

Sesin Platformlaşması: Podcast Gazeteciliğinde Anlatı ve Yapısal Dinamikler The Platformization of Sound: Narrative and Structural Dynamics in Podcast Journalism

Özgür Can Yolcu ¹ 

Derleme Makale Review Article

Geliş tarihi/Received:
27.02.2026

Son revizyon teslimi/Last revision
received:
22.05.2026

Kabul tarihi/Accepted:
24.05.2026

Yayın tarihi/Published:
31.05.2026

Atıf/Citation:

Yolcu, Ö. C. (2026). *Sesin platformlaşması: Podcast gazeteciliğinde anlatı ve yapısal dinamikler*. TAM Akademi Dergisi, 5(1), 87-97.
<https://doi.org/10.58239/tamde.2026.01.005.x>

DOI:

10.58239/tamde.2026.01.005.x

ÖZ

Bu çalışma, dijital medya ekosistemi içinde popürlüğünü her geçen gün artıran podcast mecrasını, gazetecilik pratikleri ve medya dönüşümü bağlamında ele almaktadır. Podcast mecrası, radyo yayıncılığına kıyasla doğrusal yapı içinde değildir. Podcastlerin kitlelere sunduğu yatay ve zaman-mekân sınırlaması olmaksızın erişilebilen yeni iletişim modeli analiz edilmektedir. Çalışma, podcastin 2000'li yılların ortasındaki teknolojik başlangıcından günümüzdeki ticarileşme ve ana akımlaşma sürecine kadar olan tarihsel gelişimini üç ana evrede incelemektedir. Türkiye bağlamında ise podcast gazeteciliğinin; ana akım medya sahipliği yapısındaki yoğunlaşma ve artan denetim mekanizmalarına karşı, bağımsız gazeteciler için alternatif ve daha özerk bir kamusal alan sunduğu saptanmıştır. Makalede ayrıca, podcastlerin araştırmacı ve tematik gazetecilik için sunduğu derinlemesine hikâye anlatımı olanakları ile gazetecilik etik normları ve nesnellik ilkesinin "yorumlayıcı habercilik" yönünde geçirdiği dönüşüm tartışılmaktadır. Sonuç olarak, podcasting yalnızca teknik bir dağıtım aracı değil, aynı zamanda özgün içerik üretimi ve yeni gazetecilik modelleri için kritik bir veri kaynağı ve uygulama alanı olarak tanımlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya Haberciliği, Dijital Medya, Podcast, Podcast Haberciliği, Podcast Yayıncılığı

¹ Dr., Bağımsız Araştırmacı, ozgurcanyolcu@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9425-1155

ABSTRACT

This study examines the podcast medium, which is increasingly gaining popularity within the digital media ecosystem, in the context of journalism practices and media transformation. Unlike radio broadcasting, the podcast medium does not operate within a linear structure. This research analyzes the new communication model offered by podcasts, characterized by a horizontal structure and access free from the constraints of time and space. The study investigates the historical development of podcasting in three main stages, from its technological emergence in the mid-2000s to its current process of commercialization and mainstreaming. In the context of Türkiye, it is observed that podcast journalism offers an alternative and more autonomous public communication space for independent journalists against the concentration of mainstream media ownership and increasing censorship mechanisms. Furthermore, the article discusses the opportunities for in-depth storytelling that podcasts provide for investigative and thematic journalism, alongside the transformation of journalistic ethical norms and the principle of objectivity toward "interpretative journalism". Consequently, podcasting is defined not merely as a technical distribution tool but also as a critical data source and application area for original content production and new journalism models.

Keywords: New Media Journalism, Digital Media, Podcast, Podcast Journalism, Podcasting

Extended Abstract

This study approaches podcasts not merely as a new digital content format, but as a distinctive media form with the potential to transform journalistic practices. It examines the historical development of podcasts, their production and consumption processes, and the trajectory of their development in Turkey. Furthermore, it discusses their position within the media ecosystem and the opportunities they offer in terms of thematic journalism. Podcasting emerged in the mid-2000s and rapidly expanded due to its low-cost production structure and the possibility of on-demand listening. After 2014, it gained mainstream visibility through examples such as *Serial* and entered a process of commercialization with investments from platforms such as Spotify. Its RSS-based distribution infrastructure and platform subscription models provide content creators with a relatively independent publishing space, while offering audiences time- and location-independent consumption opportunities. The study analyzes the historical development of the podcast medium in three main stages: Establishment (2003–2006), Growth (2007–2013), and Mainstreaming/Commercialization (2014–2020). During this process, Apple's system updates and investigative journalism examples such as *Serial* have constituted turning points in the global success of the medium.

