

Siyasal Bir Direnç Mekanizması Olarak Podcast Yayıncılığı

Podcasting as a Political Resistance Mechanism

Yağmur GÜMÜŞBOĞA 

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 19.01.2023 ■ Kabul Accepted: 13.09.2023

ÖZ

Cünümüzde, bir ulusun sosyo-ekonomik gücünün teknoloji üretilebilirliğiyle ölçüldüğü yenedünya düzeninde dijital etkileşim, ulusların yapısal özelliklerine kadar sirayet etmektedir. Frekanslar aracılığıyla iletilen enformasyonlar kilometrelerce uzaklıktaki toplumların içinde buldukları durumlar hakkında fikir edinmemize ve hatta buna istinaden durum değerlendirmesi yapabilmemize imkân sağlamaktadır. Bu etkinin farkındalığıyla hareket eden siyasi aktörler ise rüzgârın yönünü kendilerine çevirebilmek adına dijitalleşmeyle bir bütün olabilmek için özenli bir çaba içine girmektedirler. Dolayısıyla bu makalenin de sorunsallarından birini oluşturan medyanın ulaşılabilirliği ve toplumsal dinamiklerdeki dönüştürücü gücü, yeni dijital platformlar üzerinden incelenmektedir. Çalışma genelinde önemine vurgu yapılan birçok sosyal medya uygulaması arasında podcast yayıncılığı üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır. Siyasi arenada bulunduğu konum, güç ve beraberinde yarattığı etki alanı üzerinden bir durum analizine değinilmiştir. Yeni ve etkisi tam olarak keşfedilmemiş bir iletişim platformu olan podcast yayıncılığının, dünya genelinde ve Türkiye özelindeki konumu üzerinden bir literatür taraması yapılmıştır. Böylelikle, 2000'li yıllarda hayatımıza giren ve geleneksel radyonun küresel kapsamını tamamlayan, ancak diğer bir perspektifle bu yapıdan tamamen bağımsız olan podcast'lerin alternatif medya için önemine vurgu yapılarak çeşitli değerlendirmelerde bulunulmuştur. Bu bağlamda çalışmanın ana hattını oluşturan podcast yayıncılığının Türkiye ayağındaki siyasi etkinliği, amacı ve konumu eleştirel bir perspektifte tartışılmıştır. Yapılan değerlendirme neticesinde podcast yayıncılığının Türkiye'de henüz tam anlamıyla politik sansüre maruz kalmamasından ötürü konvansiyonel ya da dijital diğer medya organlarına oranla daha özgür bir siyasi gösteri alanı olduğu görüşünün desteklendiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Podcast, Sansür, Siyasal Söylem, Radyo, Dijitalleşme.

ABSTRACT

Today, in a new world order where a nation's socio-economic power is measured by its ability to produce technology, digital interaction permeates the structural characteristics of nations. The information transmitted through frequencies allows us to get an idea about the situation of societies many kilometers away and assess the situation accordingly. Aware of this effect, political actors are making a concerted effort to become one with digitalization in order to turn the wind in their direction. Therefore, the accessibility of the media and its transformative power in social dynamics, which constitute one of the problems of this article, are examined through new digital platforms. Among the many social media applications whose importance is emphasized throughout the study, podcasting is evaluated. A situation analysis is based on its position and power in the political arena and the sphere of influence it creates. A literature review was conducted on the status of podcasting, which is a new and unexplored communication platform in the world in general and in Turkey in particular. Thus, by doing so, the significance of podcasts for alternative media has been emphasized, as they entered our lives in the 2000s, complementing the global reach of traditional radio while also, from another perspective, remaining entirely independent from this structure, leading to various evaluations. In this context, the political effectiveness, purpose and position of podcasting in Turkey, which constitutes the main line of the study, has been discussed from a critical perspective. As a result of the evaluation, it has been argued that since podcasting has yet to be subjected to political censorship in Turkey, it is supported that podcasting is a freer space for political demonstration than other conventional or digital media outlets.

Keywords: Podcast, Censorship, Political Discourse, Radio, Digitization.



Giriş

Dünya tarihinin görsel, işitsel ve yazınsal ilk kalıntıları, insanlar arasında geliştirilmeye çalışılan iletişim biçimlerinin birer neticesi kabul edilmektedir. Duygu ve düşüncelerini karşı tarafa aktarmaya çalışan insanoğlu, çıkardığı seslerle, mağara duvarlarına işlediği görsel çizimlerle ya da ürettiği araç-gereçlerle hem hayatta kalmaya hem de çevresindeki bireylerle etkileşim kurmaya çalışmıştır. Homo Sapiens'ten günümüz modern insanına kadar geçen 60 bin yıllık sürede ise bu etkileşim dönüşerek ve daha geniş bir etki alanı yaratarak varlığını sürdürmüştür. Bu bağlamda şahitlik edilen 21. yüzyıl içinde iletişimin başlangıç ve sonuç noktasındaki gelişmelerin ne denli bir tahavvüle sahip olduğu dünya üzerinde bulunan 8 milyar insan tarafından bir motivasyon kaynağı olarak ele alınmaktadır. Öyle ki bu söyleme dair iletişim bilimci Kenneth L. Hacker'ın, 1992 tarihinde gerçekleşen ABD Başkanlık seçimlerinde oy kullanan vatandaşların teknoloji motivasyonları üzerine gerçekleştirmiş olduğu çalışmada rehberlik etmektedir. Başkan yardımcısı Albert Arnold Gore, seçim sürecinde hazırlamış olduğu resmi raporlarda siyasal iletişim için teknoloji araçlarının aktif bir şekilde kullanılmaya başlanmasının vatandaş üzerindeki olumlu etkisi ve motive edici görüşünü ortaya koymuştur (Hacker, 1996: 215).

Modern döneme geçişle birlikte gelenekselden kopan ve teknolojik gelişmelere hızlıca adapte olma çabası içine giren bireyler, her geçen gün farklı bir dijital uygulamayla dönüşen dünya düzenine entegre olmaktadır. Öncelikle radyo ve akabinde icat edilen televizyonla birlikte hem işitsel hem de görsel olarak dünyanın birçok noktasından gündeme dair bilgiler edinen insanlar, zaman içerisinde bu aygıtların mekânsal bağımlılıklarından da kurtulmuşlardır. İletişim teknolojilerinin ilerlemesiyle birlikte, sözlü kültürün aktarımı için kullanılan araçlar da evrim geçirdi. Bu bağlamda, radyo da bu teknolojik dönüşümden etkilendi. 1960'lı yılların ortalarında, radyo teknolojisi, transistorların entegrasyonu sayesinde daha kompakt hale geldi ve enerji verimliliği arttı.

Web 2.0 teknolojisinin yaygınlaşmasıyla birlikte, 1990'ların başlarından itibaren internet üzerinden radyo yayıncılığı da başladı. Bu gelişme, dijital medya kültürü içerisinde web tabanlı radyo yayınlarının önemli bir yere sahip olacağı anlamını da taşımaktaydı. Net-Radyo, WEB Radyo, Yalnızca İnternet Radyosu, Radyo Akışı, E-Radyo ve İnternet Üzerinden Yayıncılık gibi terimler söz konusu gelişmelerin teknolojiye ve literatüre kazandırdığı dinamikler olmuştur (Birsen, 2021: 26).

Taşınabilir mobil cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte kısıtlı mekân zorunluluğundan sıyrılan konvansiyonel radyo, podcast üretimiyle tarihsel süreçteki hikâyesini özgürlükten yana tekrar yazmıştır. Podcast yayınlarının klasik radyodan farklı olarak kaydedilip indirilebilir ve dağıtılabılır oluşu, geleneksel radyoya oranla daha fazla işlevsel hale gelmesine ve yeni bir iletişim mecrasının doğmasına imkân sağlamıştır. Nitekim National Public Media'nın (2020), 2014 ve 2020 yılları arasında radyo kullanımını ölçümlendiği çalışmadan da tespit edileceği üzere radyo kullanımının düşüş ivmesi yıl yıl artırmıştır. Reuters Institute'nin 2022 yılına dair dijital haber raporlarının Türkiye incelemesinde radyoya dair ayrı bir kullanım profili oluşturulamayışı ise ülke genelinde dikkate değer bir kullanımın olmadığına dair bir gösterge olarak yer almaktadır (Reuters Institute, 2022).

2000'li yıllarda özellikle Batı toplumlarında "niş" bir kitlenin ilgi alanına giren podcast yayıncılığı eğitimden kültüre, komediden sağlığa, gündelik sohbetlerden önemli siyasi tartışmaların ve araştırmaların yapıldığı sosyal röportajların üretildiği bir bilgi aracı olarak varlığını sürdürmektedir. Ücretsiz içerik üretiminin yanı sıra Spotify gibi yüksek kullanıma sahip olan uygulama aracılığıyla ayrıcalıklı dinleyicilere yönelik içerik üretimi yapılması ve hatta Joe Budden gibi dinleyici kitlesi yüksek bir hip-hop üreticisi ile yapılan anlaşma doğrultusunda tüm içeriklerin sadece Spotify üzerinden ücretli abonelik karşılığında erişilebilir hale getirilmesi, hitap edilen dinleyici kitlesinin görece kısıtlanmasına neden olmuştur (Saporana, 2018). Bunun yanı sıra podcast

yayıncılığının ortaya çıktığı dönem itibarıyla sosyal medya uygulamalarındaki video-fotoğraf-yazı gibi somut öğelerden uzak olması, yine viral olma hızının görece düşük olmasının da sebepleri arasında gösterilmektedir.

