

Popüler Podcast'lerde İyi Yaşam ve Öz Bakım Temaları

Fatma Betül TOPRAK¹

*
**

Öz

Bu çalışma, Türkiye'de en çok dinlenen podcast'lerin tematik eğilimlerini inceleyip, bu içeriklerde "iyi yaşam" ve "öz bakım" söylemlerinin nasıl biçimlendiğini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Dijital çağın yaygın mecralarından biri hâline gelen podcast'ler, yalnızca bilgi ve eğlence sunan araçlar olmaktan çıkıp, bireylerin farkındalık, duygusal denge ve psikolojik iyilik hâli arayışlarını yansıtan kişisel anlatı alanlarına dönüşmüştür. Araştırma kapsamında, Marketing Türkiye'nin 2024 yılında yayımladığı "Türkiye'de En Çok Dinlenen Podcast'ler" raporunda yer alan on popüler kanalın içerik açıklamaları incelenmiştir. Çalışmada nitel yöntem benimsenmiş ve veri toplama sürecinde doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Bulgular, popüler podcast içeriklerinin büyük ölçüde psikoloji ve kişisel gelişim temalarında yoğunlaştığını; kültür-toplum, manevi, komedi ve sanat-teknoloji kategorilerinin daha sınırlı düzeyde temsil edildiğini göstermektedir. Psikoloji merkezli içeriklerde öne çıkan "öz bakım" ve "iyi oluş" yönelimleri, dijital sesli medyanın bireysel refah söylemlerinin üretiminde önemli bir rol üstlendiğine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Podcast, Dijital Anlatı, Dijital Medya.

¹ Öğr. Gör. Dr., Ardahan Üniversitesi, f.betulgorucu@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4687-6393

* Bu çalışma intihal tespit yazılımlarıyla taranmış intihal tespit edilmemiştir.

** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

*** Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

Wellness and Self Care Themes in Popular Podcasts

Abstract

This study aims to examine the thematic trends of the most listened to podcasts in Turkey and analyse how the discourses of “well-being” and “self-care” are shaped in this content. Podcasts, which have become one of the most popular platforms of the digital age, have evolved beyond being mere tools for providing information and entertainment to become personal narrative spaces that reflect individuals’ quests for awareness, emotional balance, and psychological well-being. Within the scope of the research, the content descriptions of ten popular channels featured in the “Most Listened to Podcasts in Turkey” report published by Marketing Türkiye in 2024 were examined. A qualitative approach was adopted in the study, and document analysis was used in the data collection process. The findings indicate that popular podcast content largely focuses on psychology and personal development themes, with culture-society, spirituality, comedy, and art-technology categories being represented to a more limited extent. The prominence of “self-care” and “well-being” orientations in psychology-centred content points to digital audio media playing a significant role in the production of discourses on individual wellbeing.

Keywords: Podcast, Digital Narrative, Digital Media.

Giriş

Dijital medya ekosisteminde içerik üretim biçimleri, katılım kültürü ve bireysel temsiller giderek daha kişiselleşmiş formlara evrilmektedir. Bu dönüşümün en dikkat çekici örneklerinden biri olan podcast yayıncılığı hem bilginin demokratikleşmesini hem de bireysel anlatıların görünürlük kazanmasını mümkün kılan yeni bir iletişim alanı sunmaktadır. Geleneksel radyodan farklı olarak podcast’ler, zamandan ve mekândan bağımsız içerik sunarak ilgi alanlarına göre şekillenen seçici ve etkileşimli medya tüketim pratiklerini mümkün kılmaktadır (Kaynar, 2021; McClung ve Johnson, 2010). Bu yönüyle podcast, dijital yayın aracı olmanın ötesinde, bilgi, deneyim ve duyguların paylaşıldığı kamusal alan niteliği taşımaktadır.

Son yıllarda podcast’lerin tematik çeşitliliği önemli ölçüde artmış; psikoloji, kişisel gelişim, farkındalık, kültür ve mizah gibi içerikler, dinleyici eğilimlerinde belirleyici temalar hâline gelmiştir (Budak, 2021). Podcast’lerdeki bu tematik çeşitlilik, dinleyicilerin “iyi yaşam” ve “öz bakım” gibi kavramlara yönelik artan ilgisini ortaya koymaktadır. Özellikle psikoloji ve kişisel gelişim temalı podcast’ler, bireyin kendini anlama, duygusal dayanıklılığını güçlendirme ve yaşam deneyimlerini anlamlandırma süreçlerinde başvurduğu bir “dijital öz bakım alanı” işlevi görmektedir (Aulia ve ark., 2025; Chan-Olmsted ve Wang, 2022). Bu eğilim, psikoloji ve kişisel gelişim odaklı podcast’lerin dijital ortamda duygusal destek, farkındalık ve kişisel iyilik hâline yönelik beklentilere karşılık veren işlevsel alanlar hâline geldiğini göstermektedir.

Türkiye’de yürütülen çalışmalar da dinleyicilerin bilgi edinme, kişisel gelişim ve zihinsel rahatlama motivasyonlarıyla podcast’lere yöneldiğini ortaya koymaktadır (Budak, 2021; Çil, 2023; Gökler, 2025; Kaynar, 2021). Podcast’ler, dinleyicilere zihinsel rahatlama sunarak bilişsel ve duygusal doyum üretmektedir. Bu yönüyle podcast ortamı, bilginin dolaşımının yanı sıra iyi yaşam ve öz bakım pratiklerinin dijital kültürde görünürlük kazanmasına katkı sağlamaktadır.

Bu çalışma, Türkiye’de en çok dinlenen podcast kanallarını inceleyerek bu içeriklerin tematik sınıflandırmasını yapmakta ve söz konusu temaların iyi yaşam ve öz bakım söylemleriyle kesişim noktalarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada nitel yöntem benimsenmiş ve doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Çalışma kapsamında, Marketing Türkiye’nin 2024 yılı verilerine dayalı olarak yayımladığı “Türkiye’de En Çok Dinlenen Podcast’ler” listesinde yer alan on popüler podcast kanalı incelenmiştir. Veri toplama süreci, 2025 yılı Kasım ayında tek seferde gerçekleştirilmiştir. Her bir kanal, açıklamalarında öne çıkan temalar doğrultusunda kategorize edilmiştir.