In the context of Türkiye, podcast journalism provides an alternative and more autonomous public sphere for independent journalists against the concentration of mainstream media ownership and increasing censorship mechanisms. The study discusses the opportunities podcasts offer for investigative and thematic journalism, alongside the transformation of ethical norms toward "interpretative journalism". Consequently, podcasting is defined not merely as a technical distribution tool but as a critical application area for quality content production and new journalism models. The article further emphasizes that the "screenless" nature of podcasts eliminates visual distractions, allowing the audience to focus more intensely on the content and creating new opportunities in thematic journalism—such as literature, culture-arts, and documentaries—through "audio alchemy". This format offers a viable path for quality and investigative journalism against superficial practices like "clickbait journalism" and "SEO-oriented" reporting. However, analyses indicate that in this new

format, journalists tend to deviate from traditional objectivity norms, shifting toward "interpretative journalism," where hosts emerge as "characters" or "experts" rather than focusing solely on the content. Consequently, podcasting is identified not merely as a technical distribution tool within the digital media industry, but as a critical application area for original content production and new journalistic models.

Giriş

Haber ekosistemi içinde podcastler giderek daha fazla başarı kazanmakta ve dinleyicileri küresel düzeyde katlanarak artmaktadır. Ses içeriğinin dağıtımı son yıllarda kişisel, medya ve iş düzeyinde büyük bir ivme kazanmaktadır. Haber podcastlerinin sayısı ve popülaritesi arttıkça, bu sesli gazetecilik biçiminin geniş kitleleri nasıl etkilediğine dair araştırmaların sayısı da alanda çoğalmaktadır. Podcast üretimi, tüketimi ve dağıtımı ile ilgili araştırmaların hacmi artmış olsa da (Berry 2016a; Spinelli & Dann, 2019) özellikle haber ve gazetecilik içeriğine odaklanan çalışmalar yeni yeni ortaya çıkmaktadır. Newman & Gallo'nun (2019; 2020) beş ülkedeki haber podcastlerini haritalandırmaya yönelik çalışmaları, büyüyen podcast ekosistemine ilişkin ilk kapsamlı analizlerden birini sunmaktadır. Basılı ve dijital kökenli yayıncılar ise hedef kitlelerini genişletmek, marka bağlılığını güçlendirmek ve sürdürülebilir gelir modelleri geliştirmek amacıyla podcast yayıncılığına yönelmektedir. Podcasting, 2000'li yılların ortalarında, kullanıcıların dijital ses dosyalarını internet üzerinden kaydetmelerini ve dağıtmalarını sağlayan "niş" bir teknoloji olarak ortaya çıkmıştır (Quinones, 2016). Sang, Lee ve Park'ın (2023), küresel podcast eğilimlerinin incelenmesine yönelik araştırması, Japonya ve Kore'deki haber tüketicilerinin uygun ve eğlenceli bir haber biçimi olarak podcast yayınlarına yöneldiğini, İngilizce konuşulan ülkelerde haber tüketicilerinin, mevcut medyada bulunmayan konuların ve bakış açılarının çeşitliliği ve derinliği için podcast yayınlarını tercih ettiklerini bulgulamaktadır.

Yayın programlarından bağımsız ve isteğe bağlı olarak akıllı cihazlar aracılığıyla kolayca erişilebilen podcast gazeteciliği, değişen gazetecilik pratiklerini incelemek için önemli bir alan sunmaktadır. Podcastler gibi dijital medya ortamları, coğrafi sınırlamalardan daha az etkilenmekte ve daha düşük sermaye gereksinimi ile çalışabilmektedir. Podcast terimi genellikle özel olarak üretilmiş sesli şovları ifade etmekle birlikte, bazı durumlarda kaydedilmiş televizyon veya radyo programları, dersler veya alan uzmanlarıyla gerçekleştirilen canlı diyaloglar şeklinde de ortaya çıkabilmektedir (MacKenzie, 2019). Podcastlerin, radyo yayıncılığından farklı olarak, dinleyicilere hangi içeriğin tüketileceği konusunda aktif karar alma olanağı sunmasıdır. Ayrıca "podcast" kavramı, kültürel, teknolojik, politik ve ekonomik boyutlarıyla çok katmanlı bir medya olgusunu temsil etmektedir (Berry, 2020). Podcastlerin teknik temeli, Really Simple Syndication (RSS) web beslemeleri, dijital platformlar üzerinden yapılan abonelikler (örneğin Spotify ve Apple Podcasts) veya MP3 dosyalarının indirilmesi üzerine kuruludur (Sellas & Solà, 2019). Bu yapısı sayesinde podcastler, ücretsiz ve bağımsız olarak küresel ölçekte iletişim sağlama imkânı sunmakta ve halkın özel ilgi alanlarını karşılamak amacıyla dinleyicilerle doğrudan ve sınırsız bir etkileşim olanağı yaratmaktadır (Picardi & Regina, 2008). Ekonomik ve nispeten basit üretim süreci, geniş kitlelere içerik üreticisi olma fırsatı tanımaktadır. Podcastler genellikle konuya bağlı olarak spontan değişiklikler içermekte ve bu durum daha az yapılandırılmış ya da önceden hazırlanmış bir konseptin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Özellikle hikâye anlatımı, haber ya da farklı içerik biçimlerini deneyimlemeyi tercih eden genç dinleyici kitlesi için bu özellikler podcastleri son derece çekici kılmaktadır (Berry, 2020).

