

## Podcastin Gelişim Sürecinde Kamu Yayıncılığı Yaklaşımı ile Kültürel Ögelerin Platformlaştırılması: TRT Dinle Örneği

Esmâ SANCAR\*

### Öz

Dijital teknolojilerdeki gelişmeler birçok alanda olduğu gibi yayıncılık konusunda da dönüşümlere sebep olmuş ve yeni yayın modelleri ortaya çıkarmıştır. İnternet tabanlı bir ses akış platformu olan ve 2000'li yıllar itibarıyla gelişim gösteren podcastler bu yeni yayın modellerinden biridir. Podcastler halkı bilgilendirme, eğitme, eğlendirme gibi kamu yayıncılığı görevlerinin bir kısmını üstlenmektedir. Podcastler dijital çağda kültürün taşıyıcısı konumuna gelmiş olup, kültürel ögelerin öğrenilmesini sağlayan fenomenler olarak görev yapmaktadır. Bu çalışmanın amacı, yeni ve güncel bir yayın modeli olan podcast yayıncılığında kültürel ögelerin kamu yayıncılığı anlayışı ile nasıl temsil edildiğinin araştırılmasıdır. Araştırma kapsamında ülkemizdeki tek kamu yayın organı olan TRT'nin sesli dijital içerik platformu TRT Dinle'deki Hanedan Kadınları adlı podcast serisi incelenmiştir. İçerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilen çalışmada; podcast serisinde yer alan figürler üzerinden ilgili dönemlerdeki sosyal ve siyasi hayatların sistematik ve ayrıntılı olarak ele alındığı, dijital çağda podcastlerin kültür ögelerinin öğrenilmesine aracılık ettiği ve kamu yayıncılığında kültürel üretimin podcastler üzerinden platformlaştırıldığı görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Kültür, Dijital Medya, Podcast, Kamu Yayıncılığı, TRT Dinle

\*Öğr. Gör. Dr. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, TV ve Sinema Bölümü  
İstanbul, Türkiye

E-mail: demiresma@gmail.com

ORCID: 0000-0001-7024-3997

DOI: 10.37679/trta.1467954

Sancar, E. (2024). Podcastin Gelişim Sürecinde Kamu Yayıncılığı Yaklaşımı ile Kültürel Ögelerin Platformlaştırılması: TRT Dinle Örneği. TRT Akademi, 9(21), 434-459. <https://doi.org/10.37679/trta.1467954>

### Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 14.04.2024

Revizyon Tarihi: 06.05.2024

Kabul Tarihi: 08.05.2024

## The Public Broadcasting Approach and A Platform for Cultural Elements: A TRT Dinle Case Study

**Esmâ SANCAR**

### Abstract

As with many other fields, developments in digital technologies brought many changes to broadcasting and new models have emerged. Podcasts, an internet audio-streaming platform that started developing in the 2000s are one of these models. Podcasts take on some of the duties of public broadcasting such as informing, educating and entertaining the public. In the digital age, podcasts have become the bearers of culture that ensure the learning of cultural elements. The goal of this study is to examine how cultural elements are represented through the perspective of public broadcasting in the contemporary broadcasting model of podcasts. This study examined the podcast series Hanedan Kadınları (lit. Women of Dynasty) hosted on TRT Dinle, the digital content platform of TRT which is the only public broadcasting service in Turkey. The method chosen for this study was content analysis. It was found that; the social and political life in the related periods of history was examined systematically and in detail through the characters that were discussed in the podcast; podcasts are a vehicle for gaining information about cultural elements and podcasts have become the platform for cultural production in public broadcasting.

**Keywords:** Digital Culture, Digital Media, Podcast, Public Broadcasting, TRT Dinle

### Research Paper

---

Received: 14.04.2024

Revised: 06.05.2024

Accepted: 08.05.2024

## 1. Giriş

Yayıncılığın tarihsel süreci incelendiğinde tüketicilerinin taleplerine uygun olarak medya içeriklerinin de değiştiği görülmektedir. Özellikle dijital medyanın gelişimi bu platformlarda çeşitliliğin artmasına neden olmuştur (Bulut, 2022, s.119). Dijital kültürün bir ürünü olarak ortaya çıkan podcast yayıncılığı radyo yayıncılığının devamı niteliğinde düşünülse de iki yayıncılık türü karşılaştırıldığı zaman teknik ve editoryal süreçlerinin birbirlerinden farklı olduğu göze çarpmaktadır. Podcast yayıncılığı belli konularda zengin bir içerik sunan, dinleyicilerinin özel ilgi alanlarına hitap eden ve hatta bu konuda bilgi sahibi olunmasını sağlayan bir mecradır (Özel, 2014, s.168; Semiz Türkoğlu ve Ağca, 2021, s.1680). Bu nedenle podcastler enformasyonun sistematik ve hızlı olarak yayılmasına yardımcı olmakta, kültürel ürünlerin temsilini ve tanıtımını yaparak toplum tarafından öğrenilmesine katkı sağlamaktadır. Mobil teknolojilerin kolay ulaşılabilirlik, zaman ve mekândan bağımsızlık, kişiselleştirme, taşınabilirlik, geniş veri kapasitesine sahip olma gibi farklı özellikleri ile toplumun teknolojik yönelimi podcastlerin dinleyici sayısının her geçen gün artmasına neden olmaktadır (Lin, 2009, s.884–885).

Dünya çapında podcast içerikleri ve dinleyici sayılarındaki artış hızı ile birlikte podcast ekonomisi de doğru orantılı olarak büyümektedir. Dünyanın en büyük dört denetim şirketinden biri olan PwC'nin 2023-2027 yılları için medya ve eğlence sektörüne yönelik bakışı değerlendirdiği rapor, podcast sektörünün dünyada ve Türkiye'de güçlü şekilde büyümeye devam ettiğini ortaya koymaktadır. Türkiye'de 2021 yılında 79 milyon dolar olan podcast gelirleri, 2022 yılında 125 milyon dolara ulaşmıştır. 2027 yılına kadar ise yıllık bileşik büyüme oranının ortalama %11,6 olacağı öngörülmüştür. Aynı rapor Türkiye'de podcast sektöründe büyümenin güçlü bir şekilde devam ettiğini, 2021 yılında 9,7 milyon olan aylık dinleyici sayısının 2022 yılında %13,8 oranında artarak 11 milyona ulaştığını belirtmektedir (PwC, 2023). Triton Dijital'in ABD için hazırladığı 2023 raporunda, Amerika'da son iki yılda podcast dinleyici sayısının ortalama %12 artış gösterdiği görülmektedir (Triton Digital, 2023). Dünyanın önde gelen dijital pazarlama ve reklamcılık derneklerinden biri olan IAB'ın, ABD Podcast Reklam Geliri araştırmasına göre 2021'de podcast reklam gelirlerinin yıllık %72 artışla 1,4 milyar dolara yükseldiği, 2024'te ise yaklaşık üç kat artarak 4 milyar doların üzerine çıkması beklendiği belirtilmiştir (IAB, 2021).

Şahin (2022) geçmişi doğru analiz edebilmek ve bugünü daha iyi anlayabilmek için kültürel ürünlerin aktarılması gerektiğini söylemektedir. Kültürel ürünler hem ait olduğu medeniyeti temsil eder, hem de dünya kültürel değerlerinin bir parçası konumundadır (s. 29). Bu nedenle her kuşak bir sonraki kuşağa kendisine

ait ve kendisinden önceki kültürel ürünleri doğru anlatmakla yükümlüdür. Dijital teknolojinin gelişimi ile ortaya çıkan podcastler de üreticileri tarafından oluşturulan içeriklerle bu sürece katkı sağlamaya çalışmaktadır. Podcastlerin edindiği bu misyon, öncelikli amacı bilgilendirmek, öğretmek ve eğlendirmek olan kamu yayıncılığı anlayışı ile paralellik göstermektedir. Ticari kaygının ön planda olmaması, kamu yayıncılığını kültürel değerlerin aktarılması konusunda bir aracı konumuna getirmektedir.

Bu çalışmanın amacı yeni, güncel ve büyümekte olan podcast yayıncılığında, kültürel ögelerin kamu yayıncılığı bakış açısı ile nasıl temsil edildiğini ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında ülkemizin ilk ve tek kamu yayın organı olan TRT'nin sesli dijital platformu olan TRT Dinle'nin podcast içerikleri, içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Görece kısa bir tarihi geçmişe sahip olan podcast yayıncılığı ile ilgili ulusal yazında uluslararası literatüre göre çok daha kısıtlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Mevcut çalışmalardan farklı olarak, podcast yayıncılığında kültürel ögelerin temsilinin kamu yayıncılığı anlayışı kapsamında inceleniyor olması çalışmayı özgün kılmaktadır.