1. Dijital Çağda Podcast: Kavramsal Çerçeve ve İlgili Literatür

Podcast yayıncılığı, geleneksel radyo unsurlarını dijital teknolojinin sunduğu olanaklarla birleştiren ve 2000’li yılların başında ortaya çıkan, dijital çağın yeni yayıncılık modellerinden biridir (Kaynar, 2021; Yücel, 2020). Radyodan farklı olarak zaman ve mekândan bağımsız tüketim olanağı sunması, podcast’i dijital çağın esnek içerik modellerinden biri hâline getirmiştir (McClung ve Johnson, 2010). Podcast kavramı, Apple’ın iPod cihazı ile yayıncılık anlamına gelen “broadcasting” kelimelerinin birleşiminden türetilmiş bir neolojizm olup 2004 yılında gazeteci Ben Hammersley tarafından popülerleşmiştir (Jham ve ark., 2008; Lemos, 2024). Podcast’in teknik altyapısı, içeriklerin otomatik olarak dağıtılmasını mümkün kılan RSS (Really Simple Syndication) teknolojisine dayanmaktadır (Garfinkel, 1991). Apple’ın 2005 yılında iTunes’a “Podcast’ler” sekmesini eklemesi ve mobil cihazların yaygınlaşması (Bottomley, 2015), podcast’lerin kitleselleşmesinde dönüm noktası olarak değerlendirilmektedir.

Podcast zamanla yalnızca radyo formatının dijital ortama aktarımı olarak değil, kendi özgün iletişim pratiklerine sahip bir mecra olarak şekillenmiştir. Ağ iletişimi dinamikleriyle geleneksel sesli medya arasında yakınsama (convergent remediation) oluşmuş; düşük üretim maliyetleri amatör ve profesyonel yayıncılığın hızla gelişmesini sağlamıştır (Andok, 2025). 2014 yılında yayımlanan ve kısa sürede milyonlarca dinleyiciye ulaşan Serial adlı araştırmacı gazetecilik podcast’i, formatın ana akım medya içinde görünürlük kazanmasının sembolik örneklerinden biridir (McGregor, 2022). Artan dinleyici kitlesi, büyük medya kuruluşlarının podcast üretimine yönelmesi ve dijital platformların bu alana yaptığı yatırımlar, podcast’i kitlesel dolaşıma sahip bir medya aracına dönüştürmüştür.

Başlangıçta açık erişime dayanan format, zamanla reklam, sponsorluk ve ücretli abonelik modelleriyle ticarileşmiş (Yücel, 2020); Spotify gibi küresel platformların yatırım hamleleri sektörü hızla büyütüştür (Budak, 2021). Bu süreç, bir yandan podcast’i merkezileşen dijital platform ekosistemine entegre ederken, diğer yandan alternatif habercilik ve bağımsız içerik üretimi için yeni olanaklar yaratmıştır (Kaynar, 2021). Bu yönüyle podcast, dijital medya ekosisteminde içerik üretiminin ötesine geçerek ekonomik ve kültürel sermaye üretiminde stratejik rol üstlenmektedir.

Podcast, dijital medyanın demokratikleşmesiyle birlikte yalnızca eğlence veya bilgi aktarım aracı olmaktan çıkarak, iyi yaşam pratikleri, psikolojik farkındalık ve kişisel gelişim süreçlerinin bir parçası hâline gelmiştir (Bottomley, 2015). Dinleyici

motivasyonları, bu süreçte eğlence ve öğrenme odaklı küresel eğilimlerle paralel biçimde şekillenmiştir (McClung ve Johnson, 2010). Yayıncıların samimi ve sohbet temposuna dayalı anlatım biçimleri, dinleyiciyle güçlü parasosyal bağ kurulmasına olanak tanımaktadır (McGregor, 2022). Bu ilişki, bireylerin dijital ortamda benlik algısını, aidiyet duygusunu ve duygusal düzenleme süreçlerini destekleyen yeni iletişim biçimi yaratmaktadır (Chan-Olmsted ve Wang, 2022).

Podcast formatı aynı zamanda önemli bir öğrenme aracına dönüşmüştür (Do ve ark., 2025). Hareket hâlindeyken bilgi edinme olanağı sunması, mobil öğrenme pratiklerini desteklemekte; bireylerin ilgi alanlarına uygun içeriklerle bilişsel yenilenme ve kişisel gelişim hedeflerini beslemektedir (Gülseçen ve ark., 2010). Özellikle psikoloji odaklı podcast'ler, uzmanlık bilgisini teknik olmayan erişilebilir dille aktarmaları nedeniyle geniş dinleyici kitlesine ulaşmaktadır. Bu içeriklerin bilişsel ve duygusal ihtiyaçlara eşzamanlı yanıt verdiği, benlik algısı ve iyi oluş süreçlerini desteklediği saptanmıştır (Chan-Olmsted ve Wang, 2022; Do vd., 2025).

Türkiye'deki akademik çalışmalar da podcast tüketiminin büyük ölçüde kişisel gelişim, bilgi edinme ve samimi iletişim arayışı etrafında şekillendiğini ortaya koymaktadır. Literatür ağırlıklı olarak dinleyici motivasyonları, dijital içerik üretimi, eğitim amaçlı kullanım ve kurumsal/pazarlama uygulamalarına odaklanmaktadır (Babacan, 2015; Bulut, 2022; Çil, 2023; Gülseçen vd., 2010; Kaynar, 2021; Şendağ, Gedik, Caner, & Toker, 2019). Dinleyici profili araştırmaları, Türkiye'de kullanıcıların özellikle kültür, eğitim, psikoloji ve sanat içeriklerine yöneldiğini göstermektedir (Çil, 2023; Göker, 2017). Kurumsal yayıncılığı inceleyen çalışmalar podcast'in profesyonelleşen yapıya kavuştuğunu; pazarlama alanındaki araştırmalar ise podcast'in hızla büyüyen dijital ses reklamcılığı bağlamında stratejik bir mecra hâline geldiğini ortaya koymaktadır (Akan, 2024; Ergül, 2023). Siyasal iletişim çalışmaları ise podcast'in alternatif kamusal alan ve direnç pratikleri üretme kapasitesine işaret etmektedir (Gümüşboğa, 2023).

