



Türkiye'deki İletişim Çalışmaları Alan Yazınında Podcast: Bir Kapsam Analizi

Podcast in the Communication Studies in Turkey: A Scoping Review

Çiğdem ÖZKAN SEV¹ 

ÖZ: Ses ve anlatıya dayalı, kendine has kültürel üretim ve tüketim pratiklerine sahip podcastleri, yeni medya ekolojisinin yükselen mecrası olarak nitelendirmek mümkündür. 2000'li yılların başında ortaya çıkan bu mecra, eğitim alanındaki kullanımlarıyla yaygın olarak ele alınmış, Türkiye'de ise iletişim akademisi tarafından son 5 yılda incelenmeye başlanmıştır. COVID-19 pandemisinin zorunlu kıldığı kapanma koşulları, mecranın Türkiye'de bilinirliğini artırmış; bireyler bu dönemde yalnızlıklarını dindirmek, psikolojik destek almak ve kaliteli vakit geçirmek gibi nedenlerle podcastlere yönelmiştir. Bu çalışma, iletişim yazınına yeni giren podcastlerin araştırmacılar tarafından nasıl ele alındığını, hangi boyutlarıyla incelendiğini ve bu alan yazının gelecekteki yönünü tespit etmeyi amaçlamaktadır. Alan yazının haritasını sunmayı hedefleyen çalışma, keşifsel nitelikte ve kapsam analizi olarak tasarlanmıştır. Kapsam belirleme analizi olarak da anılan bu yöntem, bir araştırma alanıyla ilgili mevcut kaynak, kavram ve bulguların haritalandırılarak araştırma yelpazesini belirlemeyi, alan yazındaki boşlukları görünür kılmayı ve gelecek çalışmalar için yeni rotalar oluşturulmasını sağlamaktadır. Bu doğrultuda çalışmada, akademik makaleler, tezler ve tam metni yayınlanmış bildirilerden oluşan 32 yayın, podcastleri ele alma biçimleri, araştırma tasarımları, yıllara ve türlerine göre dağılımları ile ortak temalar bakımından analiz edilmiştir. Buna göre iletişim çalışmaları alan yazınında podcastler konu dağılımlarına göre; podcast içeriklerine, podcast kullanım alışkanlıklarına, podcast üretim pratiklerine yönelik olanlar ve podcasti tanıtıcı ve kuramsal açıdan ele alan çalışmalar olmak üzere dört madde ile kategorize edilmiştir. İncelemeye göre, podcastler üzerine en fazla yayının 2022'de yapıldığı ve çalışmaların ağırlıklı olarak araştırma makalesi olduğu görülmüştür. Yayınlarda podcastleri açıklamaya, gazetecilik ve kurumsal fayda başta olmak üzere çeşitli kullanımları incelemeye odaklanıldığı, mecraya özgü anlatı pratiğine ilginin ise düşük olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Podcast, Kapsam Analizi, İletişim Çalışmaları

¹ Dr., Independent Researcher

e-mail: cigdemozkan.sev@gmail.com ORCID: 0000-0002-5501-8115

Atıf/Citation: Özkan Sev, Ç. (2024). Türkiye'deki İletişim Çalışmaları Alan Yazınında Podcast: Bir Kapsam Analizi. Intermedia International e-Journal, 11(21) 289-312. doi: 10.56133/intermedia.1498430.

Extended Abstract: Podcasts, which are based on sound and storytelling and have unique cultural production and consumption practices, can be characterised as the rising new medium of the new media ecology. As they contain audio content, podcasts have been defined and explained in terms of radio in these early periods of its emergence with expressions such as “radiogenic” (Berry, 2006, p. 155) and “radiophonic” (Dubber, 2013, p. 56). Although this medium, which uses the principle of content distribution through RSS technology, is similar to radio in that it carries audio content, it differs from radio in that it embraces both technology and genres based on personal narrative.

This medium, which emerged in the world in the early 2000s, has been widely discussed, especially in the field of education, and has only started to be analysed and discussed by the academic circles in Turkey that are focused on communication in the last 5 years. Especially the lockdown conditions necessitated by the COVID-19 pandemic have led to an increase in the awareness of the medium in Turkey, and individuals have turned to podcasts for reasons such as relieving their loneliness, getting psychological support and spending quality time during this period when they cannot socialise. This study tries to determine how podcasts, which have recently entered the literature of communication studies, have been handled by researchers, which dimensions have been analysed, and the future direction of this developing literature. In this direction, the study, which aims to reveal the map of the existing literature and is exploratory in nature, was designed as a scoping analysis.

Scoping analysis, one of the secondary research designs, maps the concepts underpinning a research area, the main sources available, and the types of findings available (Tricco et al., 2016, p. 2). The study adopted the 5-stage scoping framework proposed by Arksey and O'Malley (2005, pp. 8-9) and followed the PRISMA-ScR (PRISMA scoping extension) flow diagram proposed by Peters et al. (2015, p. 144). Accordingly, the study is designed as a scoping review to answer the following questions:

1. What is the nature of the studies on podcasting in the communication studies literature in terms of their characteristics and methodologies?
2. What is the contribution of these studies to the communication studies literature?
3. How can the related literature be improved within the scope of these studies?

