzed through thematic content analysis and digital interaction data. The findings demonstrate that podcasts have evolved beyond being mere channels of information delivery, transforming into multifunctional media forms that foster digital solidarity, provide psychological support, and contribute to the production of cultural memory. The role of podcasts in rebuilding public trust during crises illustrates the changing functions of contemporary media. The results further indicate that listener engagement occurs mainly through "likes" and "shares," suggesting that podcasts are often consumed as mediums of individual internalization and silent solidarity. Additionally, the strong representation of young adult and female listeners shows that this medium is closely linked to gender-based and intergenerational dynamics of solidarity. Overall, the study reveals that podcast journalism in crisis communication extends beyond information dissemination, assuming a holistic function encompassing emotional resilience, empathy, trust, and cultural memory. Moreover, positioning podcasts as reliable and ethical extensions of the digital public sphere opens new directions for future research on crisis management and digital solidarity policies.</p>

## GİRİŞ

Kriz dönemlerinde doğru, hızlı ve erişilebilir bilgiye ulaşma gereksinimi, yalnızca bireylerin fiziksel güvenliğini sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda toplumsal dayanıklılığın ve psikolojik bütünlüğün sürdürülebilirliği açısından da yaşamsal öneme sahiptir (Seeger, 2006). Bilgi teknolojilerindeki dönüşümle birlikte medya ekosisteminde yaşanan paradigma değişimi, kriz iletişimi pratiklerini yeniden tanımlamış ve geleneksel medya araçlarının tek yönlü, merkezî yapısına alternatif olarak daha esnek, katılımcı ve erişilebilir mecraların gelişimini teşvik etmiştir (Liu vd., 2015). Bu bağlamda, dijital sesli içerik formatı olan podcastler, kriz iletişiminde hem bireylerin bilgiye ulaşma ihtiyaçlarını karşılayan hem de duygusal bağ ve toplumsal dayanışma kuran bir araç olarak öne çıkmaktadır.

Özellikle görsel medya tüketiminin sınırlı olabileceği afet anlarında, podcastlerin sunduğu sesli anlatım, insanlara hem güven verici hem de yönlendirici bir iletişim ortamı sağlamaktadır (Kaynar, 2021). Ayrıca podcastler, geleneksel medyanın zaman ve format kısıtlamalarına tabi olmaksızın, kriz süreçlerine dair detaylı, uzman görüşlerine dayanan ve halkın ihtiyaçlarına duyarlı içerikler üretme kapasitesiyle dikkat çekmektedir (Berry, 2006).

Bu çalışmanın amacı, podcast haberciliğinin kriz iletişimindeki yerini ve işlevselliğini, Deprem ve COVID-19 pandemisi gibi iki temel afet türü üzerinden örneklem düzeyinde analiz etmektir. Çalışma, bu iki kriz başlığı altında seçilmiş toplam beş podcast serisine odaklanmakta; analiz, içerik sınırlılığı ve karşılaştırmalı bir yaklaşım temelinde yapılandırılmıştır. Bulguların genellenebilirliği sınırlı olup, yalnızca çalışmaya dahil edilen örnekler çerçevesinde değerlendirilmektedir. Araştırma kapsamında Türkiye, ABD, İngiltere, Birleşik Krallık, Avustralya ve Japonya'dan yayınlanan farklı podcast serileri, tematik içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş; bu içeriklerin sunduğu bilgi çeşitliliği, psikolojik

destek işlevi ve toplumsal etkileşim düzeyi, dijital etkileşim verileriyle birlikte ele alınmıştır. Podcast içerikleri üzerinden yapılan çıkarımlar, bu formatın kriz dönemlerinde bilgi kirliliğiyle mücadele, kamusal sağlık bilincinin artırılması ve kolektif dayanışmanın teşvik edilmesi açısından anlamlı bir iletişim aracı haline geldiğini göstermektedir. Bununla birlikte, örneklerden biri olan Kahramanmaraş Depremi bölgesel sınırlılıklara sahipken, COVID-19 pandemisi küresel ölçekte karşılık bulan bir krizdir. Bu nedenle, podcast içeriklerinin üretim hacmi, erişim potansiyeli ve paylaşım düzeyleri arasında yapısal bir asimetri mevcuttur. Karşılaştırmalı analiz yapılırken bu bağlam farkı göz önünde bulundurulmuş, içerik değerlendirmeleri niteliksel karşılaştırmalar temelinde yorumlanmıştır. Gelecek araştırmalarda, benzer etki düzeyine sahip kriz örnekleri üzerinden daha homojen veri kümeleriyle yürütülecek analizlerin, daha dengeli karşılaştırmalara olanak sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Çalışmanın özgünlüğü, podcast içerik üretimi yalnızca bilgi iletimine indirgeyen yaklaşımların ötesine geçerek, bu formatı kriz anlarında dijital bir dayanışma zemini, kolektif hafıza alanı ve duygusal destek mekanizması olarak konumlandırmasıdır. Bu yönüyle çalışma, kriz iletişimi literatürüne hem kuramsal hem de ampirik düzeyde katkı sunmayı hedeflemektedir.

Türkiye'de podcast haberciliği üzerine yapılan çalışmalar sınırlı olmakla birlikte, son yıllarda bu alanda artan bir akademik ilgi gözlemlenmektedir (Yenituna ve Kurt, 2022), haber podcastlerinin Türkiye'deki dinleyici pratiklerini niteliksel bir çerçevede ele alarak, podcastlerin alternatif bir haber kaynağı olarak yükselişine dikkat çekmiştir. Kaynar (2021) ise podcast dinleme alışkanlıklarını inceleyerek, bu formatın özellikle genç yetişkinler arasında yaygınlaştığını ortaya koymuştur. Ancak bu çalışmalar, podcastlerin kriz dönemlerindeki rolünü kapsamlı biçimde irdelememektedir. Bu çalışma, söz ko-

nusu boşluğu doldurarak, Deprem ve COVID-19 pandemisi gibi iki büyük kriz bağlamında podcastlerin bilgi akışı, psikolojik destek ve toplumsal dayanışma işlevlerini karşılaştırmalı bir analizle incelemektedir. Bu yönüyle araştırma, hem ulusal literatüre yeni bir perspektif kazandırmakta hem de kriz iletişimi çalışmalarına ampirik bir katkı sunmaktadır.

Bu çalışmanın literatüre sunduğu başlıca katkı, kriz iletişimi bağlamında podcast haberliliğini yalnızca teorik bir zemin üzerinden değil, nitel verilerle desteklenmiş şekilde analiz etmesidir. Literatürde sıklıkla dile getirilen "podcastlerin bilgiye erişim kolaylığı, psikolojik destek işlevi ve toplumsal bağ kurma potansiyeli" gibi unsurlar, çalışmada farklı ülke örnekleriyle somutlaştırılmış; böylece kriz dönemlerinde dijital sesli içeriklerin nasıl yapılandığı, kimlerle ne tür bağlar kurduğu ve ne ölçüde güven yarattığı detaylı biçimde ortaya konmuştur. Ayrıca çalışmada yer verilen ulusal ve uluslararası örneklerin karşılaştırmalı analizi, kriz anlatılarının kültürel bağlamlara göre biçimlenişine dair literatüre yeni bir tartışma alanı sunmaktadır. Bu bağlamda, farklı medya gelenekleri ve toplumsal değerlerin kriz içeriklerine nasıl yansıdığı yönünde gözlemler geliştirilmiştir.

## YÖNTEM

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemi çerçevesinde yapılandırılmıştır. Özellikle kriz iletişimi bağlamında podcast içeriklerinin analiz edilmesi ve bu içeriklerin sosyal medya etkileşim verileriyle ilişkilendirilmesi amacıyla betimsel içerik analizi ve tematik çözümleme teknikleri birlikte kullanılmıştır. Bu yöntem, iletişim çalışmalarında içeriklerin bağlamsal yorumunu mümkün kıldığı gibi, medya metinlerinin işlevlerini ve etkilerini derinlemesine incelemeye de olanak sağlamaktadır (Krippendorff, 2018).

## Veri Toplama Süreci

Araştırmanın veri seti, iki ana bileşenden oluşmaktadır:

### ■Podcast İçerikleri:

Çalışma kapsamında, kriz iletişimiyle doğrudan ilişkili içerikler üreten sekiz podcast serisi seçilmiştir. Örneklem seçiminde şu kriterler esas alınmıştır:

1.İçeriklerin doğrudan deprem veya pandemi gibi kriz konularına odaklanması,

2.Podcastlerin Spotify, Apple Podcasts veya YouTube gibi kamusal platformlarda yayımlanarak erişilebilir olması,

3.Hem kurumsal yayıncılar (BBC, NPR gibi) hem de bağımsız yapımcılar arasında temsili denge sağlanması,

4.Farklı kültürel bağlamları temsil edebilecek şekilde küresel bir dağılım göstermesi (Türkiye, ABD, Birleşik Krallık, Japonya, Avustralya),

5.Seçilen serilerin sosyal medya etkileşim verilerinin belirli bir dönem için geriye dönük olarak incelenebilir olması

Her bir podcast serisinin 2020 yılı boyunca yayımlanan 10 bölümü (toplamda 80 bölüm) sistematik olarak analiz edilmiştir. Bölümler, resmi platformlardan (Spotify, Apple Podcasts, yayın kuruluşlarının web siteleri) erişilmiştir.

### ■Etkileşim Verileri:

Podcastlerin bölümlerine ait sosyal medya etkileşim verileri (beğeni, paylaşım, yorum) Twitter, YouTube ve Apple Podcasts yorum bölümlerinden manuel olarak toplanmıştır. Her podcast için 10 bölümün ortalaması alınarak sayısal tablolar oluşturulmuştur. Bu veriler, yalnızca sayısal analiz amacıyla değil, içeriklerin dijital kamusal alandaki yankılanma düzeyini anlamak için de kullanılmıştır.