Çalışma çerçevesince Türkiye özelinde Spotify ve Pody podcast uygulamalarında yer alan içeriklere değinilmekte ve siyasal mekanizmadaki görünmezliğin sebepleri irdelenmektedir.

Bu değerlendirmeler ışığında aşağıdaki soruların yanıtı aranmaktadır:

1. Podcast içerikleri konvansiyonel ya da dijital medya gibi sansüre/otosansüre açık mı?
2. Podcast kullanımı Türkiye için güçlü bir siyasal gösteri alanı olabilir mi?
3. Herhangi bir kuruma bağlı olmaksızın üretilen podcastler siyasal alanda ifade özgürlüğünü daha mı fazla desteklemektedir?

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma, araştırma amacına bağlı olarak betimleyici araştırmalar kategorisine dahil edilmektedir. Yukarıda sunulan soruların cevaplandırılabilmesi adına, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan betimleyici araştırma yöntemi kullanılarak durum saptayıcı bilgilerle erişmek amaç edinilmiştir (Ural & Kılıç, 2006). Betimleyici araştırma, genellikle gözlem, anketler, mülakatlar veya içerik analizi gibi veri toplama yöntemleri kullanılmaktadır. Araştırmacılar, topladıkları verileri ayrıntılı bir şekilde inceleyerek, bir fenomenin özelliklerini, desenlerini ve değişkenlerini ortaya çıkarmaktadır. Bu yöntem, bir konu hakkında daha fazla bilgi edinmek, mevcut durumu belirlemek veya gelecekteki hipotezleri desteklemek için kullanılabilir (Ekiz, 2003). Aynı zamanda objektif yaklaşım, ayrıntılı veri toplama, istatistiksel analizlerden farklılık ve durumların ve değişkenlerin betimlenmesi gibi temel inceleme biçimlerine değinmektedir (Maxwell, 2012).

Konvansiyonel Siyasal Medyadan Dijital Siyasi Argümanlara Geçiş

Kuşkusuz ki yirmibirinci yüzyılda yaşanan en büyük teknolojik gelişme, internetin iletişim alanında ulusları sınırsızlaştırarak McLuhan'ın (2001:57) da bahsettiği gibi küçük bir küresel köy haline getirmesi olmuştur. Değişen sosyal, politik ve ekonomik yapı "medya" kavramının yapısını da farklılaştırmıştır. Artık zamana ve mekâna dayalı olmayan ve geleneksel yapısından çıkan medya artık tüm bu bağlayıcı olgulardan özgürleşerek hayatın her alanında ve her anında yer bulmaya başlamıştır. Bu sebeple günümüzde hala bu dönüşümü anlamaya ve yine bu dönüşüm ekseninde gelişen avantaj ve dezavantajlara yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Medya kavramının artık sadece tek taraflı kısıtlı bilgi aktaran bir iletişim organı olmaktan çıkarak gündelik hayatta olan biteni takip etmek, eğlenmek, öğrenmek ve bireysel olarak kendi fikirlerini diğer insanlara aktarabilmek amacıyla etkileşimli bir iletişim aracı haline aldığı söylenebilir (Bachmann, Correa, Gil de Zuniga; 2012). Dolayısıyla gazete, dergi, broşür, televizyon ve radyo gibi konvansiyonel olarak adlandırılan medya araçları teknoloji çağıyla birlikte yeni bir boyuta geçmiştir. Bunun temel sebebi ise sıralanan tüm bu geleneksel medya araçlarının yeni medya aracılığı ile tek bir organizma üzerinden anında ulaşılabilir olmasıdır.

Geleneksel medya, dijital çağın gereksinimlerinin gerisinde kalması sebebiyle günümüzde özellikle Z kuşağının görüş alanından neredeyse tamamen çıkmıştır (Altunbay & Bıçak, 2018). Basılı yayıncılık, radyo ya da televizyon gibi belirli bir kitleye hitap eden medya araçları artık yerini ağırlıklı olarak dijital platformlara bırakmıştır. Baskı halindeki gazeteler yerine dijital gazeteler, anlık takip yapılması gereken radyolar yerine podcastler, klasik televizyonlar yerine ise dijital dizi, film ve belgesel vb. platformlardan oluşan uygulamalardan yararlanılmaktadır. Bu bağlamda geleneksel medyada işlenen konular da dijital platformlarda dönüşüme uğramış daha fazla insanla etkileşim sağlamaya imkân veren evrensel konular üzerinden

yayınlar yapılmaya başlanmıştır (Duran & Yeniceler, 2019). Geleneksel medya araçlarından olan radyo ve televizyonlarda yer alan günlük program akışları esnasında karşılıklı etkileşim sağlayabilmek adına sosyal medya platformlarından hashtaglerle anlık iletiler göndererek seyirci etkin kılınmaya çalışılmaktadır.

Özellikle dijitalleşmenin ve sosyal medya kullanımının pik yaptığı Toplum 5.0 döneminde sınır kavramının yok olması, anlık frekanslarla dünyanın birçok noktasından veri akışının sağlanabilmesi ve toplumsal olayların yönlendirici bir misyon taşıması sosyal medyanın gücünün bir yansıması olarak değerlendirilmektedir. Bu tezahürde sadece platform kullanıcıları değil siyasi erkler de kitlelere daha hızlı ve etki alanı yaratacak şekilde ulaşmak için zemin oluşturmaktadır. Online platformlar, daha öncesinde belirli bir zümreye atfedilen siyasal düşünme ve siyasal hareketi toplumun tüm kesimlerine yayarak düşüncenin ve tavrın çoğalarak şekillenmesine imkân sağlamıştır (Jensen & Rosengren, 1990: 207). Bu bağlamda siyaset ve iletişim kavramlarının birbirleriyle sentezlenerek “Siyasal İletişim” kavramı literatüre kazandırılmıştır (Oktay, 2002: 7).

Siyaset ve İletişim terimlerinin tarihi süreçlerde maruz kaldığı etkileşimle birlikte günümüzde kabul gören “Siyasal İletişim” olgusunu var ettiğini belirten siyasal iletişimci Eser Köker (1998: 23) bahsi geçen sürece dair şu şekilde bir bilgi aktarımı yapmaktadır:

“2. Dünya Savaşı'nın ardından demokrasilerin tekrardan inşa edilmesine yönelik gayretler ve emekler, kamuoyunun düşünme ve inanış şekillerini, etkilenme tarzlarını ve karşı durma davranışlarını meydana getirebilmeyi amaç edinmiştir. Tüm bu gayretler, yani kamuoyunun tekrardan ve bu kez bilimsel olarak nitelendirilme süreci ‘siyasal iletişim’ olarak isimlendirilmiş ve siyaset disiplini ile iletişim disiplini arasındaki bağın kurulmasına imkân oluşturmuştur. Siyaset bilimi ve iletişim biliminden, bilimsel etüt, teknik ve usulleri alan bir alt akademik disiplin mecrası olarak siyasal iletişim ortaya çıkmıştır.”

Algı yönetimini manipülatif yollarla sağlamaya ve kontrol etmeye çalışan siyasi iktidarların, söz konusu yöntemi günümüz dünyasında düzenin oluşturulmasını meşru kılacak bir araç olarak

kullandıkları söylenebilir. Bu bağlamda 1977 de klinik psikolog Timothy Francis Leary tarafından tanımlanan “nörosiyaset” kavramının birey ve toplumdüzeninisağlamakadınabilimselbiryöntem olarak kabul edilmesinin ilgili süreçlerin bilim insanları tarafından da kabul edilip anlaşılabilmesi adına önemli bir tamamlayıcı olmaktadır (Çokluk, 2020: 107). Nitekim seçmenin zihnine ulaşmanın ve orada bir etki alanı yaratmanın sadece kuramsal çalışmalarla değil aynı zamanda biyolojik çözümlenmelerle yorumlamanın önemi siyasal yaratım perspektifini anlayabilmek adına önem arz etmektedir. Teknolojik gelişmelerle birlikte farklı ara yüzler aracılığıyla bireylere ulaşarak kullanım ve müdahaleye sunulan “nörosiyaset” kavramı, bir noktada katılım oranına da etki etmiş olmaktadır. Sosyal medyanın artık bir gösteri alanı olarak yerini alması, aynı zamanda çeşitli kampanya ve yöntemlerle sosyal medya kullanıcılarını siyasal yönlendirmelere maruz bırakması, bahsi geçen katılım oranındaki artış ya da azalışa neden olmaktadır. Demografik özelliklerden kültürel kodlara kadar birçok toplumsal ve bireysel değer etkileşim aracı olarak kullanıldığı sosyal medya ortamında genç kitleye ulaşmak ve ikna edici mesajlarla yönlendirme yapabilmek siyasi erklerin önemli kaygılarından birini oluşturmaktadır. Bu bağlamda özellikle kitle iletişim araçları üzerinden siyasal bir iletişim sağlamanın önemine değinen Aziz (2013: 16), bu sürecin çeşitli değerlendirmeler üzerinden kendini tamamladığını belirtmektedir, bunlar;