Mevcut literatür, Türkiye'de podcast ekosisteminin tematik olarak çeşitlendiğini göstermesine karşın, iyi yaşam, öz bakım ve psikolojik iyilik hâli gibi temaların sınırlı biçimde ele alındığını ortaya koymaktadır. Bu çalışma, popüler podcast'lerin tematik yapılarını bu ekseninde inceleyerek alanyazına tamamlayıcı bir katkı sunmaktadır.

2. Podcastlerde Benliğin Dijital Anlatısı

Benlik kavramı, bireyin kendisini algılama, değerlendirme ve toplumsal çevresi içinde konumlandırma biçimlerini içeren çok boyutlu bir yapıdır (Malhotra, 1981; Wilkie, 1994). Bireyin benliği; bedeni, sahip olduğu nesnelere, aile ilişkileri, toplumsal gruplar ve kültürel değerlerle kurduğu etkileşimler aracılığıyla şekillenir (Ross, 1971). Bu bağlamda benlik, bireysel algı sistemi olmanın ötesinde, bireyin sosyal çevresiyle kurduğu ilişkileri şekillendiren dinamik bir süreçtir.

Dijital medya, bu süreci görünür kılan yeni temsil alanı yaratmaktadır. Podcast gibi kişisel anlatıya dayalı mecralar, bireylere kendini ifade etme ve ses aracılığıyla benliğini yeniden kurma olanağı sunmaktadır. Bu formatta benlik, içsel deneyimin ötesine geçerek toplumsal anlamların, aidiyetlerin ve değerlerin yeniden üretildiği anlatı biçimi hâline gelmektedir. Dolayısıyla iyi yaşam ve öz bakım temaları, bireyin dijital alanda benliğini güçlendirme çabasının uzantısı olarak değerlendirilebilir.

Podcast'ler, kişisel deneyimlerin, duygusal paylaşımların ve içsel farkındalığın merkezde olduğu, bireyin kendisiyle ve dinleyici topluluğuyla bağ kurmasını sağlayan dijital mecralardır. Geleneksel uzman metinlerinden daha samimi ve konuşma temelli anlatı yapısı, dinleyiciyle duygusal rezonans kuran iletişim ortamı üretmektedir (Ansó-Millán, 2025). Yayıncıların, kendilerine dair paylaşımlar (self-mention) ve dinleyici yorumlarından alıntılar gibi stratejilerle söylemlerini kişiselleştirmeleri (Hyland, 2005), dinleyicinin anlatıya dâhil olma hissini güçlendirmektedir (Caliendo, 2014). Böylece uzmanların kişisel deneyimlerini aktarırken "bilim insanı-hikâye anlatıcısı" rolünü benimsemeleri (Luzón, 2013), podcast'in bilişsel bilgi aktarımını duygusal bağlama yerleştiren hibrit bir ifade biçimi ortaya çıkarmaktadır.

Bu içten anlatım biçimi, bireysel düzeyde farkındalık ve iyi oluşu desteklerken, toplumsal düzeyde paylaşım ve dayanışma duygularını güçlendirmektedir (Aulia ve ark., 2025). Ayrıca podcast'ler, zihinsel sağlık ve öz bakım konularında farkındalık yaratma (Dihan ve ark., 2025) ve psikolojik sorunlarla ilişkili damgalanmayı azaltma potansiyeli taşımaktadır (Carrotte ve ark., 2025). Bu yönüyle podcast formatı, bireylere ilgi alanlarına uygun içerik seçme özgürlüğü tanıyarak medya tüketiminde özerklik ve öznel deneyim alanı yaratmaktadır.

Mevcut bilimsel çalışmalar (Llinares ve ark., 2018; Robins ve ark., 2024; Shahrizal ve ark., 2022; Wang, 2024), podcast'lerin benlik algısı, öğrenme çıktısı ve kişisel gelişim alanlarında önemli işlevler üstlendiğini göstermektedir. Dijital çağda artan bilgi edinme ihtiyacına yanıt veren bu mecra, sağlık, psikoloji ve iyi oluşa dair güncel içerikleri geniş dinleyici kitlelerine taşıyan bir platform niteliği kazanmıştır. Ansó-Millán (2025) ve Scotto di Carlo'nun (2014) çalışmaları da meditasyon, farkındalık ve psiko-eğitsel içeriklerin bu mecra da belirginleştiğini ortaya koymaktadır. Bu içeriklerin, farkındalık düzeyini artırma, beden imajını destekleme ve psikolojik dayanıklılığı güçlendirme açısından olumlu etkiler ürettiği belirtilmektedir.

Carrotte ve arkadaşları (2025), 2024 yılında gerçekleştirdikleri derleme çalışmasında podcast temelli içeriklerin büyük ölçüde meditasyon ve farkındalık uygulamaları (yaklaşık %40) ile psiko-eğitsel ve terapötik temalar (%40) etrafında toplandığını ortaya koymaktadır. Bu içeriklerin kaygı, stres, depresyon ve beden algısı gibi psikolojik değişkenlerle ilişkili olduğu; podcast dinlemenin farkındalık, öz kabul ve psikolojik dayanıklılığı artırabildiği ifade edilmektedir. Bu bulgular, podcast'in bireysel gelişim ve duygusal iyileşmede etkili bir araç olarak konumlandığını göstermektedir.

Podcast'lerdeki içten anlatım pratikleri, dinleyiciyle sürdürülebilir ve güven temelli etkileşim kurulmasını sağlar. Yayıncıların kişisel yaşam öykülerini, kırılma anlarını ve düşünsel süreçlerini anlatıya katması, bilginin daha erişilebilir hâle gelmesine katkı sunarken; dinleyiciler arasında ilişkilendirilebilirlik üzerinden ilgi temelli toplulukların (affinity spaces) oluşmasını desteklemektedir (Gee, 2012).