### 1.1. Podcast Kavramı, Dünyada ve Ülkemizdeki Gelişim Süreci

Podcast internet tabanlı ses akış platformları olarak değerlendirilen, bağımsız içerik üreticileri tarafından oluşturulabilen, dinleyicilerinin hem içerik üreticisi hem tüketicisi olarak konumlandığı dijital iletişim platformlarıdır (Markman, 2012, s.550). Cambridge Sözlük, podcasti "internetten indirilebilen genellikle bir bilgisayar ya da MP3 çalar yardımıyla dinlenebilen radyo programları" olarak tanımlamaktadır. Daha kapsayıcı bir tanım olarak podcast internete konulan genellikle ses, bazen ise video dosyalarının RSS gibi farklı teknolojilerle indirilerek akıllı telefonlar, MP3 media player gibi dijital cihazlar aracılığıyla dinlenebilen, belirli periyotlarda seri hâlinde yayınlanan yeni iletişim platformu olarak da açıklanabilir (Şener, 2020, s.217).

Podcast küçük kapsül anlamına gelen "Ipod" sözcüğü ile yayın anlamına gelen "broadcast" sözcüklerinin birleşiminden oluşmuştur. Blogların yaygın olarak kullanılmaya başlanması sayılarının artmasına ve bu nedenle insanların bu platformları takip etmekte zorlanmalarına neden oldu. David Winer geliştirdiği RSS teknolojisi ile bloglara yüklenen yeni verilerin otomatik olarak kaydedilerek insanların bilgisayarlarına indirilmesini sağladı. İnsanlar bu teknoloji sayesinde bloglarında ses dosyalarını paylaşarak daha rahat etkileşime girebilme imkânına sahip oldu. Podcast kavramı, bloglardan hareketle ortaya çıktığından ilk zamanlarda audioblog olarak anılmaktaydı. Bu nedenle 2001 yılında Jish adlı blogger tarafından RSS

teknolojileri kullanılarak yapılan audioblogun ilk örneği aynı zamanda podcastin ilk örneklerinden biri olarak da kabul edilebilir. 2003 yılında ses dosyalarının MP3 formatında indirilerek müzik çalarlara aktarılması sonucunda podcast kavramı ortaya çıktı. David Winer radyo programcısı arkadaşı Christopher Lydon'un radyo programının ses dosyalarını MP3 dosyaları şeklinde geliştirdi. Bu dosyaların RSS feed yoluyla web blogu üzerinden dinlenilebilmesini sağladı. Böylece bu ses dosyaları dünyanın ilk podcasti olarak tarihe geçti. 2004 yılında Adam Curry yazdığı program ile RSS feed yardımıyla ses dosyalarının Apple'ın müzik çaları olan iPod'lara otomatik olarak aktarılmasını sağladı. Bu çalışma ile podcast tam anlamıyla doğmuş oldu ve insanlar istedikleri ses dosyalarını istedikleri zaman mobil cihazlardan dinleyebilir hâle geldi. Ben Hammersley yazdığı makede ilk defa podcast kavramını kullandı (Jenkins, 2004; Şener, 2020; Wikipedia, 2024). 2005 yılında podcast içerikleri Apple'ın iTunes uygulaması aracılığıyla indirilmeye başlandı. 2006 yılında Garageband adlı programı ile Steve Jobs nasıl podcast üreteceğini bir tanıtım organizasyonu düzenleyerek öğretti ve aynı yıl 4.8 milyon podcast iPod'lara indirildi.(Berry, 2016a, s.152–160). Haziran 2015'te Apple, iTunes'u 4.9'a yükselttiğinde tam entegre podcast desteği sağlayan ilk sürüm hâlini alarak sıradan kullanıcıların podcastleri araması ve abone olmasını kolaylaştırdı. Bu gelişme podcasti kültürel ana akım hâline getirdi (Bottomley, 2015, s.164). 2000'li yıllarda dijital ses dosyalarının internet ortamında dolaşımını sağlayan bu teknoloji ile radyo programlarının potcatcherlar aracılığıyla daha fazla dinleyiciye ulaşabilmesi sağlandı. Bu teknolojinin çok ucuz ve kolay olması, amatör ve profesyonel yayıncıların çok daha fazla içerik üretebilmesine imkân verdi (Geoghegan ve Klass, 2007, s.6). İlk zamanlar ücretsiz olan podcast platformları 2010'lu yıllarda sponsor ve reklam desteği olarak daha profesyonel içeriklere sahip oldu. Ücretli platformlara yüklenerek, bir endüstri hâline almaya başladı. Podcast yayıncılığı radyo yayıncılığından doğmuş, zaman içerisinde kendi yayıncılık anlayışını geliştirerek farklı bir dinleyici kitlesine ulaşmıştır. Geleneksel yayıncılık anlayışından kendine özgü yayıncılık anlayışına kavuşmuştur. İnternet üreten ve tüketenin birlikte olduğu devasal bir mecradır. İnternetin sahip olduğu bu özellik podcast yayıncılığının finansmanını da değiştirmiştir (Şener, 2020; Yücel, 2020, s.130–131).

Bonini (2015) podcasti; yayınevlerinden, eğitim merkezlerine, amatörden profesyonel radyo yapımcılarına farklı alanlarda çalışan kişiler tarafından üretilen bilgi amaçlı dijital ses kayıtları (s. 21) olarak tanımlamıştır. Alman podcast akademisyeni Nele Heise (2014) ise podcastin teknik ve sosyal boyutlarını ele alan bir tanımlama yapmıştır. Heise'a göre teknik olarak podcast sesi iletmeye yönelik bir sistem iken, sosyal olarak bağımsız radyo istasyonu (s. 1-2) olarak tanımlanabilir. Kökleri blog yazma ve sosyal ağ siteleri alanlarıyla yakın bağlantılara sahip olan

podcast, aynı zamanda belirli bir çevrimiçi katılım biçimi ve dijital medya teknolojilerinin sağladığı katılımcı kültürün bir örneği olarak da anlaşılabilir. Markman ve Sawyer (2014) podcastin geri bildirim, sürekli iyileştirmenin önemini vurgulayan bir üretim teorisi olduğunu ve geleneksel radyoculuğa alternatif olarak geliştiğini aktarmaktadır (s. 20). Podcastin üretilme sürecine ise podcast yayıncılığı adı verilir (Aslan, 2021, s. 30).

2005 yılında Oxford Amerikan Sözlüğü tarafından podcast yılın sözcüğü olarak seçilmiştir. 2007-2013 yılları arasında ünlülerin podcast piyasasına girmesiyle podcast yayıncılığı bilinirliğini arttırdı ve 2013 yılında 1 milyar abone sayısına ulaştı. 2014 yılında özellikle "Serial" isimli ve diğer podcastlerin indirme sayıları artmaya başlayınca o döneme kadar amatör kişiler tarafından üretilen podcastler büyük şirketlerin hedefi hâline gelerek bir tüketim ürünü olarak evrilmiştir (Berry, 2016b, s. 7-9; O'Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery ve Fiske, 1994; Şener, 2020, s. 248).

Türkiye'de podcast yayıncılığının tarihsel düzlemdeki yeri Dünya tarihi ile aynı zamanlara denk gelmektedir. Podcast sözcüğü ilk olarak 2005 yılında Ekşi Sözlük'te bir başlık olarak kullanılmaya başlanmıştır. Ülkemizdeki ilk podcast yayını da gazeteci Serdar Kuzuloğlu tarafından 2009-2010 yılları arasında yapılmıştır. Kaan Kural ve Orkun Çolakoğlu tarafından 2011 yılında yapılan ve basketbol ile ilgili sohbetleri içeren podcast ise spor konulu podcastlerin ilk örneği olmuştur. 2013 yılında ise Geekstra adı verilen alternatif kültürel ögeleri konu edinen program ile 2014 yılında korku edebiyatı ve sinemayı konu edinen Gerisi Hikâye adı verilen podcast yayın hayatına başlamıştır. Medyapod adı verilen podcast ağı 2018 yılında kurularak ilk podcast zirvesini organize etmiştir. Bu tarihten sonra ülkemizde podcast üretimi ve tüketimi konusunda bir sıçrama yaşanmıştır. Medyascope, Yavuz Oğhan, Ünsal Ünlü gibi isimler ürettikleri podcast içeriklerini dolaşıma sokmuştur. Bunların yanında Farklı Kaydet, Storytel, Podbee, Kısa Dalga, Daktilo 1984 gibi farklı podcast ağları ve yayıncıları da üretime başlamıştır. 2020 yılında ise günlük, haftalık ve aylık yayınları içeren podcast dergisi çıkmaya başlamıştır (Şener, 2020, s.249-250).

Tüm bu bilgilerden hareketle ülkemizde ve dünyada aynı anda gelişim gösteren podcast yayıncılığının tarihçesi üç ana başlık altında toplanabilir. Buna göre; 2003-2006 yılları arasında kuruluş aşaması, 2007-2013 yılları arasında gelişim aşaması, 2014-2020 arasındaki dönem ise ticarileşme aşaması olarak özetlenebilir (Şener, 2020, s.247). Bu yayıncılık sistemi giderek profesyonelleşmiş, dinleyici sayısını arttırmış ve böylece monetize olmuştur. İnternetin sahip olduğu özellikler çerçevesinde zaman ve mekândan bağımsız olarak takip edilebilmesi, farklı mec-

ralardan benzer beğeni ve görüşlere sahip olan insanları bir araya getirmesi, dijital bir arşiv hâline gelmesi podcastin yayıncılık tarihi açısından önemli bir noktaya ulaşmasına imkân sağlamaktadır (Berry, 2016b, s.661).