In the study, 32 academic articles, theses, dissertations and full-text published papers were analysed in terms of how they address podcasts, their research designs, their distribution according to years and types, and the common themes found in the studies. Accordingly, podcasts in the communication studies literature were categorised into four items according to their subject distribution: (1) podcast content, (2) podcast usage habits, (3) podcast production practices and (4) studies that deal with podcasting from an introductory and theoretical perspective. According to the analysis, it was determined that most publications on podcasts were made in 2022, and the studies were mostly research articles.

The general tendency of the podcast medium in the communication studies literature in Turkey is to examine the opportunities created by podcasting and the innovations it brings by exploring the practices of using and producing content for the medium, thus understanding the medium better. In addition, podcasts have been discussed in terms of advertising, corporate communication, digital public relations and political communication capacity. Most studies examining podcast content have tended to classify podcasts based on qualities such as genre, frequency, length, content producer, purpose, etc. When the studies investigating podcast usage habits are examined, it is seen that the themes of “learning something” and “having fun, having a good time” are at the top of the list as the reasons why participants listen to podcasts; there is a tendency to listen to podcasts while doing other things, podcasts provide listeners with the freedom to consume content wherever and whenever they want, content diversity and ease of consumption are common themes associated with the nature of podcasts. When the studies on production practices are examined, it is found that podcasters consider the medium as an alternative medium where they can broadcast freely and independently.

Another theme that draws attention in the related studies is the expectation that podcasts have sincere language and a conversational texture. The fact that themes such as “intimacy, personal narrative, personalisation,” which have risen with podcasting, are covered in detail in a few studies point to the gap in the Turkish literature on this theme, which is frequently addressed in international literature. It is possible to say that podcast studies in Turkey need researchers' interest in the unique narrative forms of the medium and the relationships and interactions established through narrative, as well as explaining the medium in various dimensions and examining its production use practices.

Key Words: *Podcast, Scoping Review, Communication Studies*

GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler pek çok alanda olduğu gibi dijital medyada da değişim ve ilerlemenin itici gücü olarak nitelendirilmektedir. Yeni teknolojiler ile geliştiği söylenen dijital medya, aynı zamanda bireylerin görsel-ışitsel uyarılar tarafından kuşatıldığı, enformasyon akışının hiç kesilmediği gürültülü bir ortam yaratmış, tam da bu ortamda tek bir duyuya seslenen, durmaksızın kayan ekranda koşuşturan gözleri ekarte eden, dinlemeyi ve anlamayı önceleyen bir mecra ortaya çıkmıştır. Teknolojik özellikleri bakımından çağının pek de ilerisinde olmayan ve bireylere insanın en temel iletişim aracı olan dil ile sözlü olarak seslenen bu mecra, diğer dijital medyaya kıyasla oldukça farklı bir yerde konumlanmaktadır. Tam da bu niteliğiyle bugün podcastler iletişim akademisinin ilgisini yönelttiği en güncel araştırma konularından birini oluşturmaktadır.

Podcastler, üretim ve dağıtım teknolojilerinin ucuz ve ulaşılabilir olması, her türden ilgi ve görüşe yönelik içerik çeşitliliği barındırması ve sansüre dirençli olması ile ifade özgürlüğü bakımından yeni bir alan yaratmıştır. Ağırlıklı olarak amatör bir ruh barındıran podcast yayıncılığı, herkesin kendi ilgi ve görüşleri doğrultusunda birer podcast yayıncısı olabilmesine imkan sağlaması ile aynı zamanda kişisel bir medyadır. Bu niteliklerinin yanında yalnızca bireylerin özel ilgi alanlarına değil kurumların da hedef kitlelerine ulaşmaları için yeni bir kanal olan podcastlerin kullanım yaygınlığı arttıkça, mecraya yönelik akademik ilgi de artmaya başlamıştır. Uluslararası alan yazın değerlendirildiğinde oldukça geniş bir konu yelpazesi barındıran podcastler, Türkiye’de görece geç bir zamanda ele alınmaya başlansa da bugün podcast çalışmaları olarak ifade edilebilecek bir alan yazından bahsetmek mümkündür. Bu çalışmada söz konusu alan yazının bir haritasını çıkarmak, podcastlerin Türkiye iletişim akademisince nasıl tanımlandığı ve incelendiğini tespit edebilmek ve gelecek eğilimlerini ortaya koymak üzere bir kapsam analizi yapılmaktadır.