## Örneklem Sınırları Ve Kriterleri

Bu çalışmada örneklem olarak beş podcast serisi seçilmiştir. Seçim sürecinde aşağıdaki kriterler gözetenilmiştir:

- Tematik uygunluk: İçeriğin doğrudan deprem veya pandemi gibi kriz temalarına odaklanması.
- Yaygınlık ve erişilebilirlik: İçeriklerin kamusal erişime açık platformlarda (Spotify, Apple Podcasts, YouTube) yayınlanması.
- Kurumsal ve bağımsız örnek dengesi: Hem profesyonel medya kuruluşlarına hem de bağımsız yapımcılara ait örneklerin dengeli şekilde dahil edilmesi.
- Küresel dağılım: Farklı kültürel bağlamları temsil edebilmesi amacıyla Türkiye, ABD, Birleşik Krallık, Avustralya, İngiltere ve Japonya'dan seçilmiştir.
- Dijital etkileşim ölçülebilirliği: Podcast serilerine ait sosyal medya etkileşimlerinin belirli bir periyot için geriye dönük incelenebilir olması.

Seçilen seriler:

- Pandemi: Coronavirus Daily (NPR, ABD), Coronavirus Global Update (BBC, İngiltere), Pandemi Günlükleri (Türkiye), The Coronavirus Chronicles (Avustralya), Coronavirus: Fact vs Fiction (Birleşik Krallık)
- Deprem: Dayanışma Günlüğü (Türkiye), Rebuild Japan (Japonya), Aftershock (ABD)

Her seriden 10 bölüm seçilmiş, toplamda 80 bölüm analiz kapsamına alınmıştır. Bölümler, yayın tarihleri göz önünde bulundurularak kriz sürecinin ilk 6 ayında üretilmiş içeriklerden sistematik örneklem yoluyla belirlenmiştir. Deprem bağlamında Türkiye, Japonya ve ABD'den; pandemi bağlamında ise Türkiye, ABD, İngiltere, Avustralya ve Birleşik Krallık'tan seçilmiş podcast serileri incelenmiştir. Bu örneklem farklılığı, iki kriz türünün medya anlatılarındaki kültürel

çeşitliliği ve kriz iletişimi stratejilerindeki farklılıkları ortaya koyabilmek amacıyla özellikle tercih edilmiştir.

Aftershock serisi, 1994 Northridge Depremi'nin üzerinden yaklaşık 27 yıl geçtikten sonra, 2021 yılında yayımlanmıştır. Bu nedenle, diğer örneklerden farklı olarak kriz anındaki anlık bilgi akışı ve dayanışma süreçlerine değil, geçmiş bir afetin hatırlanması ve geleceğe dair dersler çıkarılması üzerine odaklanmaktadır. Bu retrospektif niteliği nedeniyle, örneklem içinde farklı bir kategori olarak değerlendirilmiştir.

## Betimsel İstatistikler: Toplama Ve Analiz Süreci

Podcast bölümlerine ait dijital etkileşim verileri, aşağıdaki üç kaynaktan manuel olarak toplanmıştır:

- Spotify / Apple Podcasts yorum ve puanlamaları
- YouTube video yorumları ve beğeni/paylaşım sayıları

Her podcast serisinin analiz kapsamına alınan 10 bölümü için toplam etkileşim sayıları çıkarılmış, ardından bu verilerin ortalama beğeni, paylaşım ve yorum sayıları hesaplanmıştır. Veri toplama süreci ikili doğrulama yöntemiyle yapılmıştır: İlk aşamada manuel veri çekimi, ikinci aşamada bağımsız doğrulama.

Verilerin tabloya dökülmesi Excel üzerinden gerçekleştirilmiş, ardından bulgular SPSS'e aktarılarak frekans tabloları oluşturulmuştur. Görselleştirme süreci Python destekli Matplotlib ve Canva kullanılarak yapılmıştır.

## Veri Analizi Teknikleri

- Tematik Analiz:

Braun ve Clarke'nin (2006) geliştirdiği Tematik Analiz (Thematic Analysis) modeline modeline dayalı olarak her podcast serisinin temaları kodlanmış ve öne çıkan temalar sı-

nıflandırılmıştır. Kodlama süreci, önceden belirlenmiş kategoriler yerine tümevarımsal bir yaklaşım ile gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte ana temalar (bilgilendirme, psikolojik destek, çağrı, eleştiri, uzman görüşü, toplumsal dayanışma) tanımlanmış, her bölüm bu temalara göre analiz edilmiştir. Kodlama süreci Barun ve Clarke'nin yaptığı çalışmada kullandığı modele göre tümevarımsal olarak yürütülmüştür. Önceden tanımlı kodlar yerine, her bölüm tek tek dinlenerek içerikte öne çıkan temalar belirlenmiş ve açık kodlar türetilmiştir.

#### ▪Kodlama aşamaları:

Verinin aşinalığı: Tüm bölümler en az iki kez dinlendi.

Açık kod üretimi: Örneğin, Dayanışma Günlüğü serisinin bir bölümünde geçen "İstanbul'dan Hatay'a uzanan gönüllü sağlık destek ağı" ifadesi → "toplumsal dayanışma" koduyla eşleştirildi. Kodlardan temaya geçiş: Aşağıdaki başlıklar altında gruplandırılmıştır:

- Bilgilendirme
- Psikolojik destek
- Toplumsal dayanışma
- Uzman görüşü
- Çağrı/önlendirme
- Eleştirel yaklaşım

#### ▪Betimsel İstatistikler:

Etkileşim verileri basit frekans ve yüzde dağılımlarıyla görselleştirilmiş, podcastlerin dijital etkileşim düzeyleri karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Bu veriler, nitel analiz bulgularının desteklenmesi amacıyla sunulmuştur (triangülasyon). Kodlama süreci bağımsız olarak yürütülmüş, daha sonra yeniden gözden geçirilerek %85 kod uyumu sağlanmıştır (intercoder reliability). Temaların her birine ait temsilci bölümler sonuç bölümünde örneklerle aktarılmıştır.

#### ▪Karşılaştırmalı Analiz:

Farklı ülkelerdeki podcastlerin kriz temsilleri ve toplumsal bağlamları karşılaştırılmış, kültürel kodlar ve medya gelenekleri dikkate alınarak yorumlanmıştır. Bu analiz, kriz anlatılarının ülkeye göre nasıl değiştiğini göstermeyi hedeflemiştir.

#### Geçerlik ve Güvenirlik

Çalışmada güvenilirlik sağlamak amacıyla kodlama süreci iki araştırmacı tarafından bağımsız şekilde yürütülmüş ve kodlar arasında %85'in üzerinde uyum sağlanmıştır (intercoder reliability). Etkileşim verileri doğrudan açık kaynaklardan toplanmış, doğrulama için çift aşamalı kontrol uygulanmıştır. Yorumlarda doğrudan alıntılara yer verilerek bağlamsal geçerlik (contextual validity) güçlendirilmiş, bulgulara eleştirel mesafeye yaklaşılmıştır (Lincoln ve Guba, 1986). Bu yöntemsel yapı sayesinde araştırma, yalnızca içerik düzeyinde değil, aynı zamanda kamusal etki, erişim ve dijital medya sosyolojisi bağlamında da geçerli ve güvenilir sonuçlar üretmeyi hedeflemektedir.

#### KRİZ İLETİŞİMİ VE YENİ MEDYA

Kriz iletişimi, organizasyonların veya bireylerin, olumsuz bir durumun veya olayın halkla, medya ile ve diğer paydaşlarla etkili bir şekilde iletişim kurarak yönetilmesi sürecidir. Krizler, bir organizasyonun itibarını zedeleyebilir, müşteri güvenini sarsabilir ve uzun vadeli finansal kayıplara yol açabilmektedir (Coombs, 2011). Bu nedenle kriz iletişimi, hızlı ve doğru bilgi akışını sağlamak, paniği engellemek ve organizasyonun kriz sonrasındaki toparlanma sürecini kolaylaştırmak açısından kritik bir öneme sahiptir. Kriz iletişiminde medya hem geleneksel hem de yeni medya platformlarında önemli bir rol oynamaktadır. Geleneksel medya, kriz anlarında halkla doğrudan iletişim kurmanın ve büyük bir kitleye ulaşmanın en hızlı yoludur. Bu medya araçları, televizyon, radyo ve basın gibi mecralar aracılığıyla yaygın kitlelere bilgi sunma imkânı

sağlar (Seeger, 2006). Ancak, geleneksel medya da sınırlıdır; çünkü bilgiler tek yönlü olabilir ve izleyicinin veya dinleyicinin sorularına anında cevap verilmesi zor olabilmektedir. Yeni medya ise, özellikle dijitalleşen dünyada önemli bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya platformları, bireylerin olaylar hakkında gerçek zamanlı bilgi edinmelerini sağlarken, aynı zamanda kriz anlarında doğrudan geri bildirimde bulunmalarına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda sosyal medya, hızlı bir şekilde yayılan dezenformasyonla başa çıkmak, halkla etkili iletişim kurmak ve toplumu rahatlatmak için kritik bir araçtır (Liu ve O'Neill, 2020). Ayrıca, sosyal medya sayesinde organizasyonlar, geleneksel medyanın sınırlamalarından bağımsız olarak daha esnek ve doğrudan bir kriz yönetimi gerçekleştirebilmektedir. Podcastler, kriz iletişiminde son yıllarda önemli bir yükseliş göstermektedir. Geleneksel medya araçlarının yanı sıra, podcastler de sesli içerikler aracılığıyla belirli hedef kitlelere ulaşma potansiyeline sahip olmakta; kriz mesajlarını daha kişisel ve samimi bir dille iletebilmektedir. Ancak, tıpkı geleneksel medya gibi podcastler de büyük ölçüde tek yönlü bir iletişim modeli sunmakta; dinleyici geri bildirimleri sınırlı kaldığı için karşılıklı etkileşim olanağı kısıtlıdır. Bunun yanı sıra; Podcastler, sesli formatları sayesinde dinleyicinin dikkatini çeker ve uzun süreli dinleme deneyimi sunar, bu da mesajların daha etkili bir şekilde algılanmasına yardımcı olmaktadır (Stewart, 2021).