- ▶ Mesajların içeriklerinin değişmesi,
- ▶ İletişim kanallarının tekniğinde ve içeriğinde gelişmeler yaşanması,
- ▶ Medyanın siyasal iletişimdeki etkinliğinin artması,
- ▶ Medya – siyasal iktidar ilişkileri değişmesi,
- ▶ Sosyal medyanın siyasal iletişimin önemli bir aracı durumuna gelmesi,
- ▶ Y Kuşağı'nın yeni bir siyasal aktör grubu olarak ortaya çıkması,

► Sosyal medya ve akıllı telefon kullanıcılarının siyasi aktör söylemlerinin denetleyicisi olması. Aziz'in yukarıda sözünü ettiği maddeler içerisinde ağırlıklı olarak sosyal medya üzerinden bireye ulaşma ve bu sürecin bir parçası haline getirme çabasının siyasi iletişimde önemli bir basamak olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. Bu noktada "Sosyal Medya" kavramının hissettirilmemeye çalışılan alt başlıklarına odaklanmak sağlıklı bir aydınlanma için önem taşımaktadır. Sosyal medya araçları üzerinden bir retorik yaratmaya çalışan aktörlerin düşünülen aksine profesyonel ve bilimsel teknikler üzerinden kitleleri etkisi altına alma çalışmaları birçok çalışmanın da temelini oluşturmuştur. Ernst Heinrich Weber'in fizik ve insan zihnini bir araya getirerek psikofizik kavramını ortaya çıkarması ve bu kavram içeriği neticesinde algının bilimsel olarak ölçülebileceği fikrinin doğması davranışlarını yönlendirilebilir olması adına dikkate değer bir sonuç çıkarmaktadır (Eagleman, 2013: 14). Bahsi geçen bu bilgiler ışığında sosyal medyanın aslında sadece eğlence amaçlı değil aynı zamanda kitleleri ikna etme, yönlendirme ve harekete geçirmek için oldukça güçlü bir araç olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Arap halkının uyanışı olarak tasvir edilen ve neredeyse tüm Arap coğrafyasında hissedilen Arap Baharı'nın sosyal medya üzerinden büyüyük kitlesel bir harekete dönüşmesi ve etkisinin hükümet devirecek derecede büyük oluşu sosyal medyanın gücünü büyük ölçüde kanıtlamıştır. Tunus'ta başlayan isyan, bölge halkının sosyal medya aracılığıyla örgütlenmesi sonucu silahlı bir halk hareketine dönüşmüş ve neticesinde birçok ülkenin yeniden yapılanmasına neden olmuştur (Ayhan, 2011: 18). Sosyal medya aracılığıyla Arap halkının özgürlük mücadelesi tüm dünya halkları tarafından desteklenmiş birlik ve beraberlik çerçevesinde halk hareketleri doruk noktasına çıkarılmıştır. Yine aynı şekilde Fransa'daki ağırlaşan vergi yüklerine karşı Fransız halkının ayaklanması ve bu durumun sosyal medya aracılığıyla kitlesel harekete dönüşmesi, sosyal medya ve siyaset gibi iki farklı kavramın tekrar birlikte değerlendirilmesine sebep olmuştur. 17 Kasım 2018 tarihinde 33

yaşındaki bir kamyon sürücüsü olan Éric Drouet'nin günlük haberlerin neredeyse yarısını Facebook'tan takip eden Fransız halkına Facebook üzerinden yapmış olduğu eylem çağrısının Sarı Yelekliler hareketi olarak geri dönmesi sosyal medyanın önemini başlı başına ortaya koymaktadır (Lichfield, 2019). Bahsi konu olan her iki örnekte de artık sosyal medya ve siyaset değişkenlerinin yenedünya düzeninde birbiri ile olan ince bağı net olarak görülmektedir. Bu noktada medyanın artık sadece belirli bir zümrenin kontrolünden çıkarak sıradan insanların kendilerini var ederek sesini duyurabilecekleri bir gösteri alanı haline geldiği kanıtlanmıştır.

Günlük hayatımızın her alanına sirayet eden medya, geçmişten günümüze birçok teknik ve içeriksel değişikliğe uğrayarak kendini yeniden ve yeniden yaratmaktadır. Özellikle yoğun bir şekilde hayatımıza müdahil olan internet ağlarının çevremizi olabildiğince sararak enformasyon dağıtımını sağlaması, zaman ve mekândan bağımsız olarak tüm medya araçlarına ulaşmamıza olanak sağlamaktadır (Gezgin, 2002: 29). İmkânı dâhilinde medya araçlarına ulaşabilen kitleler dışında bir etki alanı olmayan geleneksel medyadan günümüz dijital medyasına evrilmiş, sinyaller aracılığıyla saniyeler içinde dünyanın bir ucundan diğer ucuna enformasyon akışı sağlayabilecek güce sahip olmuştur. Zaman ve mekân algısı dijital medya aracılığıyla önemini yitirmiştir. Aşağıda gösterilen tabloda da yer aldığı üzere dijital (yeni) medyanın geleneksel medyaya oranla etkileşim ve çok sesli olması ile içinde bulunulan zamanın döngüsüne yöndeleşmiştir.

Tablo 1
Geleneksel Medya ve Yeni Medya Arasındaki Farklar

	Geleneksel Medya	Yeni Medya
Kanal	Az sayıda	Çok sayıda
Kontrol	Gönderen	Alıcı
İletim	Tek yönlü	İki yönlü, etkileşimli
İçerik	Sınırlı	Çeşitlendirilmiş
Kapsama Alanı	Bölgesel, küresel	Küresel
Toplumsal Kontrol	Kanunlar, meslek ve ahlak ilkeleri, halk eğitimi	Teknik aygıtlar, izleme
Zaman	Senkron	Asenkron
Yapısı	Merkeziyetçi (bir noktadan-çok noktaya)	Merkeziyetçi olmayan (çok noktadan-çok noktaya)

Kaynak: (<https://www.academia.edu>, 13.11.2022)

Teknolojik emtialarla birlikte dijital altyapı eksikliklerinin hızla çözüme kavuşturulması kullanıcı sayısında da önemli bir artış ivmesi kazandırmıştır. 2016 yılında 2,31 milyar olan sosyal medya kullanıcı sayısı hem altyapı olanaklarının sağlanması hem de dijital etkileşimin artması sebebiyle 2021 yılında %82'lik bir artışla 4,2 milyar insana kadar yükselmiştir. We are Social Dijital in 2021'in (dijilopedi.com, 2022), dünya üzerindeki internet ve sosyal medya kullanımı üzerinden yapmış olduğu araştırma sonucunda sadece 2021 yılı içerisinde;

- Dünya üzerinde var olan insan nüfusunun 7.83 milyar,
- İnternete ulaşım sağlayan akıllı telefona sahip 5,22 milyar,
- İnterneti aktif bir şekilde kullanan insan sayısının 4,66 milyar,
- Sosyal medya kullanan insan sayısının ise 4,20 milyar olduğu raporlamıştır.

Şekil 1

We Are Social 2021 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo



Kaynak: (<https://dijilopedi.com>, 01.09.2022)

“Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri” içeriğinde önemli bir noktaya da değinilmiştir; sosyal medya kullanıcılarının yaş oranları. İleri yaş ve sosyal medya kullanımı arasında negatif bir ilişki olduğu saptanan raporda yaş oranının arttıkça dijital platform kullanımının azaldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda 25-34 yaş arasındaki kullanıcıların baskın gücü oluşturduğu sosyal medya araçlarında, hedef kullanıcı ve hitap dili de kendini güncellemek durumunda kalmıştır. Siyasi erklerin, sosyal medya aracılığıyla mesajlarını hedef kitleye iletmesi ve bireyin tercihini mesajın kaynağından taraf kullanmaya yönlendirmesi geleneksel yöntemler kadar kolay olmamaktadır. Sosyal medyada dolaşımında sunulan iletinin doğru bilgi arayışı çerçevesinde iletilen her mesajın alt gerçekliğinin aranması siyasal mesajlarda önemli bir çizgi halini almaktadır. Bu bilgiler neticesinde özellikle genç hedef kitlenin algılama süreçlerinde sorgulayıcı ve alternatif üretici yaklaşımlarının, siyasi aktörlerin de kendilerini ve iletişim dillerini yenilemelerine sebep olduğu söylenebilmektedir. Dolayısıyla konuya dair Habermas’ın İletişimsel Eylem kuramının önemli bir rehber ve karmaşık hale gelen siyasal iletişim sürecini sadeleştirici bir yapı olarak görmek mümkündür (Finlayson, 2007: 86). Yaşam alanlarımızın kodlarında yer alan toplumsal ve kültürel pratikler sebebiyle araçsal akıl olarak nitelendirilen, bununla beraber iktidar tarafından süreklilik arz etmesi istenen algı manipülasyonu aracılığıyla bir temel kurulmaktadır.

Sosyal medya her bir birey için hem sosyal hem de siyasal bir gösteri alanıdır. Akademisyen Mukadder Çakır’ın (2017: 32) da sözünü ettiği gibi;

“Sosyal medya çok sayıda göz ve bakış ile kuşatılı bir gözetlenme alanıdır. Gözler bu alanı izler, bakar, görür, kaydeder ve yayar, büyümesine yol açar. İzlenme oranları açıklanır. Sosyal medyada kullanıcı simgesel bir beden ya da ışıktır, imleçtir. Kendini haber verir, kendini ele verir. Ancak engellenebilir ya da reddedilebilir. Haklı ya da haksız bulunabilir. Kullanıcı her sosyal medyada farklı bir kimlikle edimde bulunabilir. Çoklu kişiliklere bürünebilir. Ayrıca form olarak da sesli, yazılı ya da görsel biçimde bulunabilir.”