Dolayısıyla podcast'ler, dijital iletişim ekosisteminde eğitici ve terapötik mecra olmanın ötesine geçerek bireylerin benlik algısını, aidiyet hissini ve topluluksal kimliğini yeniden kurduğu "sesli bir öz bakım alanı" olarak değerlendirilmektedir (Aulia ve ark., 2025). Bu durum, medyanın terapileşen yönünün ve iyi oluş söylemlerinin dijital platformlarda yeniden üretildiğini göstermektedir.

3. Yöntem

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Doküman analizi, araştırma konusuna ilişkin bilgi içeren yazılı veya dijital materyallerin sistematik biçimde incelenmesi ve yorumlanmasına dayanan nitel analiz tekniğidir (Şimşek ve Yıldırım, 2013). Günümüzde bu teknik, yalnızca basılı kaynaklarla sınırlı olmayıp internet ortamında yer alan dijital içeriklerin de araştırma verisi olarak değerlendirilmesine olanak tanımaktadır (Bowen, 2009; Sak ve ark., 2021). Bu doğrultuda çalışmada, dijital platformlarda yayımlanan podcast içerikleri doküman olarak ele alınmış ve açıklama metinleri ile öne çıkan temalar temelinde analiz edilmiştir. Veriler, Marketing Türkiye'nin (2024) yayımladığı "Türkiye'de En Çok Dinlenen Podcast'ler" listesinden elde edilmiştir. Söz konusu listede yer alan on popüler kanal incelenmiş; her biri içerik odakları ve tematik özellikleri doğrultusunda sınıflandırılmıştır. Veri toplama süreci, 2025 yılı Kasım ayında tek seferde gerçekleştirilmiştir. Her bir podcast, açıklamalarında vurgulanan ana tema -psikoloji, kişisel gelişim, kültür, mizah veya maneviyat gibi- dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Böylelikle Türkiye'de popüler podcast içeriklerinin "iyi oluş", "öz bakım" ve "benlik temsili" kavramlarını hangi tematik çerçeveler içinde konumlandığı betimsel biçimde ortaya konmuştur.

Veriler, ilgili platformların kamuya açık sayfalarından derlenmiş ve her podcast kanalı öne çıkan temalarına göre kategorik olarak sınıflandırılmıştır. Kategoriler, podcast literatüründe sıkça kullanılan içerik kümeleri (psikoloji/terapi, kişisel gelişim, kültür-toplum, komedi, din/maneviyat, sanat-teknoloji) esas alınarak önceden tanımlanmış ve dedüktif (tümdengelim) yaklaşımla oluşturulmuştur. Bu yaklaşım, mevcut literatürle karşılaştırılabilir bir tematik çerçeve oluşturmak amacıyla tercih edilmiştir (Krippendorff, 2018). Kodlama süreci tek araştırmacı tarafından yürütülmüş; her podcast kanalının içerik açıklamaları birden fazla kez okunarak tematik tutarlılık esas alınmıştır. Kategori tanımları açık ve sınırları belirgin biçimde oluşturulduğundan, her kanal baskın teması doğrultusunda birincil tema ile, gerekli görülen durumlarda ise ikincil tema ile etiketlenmiştir. Kodlama sürecinde olası belirsizlikleri azaltmak amacıyla içerikler karşılaştırmalı biçimde yeniden değerlendirilmiş ve tematik uyum gözletilmiştir. Çalışma, podcast içeriklerine ilişkin söylemsel ya da içerik derinliği analizleri içermemekte; yalnızca tema sınıflandırması ve temaların dağılımının betimlenmesiyle sınırlandırılmıştır.

Bu doğrultuda, araştırmada belirlenen podcast içerikleri tematik açıdan incelenmiş; çalışmanın kapsamına yön veren aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur.

AS 1. Türkiye'de en çok dinlenen podcast'lerde hangi temalar öne çıkmaktadır?

AS 2. Bu temalar, dijital dinleme kültüründe bireysel ilgi alanları ve içerik eğilimleri hakkında ne tür ipuçları vermektedir?

AS 3. Popüler podcast temalarının dağılımı, dijital medya ortamında iyi yaşam ve öz bakım kavramlarının görünürlüğünü nasıl yansıtmaktadır?

Araştırmanın örneklemini, Marketing Türkiye'nin (2024) "Türkiye'de En Çok Dinlenen Podcast'ler" listesinde yer alan on popüler kanal oluşturmaktadır. Bu çalışma, belirli ölçüde dayalı olarak seçilen popüler podcast kanallarını kapsadığı için amaçlı örnekleme

yönteminin alt türlerinden biri olan ölçüt örnekleme yaklaşımıyla tasarlanmıştır (Şimşek ve Yıldırım, 2013). Örnekleme dâhil edilen podcast'ler şunlardır: Kendine İyi Davran, Merdiven Altı Terapi, Terapist Koltuğu, Psikopatika, Ortamlarda Satılacak Bilgi, Hikâyeden Adamlar, Portal ile Yansıma, Hayalhanem Podcast, Meksika Açmazı ve Barış Özcan ile 111 Hz. Bu yapımların tercih edilmesinin nedeni, Türkiye'de geniş dinleyici kitlesine ulaşmaları ve dijital sesli medya tüketimindeki güncel eğilimleri yansıtmada yüksek temsil gücüne sahip olmalarıdır. Çalışma, popüler podcast kanallarıyla sınırlıdır; bu nedenle bulgular, özellikle dinleyici ilgisinin yöneldiği içerik eğilimlerini anlamak açısından değerli bir örneklem sunmaktadır.

3.1. Bulgular

Bu bölümde, Türkiye'de en çok dinlenen podcast'lerin açıklama metinlerinden elde edilen temalar sunulmuştur. Analiz sonucunda, bu podcast'lerin içeriklerinin hangi temalar etrafında yoğunlaştığı açıklanarak, tematik dağılımın genel görünümü ortaya konulmuştur.