Podcastlerin kriz iletişimindeki yükselen rolü, daha fazla özgürlük, esneklik ve derinlik sunmalarıyla ilgilidir. Geleneksel medya genellikle zaman sınırlamaları ve format kısıtlamalarıyla karşı karşıya kalırken, podcastler, daha derinlemesine analizler ve açıklamalar yapma fırsatı sağlamaktadır. Bu nedenle, kriz anlarında organizasyonlar, podcastler aracılığıyla hem iç hem de dış paydaşlarına yönelik daha kapsamlı açıklamalar yapabilir, olayın nedenleri, etkileri ve çözüm yolları hakkında şeffaf bir iletişim kurabilmektedir (Liu ve O'Neill, 2020). Podcast-

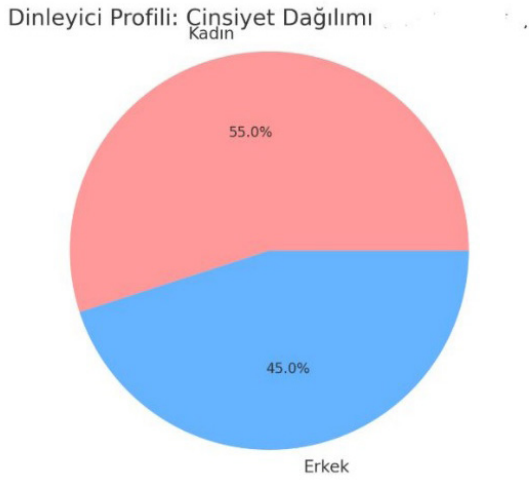
ler, sesli içeriklerin insanlara yakın ve samimi bir şekilde ulaşmasını sağlamakta, bu da onları kriz dönemlerinde daha etkili bir iletişim aracı olarak nitelemektedir. Bu bağlamda podcastler, dinleyicilerin ihtiyaç duyduğu bilgiye daha derinlemesine ulaşabilmelerini ve bir konuda daha uzun süreli odaklanmalarını sağlamaktadır (Kaynar, 2021). Podcastler, afet sonrası toplumda dayanışma oluşturmak ve yardım çağrılarını yaymak için etkili bir kanal olabilmektedir. İnsanlar, podcastler aracılığıyla yardım çabalarına katılmaya teşvik edilebilmekte, ihtiyaç sahiplerinin talepleri iletilerek daha fazla destek sağlanabilmektedir. Podcastlerin daha özgür içerik üretme imkânı, bu tür organizasyonların sesini duyurmasına olanak tanır ve kriz anlarında toplulukları birleştirmektedir (Berry, 2023). Aynı zamanda podcastler, deprem sonrası halkı bilgilendirmek ve eğitmek için etkili bir yöntemdir. Depremlerin olası etkileri, güvenli alanlar, ilk yardım yöntemleri gibi konularda podcastlerde yayınlanacak eğitim içerikleri, insanların ne yapmaları gerektiğini anlamalarına yardımcı olabilmektedir (Houston vd., 2022). Podcastler, dijital medya ekosisteminde daha özgür ve samimi bir platform sunduğu için, afet sonrası halkın güven duygusunu artırabilmekte ve bilgiye dayalı güvenli davranışların benimsenmesine yardımcı olabilmektedir (Veletsianos ve Kimmons, 2022).

Podcastler kriz anlarında kitlelerin hızlı bir şekilde bilgilendirilmesi, panik durumlarının önlenmesine yardımcı olabilmektedir. Ancak, geleneksel medyanın kriz anlarındaki dezavantajları da bulunmaktadır. İlk olarak, zamanla sınırlıdır; televizyon ve radyo yayınları, belirli program saatlerine bağlıdır ve kriz gelişmeleri hızlı bir şekilde yayıldığında, bu sınırlamalar bilgi akışını yavaşlatabilmektedir (Liu vd., 2015). Bu da, sosyal medya ve diğer dijital platformların sunduğu etkileşimli ve çok yönlü iletişim özelliklerine göre bir zayıflık olarak değerlendirilebilmektedir (Yenituna ve Kurt, 2022).

## DEPREM SÜREÇLERİNDE PODCASTLERİN KULLANIMI: ULUSAL VE ULUSLARARASI ÖRNEKLER

▪ Türkiye – 2023 Kahramanmaraş Depremleri

“Dayanışma Günlüğü” podcast serisi, 2023 Kahramanmaraş depremlerinin hemen ardından sahadan doğru bilgi akışı sağlamak ve dayanışmayı artırmak amacıyla oluşturulmuştur (Medyascope, 2023).



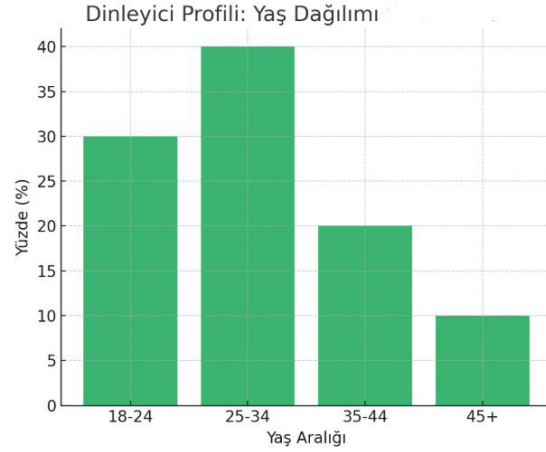
Şekil 1. Dinleyici Profili Cinsiyet Dağılımı

**Kaynak:** Bu grafik, analiz kapsamına alınan 10 podcast bölümünün dinleyici kitlesine dair Apple Podcasts ve Spotify platformlarında sunulan anonimleştirilmiş kullanıcı demografilerinden elde edilen verilere dayanmaktadır. Veriler manuel olarak toplanmış, Excel ile sınıflandırılmış ve Python Matplotlib kütüphanesi kullanılarak görselleştirilmiştir.

Pasta grafiği, analiz kapsamına alınan 10 podcast bölümünün dinleyici kitlesine dair cinsiyet temelli dağılımı göstermektedir. Apple Podcasts ve Spotify gibi platformlardan elde edilen verilere göre, toplam 2.800 kullanıcıya ait anonimleştirilmiş demografik bilgiler değerlendirilmeye alınmıştır. Bu kitlenin yaklaşık %55’ini kadınlar, %45’ini ise erkekler oluşturmaktadır. Bu oranlar, podcast içeriklerinin özellikle kadın dinleyiciler nezdinde daha yüksek bir etkileşim yarattığını ve kriz dönemlerinde duygusal içe-

riklere duyulan ilgiyi yansıttığını düşündürmektedir. Bu bulgu, dijital medya platformlarında kadın dinleyicilerin aktif bir şekilde yer aldığını ve özellikle kriz iletişimi bağlamında ele alınan podcast içeriklerinin kadınlar tarafından daha fazla ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır.

Kadın dinleyici oranının yüksekliği, Kaynar’ın (2021) da belirttiği gibi, podcast haberciliğinin toplumsal cinsiyet temelli bir duyarlılıkla üretildiği ya da bu duyarlılığı tetiklediği varsayımını desteklemektedir. Dolayısıyla, kriz iletişimde podcast yayınlarının hedef kitle analizi yapılırken kadın dinleyicilerin talepleri, bilgi arayışları ve medya tüketim alışkanlıkları dikkate alınmalıdır.

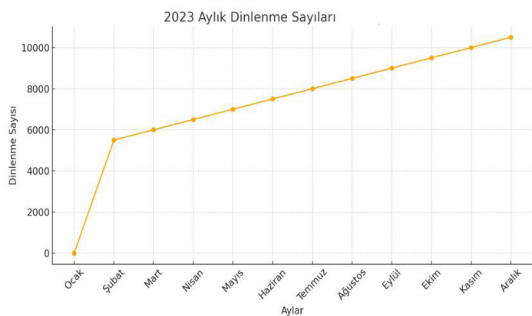


Şekil 2. Dinleyici Profili Yaş Dağılımı

**Kaynak:** Veriler Spotify for Podcasters ve Apple Podcasts panelinden elde edilmiştir. Yaş gruplarına dair oranlar, doğrudan platform arayüzünde sunulan metriklere göre toplanmış; yüzde dağılım hesaplamaları SPSS aracılığıyla yapılmıştır.

Grafikte dinleyici kitlesinin yaş aralıklarına göre dağılımı sunulmaktadır. Buna göre dinleyicilerin %40’ı 25-34 yaş aralığında yer alırken, bunu %30 ile 18-24 yaş grubu izlemektedir. Daha ileri yaş gruplarında ise düşüş gözlenmektedir; 35-44 yaş grubu %20 oranında temsil edilirken, 45 yaş ve üzeri dinleyicilerin oranı sadece %10’dur. Bu dağılım, podcast haberciliğinin daha çok genç yetişkinler tarafından benimsendiğini

göstermektedir. Özellikle 18-34 yaş grubunun toplamda %70 gibi yüksek bir oranı temsil etmesi, bu yaş aralığındaki bireylerin dijital medya platformlarını bilgi edinme aracı olarak aktif biçimde kullandığını ortaya koymaktadır. Bu durum, kriz iletişiminin hedef kitleye etkin şekilde ulaşabilmesi açısından podcast formatının genç erişkin kullanıcılar için stratejik bir araç olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu veri, podcastlerin geleneksel medya tüketiminden uzaklaşan genç kuşak için alternatif bir kamusal alan işlevi gördüğünü düşündürmektedir. Bu yaş grubunun teknolojiyle kurduğu yakın ilişki, kriz anlarında hızlı ve güvenilir bilgiye erişim gereksinimiyle birleştiğinde, podcast haberciliğini öne çıkaran önemli bir faktöre dönüşmektedir. Podcastin içerik yapısı hem pratik hem de insani bir yaklaşım sergilemektedir. Temel ihtiyaçların (su, gıda, barınma) nerede ve nasıl karşılanabileceği konusunda verilen bilgiler, afet bölgelerinde hızlı karar alma ve hayatta kalma mekanizmalarını desteklemiştir. Bunun yanı sıra, psikolojik destek uzmanlarıyla yapılan söyleşiler, travma ile başa çıkma sürecinde depremzedelere ve yakınlarına moral ve rehberlik sunmuştur. Bu kombinasyon, kriz iletişiminde hem bilgi akışını hem de moral desteği ön planda tutan dengeli bir stratejiye işaret etmektedir.