Bu bilgiler ışığında artık sosyal medya kullanıcısının dijital platform üzerinde oluşturduğu kimlikle herhangi bir görüşe bağlı kalmadan kendi siyasi gösteri alanını yaratma ve eleştirme gücüne sahip

olduğunu söyleyebilmekteyiz. Birey yarattığı kimlikle ulaşabildiği kitleleri etkileme, algılarında manipülatif yönlendirmeler yapabilme ve sosyal medya aracılığıyla ekonomiden siyasete, kültür-sanattan gündelik olaylara kadar birçok alanda söz sahibi olabilmeye hakkını da elde etmektedir.

Gösteri alanı olarak ele alınan sosyal medya platformları değerlendirildiğinde hedef kullanıcıya yönelik içeriksel olarak çeşitlilik gösteren oluşumlardan söz edilmektedir. Kullanıcıların tercihine göre fotoğraf, video, yazı ya da ses ağırlıklı platformların amaçlarının ve fonksiyonlarının farklılıklar gözetildiği görülmektedir. 2021 yılı itibarıyla 16 bin kişinin katılımıyla ortaya çıkan veriler sonucunda Türkiye nüfusunun sadece %11’lik bir kesimi tarafından aktif kullanılan ve bu kullanımında %43’ünün ekonomik ve kültürel kalkınmanın görece daha yüksek olduğu Marmara bölgesinde olması, sosyo-ekonomik etkilerin sorgulanmasına neden olmaktadır (ipsos.com, 2022).

Yeni Sesli Yayıncılık: Podcast

Türkçe’de henüz tam bir kelime karşılığı bulunamayan podcast yayıncılığı, gelişmiş olan ülkeler için özellikle son yıllarda önemli bir ivme yakalayan sesli içerik üretme platformudur. Podcast aynı zamanda bilgilendirme yapmak ve belirli bir konu hakkında tartışmak amacıyla görüş bildiren ses kayıtları olarak da değerlendirilmektedir. Bonini (2015), podcast yayıncılığının radyo sunucularının, gazetecilerin, editörlerin, sanatçıların, akademisyenlerin ya da amatör kişilerin ürettikleri konuların dijital platformlar üzerinden kullanıcılara sundukları ses içerikleri olduğunu ifade etmektedir. Podcastler, teknolojik altyapının görece geliştiği bir döneme doğmuştur. Bu sebeple dijitalleşmenin artmasıyla birlikte büyüyerek dijital yayıncılığın önemli bir temsilcisi halini almıştır. Kelime olarak “podcast” in kullanımı ilk defa The Guardian gazetesinin teknoloji yazarlığını yürüten Ben Hammersley tarafından ortaya atılmıştır. Apple’ın ürettiği dijital bir müzik dinleme aygıtı olan iPod’un son hecesi ile İngilizce yayınlanmak anlamını taşıyan casting kelimesinin ilk hecesinin birleşiminden

oluşturmuştur (Hammersley'den akt. Yücel, 2020: 3). Özellikle teknoloji sektöründe önemli bir gücü elinde tutan Apple şirketinin 2005 yılının 2. yarısı itibarıyla, müzik dinleme ve indirme platformu olan iTunes'un ara yüzüne tematik ve ulaşılması kolay olan podcast içeriklerini yüklemesi milyonlarca kullanıcının bu yeni kavramla tanışması için bir aracı olmuştur (Reis vd., 2009: 27).

Teknolojinin sağlamış olduğu en büyük avantajlardan biri de aygıtların gün geçtikçe minimal hale gelerek mekânsızlık olanağını sunmasıdır. Örneğin bir radyo tiyatrosunu dinlemek için artık klasik radyo cihazları gibi mekâna ve zamana zorunlu bırakan araçlara ihtiyaç duyulmadan gelişmiş telefonlarla etkileşim sağlanabilmektedir. Bu bağlamda radyo ve podcast yayıncılığı ayırımının sağlıklı bir şekilde yapılması, kavram ve biçim karmaşasının önüne geçmiş olacaktır. Ann Bell (2009: 95), sözü edilen bu iki araçla ilgili şu şekilde bir ayırım yapmıştır:

"Podcast, radyo yayınıyla benzerlik taşımaktadır; ancak temel farklılığı oluşturan unsur, radyo yayını bir stüdyo ve radyo yayınlarını belirli bir alan içerisinde gönderecek bir verici gerektirirken, Podcast'te önceden kaydedilmiş içerik internet üzerinden aktarılmaktadır. Radyo yayınlarında radyo sinyalini alabilmek için belirli alan içerisinde radyonun uygun frekansa getirilmesi gerekmektedir. Podcast'ler ise dijital dosyalar olarak saklanan işitsel programlardır ve bu dosyalar dünyanın herhangi bir yerinden bir internet bağlantısıyla alınabilmektedir."

Bell'in sözünü ettiği teknik altyapı zorunluluğundan sıyrılan podcastler, elde edilmesi güç sermayelere de ihtiyaç duyulmaksızın üretilebilmektedir. Profesyoneller ya da amatörler ürettikleri içerikleri bir ses dosyası haline getirerek dijital platformlara yüklemektedirler. Sonrasında ise çalışırken, yürürken, spor yaparken mekândan bağımsız olarak defalarca dinlenebilecek veya arşivlemek için indirilebilecek bir ara yüz oluşturulmaktadır (Birsen, 2021: 55). Bunun yanı sıra kullanıcılara sunulan ses içeriklerinin beğeni kazanması, çeşitli reklam ve sponsorlukların da yayıncıya yönlendirilerek mali bir kazanç elde etmesinin de önünü açmaktadır. Podcastlerin finansal sürdürülebilirliği için önemli bir kaynak olan reklam gelirleri, aynı zamanda reklam verenler için özel bir hedef kitlesine erişme potansiyeline sahiptir. Bu

durum, podcast yayıncılarına daha fazla gelir elde etme fırsatı sunmanın yanı sıra içerik kalitelerini artırma teşvikinde bulunmaktadır. Ayrıca, reklam verenler için hedef kitle analizi konusunda önemli referanslar sağlayacak avantajlar sunmaktadır (Kaynar, 2021). Bu sebeple ilk dönemlerinde görselden uzak sadece ses kayıtlarıyla var olan podcastlerin, özellikle son dönemlerde fotoğraf ve yazı da içeren melez bir yapıya büründüğü söylenebilmektedir.

Biçimsel yapısının arkasında içeriksel olarak da önemli bir yerde konumlanan podcast içerikleri birçok teorisyenin de dikkatini çeken değerli bir inceleme alanı olmuştur. Medya çalışmalarıyla dünya genelinde önemli bir isim olan Henry Jenkins (2009) ve teorisyen arkadaşlarının podcast içeriklerinin etkisi üzerine yapmış oldukları çalışma değerlendirmesinde, podcast yayınlarının kişilerin düşüncelerini ifade etme, diğer bireylerle paylaşma konusunda olabildiğince cesaretlendirdiğine dair bulgular elde edilmiştir. Katılımcı bir kültürün var edildiğine işaret eden teorisyenler, geleneksel medyaya oranla bilgi üretimi ve yayımı için önemli bir özgürlük alanı yarattığını öne sürmüşlerdir.

İçerik üretimi dışında podcast dinleyicileri hem dinleme sürecinde hem de dinledikleri materyallere derinden bağlı hissettikleri bir hiper-yakınlık duygusu içerisinde değerlendirilmektedir. Serial ve The Message gibi uluslararası bilinirliğe erişen podcastler dinleyiciyle en başından bir bütünlük kurarak epizodik bir bellek oluşturmuştur. TV dizisi izlemek yerine serileştirilmiş podcastleri takip etmek dinleyici için yeni bir bağlılık ortamı kurmuştur. Bu da radyodan boşalan alanın podcastler aracılığıyla doldurulduğu değerlendirilmiştir (Berry, 2016).

Politik Bir İletişim Yöntemi Olarak Podcast Gazeteciliği

Devletler hem yurttaşları hem de bilgi üretebilen kanaat önderleri konumundaki bireyleri kontrol altında tutabilmek için panoptikon bir yapı dizayn etmektedirler. Bu sebeple de günümüzde hala eşit erişim hakkının korunması, çoğunlukçu bir yaklaşımla ifade özgürlüğünün tahsis edilmesi

ya da özgür basın ortamının sağlanması gibi ulus devletlerin temel vazifesi olan tanımlamalar hala siyasi otoritelerin inisiyatifinde olan olgular olarak görülmektedir. Bu sebeplerden nedeniyle ana akım medyanın tekelleşmesi, eleştirel medyanın ise eşik bekçileri ve devletin kamusal organları tarafından sansüre uğraması sonucunda gazetecilik sektörü de yeni bir yayın organı arayışına girmiştir (Özer, 2012: 9-10). Toplumların yükselen sosyal medya ve dijital platform ilgisi, gazetecilerin de yeni mecralarının neresi olacağını belirlemiştir. Türkiye'nin tabu konularından biri olan cinsellik üzerine aktif podcast yayınları yapan Hazal Sipahi, gazeteci Mahmut Çınar ile yaptığı bir röportajda, podcast üretiminin hala müdahalelerden bakır bir alan olduğunu ve bu sebeple de geleneksel medyada konuşamayacakları konuları rahatlıkla ele alabildiklerini ifade etmiştir (Çınar, 2021). Bu bağlamda bilgi üretim sürecindeki sansürden sıyrılan podcast, daha özgür ve daha bilinçli kitlelere ulaşabilen ve derinlemesine inceleme yapılabilen bir alan olduğu söylenebilir. Ana akım medyanın işlemediği birçok konu hakkında nitelikli bilgiye ulaşma çabasına olumlu cevap veren platform, gazetecilik sektörünün yeni bir evrim sürecine girmesinin de yolunu açmıştır (Yıldırım, 2013: 233).