Tablo 1. 2024'te Türkiye'de En Çok Dinlenen Podcast'ler ve Tematik Yönelimleri

Podcast Adı	Tematik Kategorisi	İçerik Türü / Odak Alanı	Kısa Açıklama
Kendine İyi Davran	Psikoloji / Kişisel Gelişim	Farkındalık, öz bakım, duygusal iyileşme	Klinik Psikolog Beyhan Budak'ın psikolojik farkındalık ve içsel güçlenme temalı konuşmaları
Ortamlarda Satılacak Bilgi	Popüler Kültür / Bilgi / Mizah	Kültür, sanat, tarih, gündelik bilg	Gündelik konuşmalarda kullanılacak kültürel ve bilgilendirici içerikleri mizahi biçimde sunar
Hayalhanem Podcast	Manevi / Dini Gelişim	Siyer, sahabe hayatları, dini sohbet	Değer temelli yaşam anlayışını, dini anlatılar üzerinden işler
Meksika Açmazı	Komedi / Gündelik Yaşam	Mizah, toplumsal gözlem, sohbet	Mizah yoluyla sosyal ilişkiler ve gündelik davranışlar üzerine esprili tartışmalar yapar
Merdiven Altı Terapi	Psikoloji / Duygusal Deneyim	İçsel dünyayı keşif, ilişki, yalnızlık	Kişisel deneyim ve duygular üzerine içten bir anlatı sunar
Terapist Koltuğu	Psikoloji / Travma Odaklı Terapi	Psikoterapi, travma, iyileşme süreçleri	Bir terapistin gözünden psikolojik sorunlar ve iyileşme deneyimleri paylaşılır
Hikâyeden Adamlar	Kültür / Sohbet / Mizah	Hikâye anlatımı, gündelik olaylar	Samimi ve mizahi sohbetlerle gündelik yaşam deneyimlerini aktarır
Portal ile Yansıma	Kültür / Toplum / Kişisel Gözlem	Güncel olaylar, bireysel düşünceler	Kültürel ve toplumsal konulara kişisel bir bakış sunar
Psikopatika	Psikoloji / Felsefe / Kişisel Gelişim	Kitap, film, düşünce, felsefi tartışma	Psikolojik ve felsefi perspektifleri birleştirerek insanı anlamaya yönelik içerikler üretir
Barış Özcan ile 111 Hz	Sanat / Tasarım / Teknoloji	Yaratıcılık, inovasyon, hikâye anlatımı	Sanat, teknoloji ve tasarım ekseninde düşünsel ve estetik içerikler sunar

Kaynak: (Marketing Türkiye, 2024; Spotify, 2025).

Tablo incelendiğinde, 2024 yılında Türkiye'de en çok dinlenen podcast'lerin ağırlıklı olarak psikoloji ve kişisel gelişim temaları etrafında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum, dijital işitsel medyanın bireyler tarafından yalnızca bilgilendirici değil, aynı

zamanda duygusal düzenleme, öz-farkındalık ve iyi oluş pratiklerini destekleyen bir mecra olarak kullanıldığına işaret etmektedir. Kültür, sohbet, mizah ve manevi içeriklerin varlığı ise podcast dinleme kültürünün tekil bir ihtiyaca değil, farklı psikososyal ve kültürel yönelimlere karşılık veren çok boyutlu bir yapı sergilediğini göstermektedir.

Bu tematik çeşitlilik içinde özellikle psikoloji ve kişisel gelişim odaklı podcast'lerin sayısal ağırlığı dikkat çekmektedir. Tablo incelendiğinde dört podcast'in psikoloji ve kişisel gelişim kategorisinde yer aldığı görülmektedir (Kendine İyi Davran, Merdiven Altı Terapi, Terapist Koltuğu, Psikopatika). Bu güçlü yoğunlaşma, dinleyicilerin dijital ortama yalnızca bilgi edinme amacıyla değil, duygusal düzenleme, içsel denge kurma, kendini anlama ve iyileşme süreçlerini destekleme motivasyonlarıyla yöneldiğini göstermektedir. Söz konusu içerikler; farkındalık, öz bakım, duygu yönetimi, ilişkisel çatışmalar ve travmatik deneyimlerin anlamlandırılması gibi temalar etrafında örülme ve dinleyicinin psikolojik ihtiyaçlarına doğrudan hitap etmektedir. Bu durum, bireylerin dijital medya kullanımının giderek daha kişisel, terapötik ve içe dönük nitelik kazandığını ortaya koymaktadır.

Kültür, toplum ve sohbet odaklı üç podcast (Ortamlarda Satılacak Bilgi, Hikâyeden Adamlar, Portal ile Yansıma) incelendiğinde, bu içeriklerin bilgilendirici unsurları samimi sohbet akışıyla birleştirerek sosyal aidiyet, gündelik yaşamı anlamlandırma ve topluluk hissi geliştirme yönünde işlev gördüğü görülmektedir. Bu kategori, bireylerin yalnızca bilgi arayan değil, kendisiyle benzer düşünen kişilerle sembolik bir topluluk kurmak isteyen sosyal varlıklar olduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Kültürel mizah ve gündelik gözlemler aracılığıyla üretilen bu anlatılar, dinleyicinin bilişsel tatmini kadar sosyal duygulanımını da beslemektedir.

Manevi içerik (Hayalhanem), komedi (Meksika Açmazı) ve sanat-tasarım-teknoloji odaklı podcast (Barış Özcan ile 111 Hz) ise dijital dinleme kültürünün heterojen yapısını ortaya koymaktadır. Manevi içerikler bireyin değer temelli yaşam ve ruhsal denge arayışına hitap ederken; komedi, mizah yoluyla rahatlama, stres azaltma ve gündelik hayatın yükünü hafifletme işlevi üstlenmektedir. Sanat ve teknoloji temalı içerikler ise estetik merak, yaratıcılık, zihinsel uyarım ve entelektüel genişleme ihtiyacına karşılık vermektedir. Bu çeşitlilik, dijital mecranın yalnızca içerik tüketimine değil, iyi oluşa ilişkin pratiklere de alan açtığını göstermektedir.

Bu tematik dağılım, dinleyicilerin podcast kullanımında üç temel eğilimin öne çıktığını göstermektedir:

- Psikolojik iyilik ve duygusal düzenleme ihtiyacı:

Psikoloji kategorisinin baskınlığı, dijital mecranın bireyler tarafından duygusal yönlendirme ve düzenleme süreçlerine eşlik eden bir destek alanı olarak değerlendirildiğine işaret etmektedir.