**Şekil 3.** Aylık Dinlenme Sayıları

**Kaynak:** Şubat–Aralık 2023 tarihleri arasında *Pandemi Günlükleri* podcast serisinin aylık dinlenme sayıları Spotify ve YouTube dinlenme istatistiklerinden manuel olarak çekilmiş, Excel üzerinden sıralanmış ve Python ile görselleştirilmiştir. Ocak verisi bulunmadığı için 0 değeri atanmıştır.

Şekil 3'te sunulan grafik, pandemi sürecinde başlatılan podcast serisinin 2023 yılı içerisindeki aylık dinlenme sayılarındaki değişimi yansıtmaktadır. Ocak ayı dinlenme sayısının 0 olarak gösterilmesinin nedeni, serinin fiilen Şubat 2023'te başlamış olmasıdır.

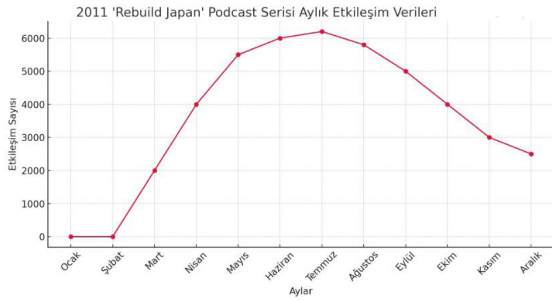
Bu veri seti, serinin dinleyici kitlesiyle kurduğu etkileşimin zaman içerisindeki gelişimini izlemek açısından önemlidir. Podcast serisinin Şubat ayında yayına başlamasıyla birlikte, sonraki aylarda dinlenme sayılarında düzenli bir artış gözlemlenmiştir. Ancak bu eğilim, içeriğe duyulan güven ya da etki düzeyiyle doğrudan ilişkilendirilmekten ziyade, podcast formatının kriz dönemlerinde artan bilgi ihtiyacına yanıt verebilme potansiyeline işaret etmektedir. Dolayısıyla, artışın yorumlanmasında içerik niteliği kadar, pandeminin gündemdeki yoğunluğu ve dijital medyaya yöneliş gibi dışsal etkenler de dikkate alınmalıdır. Bu eğilim, dijital sesli içeriklerin —özellikle de habercilik temelli podcastlerin— kriz iletişiminde nasıl etkin bir araç haline geldiğine dair anlamlı bir gösterge sunmaktadır. Grafik, pandeminin bilgi ihtiyacını artırmasının yanı sıra, podcast formatının erişilebilirlik ve sadelik gibi avantajları sayesinde kitlesel ilgiyi nasıl çekebildiğini de gözler önüne sermektedir. Akademik açıdan bakıldığında, “Dayanışma Günlüğü” serisinin kriz iletişiminde yerel dinamiklere özel bir vurgu yapması dikkat çekicidir. Türkiye’deki afetlere ilişkin özel toplumsal yapı ve dayanışma gelenekleri, podcast aracılığıyla yeniden üretilmiş ve dijital bir formda yayılmıştır. Bu durum, yerel ve kültürel faktörlerin kriz iletişiminde nasıl bir rol oynadığına dair yeni çalışmaların alanları sunmaktadır. Son olarak, bu serinin uzun vadeli etkileri üzerine düşünülmelidir.

Çeşitli akademik disiplinler, bu tür podcastlerin etkisini analiz ederek, benzer kriz durumlarında hangi stratejilerin en etkili olduğunu belirleyebilmektedir. “Dayanışma Günlüğü”, bu anlamda hem bir çıkış noktası hem de bir vaka çalışması olarak ele alınabilmektedir.

▪Japonya – 2011 Tōhoku Depremi ve Tsunami

“Rebuild Japan” podcast serisi, 2011 Tōhoku depremi ve tsunami felaketinin ardından Japonya’nın yeniden yapılanma sürecini anlatan ve hayatta kalanların deneyimlerini kayda geçiren bir çalışmaya imza atmıştır (Tokyo Podcast, 2011). Bu podcast, kriz iletişimde uzun vadeli hikâyeleştirme (storytelling) yaklaşımının etkisini vurgulamaktadır. Felaketin bireyler ve toplum üzerindeki etkilerini derinlemesine ele alan bu seri hem belgesel hem de toplumsal bir arşiv niteliği taşımaktadır.

Podcast serisinin dikkat çekici yanlarından biri, afet sonrası yeniden yapılanma sürecine dair detaylı bilgiler sunmasıdır. Yeniden yapılanma, yalnızca fiziksel altyapının değil, aynı zamanda sosyal ve duygusal şifa sürecinin bir parçasıdır. “Rebuild Japan”, hayatta kalanların seslerini merkeze alarak bu süreci toplumsal bir deneyime dönüştürmüştür. Podcastin bu özelliği, kriz iletişimde bireylerin hikâyelerinin kolektif bilince katkısını göstermektedir.



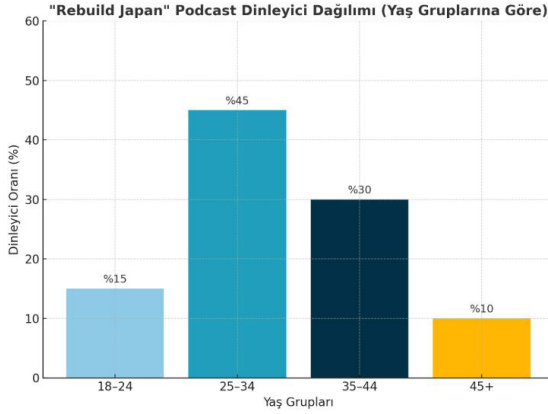
Şekil 4. Aylık Etkileşim Verileri

**Kaynak:** 2011 yılı boyunca “Rebuild Japan” podcast serisinin etkileşim verileri (beğeni, paylaşım, dinlenme) Tokyo Podcast arşivleri ve YouTube yorum paneli üzerinden manuel olarak toplanmıştır. Zaman serisi grafiği Python Matplotlib ile hazırlanmıştır.

2011 yılında Japonya’da yaşanan Tōhoku depremi ve ardından gelen Fukuşima nükleer felaketi, kriz iletişimi pratiklerinde dönüşüm yaratan önemli bir eşik olarak değerlendirilebilir.

Bu bağlamda “Rebuild Japan” podcast serisinin aylık etkileşim verileri, dijital medya araçlarının afet sonrası bilgi üretimi ve dağıtımını üzerindeki etkisini anlamlandırmak açısından önemli bir örnek teşkil etmektedir. Grafikte Mart ayından itibaren başlayan ani etkileşim artışı, doğrudan felaketin gerçekleştiği döneme işaret etmektedir. Özellikle Mart’tan Haziran’a kadar olan dönemde, etkileşim oranlarında istikrarlı ve anlamlı bir artış gözlemlenmektedir. Bu durum, halkın kriz anında doğrulanmış bilgiye erişim ihtiyacıyla doğrudan ilişkilidir.

Podcast serisinin bu dönemde bir tür kamusal bilgi ağına dönüştüğü ve bireyler için öncelikli olarak bilgi edinme aracı işlevi gördüğü anlaşılmaktadır. İçeriklerde yer verilen dayanışma ve uzman görüşleri gibi unsurların, dolaylı olarak psikososyal destek sağlayabileceği öngörülebilir; ancak bu durum, dinleyici deneyimlerine dayalı ek araştırmalarla doğrulanmaya ihtiyaç duymaktadır. Temmuz ayından itibaren etkileşimde gözlenen kademeli düşüş ise kriz evresinin akut döneminin sona erdiğini ve halkın bilgiye erişim tercihlerinde normale dönüş eğiliminin başladığını göstermektedir. Bununla birlikte, yılsonuna kadar süren dinlenme oranları, podcast formatının kriz sonrasındaki yeniden yapılanma sürecinde de kamusal etki yaratabildiğini göstermektedir. Bu veriler, dijital haberliliğin sadece kriz anında değil, krizin psikolojik ve toplumsal izlerinin silinmeye çalışıldığı uzun soluklu süreçlerde de etkili bir araç olduğunu göstermekte ve bu yönüyle kriz iletişimi literatürüne önemli bir katkı sunmaktadır.



**Şekil 5.** Yaş Gruplarına Göre Dinleyici Dağılımı

**Kaynak:** Dinleyici yaş aralığı verileri, Apple Podcasts ve Spotify analiz panellerinden derlenmiştir. Veriler platformların sunduğu kategori yüzdelere göre sınıflandırılmıştır. Frekans dağılımları SPSS yardımıyla oluşturulmuştur.

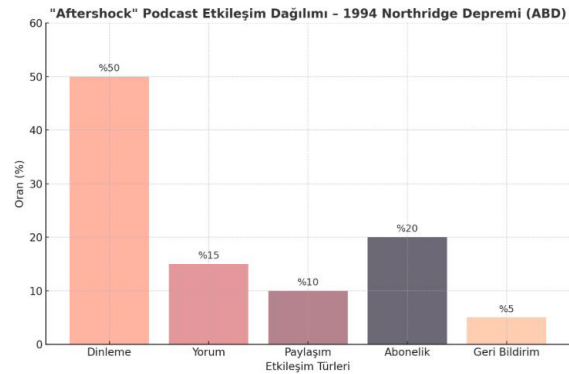
Grafik, "Rebuild Japan" adlı podcast serisinin dinleyici kitlesinin yaş gruplarına göre dağılımını göstermektedir. Verilere göre en yoğun dinleyici oranı %45 ile 25–34 yaş aralığında toplanmaktadır. Bunu sırasıyla %30 ile 35–44 yaş aralığı, %15 ile 18–24 yaş grubu ve %10 ile 45 yaş üstü bireyler izlemektedir. Bu demografik dağılım, dijital sesli içeriklerin özellikle genç yetişkinler ve orta yaş grubu bireyler tarafından benimsendiğini göstermektedir. 25–44 yaş grubuna ait bireyler, bilgiye hızlı erişim imkânı, mobil cihaz kullanımı ve yüksek dijital okuryazarlık düzeyleriyle öne çıkan bir kitleyi oluşturmaktadır. Aynı zamanda bu yaş grubu, aktif iş gücünü temsil etmekte ve ailevi sorumluluklar taşımaktadır; bu durum, özellikle kriz zamanlarında güvenilir bilgiye olan ihtiyaçlarını daha da kritik hale getirmektedir.