## 1.2. Kamu Yayıncılığının Tanımı, Ülkemizdeki Gelişimi ve Kültür Ögeleri

Kamu yayıncılığı en geniş anlamıyla bir ülkede yaşayan tüm vatandaşlara yönelik, devlet eliyle finanse edilip denetlenen, halkın bilgi edinmesi, eğitilmesi, eğlendirilmesi için tarafsız, özerk yayın yapan yayıncılık anlayışıdır. Kamu yayıncılığının amacı; kültürel ögelerin topluma öğretilmesi, toplumun haber alma, bilgilenme, eğitime ve hoşça vakit geçirebilme ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. Kamu yayıncılığı modeli 1922 yılında ilk defa British Broadcasting Corporation (BBC) adı verilen İngiliz yayın kuruluşu tarafından başlatılarak Dünya'ya yayılmıştır. Ülkemizde kamu yayıncılığı hizmeti 1927 yılında radyo yayıncılığı kapsamında çağdaşlarıyla aynı dönemde başlamıştır. Radyo yayınları ilk defa Ankara ve İstanbul'da kamu-özel ortaklığı ile kurulan Telsiz-Telefon Türk Anonim Şirketi tarafından başlatılmıştır. Radyo yayınlarının hakları 1936 yılında PTT'ye, 1940 yılında Matbuat Umum Müdürlüğüne, 1943 yılında ise Basın-Yayın Umum Müdürlüğüne (Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü) verilmiştir (Avşar, 2005, s.93–94; Aziz, 2013, s. 226).

Ülkemizde radyo yayıncılığı görevi 1963 yılında özerk kamu tüzel kişiliği ile kurulan Türkiye Radyo Televizyon Kurumuna (TRT) devredilmiştir. Televizyon yayınlarına ise 1968 yılında başlayan TRT, ilk radyo ve ilk televizyon yayınından bugüne dünyanın 7 kıtasında, 41 dil ve lehçede 18 ayrı televizyon kanalı ile farklı dijital platformlarda yayın hayatını sürdüren uluslararası nitelikte kamu yayın organı hâlini almıştır (TRT, 2024). Geleneksel yayın hayatına devam eden TRT, dijital medya teknolojilerinin gelişimi ve dönüşümü ile bu alanda faaliyet alanını genişletmek için Yeni Medya Kanal Koordinatörlüğü, TRT Dijital Platform Kanal Koordinatörlüğü, TRT Uluslararası Haber Yayın Dijital Kanal Koordinatörlüğü ve Uluslararası Haber Yayınları Yayın Planlama ve Yönetim Müdürlüğünü kurmuştur. Bu birimler aracılığıyla yaptıkları çalışmalarla TRT Dinle, TRT İzle, TRT Balkan, TRT Spor gibi uygulamaların yanı sıra TRT World, TRT Belgesel gibi kanalların web ortamlarını ve sosyal medya platformlarını yönetmektedir. Sosyal medya ağlarında da kurumsal hesaplara sahip olan TRT, kamu yayıncılığı hizmeti anlayışıyla dünyanın pek çok bölgesinde farklı dillerde içerikler üretirken Türk kültürünün temsilcisi hâlini almıştır (Acar, 2022, s. 47).

Kültür, bireyin bir toplumun üyesi olarak kazandığı bilgi, yasa, gelenek, inanç, sanat, dil, teknolojik, siyasi ve sosyal gelişmeler, yetenekler, kahramanlık hikâyeleri gibi ögelerin tümüne verilen addır (Tylor, 2016). Türk Dil Kurumu kültürü, "Ta-

rihsel, toplumsal gelişme sürecinin içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların tümü” olarak açıklamaktadır (TDK, 2023). Yani kültür insanın yine insan tarafından hazırlanmış ve tesis edilmiş çevresidir. Kültür öğeleri maddi ve düşünsel öğeler olmak üzere ikiye ayrılır. Maddi kültür öğeleri bir toplum tarafından yaratılan eser ve araçların tümünü kapsarken, düşünsel kültür öğeleri ise fikir, değer, inanç ve tutum unsurlarından oluşmaktadır. Bu nedenle bir sanat eseri, bir yol maddi kültürel öğe olarak kabul edilirken inanç sistemleri, sanata ve dile olan eğilim, gelenekler, psikolojik ve sosyal tutumlar gibi faktörler de insan zihninin birer ürünü olup düşünsel kültür öğelerini oluşturmaktadır (Şimşek, 2016, s. 18).

Podcastler radyovari bir gelişim sergilemektedir. Farklı bir tür olarak gelişmesine rağmen dijital çağda radyonun bir devamı niteliğindedir. Bu nedenle podcast programlarının içeriği radyo programları ile benzerlik gösterebilmektedir (Şahin, 2022, s. 29). Ülkemizde radyo yayıncılığı ile podcast yayıncılığı arasında kesin bir ayrımın tam olarak çizilemediği görülmektedir. Semiz Türkoğlu ve Ağca (2021)’nin NTV Radyonun podcast içerikleri kapsamında yaptıkları çalışmada radyo programlarının içeriklerinin sonrasında podcast olarak yayınlandığı, söz konusu içeriklerin birincil değil ikincil kaynak olduğu sonucuna varılmıştır (s. 1962). Podcast yayıncılığı dinleyicilerine istedikleri yayını, istedikleri zaman seçerek mobil ve öznel dinleme deneyimi sunar (Akmeşe Demir, 2022; Akyol, 2023; Arda, 2020; Aytekin, 2023; Kaynar, 2021, s. 43; Sarı ve Türker, 2021). Öznel dinleme deneyimi sunan podcast kanalları dinleyicilerine dinleme listeleri oluşturma imkânı verir (Sharon ve John, 2019, s. 12). Kitle iletişim araçları kültürel öğeleri belirli bir söylem içerisinde yeniden üreterek sonraki kuşaklara aktarır ve öğretir. Dijitalleşmenin etkisiyle hayatımıza giren, yeni bir iletişim ortamı olan podcastler de kültürel öğelerin öğrenilmesinde ve aktarılmasında kullanılan yeni kanallar hâlini almıştır.

Podcastlerle ilgili uluslararası alan yazında yapılan bazı çalışmalara göz attığımızda; Jham ve arkadaşlarının (2008), dış hekimliği fakültesi lisans ve lisansüstü öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada ders içeriklerinin podcast platformlarına yüklenerek bu mecraların eğitim ve öğrenme için bir araç olarak kullandıkları tespit edilmiştir (s. 278) Endonezyalı öğrenciler üzerinde yapılan farklı bir çalışmada da podcast içeriklerinin; öğrencilerin İngilizce öğrenme sürecinde onları desteklediği ortaya konulmuştur (Indahsari, 2020, s. 103). Kanadalı tıp öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada da podcastlerin tıp eğitimi konusunda alternatif ve dijital bir eğitim materyali hâlini aldığı savunulmaktadır (Chin, Helman ve Chan, 2017, s. 1). Benzer şekilde Rajid (2013), yaptığı çalışmada podcastin özellik-



le yükseköğretim düzeyinde bir öğrenim materyali hâlini aldığını savunmaktadır (s. 90). John L. Sullivan (2018), yaptığı çalışmada Amerika Birleşik Devletleri'ndeki podcast yayıncılarının en büyük yıllık kongresi olan 2016 Podcast Hareketi Kongresi'nin verilerini tartışmıştır. 2004 yılından itibaren amatör medya prodüksiyonları olarak hayata geçirilen podcast içeriklerinin sermaye sahiplerinin el atması ile profesyonel anlamda üretilmeye başlayarak kültür endüstrisinin birer ürünü hâline geldiklerini savunmaktadır (s. 35).

Ulusal platformlarda yapılan çalışmaların bir kısmına göz attığımızda Budak (2021) podcastlerin dijital habercilik kapsamında bir platform hâlini aldığını fakat Türkiye'deki podcast içeriklerinin Amerika ve Avrupa ile kıyaslandığında nitelik ve nicelik anlamında daha zayıf olduğu sonucuna varmışlardır (s. 6896). Güler (2023); finansal kuruluşların podcast içeriklerini kullanım pratikleri ile ilgili yaptığı araştırmada podcast kanallarının bankaların kurumsal iletişim ile ilgili çalışmalarında bir araç olarak kullanmaya başladığı ve proje bazlı olarak sayılarının artış gösterdiğini ortaya koymaktadır (s. 966). Bulut (2022) podcasti bir kişisel anlatı örneği olarak incelemiş, podcast içeriklerinin oluşturduğu avantaj ve tehditlerden bahsetmiştir (s. 119). Kaynar (2021); ise podcast dinleme motivasyonları üzerine yaptığı araştırmada; Türkiye'de podcast dinleme alışkanlıklarının Avrupa ve Amerika'ya göre daha az olduğunu dinleyicilerin ise podcast içeriklerinin eğlendirici ve bilgilendirici olmasını, akışkan ve samimi bir anlatımla hazırlanmasını istediklerini, reklamların da başta ya da sonda olması gerektiğini dinleme eylemini bölen nitelikte olmasını tercih etmediklerini belirtmektedir (s. 43). Tufan ve Şenyüz (2023) podcastlerin derinlemesine görüşme imkânı sunduğunu, konuları ayrıntılı olarak ele aldığını, esnek süreleri sayesinde içerik oluşturuculara içeriği kapsamlı şekilde anlatma imkânı sağladığını belirtmiş ve yaptıkları çalışmada Türkiye'de podcast içeriklerinin alternatif söylem için bir platform olduğu sonucuna varmışlardır.