- Sosyal bağ kurma ve kolektif anlam üretme arayışı:

Kültürel ve sohbet temalı podcast'ler, yalnızlık hissini azaltan, ortak gündem yaratan ve dinleyiciyle "arkadaşlık ilişkisi" kuran parasosyal bağların güçlenmesine zemin hazırlamaktadır. Bu yönüyle podcast, bireyin sosyal ortamda eksik hissettiği sembolik ilişkileri telafi eden bir mecraya dönüşmektedir.

- Anlam, değer ve zihinsel genişleme arayışı:

Manevi, sanatsal ve teknolojik içerikler, bireylerin kendilerini konumlandığı kültürel çerçeveyi, değer dünyasını ve entelektüel merak alanlarını yeniden yapılandırmaktadır. Böylece podcast hem bireysel hem kültürel anlam üretiminin aracı hâline gelir.

Bu çerçevede tablo, tematik dağılımın dijital dinleme kültürü ile bireylerin iyi oluş pratikleri arasındaki ilişkiyi tartışmaya açmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Popüler podcast içeriklerinin tematik yapıları incelendiğinde, bu mecranın yalnızca çeşitli içerik türleri üretmediği; aynı zamanda bireylerin dijital benlik inşası, öz bakım pratikleri ve iyi oluş yönelimleriyle yakından ilişkili bir anlatı alanı oluşturduğu görülmektedir. Bulgular, özellikle psikoloji ve kişisel gelişim temalarının belirgin biçimde baskın olduğunu göstermektedir. “Terapist Koltuğu”, “Merdiven Altı Terapi”, “Kendine İyi Davran” ve “Psikopatika” başlıklı yapımların açıklamalarında içsel denge, duygusal iyilik, öz bakım ve kendini anlama temalarının belirgin biçimde öne çıkması, söz konusu yönelimi ortaya koymaktadır. Bu bulgu, uluslararası çalışmalarda podcast’in giderek daha fazla psikolojik iyilik hâli, farkındalık ve duygusal destek alanı olarak konumlandığını ortaya koyan araştırmalarla paralellik göstermektedir (Ansó-Millán, 2025; Chan-Olmsted ve Wang, 2022; McGregor, 2022).

Türkiye’deki dinleyici profiline ilişkin çalışmalar -örneğin Çil’in (2023) dinleyici motivasyonlarını analiz eden araştırması ve Kaynar’ın (2021) kullanıcı eğilimlerini inceleyen bulguları—dinleyicilerin bilgi edinme, kişisel gelişim, kültür ve psikoloji içeriklerine yöneldiğini göstermektedir. Gökler’in (2025) nitel çalışması ise podcast’in zihinsel rahatlama, kendini geliştirme ve kaçış gibi bireysel ihtiyaçlarla tüketildiğini ortaya koymaktadır. Bu çalışma, söz konusu eğilimleri tematik düzeyde doğrulamakla kalmamış; popüler podcast’lerin, dinleyicilerin bilişsel ve duygusal ihtiyaçlarını aynı anda karşılayan “dijital öz bakım alanı” olarak işlev kazandığını göstermiştir. Böylece çalışmanın bulguları, Türkiye’de dijital dinleme kültürünün bireysel ilgi alanlarını giderek psikolojik destek ve içsel düzen kurma eksenine kaydırıldığını ortaya koymaktadır.

Bu çalışma, iyi yaşam ve öz bakım kavramlarının özellikle açıklama metinlerinde sistematik biçimde üretildiğini göstermektedir. Örneğin “Merdiven Altı Terapi”de duygusal kırılma ve içsel deneyimlere vurgu yapılması, “Kendine İyi Davran”da psikolojik güçlenme temasının öne çıkması ve “Terapist Koltuğu”nda iyileşme süreçlerinin merkezileşmesi, iyi yaşam söylemlerinin dijital sesli medyada açık biçimde görünür olduğunu kanıtlamaktadır. Bu durum, Budak’ın (2021) Türkiye’de podcast’in bir tür alternatif terapötik alan hâline geldiğini belirten bulgularıyla örtüşmektedir.

Bulgular birlikte değerlendirildiğinde, Türkiye’de popüler podcast üretiminin tematik çeşitliliğin yanı sıra iyi yaşam, öz bakım ve psikolojik iyilik hâli ekseninde belirgin bir yönelim sergilediği görülmektedir. Literatürdeki mevcut çalışmalar -örneğin Bulut’un (2022) kişisel anlatıyı merkeze alan incelemesi, Çil’in (2023) dinleyici profillerine ilişkin analizi ve Gökler’in (2025) doyum odaklı yaklaşımı -podcast tüketiminin bilişsel ve duygusal motivasyonlar tarafından yönlendirildiğini göstermektedir. Ancak bu çalışmalar, popüler podcast içeriklerinin nasıl bir iyi yaşam söylemi ürettiğini, öz

bakım pratiklerini hangi temalar üzerinden kurduğunu ve psikolojik destek arayışını nasıl yapılandığına sistematik biçimde incelememiştir. Bu açıdan bakıldığında, mevcut çalışma literatürde önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Öncelikle, Türkiye’de geniş dinleyici kitlesine ulaşan podcast’lerin açıklama metinlerinin dahi güçlü biçimde psikolojik iyilik söylemi ürettiği; içsel denge, duygusal dayanıklılık, öz-farkındalık ve kendini iyileştirme gibi kavramların sistematik olarak tekrarlandığı ortaya konmuştur. Böylece çalışma, podcast’in yalnızca bir “iletişim kanalı” değil, aynı zamanda Türkiye’de giderek kurumsallaşan kişisel gelişim ekosistemi hâline geldiğini göstermektedir.