Haber endüstrisi bağlamında ise, içerik ürünlerinin çeşitlendirilmesi ve gazetecilerin dijital ile çevrimiçi araçları etkin biçimde kullanmaya teşvik edilmesi gibi alanlarda büyük beklentiler yaratmaktadır (Bossio & Nelson, 2021, s. 1377). Gazetecilikteki yenilikler söz konusu olduğunda, teknolojiyi göz ardı etmek neredeyse imkânsızdır. Zelizer (2019), gazeteciliği teknolojiden ayırmanın güç olduğunu, çünkü gazeteciliğin tanımı gereği mesajlarını oluşturmak ve halkla paylaşmak için bir tür teknolojiye dayandığını vurgulamaktadır (s. 343). Medya ekosisteminin ayrılmaz bir parçası hâline gelen podcastlerin gazetecilik üzerindeki etkisini ve karşılaştığı zorlukları anlamak için, teknolojinin gazetecilikteki rolünü sosyal ve kültürel değişimlerle birlikte değerlendiren geniş bir perspektif benimsemek gerekmektedir. Tıpkı gazeteciliğin diğer alanlarında olduğu gibi, podcast haberciliğinde de etik normlara bağlı kalınması, ideolojik önyargılardan ve kutuplaştırıcı söylemlerden kaçınılması, etik gazeteciliğin sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu makale, podcastlerin medyanın ve gazeteciliğin tarihsel gelişimine ilişkin yeni analitik yaklaşımlar sunan özgün bir dijital metin türü olduğu temel varsayımından hareketle, haber podcastlerine odaklanmaktadır. Türkiye özelinde podcast gazeteciliğine atıfta bulunan çalışma, podcast mecrasının tarihsel gelişimini, üretim ve tüketim süreçlerini, gelecekteki potansiyellerini ve sınırlılıklarını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışma, podcast mecrasının gazetecilik pratiklerinde yarattığı dönüşümü inceleyen bir literatür taraması olarak tasarlanmıştır. Podcast gazeteciliğine ilişkin bilimsel çalışmaların Türkiye bağlamında sınırlı olmasının bir problem teşkil ettiği düşüncesiyle, çalışma şu soruları gündeme getirmektedir: Podcast ekosistemi, gazetecilik mesleği açısından hangi öneme sahiptir? Türkiye’de podcast haberciliği nasıl bir gelişim seyri izlemektedir? sorularına yanıt aranmıştır.

1. Geleneksel Yayından Podcast Kültürüne Dönüşüm

Sesli anlatı yayıncılığı, son yıllarda dijital uygulamaların gelişmesi ve çeşitlenmesiyle birlikte köklü bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu teknolojik değişim yalnızca üretim araçlarını değil, aynı zamanda toplumların sesli içerikleri takip etme alışkanlıklarını ve içerik üretim biçimlerini de dönüştürmüştür. Ana akım iletişim araçlarından biri olan radyo, doğrusal bir yayın yapısına sahiptir. Radyo dinleyicileri yayın akışına ve zamana bağlı olarak içerik tüketmektedir. Richard Berry’e (2006) göre podcast, yalnızca taşınabilir medya araçlarının bir uzantısı değil, aynı zamanda radyonun doğrusal yapısına karşı gelişen yatay bir iletişim modeli olarak ortaya çıkmaktadır. Podcast, zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın içerik üretimi ve tüketimine olanak tanımaktadır (Espinosa & San Miguel, 2020; Mutlu, 2024).