2019 yılında Nic Newman ve Nathan Gallo tarafından yapılan bir araştırma sonucunda, dünya genelindeki 770 bin podcastin sadece %6'lık bir bölümünü haber podcastlerinin oluşturduğu ortaya çıkmıştır. Bu oranın Fransa'daki en iyi podcast bölümlerinin üçte biri bir oranla %34 haber olarak sınıflandırılırken, ABD'de %21, İsveç'te %18, Avustralya'da %18 ve Birleşik Krallık'da ise %16 gibi yüksek oranlara sahip olduğu görülmektedir (reutersinstitute, 2022). Türkiye'de ise gazetecilikle alakalı podcast yayınlarını temelde iki farklı şekilde değerlendirmenin fayda sağlayacağı belirtilmektedir, bunlar: "Aktif olarak haber/gazete/radyo kariyeri olan ve yayınlarını podcast olarak da yayınlayan profesyonel yayıncılar ile bağımsız yayıncılar" (İbişim'den akt. Şener, 2020; 246). Daha öncesinde geleneksel medya aracılığıyla yürütülen birçok yayın biçiminin podcast tüketicilerine de ulaşma ve etki alanı yaratma amacı haber

gazeteciliği için destekleyici bir hamle olarak değerlendirilebilmektedir. Bu bağlamda Ipsos araştırma şirketi ve bir podcast yapım şirketi olan Podbee Media'nın 14 yaş üstü 16 bin kişi üzerinde gerçekleştirdiği araştırma Türkiye'de yaşayan podcast dinleyicilerinin profillerini detaylı bir şekilde ortaya koyarak önemli veriler elde edilmesine imkân sağlamaktadır (ipsos.com, 2022). Podcast kullanıcı profillerinin geleneksel medya kullanıcılarına oranla eğitim seviyelerinin yüksek olması ya da sosyal hayatta etkileşim sağlama gücünün daha baskın olması içerik üreticilerinin de bu kullanıcılara ulaşma çabalarını doğurmaktadır (ipsos.com, 2022). Bu sebeptir ki geleneksel gazetecilik büyük dönüşümün bir parçası olarak sesli haberciliğe uyumlanma çabası içine girmeye çalışmaktadır.

Açık bir yapılanmanın ve merkezi bir kontrolün olmadığı podcast üretiminde gazetecinin ya da içerik üreticisinin sunacağı konu derinlemesine bir hazırlık aşamasından geçmek durumundadır. Podcast, sadece içerik üreticisinin sohbetine eşlik etmek için değil ana akım medyadan duyulamayacak konularda farkındalık oluşturabilmek içinde rehberlik sağlayan bir araç olarak kullanılmalıdır. Özellikle henüz devlet organlarının direkt bir sansürüne maruz kalmaması, gündem oluşturma amacıyla podcast yayıncılığına önemli bir vazife atfetmektedir (dw.com, 2022). Aktörler için gücü net anlaşıldığında ve amacına uygun kullanıldığında önemli bir siyasal iletişim aracı olarak medya gücünü temsil edebilecek potansiyele sahip olacaktır.

Araştırmacı Steve Rayson (steveayson.com, 2022), 2019 yılında Politik Podcast'in Gelişimi başlığıyla kaleme aldığı makalede, podcast yayıncılığının anlamsal olarak karşılığını bulduğunda ne gibi başarıları doğuracağına dair örnek bir vakayı sunmuştur: "Pod Save America" podcasti 2017 yılının Ocak ayında Obama'nın eski çalışanları tarafından bilgi akışını sağlamak hem eğlendirmek hem de aktivizmi canlandırmak amacıyla başlatılmıştır. Podcast, siyaseti 'eğlenceli' hale getirerek ve "siyaset hakkında saçmalanmayan

aracısız sohbeti” vadederek gençlerin ilgisini çekecek şekilde siyaseti ele alan ‘daha genç ve daha özgün bir ses’ yaratmayı amaçladı. Politikanın ana akım medyadaki yer almasını oldukça eleştirdiler, kendilerini politika uzmanları olarak görmediler ancak ‘direnç merkezi’ haline gelmeyi hedeflediler. Yaratıcılar kendi programlarına sahip olmak istediler çünkü ‘sadece parti yanlısı değil aynı zamanda aktivist’ olmak istiyorlardı. 2017 yılında podcast seçimler için adaylığını koyan Demokratlar için 40.000’den fazla bireysel bağışçıdan 2 milyon doların üzerinde para toplanmasına yardımcı oldu. Podcast Kasım 2017’ye kadar 120 milyondan fazla kez indirildi ve ABD’de en çok indirilen 20 podcast listesinde yer aldı (Podtrac). Her bölüm şu an ortalama olarak 1.5 milyondan fazla kez indiriliyor.”

Barack Obama’nın, geçmişten günümüze kadar etnik ve sınıfsal problemlerin devam ettiği Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) Başkanlık seçimini kazanması ve bu siyasi iletişim sürecinin sosyal medya üzerinden ulusal ve uluslararası toplumların desteğinin alınarak yürütülmesi, daha önce fark edilmeyen bir hazinenin keşfedilmesine olanak sağlamıştır. 2015 yılına kadar özellikle “niş” bir kitlenin hizmetine sunulduğu düşünülen podcastler, siyaset kurucular tarafından göz ardı edilmiştir. Ancak Obama’nın sınır tanımayan başarı araçları adeta tüm dünya liderlerine siyasetin mekân ve dilinin değiştiğini göstermiştir. Trump’ın ABD Başkanlık seçimini kazanmasının ardından ise politik podcastler artık ABD’nin neredeyse en çok indirilen ve tartışma konularına müdahil olunan içerikleri haline gelmiştir. Yukarıda sözü edilen başarıların en temel dayanağı aracısız bir iletişim kurma özgürlüğüdür. Sansüresüz, gönüllü katılımı ve ortalama bir kültüre sahip kitlelerle sağlanan iletişim toplumsal karşılığını da aynı ölçüde bulacaktır. Özellikle Y ve Z kuşaklarının siyasete katılımının arzu edilmesi ve ana akım medyaya olan güvensizlik politik podcastlere olan ilginin de artmasına neden olmuştur.

Bu bağlamdan sansürden sıyrılmış olan bu özgür yapının gazetecilik etiğini bir anlamda tehlikeye sokabilme ihtimali de göz ardı edilmemelidir. İçerik üreticilerinin haber sunumlarını hazırlarken

ideolojik ve taraflı bir bilgi akışından olabildiğinde uzak durmaları ana akım medyanın eleştirilen kısmıyla benzeşmemek için önem arz etmektedir. Toplumunu yönlendirici bir yaklaşımdan çok objektif, bilgilendirici ve karanlık olan zihni aydınlatıcı bir etki sağlaması ortamın amaçlarının başında gelmektedir. Yorum kısmında ise bunun bireysel bir düşünce olduğu kısmı mutlaka dinleyici ile paylaşılmalıdır. Kitlesele bir yanlış enformasyon akışı sağlanmadan önce mutlaka etik değerler göz önüne alınmalıdır. Ancak podcast üreticilerinin herhangi bir kanun ya da yönetmeliğe bağlı olmamaları bu etik ilkelerin getirmiş olduğu sorumluluk güdüsünden azlolanmasına sebep olabilmektedir (Budak,2021).

Türkiye’de Sansüresüz Politik Podcast Üretimi

Alman yazar Hans Enzensberger, ana akım medyaya karşı oluşturulan alternatif (eleştirel) medyanın, hem üreticisinin hem de tüketicisinin kurdukları yeni kamusal ve demokratik bir alan oluşturduğunu öne sürmektedir (Waltz’den akt. Aydoğan, 2012: 62). Diğer bir yaklaşımla bu demokratik alanının aynı zamanda aktivist bir yapılanmayı da beraberinde getirdiği söylenebilir. Aynı zamanda söz konusu ortam, dönüşümün kitleler nezdinde başlatılabilmesi için ucuz, etkili, zahmetsiz ve ulaşılabilir olduğu sosyal bir habitusa sahiptir.