Tüm bu ve benzeri bilgilerden hareketle ulusal ve uluslararası alanyazında kamu yayıncılığı anlayışıyla hazırlanan podcast içeriklerinin kültürel öğeleri yeniden üreterek, bu öğelerin sistematik bir bilgi akışıyla platformlaştırılması konusunda bir araştırmanın olmaması bu çalışmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

## 2. Araştırmanın Metodolojisi

### 2.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışmanın amacı, yeni ve güncel bir yayın modeli olan podcast yayıncılığında kültürel öğelerin kamu yayıncılığı bağlamında kullanımının araştırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda "kültürel öğelerin aktarılmasında podcastlerin kamusal bir

platform olarak kullanılıp, kullanılmadığı ve hangi kültürel ögelerin yeniden üretilerek aktarılmakta olduğu?” sorularına yanıt aranmaktadır. Ülkemizdeki ilk tek kamu yayın organı olan TRT’nin dijital platformu olan TRT Dinle uygulamasındaki podcastler incelenerek bu soruya yanıt aranmıştır.

Bu çalışmada podcastleri incelemek için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, belirli bir araştırma sorusu etrafında bir metnin, bir ses kaydının ya da bir görüntünün içerisinde gizli olan kavramları kodlamalar yaparak ortaya çıkarmak ve verileri kategorize ederek belirli temalar etrafında toplamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2004, s.174–175). Bu yöntemde farklı anlamları taşıyan verilerin görülme sıklıkları incelenir (Yüksel, 2015, s.47). Araştırma kapsamında araştırma sorusu bağlamında incelenen podcastlerin içerikleri kodlanmış ve bu kodlardan temalara ulaşılmıştır.

Araştırmanın geçerliliğinin ve güvenilirliğinin sağlanması için araştırma sorusu kapsamında hazırlanan kod cetveli ile kodlamalar yapılmıştır. Araştırmacı tarafından farklı zamanlarda podcastler tekrar dinlenilerek ikinci kez kodlanmıştır. Kodlamalar sonrasında tutarlılığın %70’den fazla çıkması sonucunda araştırmanın güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Bir araştırmada güvenilirlik düzeyinin yüksek olması araştırmanın verilerinin gözlenebilir nitelikte olması ile ilişkilidir (Karasar, 2015). Araştırmada tüm verilerin gözlenebilir nitelikte olması ve doğrudan metin üzerinde inceleme yapılmış olması araştırmanın güvenilirliğini desteklemektedir.

## 2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini kamusal yayıncılık anlayışı ile yapılmış olan ulusal podcast içerikleri oluşturmaktadır. Örneklem olarak ülkemizdeki ilk ve tek kamusal yayın organı olan TRT Dinle sesli içerik platformunda podcast kategorisindeki, biyografi türü altında yer alan Unutulmayan Hayatlar serisinden Hanedan Kadınları konulu program seçilmiştir. Seçilen program 62 farklı bölümden oluşup tüm bölümler araştırma kapsamında analiz edilmiştir.

Program içeriklerinde konuyu anlatan dış ses ile anlatımın yanında, konular radyo tiyatrosu şeklinde de canlandırılmıştır. Podcast programları durağan bir anlatımdan ibaret olmayıp, hareketli bir yapıya büründürülmüştür. Programlar reklamsız ve abonelik sistemi ücretsizdir. Platforma internet sitesi ve telefon uygulamaları üzerinden erişim imkânı bulunmakta olup, oynatma hızı değiştirilebilmektedir.

Ülkemizde kamusal yayıncılığı temsil eden tek podcast platformu olmasından dolayı TRT Dinle seçilmiştir. Hanedan Kadınları programı Türk ve dünya hanedanlık-

larındaki sultan, kraliçe, prenses gibi hanedan mensubu kadın figürleri üzerinden dönemlerinin sosyal, siyasi ve kültürel yapıları ile kahramanlık, dinî inanç, eğitim vb. kültürel öğelerini yansıtmaktadır. Söz konusu program araştırmanın amacına uygun olarak kültürel öğelerin podcast yayıncılığı üzerinden platformlaştırılması kapsamına girmesinden dolayı tercih edilmiştir.

### 3. Bulgular

TRT Dinle platformu müzik, radyo tiyatrosu, sesli kitap ve podcast olmak üzere dört ana kategoriden oluşmaktadır. Platformda yer alan podcastler belli kategoriler altında, sistematik olarak ayrılmıştır.



**Tablo 1.** TRT Dinle Podcast Türleri

Podcastler Tablo 1’de gösterildiği üzere 12 ayrı türde kategorize etmiştir. Biyografi türü altında Unutulmayan Hayatlar, Biyografi Programları ve Hayatın İçinden olmak üzere üç farklı seri bulunmaktadır. Çalışma kapsamında incelenen Hanedan Kadınları programı Unutulmayan Hayatlar serisi altında yer alıp aynı seri içerisinde İz Bırakanlar, Efsane Konuşmalar, Seyyahname, Bu Şehri İstanbul Yapanlar, Beethoven 250 Yaşında ve Öyküsü de Var adlı toplam yedi adet program yer almaktadır.

Bölüm No	Bölüm Adı	Süre	Bölüm No	Bölüm Adı	Süre
Bölüm 1	Kleopatra	28:58	Bölüm 32	I. Elizabeth ve Marie Antoinette	27:58
Bölüm 2	Dilşad Hatun	28:58	Bölüm 33	Prensese Milena	27:29
Bölüm 3	Noor Inayat Khan	26:58	Bölüm 34	Safiye Sultan	26:45
Bölüm 4	Refia Sultan	28:30	Bölüm 35	Raziye Begüm	26:48
Bölüm 5	Nurbanu Sultan	29:14	Bölüm 36	Naciye Sultan	28:08

<b>Bölüm 6</b>	Marie Antoinette	27:28	<b>Bölüm 37</b>	Hatice Sultan	25:38
<b>Bölüm 7</b>	Nefertiti	26:38	<b>Bölüm 38</b>	Aragonlu Catherine	25:08
<b>Bölüm 8</b>	Tomris Hatun	25:24	<b>Bölüm 39</b>	Hatşepsut	28:31
<b>Bölüm 9</b>	Olivera Despina Hatun	28:42	<b>Bölüm 40</b>	Osmanlı'da Harem	25:05
<b>Bölüm 10</b>	Süreyya İsfendiyari Bahtiyari	28:58	<b>Bölüm 41</b>	İngiltere Krallığının Kadınları	26:58
<b>Bölüm 11</b>	Theodora	29:26	<b>Bölüm 42</b>	I. Elizabeth 2	26:28
<b>Bölüm 12</b>	Mahperi Hatun	29:26	<b>Bölüm 43</b>	Nefertari	24:58
<b>Bölüm 13</b>	Fatma Neslişah Sultan	28:28	<b>Bölüm 44</b>	Bizans Kadınları	27:53
<b>Bölüm 14</b>	Ayşe Hafsa Sultan	28:02	<b>Bölüm 45</b>	Osmanlı Gelinleri	28:38
<b>Bölüm 15</b>	Saba Melikesi Belkıs	26:25	<b>Bölüm 46</b>	Hanedan Kadınlarının Mektupları	27:17
<b>Bölüm 16</b>	Mediha Sultan	27:56	<b>Bölüm 47</b>	Kösem Sultan	27:14
<b>Bölüm 17</b>	Sitti Radviyye Hatun	27:58	<b>Bölüm 48</b>	Osmanlı'da Harem 2	25:15
<b>Bölüm 18</b>	VIII. Henry'nin Eşleri	25:58	<b>Bölüm 49</b>	Tanrıçalar	26:34
<b>Bölüm 19</b>	İnanna/İştär	27:09	<b>Bölüm 50</b>	Âdile Sultan	27:27
<b>Bölüm 20</b>	Osmanlı Arşivi'nden Mektuplar	28:01	<b>Bölüm 51</b>	Gevher Nesibe Sultan	23:39
<b>Bölüm 21</b>	Cariyelik	27:57	<b>Bölüm 52</b>	Hürrem Sultan 2	28:04
<b>Bölüm 22</b>	Hürrem Sultan	27:28	<b>Bölüm 53</b>	Behice Hanım	27:40