Radyo yayıncılığı yüksek maliyet gerektiren ekipmanlar, frekans lisansları ve sıkı denetim mekanizmaları gerektirirken, podcast bu engelleri büyük ölçüde ortadan kaldırmıştır. Düşük maliyetli üretim imkânları ve mobil cihazların yaygınlığı, podcast içeriklerinin hızlı biçimde yayılmasını sağlamıştır (Semiz Türkoğlu & Ağca, 2021). Bunun dışında geleneksel radyo yayıncılığında yeterince yer bulamayan tematik konular, podcast mecrasında kendine geniş bir dinleyici kitlesi oluşturabilmektedir. Podcastler, dinleyici ile kurulan ilişkiyi de yeniden tanımlamaktadır. Radyo dinleyicisi görece pasif bir konumdayken, podcast dinleyicisi içerik seçimi, dinleme zamanı ve platform tercihi açısından daha aktif bir rol üstlenmektedir. Bu durum, medya tüketiminde bireyselleşmenin arttığını ve kullanıcı odaklı iletişim modelinin güçlendiğini göstermektedir. Ayrıca podcastlerin bölümlere ayrılmış yapısı, hikâye anlatımı ve derinlemesine içerik üretimi açısından radyoya kıyasla daha esnek bir alan sunmaktadır (Berry, 2016b; McHugh, 2016).

2. Podcast Mecrasının Tarihsel Gelişimi

Podcast mecrası teknolojik gelişmelerinde katkısıyla dijital medya ortamına yeni eklenen ve popülerliğini arttıran bir araç olarak tanımlanmaktadır. Podcasting terimi iPod ve Broadcasting (yayıncılık) kelimelerinin birleşiminden ortaya çıkmıştır (Yücel, 2020, s. 1305). Orhan Şener podcast tarihini üç temel başlık altında toplamaktadır.

- 2003-2006 Kuruluş,
- 2007-2013 Büyüme,
- 2014- 2020 Ana-Akım ve Ticarileşme (Şener, 2020).

Şener tarafından kuruluş olarak nitelendirilen 2003-2004 yıllarında; Dave Winer ve Adam Curry geliştirdikleri yazılım sayesinde yeni bir mecra olarak podcast'in kullanılmasını sağlamışlardır. Dave Winer, Open Source radyosunda RSS yazılımları ve MP3 formatlı sesleri bir araya getirerek ilk podcast yayını dinleyicilere sunmuştur. Habercilik alanında üretilen ilk podcast olması yayını daha ayrıcalıklı hale getirmiştir (Şener, 2020, s. 247). Ben Hammersley, The Guardian gazetesinde 12 Şubat 2004 yılında yayımladığı "Sesli Devrim"¹ başlıklı makalesinde "podcasting" kelimesini kullanarak alana katkı sağlarken, (Hammersley, 2004), Apple, Haziran 2005'te iTunes 4.9 güncellemesiyle mor simgeli "Podcast'ler" yazılımını kendi sistemine eklemiştir. Apple bu güncellemesinden iki gün sonra 1 milyonuncu podcast aboneliğini ilan etmiştir. 2006 yılına gelindiğinde ise iPod'lara 4.8 milyon podcast yayını indirilmiştir (Friess, 2015).

2007-2013 yıllarında popüler kişilerin podcast üzerinden yayın yapması podcast mecrasının tanıtılmasına ve yayılmasına dolaylı olarak katkı sağlamıştır. Bu dönemde Amerikalı komedyen Adam Carolla, 59 milyon indirme sayısına ulaşarak rekor kırmıştır. Apple 2013 yılında 1 milyar abone sayısına ulaşmıştır (Şener, 2020, s. 248). 2014 yılında kurgusal olmayan araştırmacı gazetecilik podcast'i "Serial" yayınlandığı ilk ayında 5 milyon indirme sayısına ulaşmış, Apple iTunes listesinde ise üç ay boyunca birinci olmuştur. Serial podcast, Peabody Ödülü kazanan ilk podcast programı olarak tarihe geçmiştir (Hancock & McMurtry, 2018). 2020 yılında Amerikalı komedyen Joe Rogan, YouTube üzerinden başlattığı daha sonra podcast platformuna aktardığı "The Joe Rogan Experience" adlı programa Spotify, 100 milyon dolar ödeme yaparak Joe Rogan'ın programını satın aldığını duyurmuştur (dünya.com)². Podcast tüm bu gelişim evresi dışında teknolojik gelişmelerle bağlantılı olarak dinleyiciye ve yayıncıya yeni fırsatlar sunmaktadır. Podcast içeriklerinin zaman ve mekân gözetmeksizin takip edilmesi dinleyicilerin bu alana yönelik ilgisini arttıran etken olarak görülmektedir (Arslan, 2021 s. 28-29). Podcastler, diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de yoğun biçimde dinlenmekte ve her geçen gün giderek daha popüler hâle gelmektedir. Bu eğilim, podcast haberciliğine yönelik uygulamaların yanı sıra bilimsel araştırmaların ve akademik çalışmaların sayısının artmasına yol açmakta ve podcasti bir gazetecilik pratiği olarak ele alarak geleceğini tartışmaya açmaktadır.