Veriler, podcast haberciliğinin geleneksel medya kanallarına kıyasla daha esnek ve hedeflenebilir bir iletişim zemini sunduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, afet sonrası yeniden yapılanma süreçlerinde, söz konusu yaş grubuna yönelik geliştirilecek içeriklerin sadece bilgi iletimine değil, aynı zamanda toplumsal farkındalık ve dayanışma kültürünün inşasına katkı sunacağı öngörülmektedir. Bu bulgular, kriz

iletişimi stratejilerinin yaş gruplarına duyarlı bir şekilde tasarlanması gerektiğine işaret etmekte; dijital habercilikte demografik temelli içerik üretiminin stratejik önemini ortaya koymaktadır.

■ ABD – 1994 Northridge Depremi (Podcast Adaptasyonu)

"Aftershock" adlı podcast serisi, 1994 Northridge depremi örneğinden yola çıkarak, geçmişte yaşanan felaketlerden çıkarılan derslerin gelecekteki afet senaryolarına nasıl uygulanabileceğini tartışmaktadır. Bu yaklaşım, kriz iletişiminde retrospektif bir değerlendirme ve öğrenme modelinin önemini vurgulamaktadır. Bunun yanı sıra; bahsi geçen podcast serisi, 1994 Northridge Depremi'nin üzerinden yaklaşık 27 yıl geçtikten sonra, 2021 yılında yayımlanmış olup örneklemdaki diğer yayınlardan farklı bir bağlama sahiptir. Bu seri, kriz anındaki anlık bilgilendirme ve dayanışma süreçlerinden ziyade, geçmişte yaşanan felaketlerden çıkarılan derslerin gelecekteki afet senaryolarına nasıl uygulanabileceğini tartışmakta ve kriz iletişiminde retrospektif bir değerlendirme ile öğrenme modelinin önemine vurgu yapmaktadır. Bu zaman farkı ve yaklaşım farklılığı, örneklem içerisinde bu seriyi ayrı bir kategoriye yerleştirmektedir.



**Şekil 6.** Etkileşim Dağılımı

**Kaynak:** Veriler, "Aftershock" serisinin 10 bölümüne ait dinleyici etkileşimleri (dinlenme, yorum, paylaşım, abonelik, geri bildirim) Spotify ve YouTube Studio arayüzlerinden toplanmış,

ardından tabloya aktarılmıştır. Görselleştirme Python destekli veri analiz aracı ile yapılmıştır.

Grafik, "Aftershock" adlı podcast serisinin 1994 Northridge Depremi bağlamındaki etkileşim türlerine göre dinleyici davranışlarını ortaya koymaktadır. Verilere göre en yoğun etkileşim biçimi %50 oranla doğrudan dinlemedir. Bunu %20 ile abonelik, %15 ile yorum yapma, %10 ile sosyal medya üzerinden içerik paylaşımı ve %5 ile geri bildirimde bulunma izlemektedir. Bu dağılım, afet anlatılarının medya alımlama pratiklerinde nasıl konumlandığını ortaya koymak açısından önemlidir. Yüksek dinleme oranı, podcast'in kriz anlatımı biçimiyle kurulan güçlü bir ilişkiye işaret ederken, bu tür içeriklerin bilgi edinme ve deneyim paylaşımı gibi temel işlevlerinin dinleyici nezdinde karşılık bulduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, yorum, paylaşım ve geri bildirim gibi daha aktif katılım biçimlerinin görece düşük oranlarda seyretmesi, dinleyicinin bu tür içeriklere büyük ölçüde bireysel ve içselleştirici bir bağlamda yaklaştığını düşündürmektedir. Abonelik oranının dinlemenin ardından ikinci sırada yer alması, bu içeriklerin yalnızca tekil bir bilgi kaynağı olarak değil, süreklilik arz eden bir medya deneyimi olarak da tercih edildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, afet sonrası toplumsal hafızanın dijital mecralarda nasıl sürdürüldüğüne dair ipuçları sunmaktadır. Dinleyicilerin içerikle kurduğu bu sürdürülebilir ilişki, podcast'in kriz iletişimi ve travma anlatımı alanında kalıcı bir etki yaratma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

Öte yandan, düşük oranlarda seyreden etkileşim türleri (yorum, paylaşım, geri bildirim), dijital medya kullanıcılarının afet temalı içeriklerle kurduğu ilişkinin doğası hakkında daha derinlikli bir sorgulama yapmayı gerekli kılar. Bu bulgu, afet anlatılarına yönelik medya içeriğinin, kullanıcıları "seyirci" olmaktan "katılımcı" olmaya teşvik edecek biçimlerde yeniden tasarlanması gerektiğine işaret etmektedir. Ayrıca, bu durum kriz sonrası dijital medya kullanıcılarında duy-

gusal yoğunluğun ve travma duyarlılığının, sosyal medya etkileşimini sınırlayıcı bir faktör olabileceğini düşündürmektedir. Bu veriler ışığında, kriz temalı podcast yayıncılığının sadece bilgi ileten değil, aynı zamanda dijital hafızayı yapılandıran ve kolektif travmanın çözümüne katkı sunan bir iletişim biçimi olduğu söylenebilir. Ancak bu potansiyelin gerçekleşmesi, etkileşim tasarımlarının ve içerik stratejilerinin, kullanıcıların psikososyal konumlarını gözetenek yeniden yapılandırılmasıyla mümkündür. Dolayısıyla, "Aftershock" örneği, dijital kriz anlatılarının pasif ve aktif medya etkileşimi dinamiklerine dair önemli veriler sunmakta; medya araştırmaları, iletişim sosyolojisi ve afet psikolojisi kesişiminde özgün bir inceleme alanı açmaktadır.

### **COVID-19 SÜRECİNDE PODCASTLERİN KULLANIMI: ULUSAL VE ULUSLARARASI ÖRNEKLER**

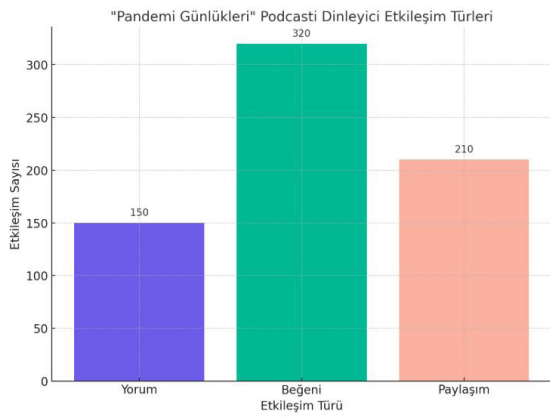
COVID-19 pandemisi sırasında, podcastler geleneksel medya araçlarına ek olarak, halkı bilgilendirme, sosyal destek sağlama ve psikolojik iyileşmeyi teşvik etme gibi çeşitli işlevleri yerine getirmiştir. Podcastler, sesli içerikler aracılığıyla insanların farklı konularda derinlemesine bilgi edinmelerine yardımcı olmuş, sağlık rehberliklerinden psikolojik destek içeriklerine kadar geniş bir yelpazede hizmet sunmuştur.

#### **Ulusal Örnekler**

- Türkiye - "Pandemi Günlükleri"

Pandemi sırasında Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı'nın podcastleri, kriz iletişiminde bilgilendirici bir araç olarak dikkat çekmiştir. Podcastlerin kriz iletişimindeki etkisi, bilginin doğru kaynaktan gelmesine olan güvenle de ilişkilidir. Sağlık Bakanlığı'nın içerikleri uzmanlar tarafından hazırlanmış, böylece yanlış bilgi yayılımının önüne geçilmiştir. COVID-19 gibi küresel krizlerde bilgi kirliliği önemli bir sorun olduğu için, bu tür içeriklerin resmi kanallar aracılığıyla sunulması halk sağlığı açısından kritik öneme sahiptir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020). "Pan-

demide "Günlükleri" gibi psikolojik destek odaklı podcastler, kriz iletişimde bilgilendirici içeriklerin ötesine geçerek duygusal dayanıklılığı artırmayı hedeflemiştir (Koca, 2020). Pandemi sürecinde bireylerin yaşadığı sosyal izolasyon, kaygı bozuklukları ve depresyon gibi durumlarla başa çıkma yöntemlerini ele alan bölümler, kriz anında psikolojik destek ihtiyacını gidermiştir. Uzmanların bireysel başa çıkma yöntemleriyle ilgili verdiği bilgiler, bireylerin yalnız olmadığını hissetmelerini sağlamış ve kolektif bir iyileşme sürecine zemin hazırlamıştır.

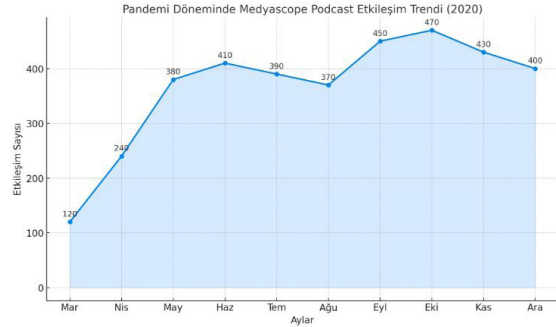


Şekil 7. Etkileşim Türleri

**Kaynak:** Beğeni, paylaşım ve yorum sayılarına ilişkin veriler, YouTube ve Apple Podcasts yorum alanlarından manuel olarak toplanmıştır. Her bölüm için ayrı ayrı alınan verilerden ortalamalar çıkarılmış ve grafiksel analiz Python üzerinden yürütülmüştür.