<b>Bölüm 23</b>	Truvalı Helen	25:26	<b>Bölüm 54</b>	Osmanlı'da Bayramlar 2	25:37
<b>Bölüm 24</b>	Osmanlı Arşivi'nden Mektuplar	27:54	<b>Bölüm 55</b>	I. Elizabeth 3	25:49
<b>Bölüm 25</b>	Rahîme Perestû Sultan	24:57	<b>Bölüm 56</b>	Dulkadiroğlu Beyliği'nin Kadınları	28:10
<b>Bölüm 26</b>	Osmanlı'da Bayramlar	27:57	<b>Bölüm 57</b>	Tamara Hatun	27:54
<b>Bölüm 27</b>	Mary Wortley Montagu	28:10	<b>Bölüm 58</b>	Osmanlı Hanedanı Kadınları	24:42
<b>Bölüm 28</b>	Moğolların, Selçukluların ve Bizans	27:04	<b>Bölüm 59</b>	Fevziye Fuad	27:48
<b>Bölüm 29</b>	Hatice Turhan Sultan	28:13	<b>Bölüm 60</b>	Hürrem Sultan 3	27:17
<b>Bölüm 30</b>	Kadınlar Saltanatı Dönemi	27:58	<b>Bölüm 61</b>	Boudica	24:25
<b>Bölüm 31</b>	I. Elizabeth	28:00	<b>Bölüm 62</b>	Ayşe Hafsa Sultan 2	25:07

**Tablo 2.** Hanedan Kadınları Podcast Serisinin Bölüm Adları ve Süreleri

**Kaynak:** <https://www.trtdinle.com/show/hanedan-kadinlari-4023>

Tablo 2'de Hanedan Kadınları adlı programın bölüm isimleri ve yayın süreleri verilmiştir. İncelenen podcast programı 62 bölüm ve toplamda 28 saat 6 dakika 32 saniyeden oluşmaktadır. Programın bölüm süreleri 24-30 dakika arasında değişmektedir. Programın 38 bölümü Türk Hanedanlıkları, 24 bölümü ise dünya hanedanlıkları üzerine kurgulanmıştır.

Hanedan Kadınları programında yer alan 62 bölüm içeriği dinlenilerek kodlama cetveli oluşturulmuştur. Kodlama işlemi Strauss ve Corbin (1990)'in verilerden çıkarılan kavramlara göre kodlama yöntemi ile yapılmıştır. Bu aşamada araştırmacı tarafından elde edilen veriler incelenerek anlamlı bölümlere ayrılmaya ve her bölümün ne anlama geldiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Kodlama sürecinin sistematik ve tutarlı olabilmesi için benzerlik gösteren veri örnekleri aynı şekilde kodlanmıştır. Kodlama süreci araştırmacı tarafından farklı zamanlarda tekrarlanmıştır. Kodlama sırasında yargılamalardan uzak durularak sadece kodlanan verinin anlamı üzerinde yoğunlaşmıştır. Toplanan veriler araştırmacı tarafından

tümevarımcı analiz yapılarak kodlar oluşturulduktan sonra aralarındaki benzerlikleri tespit edilerek sınıflandırılmış, taşıdıkları anlamlara göre adlandırılmış ve temalara ulaşılmıştır. Oluşturulan kodlardan aşağıdaki şekilde isimlendirilen üç ayrı temaya ulaşılmıştır.

- Hanedan Kadınlarının Ataerkil Söylem Üzerinden Temsili
- Hanedan Kadınlarının Kişisel Özelliklerinin Tasviri
- Dönemin Sosyal ve Siyasi Durumu

İlk beş bölüme ait kodlama cetvelleri örnek olarak Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5’de verilmiştir.

Söylem	Kleopatra (n)	Dilşad Hatun (n)	N. Inayat Khan (n)	Refia Sultan (n)	Nurbanu Sultan (n)
Babalarının Gücü	5	0	1	1	0
Babalarının Adı	5	1	1	1	0
Oğullarının Adı	3	0	1	0	2
Kocalarının Adı	5	3	0	0	2
Erkek Kardeş Adı	5	0	1	3	0
Dedelerinin Adı	1	0	0	0	0
Kayınbabaları- nın Adı	1	0	0	0	0
Toplumdaki Konum	1	0	0	0	0

**Tablo 3.** Hanedan Kadınlarının Ataerkil Söylem Üzerinden Temsili

Tablo 3’te birinci temaya ait ilk beş bölümün kodlama cetveli görülmektedir. Bu tema 8 adet koddan oluşmaktadır. İncelenen podcast içeriklerinde tarihi kadın figürleri babalarının, oğullarının, kocalarının, erkek kardeşlerinin, dedelerinin ve kayınbabalarının adları ile zikredilmektedir. Kadınların sahip oldukları ailelerdeki erkeklerin güçleri ve adları onların ataerkil toplum içerisindeki konumlarını

ortaya koymaktadır. Bu kapsamda podcast içeriklerindeki veriler ile hazırlanan kodlama cetveli ile Hanedan Kadınlarının Ataerkil Söylem Üzerinden Temsili adlı temaya ulaşılmıştır.

Kişilik Özellikleri	Kleopatra (n)	Dilşad Hatun (n)	N. Inayat Khan (n)	Refia Sultan (n)	Nurbanu Sultan (n)
Güzellikleri	1	4	0	2	2
Kahramanlıkları	1	1	4	0	2
Dinî İnançları	0	2	1	1	2
Eğitimi	0	1	1	1	0
Diğer İsimleri	0	1	0	0	4
Lüks Yaşam Tutkuları	0	0	1	3	2
Kişilik Özellikleri	0	1	3	2	7
Hastalıkları	0	1	0	3	0
Soyları	2	2	1	1	5
Dil ve Sanata Eğilim	0	0	1	1	0
Psikolojik Durumları	5	2	4	1	5

**Tablo 4.** Hanedan Kadınlarının Kişisel Özelliklerinin Tasviri

Tablo 4'te ikinci temaya ait ilk beş bölümün kodlama cetveli görülmektedir. Bu tema 11 adet koddan oluşmaktadır. Hanedan kadınlarının kişisel özelliklerinin tasviri güzellikleri, kahramanlıkları, dinî inançları, eğitimi, diğer isimleri, lüks yaşam tutkuları, kişilik özellikleri, hastalıkları, soyları, dil ve sanata olan eğilimleri ve psikolojik durumları vurgulanarak yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Hanedan Kadınlarının Kişisel Özelliklerinin Tasviri adlı temaya ulaşılmıştır.

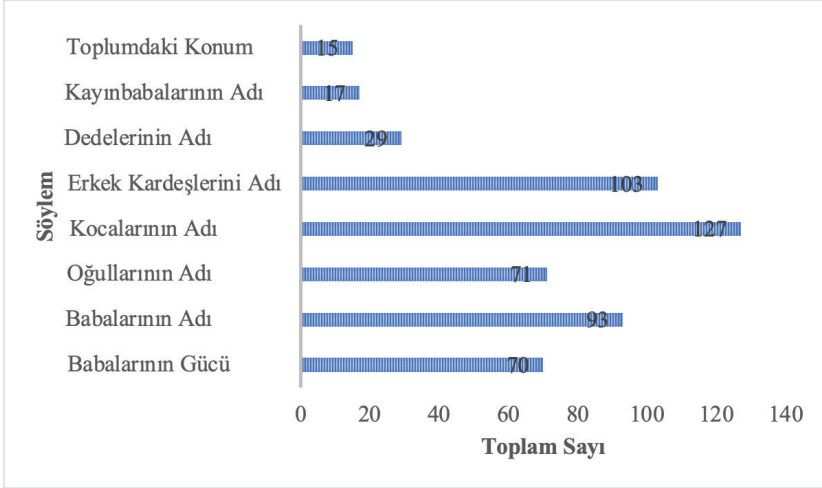
Sosyal-Siyasi Durum	Kleopatra (n)	Dilşad Hatun (n)	N. Inayat Khan (n)	Refia Sultan (n)	Nurbanu Sultan (n)
Yaşadıkları Bölge	1	2	1	1	2
Siyasi Olaylar	3	1	1	0	3
Sosyal Olaylar	3	1	1	0	3
Gelenekler	3	1	1	3	6
Rüya Tasvirleri	1	0	0	0	0

<b>Teknolojik Gelişmeler</b>	0	1	1	0	1
<b>Doğdukları Coğrafya</b>	0	0	1	1	0
<b>Doğum Tarihleri</b>	4	4	1	1	0
<b>Mektupları</b>	0	0	0	2	2
<b>Ölüm Tarihleri</b>	0	0	1	1	1

**Tablo 5.** Dönemin Sosyal ve Siyasi Durumu

Tablo 5'te üçüncü temaya ait ilk beş bölümün kodlama cetveli görülmektedir. Bu tema ilgili programa konu olan kadın figürlerinin yaşadıkları coğrafi bölge, dönemin önemli sosyal ve siyasi olayları, teknolojik gelişmeleri, gelenekleri, rüya tasvirleri, kadınların doğdukları coğrafya, doğum ve ölüm tarihleri ile mektupları adlı 10 adet temadan oluşmakta olup, kadın hanedan üyelerinin hayatları üzerinden dönemin sosyal ve siyasi tarihi pek çok yönüyle tasvir edilmektedir.