Ana akım medyanın sahip olduğu hiyerarşik yapının aksine özgür ve çoğulcu bir yapıyı temsil eden alternatif medya halkı bilgilendirmek, sosyal olayları eleştirmek ve ortak bir çözüm yolu bulmak ihtiyacıyla toplumsal farkındalık yaratmak amacını edinmiştir. Bu bağlamda basın özgürlüğü noktasında henüz uluslararası standartlara ulaşmamış ülkeler için bu özgürlük alanının ne derece öneme sahip olduğu göz ardı edilemeyecek kadar kıymetli olmaktadır. Dolayısıyla ağırlıklı olarak özel bir kitleye hitap ettiği düşünülen podcast yayıncılığının, sansüresüz ve alternatif içerik üretilen bir ortam olması son dönemlerde hitap ettiği kitleyi sınıfsızlaştırmasına neden olmuştur. Özellikle gazetecilerin demokratik ve özgür haber içeriği oluşturma haklarının devlet organları

tarafından henüz müdahaleyle karşılaşmayan podcast üreticileri, bu geniş alan içerisinde hem yerel olaylardan hem de uluslararası olaylardan esinlenerek hazırladığı birçok konuyu işleyebilme refahından faydalanmaktadırlar (Uzunoğlu, 2022).

Dijital direniş adlı çalışmada sosyal medyanın bir protesto alanı olup olmadığını sorgulayan Serhat Koç (2014: 79), konuya şu şekilde bir eleştiri getirmiştir;

“Hem ulusal hem uluslararası mevzuatta var olan protesto hakkına göre bir davranış, düşünce ya da uygulama yönünde karşı fikirde olanların ona karşı çıkma, onu kabul etmeme yönünde geliştirebileceği her türden barışçıl eylemlilik ya da eylemsizlik şeklindeki tutum, yaklaşım ya da davranışların bütünü protesto olarak kabul edilmektedir. Bunun yeni medya araçları ile yapılan hali ise dijital aktivizm, internet ortamında, toplumsal ya da politik konularda, karşıt ya da, taraf olmanın yanı sıra, herhangi bir konuda kişilerin fikirlerini değiştirmeye yönelik etkileme biçimidir.”

Koç'un da sözünü ettiği toplumsal ve politik konuların daha az sansürle alıcıya ulaşmasını sağlayan direnç merkezleri olarak sosyal medya önemli bir görev üstlenmiştir. Bu bağlamda podcast yayıncılığı özellikle toplum içinde kanaat önderliği yapabilecek pozisyonda olan bireylerin bir araya geldiği görece daha özgür bir alan olduğu için, diğer dijital uygulamalara oranda yeni bir siyasal gösteri alanı olarak değerlendirilmektedir.

Çalışmada örneklem olarak ele alınan uygulamalardan biri olan Spotify (2023) üzerinden yayınlarını sürdüren ve uygulamanın direkt Haber ve Politika kategorisi altında servis ettiği, “Trend Topic”, “Mesele Ekonomi”, “Drama Talks”, “Daktilo 1984”, “Tarihin Öteki Yüzü”, “Ekonomi Masası”, “Çok Özel Gazete”, “Gürman ile 42 dakika”, “Özgür Mumcu ve Eray Özer’le Yeni Haller”, “Beyaz Kurt”, “Taht Oyunları”, “Ünsal Ünlü”, “5 Dakikada Dünya Gündemi”, “Ruşen Çakır”, “Podfresh: Kısa Dalga”, “Balon Haber Ajansı” ve “Cevheri Güven” gibi gündeme dair politik içerik üretimi yapan programlar, Türkiye’de siyasal podcast üretimi için dikkate alınmaya değer bir noktadır (Spotify, 2023).

Anaakım medyada sansür endişesi ile ele alınamayan birçok siyasal argüman söz konusu yayınlar aracılığıyla irdelenerek alternatif bir görüş

yaratmak için aracı olmaktadır. İlgili uygulama aracılığıyla yayın hayatına devam eden Daktilo 1984, “*Aklın ve düşüncenin hür olması ile insanın onurlu bir hayat yaşaması arasındaki ilişkiyi ortaya çıkartmanın ve savunmanın vakti geldi. Bunun için Daktilo 1984 kuruldu*” sloganıyla podcast yayınları aracılığıyla insan hayatının onuru için kurulduğunu duyurmaktadır. Taht Oyunları ise son yıllarda Türk medyasını yoğun bir şekilde meşgul eden Sedat Peker hakkında yayınlar yaparak ifşalarını değerlendirmektedir. Günümüzde bir şekilde maruz kalınan dezenformatik haber üretiminin önüne geçebilmek adına içerik üreten Balon Haber Ajansı da kamusal bilgilendirmeyi kendine tema olarak seçen programlardan biri olarak yayınlarına devam etmektedir (Spotify, 2023).

Cuştan’ın (journo, 2023), podcast yayıncılığının bugünü ve yarınını yönelik aktif podcast yayıncıları ile yapmış olduğu röportaj, ülke genelindeki içerik üreticilerinin sansür/otosansür hakkındaki algılarını görebilmek adına önem taşımaktadır. Pod 360 isimli podcast hesabıyla Türkiye’nin ilk haber içeriğini üreten Zeynepgül Alp, podcast yayıncılığının devlet denetimine tabi olan medya aygıtları üzerindeki sansürden bağımsız oluşunun siyasal haber üretiminde yeni bir alan doğmasına imkân tanıdığını ifade etmektedir. Aynı zamanda ana akım medyanın muhalif seslere uyguladığı sansür sebebiyle podcast mecrasında haber üretiminin çok daha özgür bir ortam yaratıldığını belirtmektedir. Dünyadaki yoğun talebin Türkiye’ye de yansımaları durumunda podcast üretiminin hızla artacağını ve etki alanını genişleteceğini söyleyen Özgür Mumcu ise, eğitim seviyesi yüksek bir kitle tarafından dinlenmenin önemine vurgu yapmaktadır. Kapsül adlı podcast hesabı aracılığıyla son yıllarda fazlasıyla baskı altında tutulan gazetecilerin bu platform aracılığıyla görece daha özgür olduklarını anlatan Minez Bayülgen, her bir gazetecinin mutlaka bu döngünün içine girmesi gerektiğini belirtmektedir.

14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı ve Meclis seçimleriyle birlikte ülke gündemine dair direkt siyasilerle yaptığı mülakatlarla öne çıkan Poddy (2023) uygulaması ise podcastlerin Türkiye’deki

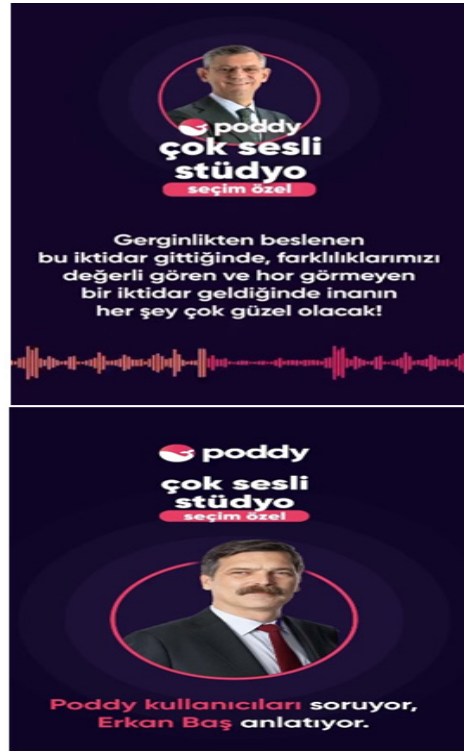
siyasetin yeni gösteri alanı olabilmesi adına önemli bir süreci başlatmıştır. Cumhuriyet Halk Partisi adına Özgür Özel, Türkiye İşçi Partisi adına Erkan Baş, Deva Partisi adına Sanem Oktar ve Oy ev Ötesi adına Hande Turan'ın seçim öncesinde gerçekleştirmiş oldukları podcast yayınları, Türkiye özelinde de artık siyasi farkındalığın oluşmaya başladığına dair bir kanıt olmaktadır. Özellikle hükümet karşıtı muhalif siyasilerin seslerini bu platform aracılığıyla duyurmaya çalışması podcast ortamının etkin gücünün farkındalığı olarak değerlendirilebilir. Söz konusu ifade özgürlüğünün getirmiş olduğu imkânlardan yararlanmak isteyen Bianet, Medyascope yazılı haber üretimi yapan siyasi portallar da bu platformlarda yerini alarak ceza-i yaptırım endişesi olmadan gündem değerlendirmelerini yapmaktadırlar.

Podcast üretiminin minimum maliyetle herhangi bir profesyonel stüdyo ortamına ihtiyaç duyulmadan yapılabilmesi tekelleşmeden uzak çok sesli demokratik bir ortam sağlamaktadır. Aynı zamanda akademisyen Fırat Tufan'ın (2020) da Türkiye'deki podcast trendleri üzerine yürütmüş

olduğu çalışmada da bahsini ettiği gibi podcastler, katılımcı kültürün önemli bir parçası olarak kabul edilmektedir ve bununla birlikte üretim ve tüketim aşamalarının ucuz ve esnek yapısı podcastleri katılım kültürünün bir ayrılmaz bir parçası haline getirmektedir. Dolayısıyla podcastler, dijital ortamda topluluk radyosunun özelleştirilmiş bir yansıması olarak kabul edilmektedir. Ancak, Türkiye'deki medya organlarını denetleyen kamu organı Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK), dijital platformlar üzerinden üretilen internet yayınları hakkında inceleme yapabileceği, "Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik" ile denetim alanını çevrimiçi ağlara yöneltmiştir (journo, 2022). Bahse konu olan yönetmelikle birlikte, Spotify gibi Türkiye'de en çok podcast dinlenen uygulamalardan biri için koyduğu yüksek lisanslama bedeli ile alternatif medya oluşumunu engellemek ya da kontrol altına alabilmek adına çeşitli kararlar almıştır. Bunun yanı sıra yine yönetmelikte yer alan "Bireysel iletişim hizmetleri dışında, programların bir yayın akış çizelgesine dayalı internet ortamından yapılan ses ve veri

Fotoğraf 1

Poddy Uygulamasına Konuk Olan Siyasiler



Kaynak: (<https://twitter.com/poddyturkiye>, 18.05.2023)

yayını” ifadesi ile podcast yayıncılığı içinde bir müdahalenin olup olmayacağı sorusu varlığını hala sürdürmektedir.