3. Türkiye'de Podcast Haberciliğinin Gelişimi

Türkiye'de podcast mecrası; devlet kurumları, özel gazete ve televizyon kuruluşları ile bağımsız gazeteciler ve yurttaş gazeteciler tarafından yoğun olarak kullanılan bir alan hâline gelmiştir.

¹ Ben Hammersley'in makalesini okumak için bkz. <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>

² www.dünya.com ilgili bölüm için bkz. <https://www.dunya.com/hafta/spotifyda-joe-rogan-kavgasi-haberi-648905>

Podcastlerin özel veya kamuya ait yasal ya da teknik denetim mekanizmalarına tabi olmaması, ana akım medya kuruluşlarının yanı sıra bağımsız gazetecilerin de bu mecraya aktif içerik üreticisi olarak katılımını mümkün kılmıştır. Podcasti diğer iletişim araçlarından ayıran en temel özellik, radyo ve televizyon gibi yayın içeriklerini canlı olarak takip etme zorunluluğunu ortadan kaldırmış olmasıdır (Brown & Green, 2007, s. 5). Türkiye’de kamusal podcast yayınlarına örnek olarak Anadolu Ajansı ve TRT tarafından hazırlanan içerikler verilebilir; bu kurumlar genel olarak haber içeriklerini podcast formatına dönüştürmektedir (Budak, 2022, s. 262). Kamusal yayıncılığın dışında, birçok gazete ve televizyon kanalı da podcast mecrasında özgün içerikler üretmektedir. Günlük yaşamın yoğunluğu nedeniyle gazete, dergi ve internet yayınlarını düzenli olarak takip edemeyen kitleler, sesli anlatıcılar aracılığıyla haber içeriklerini ve köşe yazılarını podcast üzerinden erişebilir hâle gelmektedir. Bağımsız ve amatör (yurttaş) yayınlar yapan gazeteciler için de podcast mecrası önemli bir konumda yer almaktadır.

Türkiye’de podcast haberciliğinin gelişimi, geleneksel medya alanlarında meydana gelen yapısal dönüşümlerle yakından ilişkilidir. Medya sahiplik yapısının yoğunlaşması ve haber üretiminin artan ölçüde ticarileşmesi bağlamında, haber podcastlerinin; görece daha sınırlı işleyen sansür ve denetim mekanizmaları sayesinde hem içerik üreticisi olarak gazeteciler hem de içerik tüketicisi olarak dinleyiciler açısından alternatif ve daha özerk bir kamusal iletişim alanı sunduğu değerlendirilmektedir. Yenituna ve Kurt’a göre gazeteciler, haber podcastleri aracılığıyla geleneksel medya kanallarına kıyasla daha serbest ve bağımsız bir biçimde haber içeriği üreterek dinleyicilere ulaşabilmektedir. Türkiye’de de giderek yaygınlaşan podcast haberciliğinin, özellikle ana akım medyanın dışına itilen ya da ana akım medya yapıları içinde çalışmak istemeyen gazeteciler açısından önemli bir mecra niteliği taşıdığı ifade edilebilir (2022, s. 16).

Bağımsız gazetecilerin yaptığı yayınlar genellikle ana akım medyada yer alamayan haber konularını sesli anlatılarla derinlemesine ele almaktadır. Çeşitli mecralarda bağımsız olarak gazetecilik mesleğini sürdüren Ozan Gündoğdu, Eray Özer, Ruşen Çakır ve Kemal Göktaş gibi birçok gazeteci podcast üzerinden yayınlar yapmaktadır. Gazeteci Ruşen Çakır tarafından 2015 yılında kurulan Medyascope adlı medya platformu YouTube aracılığıyla yayınlanan programları MP3 ses dosyalarına çevirerek podcast dinleyicilerine sunmaktadır. Gazeteci Kemal Göktaş’ın kurucusu olduğu Kısa Dalga medya platformu da podcast haberciliği üzerine programlar yapmaktadır. Gazetecilerin bu alana yönelmesi podcast haberciliğinin ilerleme kaydetmesine sebep olmaktadır.