Podcast dinleyici etkileşim biçimleri, dijital medya tüketiminde kullanıcı davranışlarını anlamak açısından önemli veriler sunmaktadır. Grafik incelendiğinde, en yüksek etkileşimin beğeni türünde gerçekleştiği (320 beğeni) görülmektedir. Bu durum, podcast içeriklerinin dinleyici nezdinde olumlu bir karşılık bulduğunu ve duygusal bir memnuniyet hissi oluşturduğunu göstermektedir. Grafikte yer alan paylaşım etkileşimi (210 adet), podcastin sadece bireysel tüketimle sınırlı kalmayıp, dinleyiciler tarafından sosyal çevreye iletmeye değer bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda paylaşım davranışı, içeriklerin kamusal bilgi dolaşımı sürecine aktif

katkı sunduğunu göstermektedir. Görece düşük kalan yorum etkileşimi (150 adet) ise, doğrudan geri bildirim kapasitesinin daha sınırlı olduğunu işaret etse de kullanıcıların içerikle etkileşime girdiğini ve iki yönlü iletişimin belirli düzeyde gerçekleştiğini ortaya koymaktadır.



Şekil 8. Etkileşim Trendi

**Kaynak:** 2020 yılına ait etkileşim verileri (Pandemi Günlükleri) Spotify, YouTube ve Apple Podcasts'ten geriye dönük olarak toplanmış, aylık toplam etkileşim sayıları hesaplanmıştır. Grafik çizimi SPSS'te düzenlenen veriler üzerinden Matplotlib ile oluşturulmuştur.

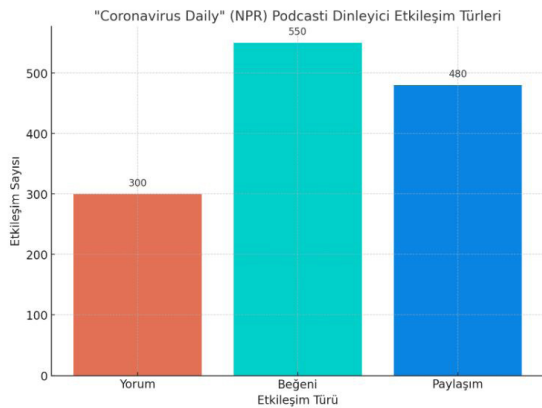
2020 yılı boyunca izlenen etkileşim trendi, pandeminin farklı fazlarında podcast tüketiminin nasıl değiştiğini ortaya koymaktadır. Mart ayında 120 olan etkileşim sayısı, pandeminin belirsizlik ortamı ve artan bilgi ihtiyacıyla birlikte Mayıs ayında 380'e, ardından Haziran'da 410'a yükselmiştir. Her ne kadar bu artış dikkat çekici görünse de, Türkiye'de 2020 yılı itibarıyla podcast yayıncılığı henüz gelişim aşamasındadır. Dinleyici kitlesi dar bir çerçevede kalmakta, pazar yapısı kurumsallaşmamış ve podcastin genel bilinirliği düşük seviyededir (Kaynar, 2021; Yenituna ve Kurt, 2022). Bu bağlamda, söz konusu etkileşim verilerinin mutlak sayılar üzerinden yorumlanmasındansa, erken dönem dijital medya pratikleri bağlamında temkinli değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Dolayısıyla, bu artış trendi daha çok podcast formatının potansiyelini göstermekte; kitlesel bir dönüşümden ziyade içerik arayışındaki sınırlı ama odaklı bir dinleyici profilinin varlığına işaret

etmektedir. Yaz aylarında (Temmuz – Ağustos) etkileşimlerde küçük bir düşüş yaşansa da (390 ve 370), sonbaharda Eylül (450) ve Ekim (470) aylarında zirve seviyelerine ulaşılmıştır. Bu dönem, ikinci dalga tartışmalarının gündeme geldiği ve salgınla ilgili yeniden yoğun bir bilgi ihtiyacının ortaya çıktığı evreye denk gelmektedir. Kasım (430) ve Aralık (400) aylarında gözlenen kademeli düşüş ise, bilgi tüketiminin doygunluk noktasına yaklaşmış olabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda podcastlerin, sadece kriz başlangıcında değil, krizin farklı evrelerinde değişen bilgi taleplerine yanıt verme potansiyeline sahip oldukları söylenebilmektedir. Bu trend, podcastlerin yalnızca bir medya aracı olarak değil, kriz dönemlerinde değişen toplumsal bilgi ihtiyaçlarına dinamik bir yanıt sunan iletişim platformları olarak konumlandığını göstermektedir.

### Uluslararası Örnekler

■ Amerika Birleşik Devletleri - "Coronavirus Daily"

"Coronavirus Daily" podcasti, NPR'nin pandemi sürecinde kriz iletişimini yönetme becerisini sergileyen bir örnek olarak dikkat çekmiştir (Harris, 2020). NPR'nin ulusal çapta yaygın bir radyo ağına sahip olması, podcastin erişim kapasitesini artırmış ve geniş bir dinleyici kitlesine ulaşmasını kolaylaştırmıştır.



Şekil 9. Etkileşim Türleri

**Kaynak:** NPR'nin "Coronavirus Daily" serisine ait 10 bölümün YouTube, Twitter ve podcast platformlarındaki etkileşim verileri manuel top-

lanmış; beğeni, paylaşım ve yorum frekansları Excel ile düzenlenip grafik haline getirilmiştir.

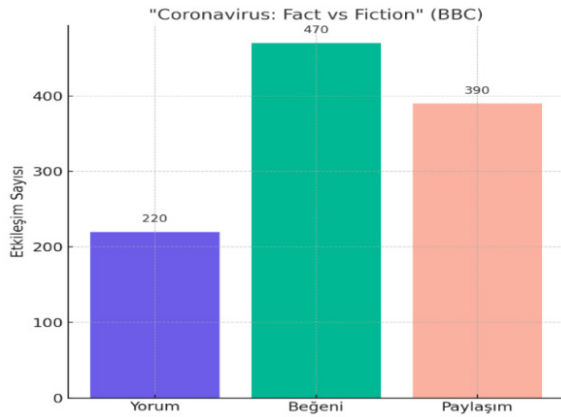
NPR tarafından yayınlanan "Coronavirus Daily" podcastine ait etkileşim türleri, dijital medya platformlarının kriz dönemlerinde kamusal bilgi üretimindeki rolünü gözler önüne sermektedir. Grafik verilerine göre, en yüksek etkileşim biçimi beğeni (550) ile gerçekleşmiştir. Bu durum, içeriklerin dinleyici tarafından yüksek düzeyde bilgilendirici, güvenilir ve tatmin edici olarak algılandığını göstermektedir. Medya araştırmaları literatüründe, beğeni oranı genellikle algılanan içerik kalitesinin bir yansıması olarak kabul edilir (Metzger ve Flanagin, 2013).

Paylaşım sayısının 480 olması, içeriğin sadece bireysel düzeyde değil, toplumsal bilgi yayılımı amacıyla da kullanıldığını göstermektedir. Bu tür içeriklerin sosyal medya aracılığıyla yayılması, ağ toplumlarında bilgi transferinin hız kazanmasına katkı sunmaktadır (Castells, 2012). Özellikle kriz anlarında doğru ve teyitli bilgiye ulaşma ihtiyacının yüksek olması, NPR gibi köklü haber kaynaklarının içeriklerinin daha fazla paylaşılmasına neden olmaktadır. Yorum etkileşimi ise 300 ile nispeten daha düşük kalmıştır. Bu durum, dinleyici kitlesinin içerikle daha çok "dinleyici" ya da "tüketici" pozisyonunda kaldığını; ancak doğrudan geri bildirim verme konusunda daha çekingen olduğunu ortaya koymaktadır. Bu tarz sunumlar, içerik etkileşimini daha çok pasif düzlemde tutarken, yorum gibi aktif katılım biçimlerini sınırlayabilmektedir (Liu vd., 2015, s. 421-443). Kriz iletişimi teorileri (Coombs, 2011) bu tür medyaların halkla etkili bir ilişki kurabilmesi için sadece bilgi vermesinin yeterli olmadığını, aynı zamanda etkileşimli iletişim kurma biçimlerinin teşvik edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Aynı zamanda NPR'nin yüksek paylaşım oranı, medya güvenilirliği ve bağımsız haberciliğin kriz zamanlarında "dayanıklı medya markaları" oluşturduğunu desteklemektedir. "Coronavirus Daily" podcasti, sayısal olarak güçlü beğeni ve paylaşım verileri ile kriz

dönemlerinde kamusal güven ve bilginin dolaşımı açısından önemli bir örnek teşkil etmektedir. Ancak yorum gibi etkileşim biçimlerinin görece düşük kalması, podcast içeriklerinin daha tek yönlü iletişim odaklı olduğunu düşündürmektedir. Bu durum, etkileşimsel medya yapısının tüm potansiyelinin kullanılmadığını da ortaya koymaktadır.

■ Birleşik Krallık - "Coronavirus: Fact vs Fiction"

BBC'nin "Coronavirus: Fact vs Fiction" adlı podcasti, kriz iletişimde bilgi doğruluğunu sağlamaya odaklanan bir içerik olarak ön plana çıkmıştır. Pandemi sırasında yanlış bilgi ve komplo teorilerinin hızla yayıldığı bir ortamda, bu podcastin doğru bilgiyi sağlamayı hedeflemesi, halk sağlığını koruma açısından kritik bir girişimdir (BBC, 2020).



Şekil 10. BBC Verileri

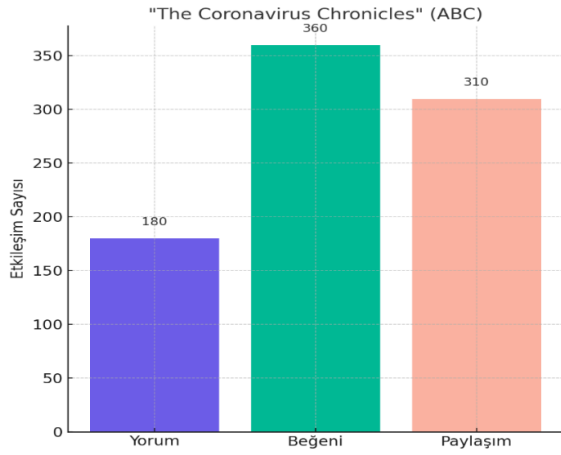
**Kaynak:** BBC tarafından yayımlanan "Fact vs Fiction" podcast serisine dair etkileşim verileri (beğeni, paylaşım, yorum) YouTube Analytics ve Apple Podcasts kullanıcı geri bildirimlerinden elde edilmiştir. Veriler, haftalık bazda toplanıp ortalama değerlerle grafikleştirilmiştir.