Sonuç

Anaakım medyanın alternatifi haline gelen, kurum ve kuruluşlardan bağımsız olarak içerik üreticilerinin inisiyatifiyle kendini yeniden var eden radyonun yeni nesil uzantısı posdcast yayıncılığı, özellikle medya sansürünün yoğun hissedildiği ülkelerde bireylere yeniden görünür olma imkânı sağlamaktadır. Gazetecilerin, akademisyenlerin, siyasetçilerin ya da kendine toplum içinde yer edinmek isteyen herhangi bir bireyin varlığını gösterme ya da sesini duyurma arzusuna bir seçenek olmaktadır. Bu sebeptendir ki bu çalışma çerçevesince dünyada oldukça yaygın olmasına rağmen Türkiye’de henüz gücü keşfedilmemiş olan “podcast yayıncılığının” siyasal gösteri alanındaki yeri ve etkisi üzerinden bir değerlendirme yapmak amaç edinilmiştir.

İçerik üreticilerinin herhangi bir sansüre maruz kalmadan kendi imkânlarıyla aykırı birer ses olma çabaları ve çoğu zaman telaffuzu dahi hoş karşılanmayacak olan konularla ilgili araştırma yaparak içerik üretebilmeleri podcast uygulamasının özgünlüğünün de temelini oluşturmaktadır. Bir diğer yaklaşımla, onlarca yeni medya aracı içinde alternatif/aktivist medya olarak konumlanması uygulamanın öneminin toplum için ne kadar elzem bir noktada olduğunun bir kanıtı olmaktadır. Özellikle geneksel medya aracılığıyla maruz kalmaya alışık olunan siyasal söylemlerin günümüzde dijital mecralara kayması ulaşılabilirlik açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Askeri sınırlarla çizilen ülke ve kıta sınırlarının yeni medya araçlarıyla silinmesi dijital devrimin dünya insanlarına kazandırdığı belki de en anlamlı güç olarak kabul edilmelidir. Bahsi edilen güç yalnızca sade vatandaşlar için değil bürokratik sebeplerle sınırlı etkileşim alanına sahip olan siyasal erkler için de yeni arenalar var etmiştir. Söz konusu etkinin en somut örneklerinden biri olan Barack Obama’nın Amerika’daki seçim zaferi bu alanda birçok çalışmanın dahi konusunu oluşturmuştur. Obama’nın sınırları aşan ve milyonlarca insan

tarafından desteklenen propaganda çalışmalarının dijital mecradaki temel dayanaklarından biri olan podcast yayınları, sesini sansürsüz bir şekilde duyurabilmesi adına dikkat çeken araç haline gelmiştir.

Bu etki dolayısıyla siyaset yapmak için kendine gösteri alanı arayan siyasetçilerin uygulamanın bir objesi olmasına neden olmuştur. Bir diğer değerlendirmeye siyaset iletişimi ve podcast kavramları birbirleriyle bir bütün haline gelerek belki de radyo siyasetini yeniden var etme olanağını sağlamaktadırlar. Özellikle ana akım medyanın kısıtlı ve yanlış iletişim ağı içerisinde bir döngüye sahip olması, eleştirel sesi olabildiğince yok etme çabası ve zayıftan değil de güçlüden yana konumlanması hem içerik üreticilerini hem de tüketicilerini bu platformda yer almaya yönlendirmektedir.

Çalışma konu olan vesiyası bir direnç mekanizması olarak ele alınan podcast yayıncılığının, Türkiye özelinde değerlendirildiğinde siyasal gücü henüz keşfedilmeye başlanan ve toplumsal bir aktivist tavrın da yeni temsilcisi olduğu görülmektedir. Üretilen içerikler henüz RTÜK tarafından bir denetim sürecine tabii tutulmadığından geleneksel veya sosyal medya uygulamalarına oranla kamuoyunda “sansür yasası” olarak adlandırılan dezenformasyon yasasındaki maddelerle de cezalandırılmamaktadır. Bu nedenle araştırma çerçevesince sorunsal hale getirilen sansür/otosansür ve ifade özgürlüğü’nün baskı altında olup olmadığı sorgulamaları podcast uygulaması için hala önemli bir tercih sebebi olmaktadır.

3 Mayıs 2023 tarihi itibarıyla podtail.com tarafından Türkiye’de en çok dinlenen podcast listesi incelendiğinde ilk 10 podcastten 6 tanesinin eğitim, toplum ve kültür alanlarında yapılan ses kayıtlarını oluşturduğu tespit edilmiştir (podtail.com, 2023). Diğer birçok sosyal medya uygulamasındaki boş zaman değerlendirme şeklinin podcast uygulamasında daha bilinçli bir şekilde yürütülmesi, uygulamanın yapısal olarak eleştirel yönünün ağırlığından kaynaklandığını

söylemek yanlış olmayacaktır. Podcastler, en yoğun kullanıcı sayılarına sahip olan Facebook, Instagram ya da Tiktok gibi video, fotoğraf ya da eğlence üstüne kurulu yapılardan farklı olarak ana akım medyanın siyasi kanatta sağlayamadığı bir eleştiri mekanizması olarak işlev görmektedir. Bu bağlamda söz konusu uygulamanın henüz kamu organlarınca sansüre de maruz kalmıyor oluşu toplumsal direnişin bir uzvu olmaya devam edebilmesi anlamını yüklemektedir.

Çalışma kapsamında, podcast uygulamasının yapısal olarak diğer uygulamalardan ayrıştığı ve özellikle gelişmekte olan ülkeler için önemli bir alternatif yaratan ifade özgürlüğü aracı olduğu bilgisine varılmaktadır. Özellikle Türkiye özelinde siyasal iletişim kavramıyla olan yakın ilişkisi henüz tam anlamıyla keşfedilmemiş ve ilgi uyandırmaya muhtaç bir konumda yer almaktadır. Bu nedenle siyasi ve gündemde var olan konular üzerinden sansürsüz içerik oluşturan podcast üreticilerinin gazetecilik ya da bilgi üreticiliği adına araştırmacı ve bilgilendirici çalışmaları daha fazla kitleye ulaşmaları uygulamanın amacına ulaşmasında boşlukların doldurulabilmesi için önemli bir katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda hükümet tarafından tam anlamıyla baskılanamayan yayınların reklam/gelir baskısıyla birlikte içerik üreticileri tarafından bir kısıtlamaya maruz kalıp kalmayacağı ise önemli bir soru olarak farklı bir çalışmanın konusunu oluşturabilmek adına önerilmektedir.

Kaynaklar

Aktaş, C. (2022, Nov. 13). Yeni medyanın geleneksel medya ile karşılaştırılması. https://www.academia.edu/38676511/YENI_MEDYANIN_GELENEKSEL_MEDYA_%C4%B0LE_KAR%C5%9EILA%C5%9ETIRILMASI.

Altunbay, M. & Bıçak, N. (2018). Türkçe eğitimi derslerinde “Z kuşağı” bireylerine uygun teknoloji tabanlı uygulamaların kullanımı, *ZfWT*, 10(1), 127-142.

Aydoğan, F. & Kırık, A. M. (2012). Alternatif medya olarak yeni medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim*

Fakültesi Dergisi, 18, 58-69.

Ayhan, V. (2011). Arap Baharı'nın ABD-Türkiye ilişkilerine Etkisi. *Ortadoğu Analiz*, 3 (36), 17-22.

Aziz, A. (2013). *Siyasal iletişim*. Nobel Yayıncılık.

Bachmann, I. & Correa, T. & Gil de Zúñiga, H. (2012). Profiling online political content creators: Advancing the paths to democracy. *International Journal of E-Politics*, 3(4), 1-19.

Bayrak, H. (2021, Eylül 01). 2021 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri. <https://dijilopedi.com/2021-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/>.

Bell, A. (2009). *Exploring web 2.0: second generation interactive tools - blogs, podcasts, wikis, networking, virtual worlds, and more*. Katy Crossing Press.

Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *The Radio Journal-International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 7-22.

Birsen, Ö. (2021). *Yeni Sesli Kültür: Podcast*. Töz yayınları.

Bonini, T. (2015). The 'second age' of podcasting: reframing podcasting as a new digital mass medium. *Quaderns Del CAG*. 41,XVIII, 21-30.

Budak, E. (2021). Dijital Haberciliğe Farklı Bir Bakış: Podcast Yayınları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9 (1), 373-398. DOI: 10.19145/E-Gifder.826706

Cohen, L. & Manion, L. & Morrison, K. (2007). *Research methods in education*. (6th Edition). New York: Routledge.