4. Podcastlerin İşitsel İletişimdeki Rolü ve Tematik Habercilikteki Fırsatları

“Son dönemde yoğun bir takipçi kitlesine sahip olan podcast uygulamaları neden tercih edilmektedir?” sorusunun yanıtı, Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçekleştirilen büyük ölçekli bir anket çalışmasıyla ortaya konmuştur. Araştırma, podcast kullanıcılarının motivasyonlarının ve kullanım alışkanlıklarının ağırlıklı olarak eğlence, bilgi edinme ve ses platformlarının sunduğu avantajlar nedeniyle podcasti tercih ettiklerini göstermektedir. Ayrıca, podcastlerin dinleme ayarlarının özelleştirilebilmesi, içerik genişliği ve derinliği ile dinleme rutinine uygunluğu, normal radyo, çevrimiçi radyo ve müzik akışı gibi diğer işitsel medya alternatiflerinin kullanım özellikleriyle birlikte mevcut dinleme davranışlarını motive eden önemli faktörler olarak öne çıkmaktadır (Chan-Olmsted & Wang, 2022). Diğer taraftan, podcasterler ve gazeteciler açısından anlatı formundaki podcastler, çok sayıda farklı içerik üretimine olanak tanınması ve birden fazla alanda kullanılabilmesi nedeniyle tercih edilmektedir. Bu özellikleriyle podcastler, özgür ve esnek bir üretim alanı sunarak gazeteciler ve

podcasterler için hem yeni fırsatlar yaratmakta hem de alternatif bir iş modeli olarak işlev görmektedir. Görüntüye değil, sese dayalı podcast haberciliği, dinleyicinin aktif katılımını gerektirmektedir. Son yılların en hızlı büyüyen içerik formatlarından biri olan podcast haberciliğinde, bazı habercilik türlerinin diğerlerine göre daha avantajlı konumlandığı görülmektedir. Nitelikli araştırmacı gazetecilik için podcastler hem özgür bir yayın alanı sağlamakta hem de ilgili hedef kitleye ulaşmak açısından etkili bir araç olarak değerlendirilebilir.

Ekransız podcasting modunda, görsel dikkat dağıtıcı unsurların bulunmaması, içeriğin daha çekici hâle gelmesini sağlamakta; seslerin ustalıkla şekillendirilmesi ise özellikle tematik gazetecilik uygulamalarında başarıyı artıran iki kritik unsur olarak öne çıkmaktadır. Dinleyiciyi içine çekebilecek bu “ses simyası”, yaratıcı enerjiyi motive etmenin yanı sıra podcast haberciliğinin yayılmasına da katkı sağlayabilir. Örneğin, Porlezza ve arkadaşlarının (2018) *Podcast Serial* üzerine gerçekleştirdikleri çalışma, transmedya gazeteciliği kapsamında araştırmacı gazeteciliğin podcast aracılığıyla yapılabileceğini göstermektedir. Bu iletişim aracı, gazetecilik arşivleri ile halihazırda yayımlanmış haberler ve üzerinden zaman geçmiş olaylar üzerinden yeniden hikayeler kurgulamaya olanak tanımaktadır. Nitelikli ve derinlemesine araştırmaya dayanan bu içerikler, gerçek bilginin ilgili dinleyici kitlesine ulaşmasını sağlayarak, gazetecilikte “kalite” olgusu üzerine tartışmalar için de yeni bir kapı aralayabilir. Bu süreç, podcast uygulamasını tematik haber üretimi bağlamında yalnızca yeni bir mecra olarak değil, aynı zamanda özgün içerik ve veri kaynağı yaratacak bir araç olarak da ön plana çıkarmaktadır.

Medyanın dijital alana uyum sağlamasına yardımcı olan podcastler yerel medya markaları tarafından da kullanıldığından bilgilendirici ve ifade edici potansiyellerinden dolayı gazeteciliğe dayalı ürün ve hizmetlerinin bir parçası olarak görülmektedir. Özellikle dijital medya endüstrisi içinde “tık haberciliği”, “seo haberciliği” gibi öne çıkan ancak etik açıdan tartışılan haber uygulamalarına karşı profesyonel gazeteciye ön plana çıkartıp nitelikli ve içeriği zengin haberlerin hedef kitleye ulaşılmasında daha ucuz bu teknolojiyi kullandığı içinde giderek daha çekici hale gelmektedir. Örneğin, İspanya’da web sitesinde yayımlanan seri hale getirilmiş hem sesli hem de görüntülü konuşma biçimlerini kullanan ve güncel olayları ele alan podcast yayıncılık örnekleri mevcuttur (Martínez-Costa vd., 2022). Ancak Covid 19 pandemisiyle ilgili 40 haber podcasti üzerinden analiz yapan araştırmacılar Nee ve Santana gazetecilerin gazetecilik nesnellik normlarından genel olarak uzaklaşıp bu ortaya çıkan formatta yorumlayıcı haberciliğe doğru bir kayma eğiliminde olduğunu tespit etmişlerdir. Muhabirler ve sunucular genellikle bölümlerde hem karakter hem de uzman olarak görünmekte ve anlatı unsurları, içerikten çok hikâye anlatımını vurgulamaya hizmet etmektedir (Nee & Santana, 2021). Bu nedenle podcast haberciliğinde bu olgunun dikkate alınması gereklidir.