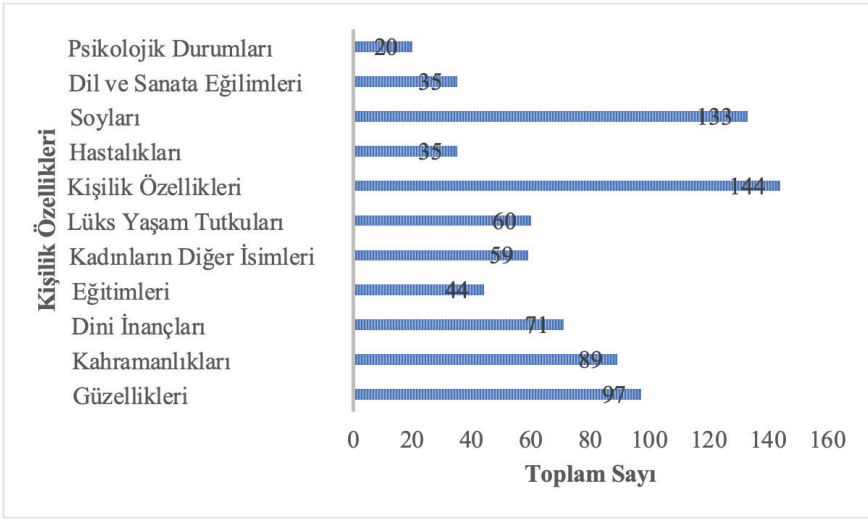
Grafik 1, Grafik 2 ve Grafik 3 temalardaki toplam kodlama sayılarını göstermektedir.



**Grafik 1.** Hanedan Kadınlarının Ataerkil Söylem Üzerinden Temsiline Ait Toplam Kodlama Sayısı

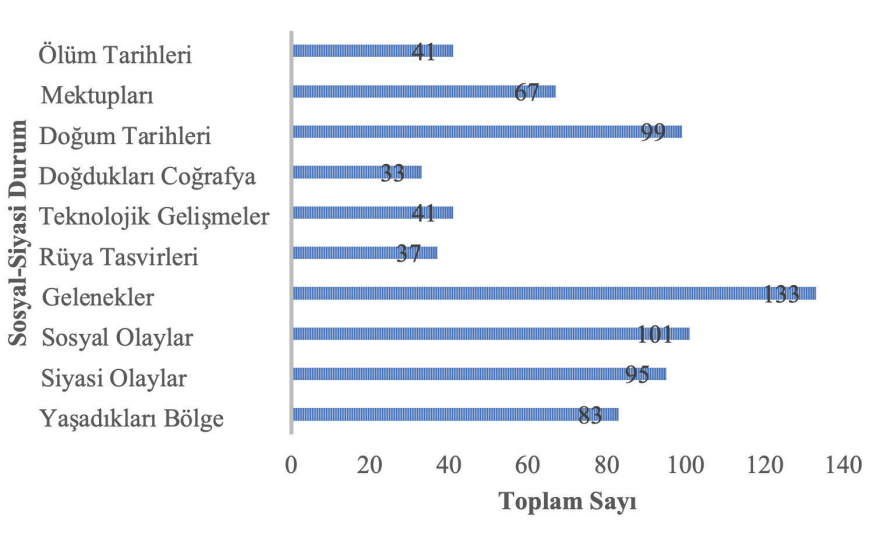
Grafik 1'de Hanedan Kadınlarının Ataerkil Söylem Üzerinden Temsili adlı temaya ait toplam kodlama sayıları görülmektedir. 62 bölüm içerisinde yapılan kodlama sonrasında en çok kodlanan öge 127 adet kodlama sayısı ile kadın hanedan üyelerinin kocalarının adları olmuştur. Erkek kardeşlerinin adları 103 defa, babalarının adı ise 93 defa kodlanmıştır. Kadınların toplumdaki konumları ise 20 adet kodlama sayısı ile en az kodlanan öge olmuştur.





**Grafik 2.** Hanedan Kadınlarının Kişisel Özelliklerinin Tasviri Üzerinden Temsiline Ait Toplam Kodlama Sayısı

Grafik 2’de Hanedan Kadınlarının Kişisel Özelliklerinin Tasviri Üzerinden Temsili adlı temaya ait toplam kodlama sayıları görülmektedir. Bu temanın altında kişilik özellikleri 144 kere kodlanarak en fazla kodlama sayısına sahipken, soyuları 133 defa kodlanarak ikinci sırayı, güzellikleri ise 97 defa kodlanarak üçüncü sırayı almıştır. En az kodlama sayısı ise 20 kere kodlanan psikolojik durumları olmuştur.



**Grafik 3.** Dönemin Sosyal ve Siyasi Durumu Üzerinden Temsiline Ait Toplam Kodlama Sayısı

Grafik 3'te Dönemin Sosyal ve Siyasi Durumu Üzerinden Temsili adlı temaya ait toplam kodlama sayıları görülmektedir. Bu grafikte 133 kere tekrar edilerek en fazla kodlanan öge gelenekler olurken, 101 defa sosyal olaylar, 99 defa da doğum tarihleri kodlanmıştır. En az kodlanan ise 33 kere tekrarlanan doğdukları coğrafya ögesi olmuştur.

#### 4. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmanın amacı, yayıncılık tarihi kapsamında yeni ve güncel bir yayın modeli olan podcast yayıncılığında kültürel ögelerin kamu yayıncılığı bağlamında kullanımının araştırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda "Kültürel ögelerin aktarılmasında podcastlerin kamusal bir platform olarak kullanılıp, kullanılmadığı ve hangi kültürel ögelerin yeniden üretilerek aktarılmakta olduğu?" sorularına yanıt aranmaktadır. Bu amaç doğrultusunda yapılan araştırmada ülkemizdeki ilk ve tek kamu yayın organı TRT'nin uygulaması TRT Dinle adlı platformdaki Hanedan Kadınları podcast serisi örneklem olarak seçilmiştir. 62 farklı programı içeren seride her program ayrı bir konu üzerine kurgulanmıştır. Türk ve dünya devletlerinin hanedan üyeleri kadınları ve onların yaşadıkları dönemi tasvir eden içeriklerde olayları ve konuyu anlatan dış ses yanında tiyatral bir anlatımla dinleyicinin dönemi hayal etmesine yardımcı olunmuştur. Örneklemi oluşturan podcastler içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Araştırmaya özel oluşturulan kodlama cetveli ile tüm veriler kodlanarak üç farklı temaya ulaşılmıştır. Bu temalar ise "Hanedan Kadınlarının Ataerkil Söylem Üzerinden Temsili," "Hanedan Kadınlarının Kişisel Özellikleri" ve "Dönemin Sosyal ve Siyasi Olayları" olarak adlandırılmıştır. İncelenen podcast serisinde yer alan figürler üzerinden ilgili dönemlerdeki sosyal ve siyasi hayatların sistematik ve ayrıntılı olarak ele alındığı, dijital çağda podcastlerin kültür ögelerinin öğrenilmesine aracılık ettiği ve kamu yayıncılığında kültürel üretimin podcastler üzerinden platformlaştırıldığı sonucuna varılabilir.

TRT Dinle uygulamasında podcast içerikleri 12 farklı türde kategorize edilmiştir. Dinleyici bu kategorizasyon ile sistematik bilgiye ulaşabilmektedir. Örneklemi oluşturan podcast serisinin her programı farklı konulardan oluşmaktadır. İstenilen içerik öncelik sırası gözetmeden dinlenebilmektedir. Her bölüm ortalama 24-30 dakika arasında sürmektedir. Benzer sürelerde üretilen içerikler dinleyicinin farklı konuları içeren bilgiye benzer süreleri harcayarak ulaşabilmelerini sağlamaktadır. Bu araştırmada da Tufan ve Şenyüz (2023)'ün çalışmalarında elde ettikleri sonuçlara paralel şekilde konunun ayrıntılı olarak ele alındığı, süre belirleyici ile içerik oluşturucunun aynı olmasının da üreticiye zaman kısıtı gözetmeksizin bilgi paylaşımı yapabileme şansı verdiği görülmektedir.

TRT Dinle uygulamasının mobil olma özelliği dinleyicilerini zaman ve mekândan bağımsız hâle getirmiştir. Bu nedenle her an, her yerde, aynı anda farklı işler yapılırken de dinlenilebilir. Sharon ve John'un (2019) podcastlerin özellikleri ile ilgili yaptıkları çalışmada belirttikleri gibi TRT Dinle uygulamasında da dinleyici kendine özgü dinleme listesini oluşturabilmektedir. Bu özellik dinleyiciyi özgürleştirir ve içerik üreticilerinin hangi konuların daha fazla ilgi gördüğünü tespit etmesini sağlayabilir.

Araştırmada TRT Dinle uygulaması için hazırlanan podcast içeriklerinin amacına uygun olarak kurgulandığı gözlenmiştir. Semiz Türkoğlu ve Ağca'nın (2021) çalışmasından farklı bir sonuca ulaşılarak ticari amaç gütmeyen, kamu yayıncılığı kapsamında oluşturulan podcast içeriklerinin birincil kaynak olarak hazırlandığı, dijital medya için yeni bir iletişim ve etkileşim platformu hâline geldiği söylenebilir.