Bu bulgu, uluslararası literatürde podcast’in “proximity rhetoric” (MacKenzie, 2019), parasosyal yakınlık (McGregor, 2022) ve duygusal bağ kurma (Chan-Olmsted ve Wang, 2022) gibi kavramlarla açıklanan yapısal özellikleriyle uyumludur. Ancak Türkiye bağlamında ortaya çıkan özgün durum, bu yakınlığın çoğu zaman psikolojik destek ve iyileştirme vaadi ile birleşerek, kullanıcıların duygusal ihtiyaçlarını karşılayan bir “dijital öz bakım alanı” oluşturmasıdır. Böylece çalışma, tematik sınıflandırmanın yanı sıra podcast açıklamalarında öne çıkan vurgu ve yönelimleri değerlendirerek popüler içeriklerin hangi temalar etrafında şekillendiğini göstermektedir.

Öte yandan araştırmanın ortaya koyduğu tematik dağılım, Türkiye’de podcast çalışmalarının genel yönelimiyle karşılaştırıldığında önemli farklılık sunmaktadır. Mevcut literatürün büyük bölümü dinleyici motivasyonları (Bulut, 2022; Çil, 2023), eğitim amaçlı kullanım (Babacan, 2015; Şendağ ve ark., 2019), kurumsal iletişim (Ergül, 2023) ve medya dönüşümü (Türkoğlu ve Ağca, 2021) gibi alanlara yoğunlaşırken, popüler podcast’lerin iyi yaşam ve öz bakım söylemini nasıl kurduğu daha önce sistematik biçimde incelenmemiştir. Popüler podcast ekosistemi, Türkiye bağlamında iyi yaşam ve öz bakım temaları ekseninde ele alınarak alanyazına özgün katkı sunulmuştur.

Elde edilen bulgular, gelecekteki araştırmalar için yeni yönelimler önermektedir. Çalışmanın kapsamı metinsel sınırlılıklar içerdiğinden, ileride yapılacak araştırmalarda podcast içeriklerinin söylem analizine tabi tutulması, iyi yaşam ve öz bakım kavramlarının içerikte nasıl kurulduğuna ilişkin daha derinlikli kavrayış sağlayabilir. Bunun yanı sıra, dinleyicilerin bu söylemleri nasıl alımladığını anlamaya yönelik odak grup görüşmeleri veya derinlemesine mülakatlar, podcast tüketim pratiklerine dair daha zengin bir veri sunacaktır. Kültür, mizah ve sanat temalı podcast’lerle psikoloji eksenli podcast’lerin karşılaştırılması da farklı anlatı stratejileri ile duygusal etkileşim biçimlerini ortaya çıkarmaya katkı sağlayabilir. Son olarak, popüler podcast’lerdeki iyi yaşam ve öz bakım söylemlerinin toplumsal etkilerini değerlendiren nicel çalışmalar, bu mecranın dijital kültürdeki konumunu daha geniş perspektiften analiz etmeyi mümkün kılacaktır.

Genel değerlendirme kapsamında, Türkiye’de podcast ekosisteminde tematik çeşitlilikle birlikte psikolojik iyi oluş yönelimlerinin dijital medyada görünürlük kazandığı görülmektedir. Popüler podcast’lerin psikoloji ve kişisel gelişim ekseninde yoğunlaşması, dijital kültürde öz bakım anlatılarının öne çıktığını ve bu mecranın duygusal, bilişsel ve ilişkisel ihtiyaçlara yanıt veren bir pratik olarak konumlandığını göstermektedir.

Kaynaklar

- Akan, N. A. (2024). Podcast Reklamları Üzerine Bir İnceleme: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (47), 22-39. <https://doi.org/10.31123/akil.1492959>
- Andok, M. (2025). Podcast—The Remediation of Radio: A Media Theoretical Framework for Podcast Research. *Journalism and Media*, 6(1), 7. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010007>
- Ansó-Millán, A. (2025). Analysing the discourse of knowledge transfer practices: A study of proximity in psychology-related podcasts. *Complutense Journal of English Studies*, 33, e98191.
- Aulia, A. P., Pujastra, A. S., Sarmiento, T. A., Tandjung, A. V., & Ramli, R. (2025). The Increase Of Podcast Interest Among Gen Z: The Development Of Social Reality Through Podcasts. *Journal of World Science*, 4(6), 818-826. <https://doi.org/10.58344/jws.v4i6.1420>
- Babacan, G. (2015). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Podcast Kullanımı. *Journal of Turkish Studies*. <https://doi.org/10.7827/TURKISHSTUDIES.7837>
- Bottomley, A. J. (2015). Podcasting: A Decade in the Life of a “New” Audio Medium: Introduction. *Journal of Radio & Audio Media*, 22(2), 164-169. <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1082880>
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Budak, E. (2021). Dijital Haberciliğe Farklı Bir Bakış: Podcast Yayınları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 373-398. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.826706>
- Bulut, S. (2022). Kişisel Anlatı Örneği Olarak Podcast: Yayıncılar ve Dinleyicilerin Görüşleri Çerçevesinden Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(60), 119-142. <https://doi.org/10.47998/ikad.1135856>
- Caliendo, G. (2014). The popularization of science in web-based genres. İçinde G. Bongo (ed.) & G. Caliendo (ed.) (Ed.), *The Language of Popularization: Theoretical and Descriptive Models / Die Sprache der Popularisierung: Theoretische und deskriptive Modelle* (ss. 111-138). Peter Lang. Geliş tarihi gönderen <https://hal.univ-lille.fr/hal-01731310>
- Carrotte, E. R., Hobern, B., Wu, A., Groot, C., Hopgood, F., Blanchard, M., & Phillips, L. (2025). The impact of podcast-based interventions on mental health: A systematic scoping review. *PLOS Mental Health*, 2(3), e0000272. <https://doi.org/10.1371/journal.pmen.0000272>
- Chan-Olmsted, S., & Wang, R. (2022). Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors. *New Media & Society*, 24(3), 684-704. <https://doi.org/10.1177/1461444820963776>
- Çil, S. (2023). Türkiye’de Podcast kullanıcılarının içerik tüketim yöntemleri ve motivasyonları. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (Ö13), 842-865. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1379232>
- Dihan, Q. A., Nihalani, B. R., Tooley, A. A., & Elhousseiny, A. M. (2025). Eyes on Google’s NotebookLM: Using generative AI to create ophthalmology podcasts with a