Sonuç

Bu araştırma, dijital medya ekosisteminin en dinamik unsurlarından biri haline gelen podcast mecrasını; gazetecilik pratikleri, teknolojik dönüşüm ve toplumsal yansımaları çerçevesinde kapsamlı bir şekilde analiz etmiştir. Elde edilen bulgular, podcasting’in radyo yayıncılığının geleneksel ve doğrusal yapısına karşı, zaman ve mekândan bağımsız, yatay bir iletişim modeli olarak köklü bir paradigma değişimini temsil ettiğini ortaya koymaktadır. Mecranın 2000’li yılların ortasındaki teknolojik doğumundan günümüzdeki küresel ticarileşme evresine kadar süregelen gelişimi; Apple’ın altyapı güncellemeleri ve *Serial* gibi araştırmacı gazetecilik başyapıtları ile önem kazanmasına neden

olmuştur. Türkiye özelinde gerçekleştirilen incelemeler, podcast gazeteciliğinin yalnızca teknik bir yenilik değil, aynı zamanda yapısal bir direnç alanı olduğunu göstermektedir. Ana akım medya yapısındaki tekelleşme olgusu, artan sansür mekanizmaları ve ekonomik kısıtlamaların dışında kalan podcastler; bağımsız gazeteciler ve yurttaş gazeteciler için özerk, alternatif ve demokratik bir kamusal alan oluşturmuştur. Düşük maliyetli üretim imkânları ve doğrudan hedef kitleye ulaşma kapasitesi, bu mecraı ana akım medyanın dışında kalan veya bu yapılar içinde çalışmayı tercih etmeyen gazeteciler için alternatif bir alan haline getirmiştir.

Podcastlerin ekransız ve sese dayalı doğası, günümüzün dikkat ekonomisi içinde benzersiz bir konum arz etmektedir. Görsel uyaranların ortadan kalkması, dinleyicinin içeriğe olan odaklanma düzeyini artırarak "ses simyası" yoluyla derinlemesine bir bağ kurulmasına olanak tanımaktadır. Bu karakteristik özellik; özellikle kültür-sanat, felsefe, edebiyat ve uzun soluklu araştırmacı gazetecilik dosyaları için dijital medyadaki yüzeysel "tık haberciliği" ve "SEO odaklı" içerik üretimine karşı nitelikli bir alternatif sunmaktadır. Ancak mecranın sunduğu bu esneklik, gazetecilik etiği ve nesnellik normlarında da belirgin bir dönüşümü tetiklemektedir. Araştırmalar, podcast formatında gazetecilerin geleneksel mesafeli duruşlarından sıyrılarak daha "yorumlayıcı" bir habercilik diline yöneldiklerini, sunucuların ise içerikten ziyade birer "karakter" veya "alan uzmanı" olarak ön plana çıktığını göstermektedir. Bu durum, haberin anlatı gücünü ve samimiyetini artırsa da nesnellik ilkelerinin dijital çağda yeniden tanımlanması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak podcasting, basit bir ses dosyası dağıtım aracı olmanın ötesine geçerek gazeteciler için özgün içerik üretimi, yeni iş modelleri ve katılımcı bir dinleyici kültürü için kritik bir uygulama alanı haline gelmiştir. Türkiye’de hem kamusal yayıncılık hem de bağımsız platformlar aracılığıyla gelişmeye devam eden bu ekosistem, gazetecilik mesleğinin dijital dönüşümündeki en etkili araçlardan biri olarak yerini sağlamlaştırmıştır. Gelecekte, podcastlerin sunduğu derinlemesine hikâye anlatıcılığı ve özerk yayıncılık olanaklarının, medyanın demokratikleşme süreçlerine ve nitelikli bilgi üretiminin sürdürülebilirliğine katkı sunmaya devam edeceği öngörülmektedir.