TRT Dinle'deki podcast içeriklerinin şekilsel olarak radyo programlarına benzer yapıda olduğu gözlenmiştir. Hanedan Kadınları başlıklı podcast serisinde dış ses aracılığıyla konunun anlatılmasının yanında radyo tiyatrosuna benzer olarak dönemin figürleri ve olayları canlandırılıp, dinleme ve hayal etme deneyimlerinin birlikte yaşatılarak öğrenmenin güçlendirilmesi amaçlanmıştır. Olaylar tarihi figürler aracılığıyla anlatılmıştır. Kamu yayıncılığı bilgilendirme, eğitime ve eğlendirmeyi amaçlar. Niteliksel olarak bu yayıncılığın en önemli karakteristik özelliği toplumun kültürel düzeyini yükselterek kuşaktan kuşağa aktarımını sağlamaktır. Örneklem kapsamında incelenen Hanedan Kadınları adlı podcast serisinin bu anlayışa hizmet ettiği gözlenmiştir. Programın amacı, Türk ve dünya hanedanlıklarındaki kadın figürlerini topluma tanıtırken, yaşadıkları dönemin sosyal, siyasi yapısını ve kültürel özelliklerini de öğretmektir. Her bir program yeni bir kültüre açılan bir kapı niteliğindedir. Programlar kültürel aktarımın sağlandığı içerikler formatında oluşturulmuştur.

Dijital çağın yeni iletişim ortamları enformasyonu yeniden üreterek, kamusal bilgiyi her an ulaşılabilir hâle getirmiştir, sınırsız kayıt kapasitesi ile iletişim sistemleri kültürel öğeleri yeniden üretmekte ve toplumun hizmetine sunmaktadır (İrvan, 2002, s.360–363). Dijital medyanın en önemli özelliklerden biri de bilginin sayısallaşmasıdır. Sayısal bilgi, sistematik ve bir düzen içerisindedir. TRT Dinle'nin podcast serilerindeki kategorizasyon dinleyiciye zaman kaybı yaşatmadan, ilgi alanına uygun olan bilgiye ulaşma imkânı sunmaktadır. Programların her birinde içeriğin kısa bir özeti yer almaktadır. Dinleme deneyimine başlanmadan ne ile karşılaşılacağı öğrenilebilir. Sistematik, sınıflandırılmış, ticari kaygı güdülmeyen yayıncılık anlayışıyla hazırlanmış içeriklerle dinleyici zaman ve mekân sorunsalından arınmış bilgiye erişebilmektedir.

Örneklem kapsamında incelenen podcast serisinde her program benzer kodlarla hazırlanmıştır. 62 farklı program üç ayrı tema etrafında kategorize edilmiştir. Her program dinleyicisine konu edindiği dönemi belirli konu başlıkları altında sunmaktadır. Bu kapsamda yapılan kodlamalar ve hazırlanan kod cetveli ile üç ayrı temaya ulaşılmıştır. Bunlardan ilki “Hanedan Kadınlarının Ataerkil Söylem Üzerinden Temsili” dir. Ataerkil söylem her dönem yeniden üretilen toplumsal olmasının yanında ideolojik olan bir yapıdadır. Ataerkil toplumlarda kadınlar bu söylem içerisinde kimlik bulmuştur. Ataerkil söylemde kadın ikincil plandadır. Kadının gücünün kaynağı erkektir. Hanedan mensubu kadınlarda bu durumun daha belirgin olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Kadınlar öncelikle gücünü babalarından almaktadır. Babalarının ardından kadına güç verenler erkek kardeşleri, eşleri, oğulları hatta dedeleri ve kayınbabalarıdır. Hanedan Kadınları adlı podcast serisinde imparator ve padişah kızları, onların kardeşleri ve eşlerinden bahsedilmektedir. En güçlü olanlar hanedanın gerçek üyeleri olan sultanlardır. Hanedana evlilik yoluyla katılan kadın sultanların hiçbir zaman onların rütbesine ulaşamadıkları görülmüştür. Kadınların kendilerine ait isimleri olsa da onlar ancak çevrelerindeki erkeklerin isimleriyle anıldıkları zaman değerlidir. Bu nedenle kadınlar babalarının, erkek kardeşlerinin, kocalarının, oğullarının, dedelerinin ve kayınbabalarının isimleriyle zikredilmektedir.

Yapılan kodlama sonucunda ulaşılan yeni bir kategori de “Hanedan Kadınlarının Kişisel Özellikleri’nin Tasviri”dir. Kadının kimliğinin ve kişiliğinin bir parçası da güzelliğidir. Güzellik hemen her çağda ve kültürde kadının bir tanımlayıcısı durumundadır. Kadının güzelliği kültürel bir öge hâlini almıştır. İncelenen podcast serisinde kadınlar anlatılırken güzellikleri üzerinden yapılan tasvir çok kez yinelenmektedir. Güzellik olgusu dijital çağda da podcastler aracılığıyla kültürel bir fenomen, değişmeyen bir değer olarak yeniden üretilmiştir. Fiziksel güzelliğin yanında kadınlar manevi güzellikleri ve farklı kişilik özellikleri ile de anılmıştır.

İnsanlık tarihinde kimliği inşa eden en önemli kültürel öğelerden biri de kahramanlarıdır. Her toplum kendi kültürlerini farklı kahraman mitlerini yaratarak hikâyeleştirmiştir. Dijital medyanın sınırsız içeriği yeni kahramanlarla karşılaşarak yeniden kimlik bulmamızı sağlayan önemli ortam hâlini almıştır. İncelenen programda kamu yayıncılığı anlayışı ile hedeflenen kültür aktarımında kahraman söyleminin kadın figürler üzerinden yeniden üretildiği görülmektedir. Kişisel özellikler temasının altında kadınların sahip oldukları soylar ve diğer isimler çok kez kodlanmıştır. Hanedana evlilik yoluyla dahil olan tüm kadınlara yeni isimler verilmiştir. Bu isimlerle güç sahiplerinin eşleri ve anneleri olabilmişlerdir. Kadının önceki hayatının değeri yoktur. Kadın mensup olduğu hanedan üyeliği ile gerçek

kimliğine erişmiş kabul edilir.

Tarih boyunca dinî inançlar, toplumların kültürlerinin inşasında ve kültürel sahanın oluşumunda etkin rol oynamaktadır. İncelenen programlarda kadınların dinî inançları üzerinden kişilik tasvirleri yapılmaktadır. Bireysel olarak kişiliği dolayısıyla toplumları şekillendiren inanç kavramının da incelenen podcastlerde kültürel bir öge olarak yeniden üretildiği ve aktarıldığı görülmüştür. Bunların yanında hanedan mensubu kadınların eğitimleri, dil ve sanata olan eğilimleri, lüks yaşam tutkuları, psikolojik durumları ve hastalıkları anlatılarak dönemin kadınlarının kişilik özelliklerinin tasviri yapılmaya çalışılmıştır.

Araştırmada ulaşılan üçüncü tema ise “Dönemin Sosyal ve Siyasi Durumu” dur. Bu temanın altında en fazla gelenekler ögesi kodlanmıştır. Gelenekler maddi olmayan kültürel öğelerdir. Bir toplumda gelenekler o toplumun sosyal ve siyasi yapısının en önemli göstergelerindedir. İncelenen podcast içeriklerinde de dönemin sosyal ve siyasi durumu gelenekler üzerinden tasvir edilmektedir. Geleneklerle birlikte podcaste konu olan kişilerin doğdukları ve yaşadıkları coğrafya, doğum ve ölüm tarihleri verilmiştir. Dönemin önemli sosyal, siyasi olayları ve teknolojik gelişmeleri anlatılmaktadır.

Rüyalar ile kültür arasında doğrudan bir ilişki ve etkileşim vardır. Bireyler rüyalarını yaşadıkları toplumun kültürlerine göre anlamlandırır. Bu durum rüyada görülen sembollerin farklı toplumlarda farklı şekilde yorumlanmasını sağlar. Böylece toplumsal rüya motifleri ortaya çıkar ve rüya bireysel olmaktan çıkarak kolektif hâle gelir (Çelepi, 2012, s.8). İncelenen podcastlerde de toplumların en önemli kültür öğelerinden biri olan rüyalar sıklıkla kodlanarak yeniden üretilmiştir. Mektuplar da bir dönemin sosyal ve siyasi durumunu anlamak için önemli belgelerdir. Podcast içeriklerinde okunan mektuplar ile dönemin kültürel yapısının daha iyi aktarılabilmesi sağlanmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen TRT Dinle için hazırlanan podcast içeriklerinden elde edilen veriler doğrultusunda maddi ve düşünsel kültürel öğelerin çok defa tekrarlandığı tespit edilmiştir. Bu tekrarlar sonucunda elde edilen kodlardan farklı temalara ulaşılmıştır. Temalar aracılığıyla anlatılan toplumdaki ataerkil söylem, hanedan kadınlarının kişisel özellikleri, dönemin sosyal ve siyasi durumu kavranmaktadır. Böylece içeriklerin konu olduğu toplumlar farklı yönleri ile yeni nesillere tanıtılmaya ve kültürel değerleri aktarılmaya çalışılmaktadır. Araştırmanın amacına uygun olarak kamusal yayıncılık anlayışı ile oluşturulan podcast içeriklerinin kahramanlıktan, güzelliğe, eğitimden, teknolojik gelişmelere kadar farklı kültürel öğelerin yeniden üretilerek aktarıldığı kamusal bir platform olarak kullanıldığı sonucuna varılabilir.