- single click. *Eye*, 39(2), 215-216. <https://doi.org/10.1038/s41433-024-03481-8>
- Do, T. D., Shafqat, U. B., Ling, E., & Sarda, N. (2025). PAIGE: Examining Learning Outcomes and Experiences with Personalized AI-Generated Educational Podcasts. *Proceedings of the 2025 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1-12. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3706598.3713460>
- Ergül, E. (2023). Dijital Pazarlama Süreçlerine Kurum Çalışanlarının Katılımı: Trendyol Tech Podcast Serisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 6(2), 75-98.
- Garfinkel, H. (1991). *Studies in Ethnomethodology* (1st edition). Cambridge, UK: Polity.
- Gee, J. P. (2012). *Situated Language and Learning: A Critique of Traditional Schooling*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203594216>
- Göker, G. (2017). Dijital Heterotopyalar: "Başka" bir Bağlamda Yeni Medya. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(4), 164-188.
- Gökler, K. (2025). Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Bireylerin Podcast Dinleme Motivasyonlarına Yönelik Niteliksel Bir Çalışma. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(2), 1155-1173. <https://doi.org/10.11616/asbi.1658435>
- Gülseçen, S., Gürsul, F., Bayrakdar, B., Çilengir, S., & Canım, S. (2010). Yeni nesil mobil öğrenme aracı: Podcast. *Akademik Bilişim*, 10, 10-12.
- Gümüşboğa, Y. (2023). Siyasal Bir Direnç Mekanizması Olarak Podcast Yayıncılığı. *Yeni Medya*, (15), 192-208. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1239199>
- Hyland, K. (2005). Stance and engagement: A model of interaction in academic discourse. *Discourse Studies*, 7(2), 173-192. <https://doi.org/10.1177/1461445605050365>
- Jham, B. C., Duraes, G. V., Strassler, H. E., & Sensi, L. G. (2008). Joining the Podcast Revolution. *Journal of Dental Education*, 72(3), 278-281. <https://doi.org/10.1002/j.0022-0337.2008.72.3.tb04493.x>
- Kaynar, A. (2021). Podcast Dinleme Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Yeni Medya*, 2021(10), 43-62.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications.
- Lemos, A. (2024). Podcast: Emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, 15(1). <https://doi.org/10.63234/radiofonias.v15i1.7303>
- Llinares, D., Fox, N., & Berry, R. (2018). *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media*. Springer.
- Luzón, M. J. (2013). Public Communication of Science in Blogs: Recontextualizing Scientific Discourse for a Diversified Audience. *Written Communication*, 30(4), 428-457. <https://doi.org/10.1177/0741088313493610>
- MacKenzie, L. E. (2019). Science podcasts: Analysis of global production and output from 2004 to 2018. *Royal Society Open Science*, 6(1), 180932. <https://doi.org/10.1098/rsos.180932>
- Malhotra, N. K. (1981). *A Scale to Measure Self-Concepts, Person Concepts, and*

- Product Concepts. *Journal of Marketing Research*, 18(4), 456-464. <https://doi.org/10.1177/002224378101800407>
- Marketing Türkiye. (2024, Aralık 21). Türkiye'deki Podcast Dinleyicisi 2024'te Yüzde 26 Arttı | Marketing Türkiye. Geliş tarihi 03 Kasım 2025, gönderen <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/turkiyedeki-podcast-dinleyicisi-2024te-yuzde-26-artti/>
- McClung, S., & Johnson, K. (2010). Examining the Motives of Podcast Users. *Journal of Radio & Audio Media*, 17(1), 82-95. <https://doi.org/10.1080/19376521003719391>
- McGregor, H. (2022). Podcast Studies. İçinde *Oxford Research Encyclopedia of Literature*. Geliş tarihi gönderen <https://oxfordre.com/literature/display/10.1093/acrefore/9780190201098.001.0001/acrefore-9780190201098-e-1338>
- Robins, B., Delaney, T., Maher, C., & Singh, B. (2024). Podcasts as a tool for promoting health-related behaviours: A scoping review. *DIGITAL HEALTH*, 10, 20552076241288630. <https://doi.org/10.1177/20552076241288630>
- Ross, I. (1971). Self-Concept and Brand Preference. *The Journal of Business*, 44(1), 38-50.
- Sak, R., Sak, İ. T. Ş., Şendil, Ç. Ö., & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-256.
- Scotto di Carlo, G. (2014). The role of proximity in online popularizations: The case of TED talks. *Discourse Studies*, 16(5), 591-606. <https://doi.org/10.1177/1461445614538565>
- Shahrizal, A., Rahmatullah, B., Majid, M., Samuri, S., Hidayanto, A., Yas, Q., & Purnama, S. (2022). A Systematic Literature Review on the Use of Podcasts in Education Among University Students. *Asean Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 14. <https://doi.org/10.17576/ajtlhe.1401.2022.10>
- Spotify - Web Player: Herkes için müzik. (t.y.). Geliş tarihi 08 Kasım 2025, gönderen Spotify website: <https://open.spotify.com/>
- Şendağ, S., Gedik, N., Caner, M., & Toker, S. (2019). Mobil Destekli Dil Öğrenmede Podcast Kullanımı: Öğretici Merkezli Yoğun Dinleme ve Mobil Kapsamlı Dinleme. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 1-27. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.455649>
- Şimşek, H., & Yıldırım, A. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Türkoğlu, H. S., & Ağca, M. E. (2021). Dijital Dönüşümle Radyoda Podcast İçeriklerin Üretilmesi ve İncelenmesi: 'Ntv Radyo' Örneği. *Selçuk İletişim*, 14(4), 1673-1695. <https://doi.org/10.18094/josc.982279>
- Wang, S. S. (2024). Feeling Unwell: AJR Podcast Series on Wellness, Episode 1. *American Journal of Roentgenology*, 222(5), e2431267. <https://doi.org/10.2214/AJR.24.31267>
- Wilkie, W. L. (1994). *Consumer Behavior* (3rd edition). New York: Wiley.
- Yücel, R. (2020). Podcast'in Kısa Tarihi: Doğuşu, Yükselişi, Monetizasyonu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1303-1319. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.724106>