Kaynakça

- Arslan, G. G. (2021). Türkiye’de podcast yayıncılığı: Üretici odaklı bir inceleme [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Berry, R. (2006). Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12(2), 143-162.
- Berry, R. (2016a). Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22(6), 661–671. <https://doi.org/10.1177/1354856516632105>
- Berry, R. (2016b). *Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word “radio”*. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 7–22.
- Berry, R. (2020). Radio, music, podcasts – BBC Sounds: Public service radio and podcasts in a platform world. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 18(1), 63–78. https://doi.org/10.1386/rjao_00016_1
- Bossio, D., & Nelson, L. (2021). Reconsidering innovation: Situating and evaluating change in journalism. *Journalism Studies*, 22(11), 1377–1381. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1972328>
- Brown, A., & Green, T. D. (2007). Video podcasting in perspective: The history, technology, aesthetics, and instructional uses of a new medium. *Journal of Educational Technology Systems*, 36(1), 3–17.
- Budak, E. (2022). Teknolojik yeniliklerin yarattığı yeni habercilik formları üzerine bir inceleme: Türkiye’de podcast haberciliği. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 40, 257–276. <https://doi.org/10.17829/turcom.1048581>
- 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>
- Dünya Gazetesi. (2022, 14 Şubat). Spotify’da Joe Rogan kavgası. <https://www.dunya.com/hafta/spotifyda-joe-rogan-kavgasi-haberi-648905>
- Espinosa, P. M. & San Miguel, A. R. (2020) Podcasting and Journalism: From Radio Journalism of Immediacy to Quality Radio Information. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1), 241-252
- Friess, S. (2015, 1 Temmuz). The media milestone the media (fittingly) forgot. *Columbia Journalism Review*. http://www.cjr.org/analysis/podcast_milestone.php
- Hammersley, B. (2004, 12 Şubat). Audible revolution. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>

- Hancock, D., & McMurtry, L. (2018). 'I know what a podcast is': Post-serial fiction and podcast media identity. D. Llinares, N. Fox, & R. Berry (Ed.), *Podcasting: New aural cultures and digital media* (ss. 81–105). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8>
- MacKenzie, L. E. (2019). Science podcasts: Analysis of global production and output from 2004 to 2018. *Royal Society Open Science*, 6(1), 1–18. <https://doi.org/10.1098/rsos.180932>
- McHugh, S. (2016). How podcasting is changing the audio storytelling genre. *Radio Journal International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 65-82.
- Martínez-Costa, M.-P., Amoedo-Casais, A., & Moreno-Moreno, E. (2022). The value of podcasts to journalism: Analysis of digital native media brands' offerings, production and publishing in Spain. *Profesional de la Información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.03>
- Mutlu, M. (2024). Radyodan Podcaste Türkiye'de Felsefe Yayıncılığı. *TRT Akademi*, 9(21), 460- 487. <https://doi.org/10.37679/trta.1468086>
- Nee, R. C., & Santana, A. D. (2021). Podcasting the pandemic: Exploring storytelling formats and shifting journalistic norms in news podcasts related to the coronavirus. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1882874>
- Newman, N., & Gallo, N. (2019). *News podcasts and the opportunities for publishers*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N., & Gallo, N. (2020). *Daily news podcasts: Building new habits in the shadow of coronavirus*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Picardi, I., & Regina, S. (2008). Science via podcast. *Journal of Science Communication*, 7(2), 1–4. <https://doi.org/10.22323/2.07020305>
- Porlezza, C., Benecchi, E., & Colapinto, C. (2018). The transmedia revitalization of investigative journalism: Opportunities and challenges of the serial podcast.
- Quinones, M. A. (2016). The use of podcasting in mental health. S. Goss (Ed.), *Technology in mental health: Applications in practice, supervision and training* (ss. 180–186). Charles C. Thomas Publisher.
- Sang, Y., Lee, J. Y., & Park, S. (2023). The production and consumption of news podcasts. *Media International Australia*, 187(1), 3-7. <https://doi.org/10.1177/1329878X231159423>
- Sellas, T., & Solà, S. (2019). Podium podcast and the freedom of podcasting: Beyond the limits of radio programming and production constraints. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 17(1), 63–81. https://doi.org/10.1386/rjao.17.1.63_1
- Spinelli, M., & Dann, L. (2019). *Podcasting: The audio media revolution*. Bloomsbury Academic.
- Semiz Türkoğlu, H., & 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>
- Şener, O. (2020). Gazeteciler için podcast. T. Durna (Ed.), *Sivil toplum kuruluşları hak temelli gazetecilik kılavuzu* (ss. 215–252). Um:Ag Vakfı Yayınları.

- Yenituna, B., & Kurt, G. (2022). "Türkiye'de Haber Podcasti Dinleme Pratiklerine Yönelik Niteliksel Bir Araştırma." *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-20.
- Yücel, R. (2020). Podcast'in kısa tarihi: Doğuşu, yükselişi, monetizasyonu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1303–1319.
- Zelizer, B. (2019). Why journalism is about more than digital technology. *Digital Journalism*, 7(3), 343–350.