Bu çalışma kamu yayıncılığı anlayışı ile hazırlanan podcast içeriklerinin halkın bilgilendirilmesi ve eğitilmesi anlamında bir hizmet olarak hayatımıza girdiğini, sistematik ve hazır bilgi sunulduğunu, kültürel ögelerin yeniden üretilmesi için dijital bir platform hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Araştırmanın zaman kısıtlaması nedeniyle tek bir seride bulunan 62 bölüm üzerinden yapılmış olması çalışmanın bir kısıtı olup TRT Dinle platformunda yer alan farklı podcast serileri analiz edilerek elde edilecek yeni bulgular, mevcut çalışma bulguları ile karşılaştırılabilir.

### **Çıkar Çatışması Beyanı**

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

### **Kaynakça**

- Acar, İ. (2022). Kamu Yayıncılığı ve Yeni Medya: TRT Örneği. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Anabilim Dalı.
- Akmeşe Demir, Z. (2022). Sinemada Ürün Yerleştirme Uygulamaları Bağlamında Arif V 216 Filminin Değerlendirilmesi. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 7(2), 141–152. doi:10.56202/mbsj-cs.1187236
- Akyol, O. (2023). Deepfake. F. Aydoğan (Ed.), *Medyada Güncel Kavramlar içinde* (s.29–35). Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.
- Arda, Ö. (2020). An Assessment of The New Media Documentary. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(24), 2937–2956. doi:10.26466/opus.678458
- Aslan, G. G. (2021). Türkiye’de Podcast Yayıncılığı Üretici Odaklı Bir İnceleme. Ankara Üniversitesi.
- Avşar, Z. (2005). Kamu Hizmeti Yayıncılığı, Uluslararası Yaklaşımlar ve Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu. *Yeni Düşünce Dergisi*, 1(1), 93–124.
- Aytekin, M. (2023). Dijital Sinema. F. Aydoğan (Ed.), *Medyada Güncel Kavramlar içinde* (s.263–271). Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.
- Aziz, A. (2013). *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Giriş*. İstanbul: Hiperlink Yayınevi.
- Berry, R. (2016a). Part of the establishment. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22(6), 661–671. doi: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. doi:10.1386/

rjao.14.1.7\_1

- Bonini, T. (2015). The 'Second Age' of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns del CAC* 41, 18, 21–30.
- Bottomley, A. J. (2015). Podcasting: A Decade in the Life of a "New" Audio Medium: Introduction. *Journal of Radio & Audio Media*, 22(2), 164–169. doi:10.1080/19376529.2015.1082880
- Budak, E. (2021). Dijital Haberciliğe Farklı Bir Bakış: Podcast Yayınları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 373–398.
- Bulut, S.(2022). Kişisel Anlatı Örneği Olarak Podcast: Yayıncılar ve Dinleyicilerin Görüşleri Çerçevesinden Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(60), 119–142. doi:10.47998/ikad.1135856
- Çelepi, M. S.(2012). Türk Halk Kültüründe Rüya. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Chin, A., Helman, A. ve Chan, T. (2017). Podcast Use in Undergraduate Medical Education. *Cureus*, 9(12), 1–8. doi:10.7759/cureus.1930
- Geoghegan, M. W. ve Klass, D. (2007). *Podcast Solutions The Complete Guide to Audio and Video Podcasting (Second Edi.)*. New York: Friendshop.
- Güler, Ş. (2023). Kurumsal İletişimde Podcast: Bankaların Podcast Kanallarına Yönelik Bir İnceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 25(45), 966–983.
- IAB. (2021). No ABD Podcast Reklam Gelir Raporu. <https://www.iab.com/insights/u-s-podcast-advertising-revenue-report-fy-2021-results-2022-2024-growth-projections/> adresinden erişildi.
- Indahsari, D. (2020). Using podcast for EFL students in language learning. *JEEs (Journal of English Educators Society)*, 5(2), 103–108. doi:10.21070/jees.v5i2.767
- İrvan, S.(2002). *Medya Kültür Siyaset*. Ankara: Alp Yayınevi.
- Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33–43. doi:10.1177/1367877904040603
- Jham, B. C., Duraes, G. V., Strassler, H. E. ve Sensi, L. G. (2008). Joining the Podcast Revolution. *Journal of Dental Education*, 72(3), 278–281. doi:10.1002/j.0022-0337.2008.72.3.tb04493.x
- John L. Sullivan. (2018). Podcast Movement: Aspirational Labour and the Formalisation of Podcasting as a Cultural Industry. *SpringerLink*, 1, 35–56.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.
- Kaynar, A. (2021). Podcast Dinleme Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 10, 43–62.

- Lin, C. A. (2009). Exploring the Online Radio Adoption Decision-Making Process: Cognition, Attitude, and Technology Fluidity. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(4), 884–899. doi:10.1177/107769900908600410
- Markman, K. (2012). Doing radio, making friends, and having fun: Exploring the motivations of independent audio podcasters. *New Media & Society*, 14(4), 547–565.
- Markman, K. M. ve Sawyer, C. E. (2014). Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 21(1), 20–35. doi:10.1080/19376529.2014.891211
- Nele Heise. (2014). On The Shoulders of Giant How audio podcasters adopt, transform and re-invent radio storytelling. MOOC Transnational Radio Stories, chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmka.
- O’Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M. ve Fiske, J. (1994). Key concepts in communication and cultural studies. Routledge.
- Özel, S.(2014). Yeni Medya Çağında Radyoların Dönüşümü. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (22), 168–189. doi:10.31123/akil.441962
- PwC. (2023). Küresel Eğlence ve Medya Sektörüne Bakış 2023-2027. <https://www.pwc.com.tr/tr/basin-odasi/2023-basin-bulteni/pwc-kuresel-eglenme-ve-medya-sektorune-bakis-2023-2027-raporunu-ya-yimladi.html> adresinden erişildi.
- Rajid, S.(2013). Educational Use of Podcast. *The Fourth International Conference on e-Learning içinde* (s.90–94).
- Şahin, S.B. (2022). Sözlü Kültür Kapsamında Radyo Tiyatrolarından Podcast Serilerine Yönelimin Kültürler Arası İncelemesi. *Global Media Journal TR Edition*, 12(24), 29–52.
- Sarı, Ü. ve Türker, H. (2021). Dijital Platform Kullanıcılarının İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 59–80.
- Semiz Türkoğlu, H. ve Ağca, M. E. (2021). Dijital Dönüşümle Radyoda Podcast İçeriklerin Üretilmesi ve İncelenmesi: ‘Ntv Radyo’ Örneği. *Selçuk İletişim*, 14(4), 1673–1695. doi:10.18094/josc.982279
- Şener, O. (2020). Gazeteciler İçin Podcast. T. Durna (Ed.), *Sivil Toplum Kuruluşları İçin Hak Temelli Gazetecilik Kılavuzu içinde* (s.215–252). Ankara.
- Sharon, T. ve John, N. A. (2019). Imagining An Ideal Podcast Listener. *Popular Communication*, 17(4), 333–347. doi:10.1080/15405702.2019.1610175



- Şimşek, F. (2016). Kültür Aktarımı Kuramının Eleştirisi: Türkiye'nin Medenileşme Sürecinde Çevirinin Rolü. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Strauss, A. ve Corbin, J. (1990). Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Producers and Techniques,. Newbury Park: CA:Sage.
- TDK. (2023). Türk Dil Kurumu. tdk.gov.tr adresinden erişildi.
- Triton Digital. (2023). Triton Digital 2023 ABD Podcast Raporu. [https://triton-digital.com/press-releases/January-30-2024/triton-digital-releases-u-s-podcast-report-for-2023#:~:text=Top podcast genres of 2023,podcast listeners 58%25 were male.](https://triton-digital.com/press-releases/January-30-2024/triton-digital-releases-u-s-podcast-report-for-2023#:~:text=Top%20podcast%20genres%20of%202023,podcast%20listeners%2058%25%20were%20male.) adresinden erişildi.
- TRT. (2024). Tarihçe Dünden Bugüne. <https://www.trt.net.tr/kurumsal/tarihce> adresinden erişildi.
- Tufan, F. ve Şenyüz, B. (2023). Queer Podcasting as a Medium of Visibility in Türkiye's Media Ecosystem: A Content Analysis on Episodes. *International Journal of Communication*, 17, 5736–5759.
- Tylor, B. (2016). Kültür Bilimi. *ViraVerita E-Dergi*, 91(4), 91–109.
- Wikipedia. (2024). Podcast. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Podcast> adresinden erişildi.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2004). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (4.Baskı.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yücel, R. (2020). Podcast'in Kısa Tarihi: Doğuşu, Yükselişi, Monetizasyonu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1303–1319. doi:10.17680/erciyesiletisim.724106
- Yüksel, Y. (2015). İçerik Çözümlemesi. *Academia Accelerating The World's Research*, 1–60. [https://www.academia.edu/24209083/iÇERİK\\_ÇÖZÜMLEMESİ](https://www.academia.edu/24209083/iÇERİK_ÇÖZÜMLEMESİ) adresinden erişildi.

Kaynak: TRT Yayıncılık Tarihi Müzesi Kataloğu



**TRT**  
DİNLE