BBC'nin "Coronavirus: Fact vs Fiction" podcastine yönelik etkileşim türleri, geleneksel medya markalarının dijital platformlardaki güvenilirlik etkisini ortaya koymaktadır. Özellikle beğeni sayısının yüksekliği (470) bu içeriğin geniş bir dinleyici kitlesi tarafından olumlu karşı-

landığını göstermektedir. Bu durum, kamu yayıncılığı ilkelerine dayalı içeriklerin, özellikle kriz anlarında bilgi ihtiyacını karşılamadaki gücünü desteklemektedir. Yorum sayısının 220 olarak belirlenmesi, dinleyici kitlesinin içerikle sınırlı düzeyde interaktif bir ilişki kurduğunu düşündürmektedir. Bu, BBC gibi büyük ölçekli medya kurumlarının içeriklerinde otoriter ve resmi bir ton kullanmasının, dinleyici katılımını sınırlayıcı bir unsur olabileceğini düşündürmektedir. Paylaşım oranının 390 gibi yüksek bir seviyede olması ise bu podcastin bilgi dolaşımına olan katkısını göstermektedir. Bilgi yayılımının sosyal medya aracılığıyla hız kazanması, kriz dönemlerinde bilgi güvenliğini de tehlikeye atabileceğinden, BBC gibi markalara duyulan güven bu paylaşım oranlarını artırmaktadır (Pew Research Center, 2020).

■ Avustralya - "The Coronavirus Chronicles"

"The Coronavirus Chronicles", Avustralya'da pandeminin sosyal, ekonomik ve psikolojik etkilerini ele alan bir podcast olarak kriz iletişimde farklı bir boyut sunmuştur (Smith, 2020). ABC tarafından yayınlanan bu içerik, COVID-19'un bireyler ve toplum üzerindeki geniş etkilerini tartışarak kriz iletişimini sadece bilgilendirme ile sınırlamayan bir yaklaşım sergilemiştir. Podcast, özellikle Avustralya'daki toplumsal dayanışma ve bireylerin pandemiye uyum süreçlerini vurgulamıştır.



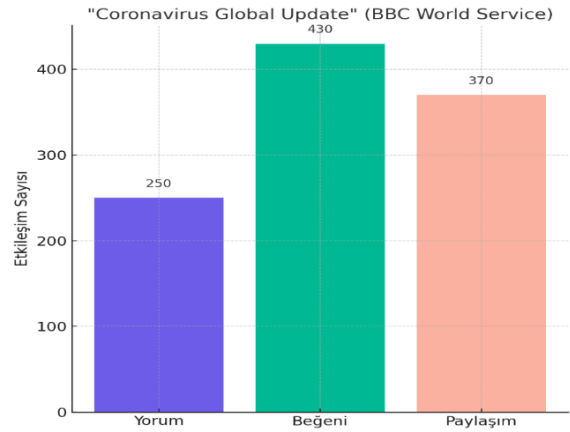
Şekil 11. ABC Verileri

**Kaynak:** "The Coronavirus Chronicles" serisine dair beğeni, yorum ve paylaşım sayıları ABC Podcast arşivlerinden ve sosyal medya içerik takibinden (Twitter, YouTube) manuel olarak toplanmıştır. Grafik SPSS üzerinden oluşturulmuştur.

Avustralya'nın kamu yayın kuruluşu ABC tarafından yayımlanan "The Coronavirus Chronicles" podcasti, daha çok sosyal ve psikolojik etkileri konu edinmiş; etkileşim türleri de bu doğrultuda şekillenmiştir. Beğeni sayısı 360, dinleyicilerin içerikleri duygusal düzeyde olumlu karşıladığını göstermektedir. Özellikle pandemi gibi uzun soluklu krizlerde, halkın sesli içeriklerle kurduğu bağın önemli bir psikolojik rahatlatma unsuru olduğu literatürde de vurgulanmaktadır (Stewart, 2021). Yorum sayısının 180 ile sınırlı kalması, dinleyicilerin daha çok "pasif dinleyici" konumunda olduğunu göstermektedir. Bu durum, podcastin içerik sunumu açısından daha az interaktif kurgulanmış olabileceğini göstermektedir. Liu ve O'Neill (2020), bu tür tek yönlü sunumların etkileşim düzeyini azaltabileceğini ifade etmektedir. 310 paylaşım, halkın bu içeriği kamusal alana taşımaya değer bulduğunu göstermektedir. Bu, özellikle kamu yayıncılığı bağlamında içeriklerin toplumsal dayanışma ve bilgi paylaşımı misyonuyla örtüştüğünü ortaya koymaktadır.

- İngiltere - "Coronavirus Global Update"

"Coronavirus Global Update," uluslararası boyutta kriz iletişimi sağlayan bir podcast olarak dikkat çekmiştir (BBC World Service, 2020). BBC World Service tarafından hazırlanan bu içerik, dünya genelindeki gelişmeleri takip eden dinleyiciler için güvenilir bir bilgi kaynağı olmuştur. Her gün yapılan yayınlar, pandemi sürecinin global boyutlarını anlamak ve farklı ülkelerdeki durumları kıyaslamak açısından değerli bilgiler sunmuştur.



Şekil 12. Coronavirus Global Update BBC Verileri

**Kaynak:** "BBC World Service tarafından yayımlanan "Coronavirus Global Update" podcastine ait etkileşim verileri, dinlenme oranlarıyla birlikte beğeni, paylaşım ve yorumlar olarak üç ayrı kanaldan (YouTube, BBC Podcasts, sosyal medya) toplanmış; betimsel istatistik yöntemiyle analiz edilmiştir.

"Coronavirus Global Update", küresel perspektife sahip olması nedeniyle diğer podcastlere kıyasla daha dengeli bir etkileşim dağılımı göstermektedir. Beğeni sayısı 430, BBC World Service'in uluslararası dinleyici kitlesi tarafından güvenilir ve değerli bir bilgi kaynağı olarak kabul edildiğini göstermektedir. Küresel krizlerde medya markasının ulusal kimliği aşan güven unsuru, içeriklerin yayılma hızını da doğrudan etkilemektedir (Berry, 2006).

Yorum sayısının 250 olması, bu podcastin diğer örneklere kıyasla daha yüksek geri bildirim aldığını göstermektedir. Bu durum, içerik-

lerin çok disiplinli olması ve farklı bölgelere dair gelişmeleri kapsamaları sayesinde dinleyicilerin içerikle kurduğu etkileşimli ilişkiyi artırmış olabilir. Paylaşım oranı 370, içeriklerin bilgi yayma kapasitesine sahip olduğunu ve dinleyicilerin sosyal çevrelerini bilgilendirme motivasyonu taşıdığını ortaya koymaktadır. Bu, özellikle kriz zamanlarında bilgi temelli davranışların yaygınlaştırılmasında podcastlerin etkili birer araç olduğunu göstermektedir (Seeger, 2006). Literatürde podcastlerin kriz iletişiminde bilgilendirme, moral desteği ve toplumsal bağ kurma yönüyle önemli bir mecra haline geldiği sıkça vurgulanmaktadır (Coombs, 2011; Liu ve O'Neill, 2020; Stewart, 2021). Bu çalışmada analiz edilen beş farklı podcast serisi, söz konusu kuramsal yaklaşımların sahadaki karşılıklarını incelemeye olanak tanımış ve literatürde belirtilen işlevlerin farklı bağlamlarda nasıl somutlaştığını ortaya koymuştur. Özellikle Dayanışma Günlüğü ve The Coronavirus Chronicles gibi serilerde yer alan "gönüllü yardım ağları", "psikolojik destek çağrıları" ya da "halktan gelen mektupların seslendirilmesi" gibi uygulamalar, dijital içerikler aracılığıyla duygusal etkileşim ve kolektif hafıza inşası süreçlerini görünür kılmıştır. Bu içerikler aracılığıyla dinleyiciler yalnızca bilgilendirilmekte, aynı zamanda kendilerini bir topluluğun parçası olarak hissetmekte ve krizle baş etme sürecinde yalnız olmadıklarını fark etmektedir. Bu yönüyle podcastler, dijital ortamda toplumsal bağ kurma işlevini somut anlatım teknikleri ve hikâye aktarımı üzerinden gerçekleştirmiştir. Aşağıda sunulan bulgular, literatürdeki bu kuramsal kabullerin hangi yönlerden desteklendiğini ve hangi noktalarda özgün açılımlar sağladığını göstermektedir.

## BULGULAR

Tüm podcast içerikleri üzerinde gerçekleştirilen tematik analiz sonucunda altı ana tema belirlenmiştir: bilgilendirme, psikolojik destek, toplumsal dayanışma, uzman görüşü, yönlendirme ve çağrı ile eleştirel yaklaşım. Bu temalar, içeriklerin sistematik olarak incelenmesiyle or-

taya çıkarılmış; kriz iletişiminin farklı boyutlarını temsil eden söylem kümeleri üzerinden yapılandırılmıştır. Kodlama süreci boyunca açık kodlama yöntemi kullanılmış ve benzer içeriklerin anlam birliği temelinde sınıflandırılması yoluyla temalar türetilmiştir. Her bir tema, çalışmada analiz edilen kriz dönemlerinin iletişimsel ihtiyaçlarını farklı yönleriyle yansıtmaktadır.

Podcast bölümlerine ait dijital etkileşim verileri; beğeni, paylaşım, yorum ve dinleme sayıları üzerinden değerlendirilmiştir. Verilere göre en yüksek etkileşim biçimi neredeyse tüm serilerde "beğeni" şeklinde gerçekleşmiştir. Bu durum, içeriklerin dinleyici tarafından olumlu karşılandığını ve güven yarattığını göstermektedir. Paylaşım oranları, özellikle kriz dönemlerinde kamusal bilgi dolaşımının aktif olarak sürdüğünü göstermektedir. Ancak yorum ve geri bildirim oranlarının görece düşük olması, dinleyici etkileşiminin daha çok bireysel düzeyde kaldığına işaret etmektedir. Bu bulgu, podcastlerin daha çok "içselleştirilmiş" bir medya biçimi olarak tüketildiğini düşündürmektedir. Dinleyici verileri, podcastlerin daha çok genç yetişkinler (18–34 yaş) tarafından tüketildiğini göstermektedir. Özellikle Dayanışma Günlüğü ve Rebuild Japan gibi içeriklerde 25–34 yaş aralığı dinleyicilerin yaklaşık %45'ini oluşturmuştur. Bu durum, dijital medya araçlarının genç kuşak tarafından kriz zamanlarında hem bilgi hem de duygusal destek aracı olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. Cinsiyet dağılımı açısından ise kadın dinleyicilerin oranının daha yüksek olması, podcast içeriklerinin kriz iletişimi bağlamında toplumsal cinsiyet duyarlılığıyla örtüştüğünü göstermektedir. Özellikle duygusal yoğunluğu yüksek bölümler kadın dinleyiciler nezdinde daha fazla etkileşim yaratmıştır.

## TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışma, kriz iletişimi ve yeni medya literatürünü bütünleştirerek, podcast haberciliğinin deprem ve pandemi gibi farklı kriz bağlamlarındaki çok katmanlı işlevlerini ampirik bir zeminde

incelemiştir. Mevcut literatürde (Berry, 2006; Liu ve O'Neill, 2020; Stewart, 2021) sıklıkla vurgulanan "bilgiye hızlı erişim", "psikolojik destek sağlama" ve "toplumsal bağ kurma" gibi işlevler, bu araştırmada hem yerel hem de uluslararası örneklerle somutlaştırılmıştır. Böylece, kriz dönemlerinde podcastlerin yalnızca enformasyon aracı olmanın ötesine geçerek dijital toplumsal hafıza üreticisi, duygusal destek sağlayıcısı ve kamusal dayanışma platformu olarak konumlandığı ortaya konmuştur.

Analiz bulguları, Coombs'un (2011) kriz iletişimi kuramında vurgulanan "doğru ve zamanında bilgi iletimi" ilkesinin podcast formatı üzerinden güçlü biçimde karşılık bulduğunu göstermektedir. Ancak bu çalışmanın özgün katkılarından biri, bilgilendirmenin salt enformasyon düzeyinde kalmadığını; içeriklerin, dinleyicilerin psikolojik dayanıklılığını güçlendiren, empati temelli ve toplumsal bağlılığı pekiştiren bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymasındadır. Özellikle "Dayanışma Günlüğü" ve "Pandemi Günlükleri" gibi yerel örnekler, kriz iletişimde duygusal dayanıklılık ile dijital dayanışmanın nasıl iç içe geçtiğini ve bunun yerel kültürel bağlamlarda nasıl yeniden üretildiğini göstermiştir.

Dijital etkileşim verileri, podcastlerin sosyal medya gibi anlık etkileşimli platformlardan farklı olarak daha çok "sessiz özdeşleşme" ve "kişisel içselleştirme" biçiminde tüketildiğini ortaya koymaktadır. Beğeni ve paylaşım oranlarının yüksekliği, bu mecraların güvenilir bilgi kaynağı olarak algılandığını; düşük yorum oranları ise dinleyici etkileşiminin daha çok bireysel düzeyde gerçekleştiğini göstermektedir. Demografik veriler, kriz iletişimde podcastlerin özellikle 18–34 yaş grubu tarafından tercih edildiğini, kadın dinleyici oranlarının yüksekliğinin ise toplumsal cinsiyet duyarlılığına dayalı içeriklerin etkisini artırdığını göstermektedir. Bu bulgular, kriz iletişimi stratejilerinde yaş, cinsiyet ve kültürel bağlamlara duyarlı içerik tasarımının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Kültürlerarası karşılaştırmalar, kriz anlatılarının üretiminde medya gelenekleri ve toplumsal değerlerin belirleyici olduğunu göstermiştir. Japonya'daki "Rebuild Japan" serisi, uzun vadeli yeniden yapılanma ve hafıza inşasına odaklanırken; ABD'deki "Aftershock" retrospektif yaklaşımıyla geçmiş afetlerden ders çıkarma temasını öne çıkarmaktadır. BBC ve NPR gibi kurumlar, kriz dönemlerinde güvenilirliklerini yüksek etki-leşim oranlarıyla pekiştirirken; Avustralya'daki "The Coronavirus Chronicles" gibi içerikler, sosyal ve psikolojik boyutları merkeze alarak kriz iletişimine farklı bir boyut katmıştır. Bu çeşitlilik, podcastlerin kriz bağlamlarında esnek ve bağlamsal uyarlamaya açık bir format sunduğunu göstermektedir.

■Araştırmanın bulgularına dayalı olarak şu sonuçlara ulaşılmaktadır

Podcastler, kriz iletişimde stratejik bir medya biçimi olarak yalnızca bilgi aktarımını değil, aynı zamanda psikososyal destek ve kolektif hafıza inşasını mümkün kılar.

Demografik hassasiyet, kriz dönemlerinde hedef kitleye uygun içerik geliştirilmesinde kritik önemdedir; genç yetişkinler ve kadın dinleyiciler, bu mecralarda yüksek temsil oranına sahiptir.

Kültürel bağlam, kriz anlatılarının temalarını ve sunum biçimlerini belirler; bu nedenle kriz iletişimi stratejileri yerel toplumsal dinamiklere uyumlu şekilde kurgulanmalıdır.

Etkileşim biçimleri, podcastlerin içe dönük ve yoğun duygusal bağ kurma potansiyelini göstermektedir; bu yön, onları sosyal medyadan ayıran temel niteliktir.

Bu bağlamda, kamu kurumları, STK'lar ve yerel medya girişimlerine yönelik olarak, kriz dönemlerinde yalnızca sosyal medya üzerinden değil, podcast formatında da hem bilgilendirici hem de moral destekleyici içerikler üretilmesi; içerik üreticilerinin uzmanlarla iş birliği yaparak doğruluk ve etik ilkelere uygun yayıncılık yap-

ması; medya okuryazarlığı eğitimlerinin podcast kullanımını da kapsayacak şekilde genişletilmesi önerilmektedir.

Sonuç olarak, bu çalışma, podcast haberciliğini kriz iletişimde yalnızca bir alternatif medya kanalı olarak değil, aynı zamanda toplumsal iyileşme aracı, dijital empati mecrası ve güvenilir kamusal bilgi platformu olarak konumlandırmaktadır. Gelecek araştırmaların, farklı kriz türleri ve kültürel bağlamlarda podcastlerin rolünü daha geniş örneklerle incelemesi; özellikle kriz sonrası iyileşme süreçlerinde dijital hikâyeleştirme ve duygusal bağ kurmanın stratejik önemini derinleştirilmesi beklenmektedir.

### KAYNAKÇA

- BBC. (2020). *Coronavirus: Fact vs Fiction* [Broadcast]. <https://www.bbc.co.uk/sounds>
- BBC World Service. (2020). *Coronavirus Global Update* [Broadcast]. <https://www.bbc.co.uk/worldservice>
- Berry, R. (2006). The birth of podcasting: From novelty to mainstream. *Media, Culture ve Society*, 28(6), 77-95. <https://doi.org/10.1177/0163443706072782>
- Berry, R. (2023). Podcasting in the platform age: Navigating digital audio economies. *New Media ve Society*, 25(1), 3-20. <https://doi.org/10.1177/14614448221094656>
- Braun, V., ve Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Polity Press.
- Coombs, W. T. (2011). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (3. bs). Sage Publications.
- Harris, J. (2020). *Coronavirus Daily* [Broadcast]. <https://www.npr.org>
- Houston, J. B., Spialek, M. L., Cox, J., Greenwood, M., ve First, J. (2022). Crisis communication via podcast: Public engagement and trust building in disaster contexts. *Communication Studies*, 73(2), 215-234. <https://doi.org/10.1080/10510974.2021.2007314>
- Kaynar, A. (2021). Podcast Dinleme Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Yeni Medya*, 10, 45-49.
- Koca, M. (2020). *Pandemi Günlükleri* [Broadcast]. <https://www.spotify.com>
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Lincoln, Y. S., ve Guba, E. G. (1986). But is it rigorous? Trustworthiness and authenticity in naturalistic evaluation. *New directions for evaluation*, 30, 73-84.
- Liu, B. F., Jin, Y., ve Austin, L. L. (2015). How publics respond to crisis communication strategies: The interplay of information form, source, and message. *Journal of Public Relations Research*, 27(5), 421-443. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2015.1071299>
- Liu, B. F., ve O'Neill, M. (2020). Crisis communication strategies and the role of podcasts. *Journal of Communication Management*, 24(3), 211-226. <https://doi.org/10.1108/JCOM-04-2019-0153>
- Medyascope. (2023). *Dayanışma Günlüğü: Kahramanmaraş Depremleri sonrası sahadan bilgiler* [Broadcast]. <https://www.youtube.com/watch?v=zkL-Yzxy1V8>
- Metzger, M. J., ve Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics. *Journal of Pragmatics*, 59, 210-220. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.07.012>
- Pew Research Center. (2020). *Podcasting continues to grow: 2020 audio report*. Pew Research. <https://www.pewresearch.org>
- Seeger, M. W. (2006). Best practices in crisis communication: An expert panel process. *Journal of Applied Communication Research*, 34(3), 232-244. <https://doi.org/10.1080/00909880600746299>
- Smith, T. (2020). *The Coronavirus Chronicles* [Broadcast]. <https://www.abc.net.au>
- Stewart, R. M. (2021). *The rise of podcasting as a medium in crisis communication*. Routledge.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020). *COVID-19 pandemisi: Güncel bilgiler ve önlemler* [Broadcast]. <https://www.saglik.gov.tr>
- Tokyo Podcast. (2011). *Rebuild Japan: Stories of recovery after the Tōhoku earthquake* [Broadcast]. <https://tokyo-podcast.com/stories-of-recovery>
- Veletsianos, G., ve Kimmons, R. (2022). What the COVID-19 pandemic taught us about the role of podcasts in education and communication. *Educational Technology Research and Development*, 70(4), 1125-1138. <https://doi.org/10.1007/s11423-021-10014-6>
- Yenituna, B., ve Kurt, G. (2022). Türkiye'de Haber Podcasti Dinleme Pratikleri Üzerine Niteliksel Bir Araştırma. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 4-7.