Çakır, M. (2017). Sosyal medya ve gösteri. <https://mukaddercakir.files.wordpress.com>.

- Çokluk, N. (2020). Nörosiyaset: siyasal karar oluşturmada siyasal iletişimin bilinçdışı etkileri. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Duran, K. N. & Yeniceler, İ. (2019). Gelenekselden yeni medyaya geçiş sürecinde içerik üretimi sürecinin dönüşümü: Cüneyt Özdemir Youtube kanalı. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3(3), 200-212.
- DW. (2022, Nov. 13). Podcast gazeteciler için yeni bir özgürlük alanı mı?. <https://www.dw.com/tr/podcast-gazeteciler-i%C3%A7in-yeni-bir-%C3%B6zg%C3%BCr%C3%BCk-alan%C4%B1-m%C4%B1/a-55193755>.
- Eagleman, D. I. (2013). *Beynin gizli hayatı*. (Z. A. Tozar, Çev.) Domingo Yayınevi.
- Ekiz, D. (2003). *Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metotlarına Giriş- Nitel, Nicel ve Eleştirel Kuram Metodolojileri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Finlayson, J. G. (2007). *Habermas* (Talat Kılıç, Çev.) Dost Kitabevi Yayınları.
- Gezgin, S. (2002). İnternet çağında gazetecilik. içinde Akman, H. & Yedig, S. (Editörler.), *Geleneksel basın ve internet gazeteciliği*. (ss.29-36). Metis Yayınları.
- Hacker, K. L. (1996). Missing links in the evaluation of electronic democratization. *Media, Culture & Society*, 18, 213-232. <https://doi.org/10.1177/016344396018002003>
- Jenkins, H. & Purushotma, R. & Wiegel, M. & Clinton, K. & Robinson, A. (2009). *Confronting The Challenges of the Participatory Culture: Media Education for 21st Century*. Cambridge: MIT Press.
- Jensen, K.B. & Rosengren, K.E. (1990). Five traditions in search of the audience. *European Journal of Communication*, 5(2), 207-238. <https://doi.org/10.1177/0267323190005002005>
- Journo. (2022, December 11). RTÜK huzursuzluğu: Evde kaydedilen podcast de mi sansürlenecek?. <https://journos.com.tr/rtuk-podcast-sansur>.
- Journo. (2023, May 04). Gazetecilikte özgür bir alan: Podcast emeklemeyi bitirdi, ayağa kalkıyor. <https://journos.com.tr/podcast-gazetecilik>
- Koç, S. (2014). Dijital direniş. İnter aktivist. içinde Çoban, Ş. (Editör.), *Direnişin @ hali*. 79-84. Yeşil Düşünce Derneği.
- Kaynar, A. (2021). Podcast dinleme alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *Yeni Medya*, 2021(10), 43-62.
- Köker, E. (1998). *Politikanın iletişimi iletişimin politikası*. Vadi Yayınları.
- Lichfield, J. (2019). Just who are the gilets jaunes?. <https://www.theguardian.com/world/2019/feb/09/who-really-are-the-gilets-jaunes>.
- Maxwell, J. A. (2012). *Qualitative research design: An interactive approach*. Sage Publications.
- McLuhan, M., & Powders, B.P. (2001). *Global Köy: 21.Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler*. Scala Yayıncılık ve Tanıtım A.Ş.
- National Public Media. (2020). The spoken word audio reports. https://www.nationalpublicmedia.com/uploads/2020/10/The_Spoken_Word_Audio_Report_2020_Download.pdf.
- Newman, N. (2022, Sep. 01). Digital news report 2022. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/turkey>.
- Newman, N. (2022, Sep. 01). Newman Gallo podcast. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/201912/Newman_Gallo_podcasts_FINAL_WEB.pdf.

Oktay, M. (2002). *Politikada halkla ilişkiler*. Derin Yayınları.

Özer, Ö. (2012). Alternatif medya alternatif gazetecilik ve Joseph Pulitzer. içinde Özer, Ö. (Editör.), *Alternatif medya alternatif gazetecilik*. 9-22. Literatürk.

Poddy Türkiye. (2023, May. 18). <https://twitter.com/poddyturkiye>

Podtail. (2023, May. 01). Şu anda en popüler 100 podcast. <https://podtail.com/tr/top-podcasts/tr/>

Reis, Z. A. & Kartal, E. & Çelik, S. & Özcan, P. (2009, 29-31 May). Bir Harmanlanmış Öğrenme Yöntemi Eğitim Aracı: Podcast. [Konferans sunumu özeti]. III. İstanbul Bilişim Kongresi Yönetişim Bildiri Kitabı.

Saponara, M. (2023, May. 15). Joe Budden's The Joe Budden Podcast' lands partnershi with Spotify. Billboard web sitesi: <http://www.billboard.com>

Spotify. (2023, May. 01). Popüler haber-politika podcast'leri. <https://open.spotify.com/genre/OJQ5DAqbMKFCPUu8dFgVaC>

Şener, O. (2020). *Sivil toplum kuruluşları için hak temelli gazetecilik kılavuzu*. (1. Basım). Uğur Mumcu Araştırmacı Gazetecilik Vakfı, 1. Baskı

Tufan, F. (2020). Podcasting trends of radio stations in Turkey. *Digital Transformation in Media and Society*, 63-84

Uzunoğlu, S. (2022, Nov. 10). Türkiye'de podcast yapmak: bir deneyimin başında. <http://platform24.org/yazarlar/3336/turkiye-de-podcast-yapmak--bir-deneyimin-basinda>.

Ural, A., & Kılıç, İ. (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi (2.baskı). Ankara: Detay Yayıncılık

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde*

nitel araştırma yöntemleri Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, B. (2013). Gazeteciliğin dönüşümü: yöndeşen ortam ve yöndeşen gazetecilik. *Selçuk İletişim*. 6(2), 230-253.

Yücel, R. (2020). Podcast'in kısa tarihi: doğuşu, yükselişi, monetizasyonu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1303-1319.

Extended Abstract

The radio, discovered by the Italian scientist Guglielmo Marconi in 1895, has been accepted as an important invention in history for transmitting information between the continents. Subsequent developments laid the foundations of the liberating structure of today's radio environments. Radio has sometimes directed the masses as an essential propaganda tool in history, and sometimes it has been a vital socialization tool for following current events in public spaces, homes, travel vehicles, listening to radio theater and music. However, its dependence on space and time has caused it to gradually lose its power in the face of developing technology and digitalization. Like all devices that have transformed from traditional to digital, radio has regained its popularity by being freed from its constraints, that is, by taking part in a structure. Podcast broadcasting, which is an extension of radio, entered our lives in the 2000s, eliminating spatial and temporal dependence on the content it produces, and has started to exist in every aspect of public life with the opportunity to listen to its repetitions while walking, traveling, working, cooking or even after missing the relevant broadcast. In particular, the fact that any type of content can be accessed many times without being lost due to digital digitization has provided a significant advantage in the face of the time pressure of radio. Podcast content, which was first offered to the likes of the United States, appealed to a "niche" segment since they were paid applications. Although this did not allow the desired interest to be met at first, it has reached many users due to free applications and content in the future. This has led to the emergence of a new show space in the international arena.

Especially during the US Presidential elections, with the support of Barack Obama from podcast broadcasting, it started to attract the attention of actors in the political arena. However, it would not be possible to say that the process is progressing so powerfully and effectively in Turkey. Because podcast publishing, which still appeals to a segment with a relatively high level of education, continues to exist as a structure whose social power has not yet been realized. Therefore, due to this lack of awareness, it partially protected itself from the pressure of censorship. Due to the applied censorship, many topics that cannot be presented through today's media tools create a discussion and information environment by creating podcast content.

For this reason, it offers a free space to confirm every event that the mainstream media does not give or manipulate. Within the scope of the study, qualitative research has been done on the awareness of podcast publishing, which has such an influential power in the universal sense in Turkey, and the extent to which it is exposed to censorship. A discussion has been opened on the problematic of how Turkish podcasters or political actors can reveal their political presence in this new field of demonstration. As a result of the examinations, it was concluded that podcast publishing, which has not yet been subjected to any official pressure in terms of content in the country, provides an environment of freedom for journalists or individuals who want to produce uncensored news and content. Podcasts, an alternative branch of critical news production, also offer support for the production of social ideas by covering many private topics that are not even possible to talk about. Podcast publishing, a new field of work for journalists who cannot find employment in traditional media channels due to the monopolized media, also promises a future for investigative journalism. In this context, it is an essential question whether the publications that the government cannot entirely suppress will be subject to a restriction by the content producers with the advertising/revenue pressure. The extent to which podcast publishing, which has become

a hybrid with advertisements and visuals, can maintain its critical approach against today's socio-economic structure is also one of the crucial problematics of this study. The extent to which political podcast publishing, based on ideological idea production, can or can withstand against global capital can be the subject of future studies.

Yazar Bilgileri

Author details

(Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Doktora öğrencisi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Gazetecilik Anabilim Dalı, ygumusboga@gmail.com

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. *None*

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. *None*

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Gümüüşboğa, Y. (2023). Siyasal bir direnç mekanizması olarak podcast yayıncılığı, *Yeni Medya*, (15), 192-208, <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1239199>