Kapsam analizi çalışmaları, ikincil araştırma tasarımlarından biri olarak ağırlıklı olarak sağlık bilimleri alanında kullanılmaktadır. Farklı alanlarda yapılan araştırmalarda ortaya konan bulgulardaki ortak temaları keşfedebilmek, gelecekte bu alanlarda sistematik literatür analizi yapılabilmesi için gerekli altyapıyı oluşturmak, alan yazındaki mevcut durumu ve muhtemel boşlukları tespit ederek araştırmacılara yardımcı olmak gibi amaçlarla yapılan kapsam analizi çalışmaları, günümüzde farklı akademik disiplinler arafından da tanınmaya ve kullanılmaya başlanmıştır. Kapsam analizi çalışmaları sayısal olarak çok daha geniş bir alanı incelemeye imkan veren bibliyometri çalışmalarının aksine, daha spesifik konular söz konusu olduğunda, belli bir konuya dair teorilerin gelişmekte ve uygulamaların daha dağınık olduğu alanlarda oldukça işlevsel bir yöntemdir. Türkiye’deki podcast çalışmalarına bakıldığında da, bilinirliği ve kullanım alanları artan ve gittikçe popülerleşen görece yeni bir mecra-nın anlaşılması ve açıklanmasına yönelmiş, gelişmekte olan bir literatürden söz etmek mümkündür. Bu hususta yürütülen kapsam analizi çalışmasında, Türkiye’de iletişim çalışmaları kapsamı içerisinde konumlandırılabilir olan podcast çalışmalarının bir özetini ortaya koymak ve gelecek çalışmalar için bir referans noktası oluşturarak alan yazın taramasını kolaylaştırmak, literatürdeki güncel eğilimleri ve mevcut boşlukları tespit etmek amaçlanmaktadır. Çalışmada buradan hareketle, öncelikle podcast mecrasının neliğinden kısaca bahsedilmiş, kavramsal arka planı ve uluslararası alan yazındaki konumu irdelenmiştir. Ardından Arksey ve O’Malley tarafından önerilmiş olan 5 aşamalı kapsam analizi çerçevesi kullanılarak alan yazın haritalandırılmıştır.

1. Kavramsal Arka Plan

Ses ve anlatı odaklı bir yayıncılık pratiğini beraberinde getiren podcast mecrası, 2000’li yılların başında ortaya çıkmıştır. Sesli içerikler ihtiva etmesi itibarıyla podcastler, ortaya çıktığı bu ilk dönemlerde “radyojenik” (Berry, 2006, s. 155) ve “radyofonik” (Dubber, 2013, s. 56) gibi ifadelerle, radyo üzerinden tanımlanmış ve radyo ile kıyaslanarak açıklanmaya çalışılmıştır. RSS² teknolojisi ile içerik dağıtımını prensibini kullanan bu mecra, her ne kadar ses içeriğini taşımasıyla radyoya benzese de, hem teknolojisi hem de kişisel anlatıya dayalı türlere kucak açmasıyla radyodan farklılaşmaktadır.

² “Really simple syndication” (*gerçekten basit dağıtım*) veya “rich site summary” (*zengin içerikli site özeti*) olarak bilinmektedir. Her iki açılım da sık güncellenen web sitelerinden yeni içeriklerin en kısa yoldan abonelere ulaştırılması prensibine dayanmaktadır. (*Definition & Facts | Britannica, 2024*)

Podcast mecrası, iletişim çalışmaları disiplininin dikkatini çekmeden önce ağırlıklı olarak eğitim ve öğrenim için kullanılabilir bir araç olarak ele alınmış (Copley, 2007; Evans, 2008; McKinney vd., 2009) ve bu alanda yaratabileceği faydalar doğrultusunda irdelenmiştir. YÖK (Yüksek Öğretim Kurumu)'ün tez veritabanına bakıldığında da "podcast" başlıklı ilk çalışmanın yabancı dil öğrenimi ile ilişkili olarak ele alındığını görmek mümkündür (Başaran, 2010). Yine aynı tez veritabanında podcast mecrasını iletişim çalışmaları çerçevesinde ele alan ve araştırmasının merkezine yerleştiren çalışmalara ise ancak 2021 yılı itibarıyla rastlanılabildiği görülmüştür.

Mecra dijital içerikleri tüketmenin yeni bir aracı olarak popülerleşip dinleme oranlarının artmaya başlamasıyla birlikte iletişim akademisinin yoğun ilgisine maruz kalmıştır. Bu ilginin yönünün başlangıçta mecranın kendisini anlayabilmek üzere, onu sesli içerikleri tüketmenin daha geleneksel bir yolu olan radyo ile kıyaslamaya doğru ağırlık kazandığını söylemek mümkündür (Berry, 2006; Coyle, 2006; Madsen, 2009; Menduni, 2007). Radyoculuğun kurumsal yapısına kıyasla daha kişisel ve amatör bir ruh barındıran podcastler, bu nitelikleriyle amatör radyoculuk, internet radyoculuğu, topluluk radyosu gibi formatlara benzetilmiştir (Berry, 2016, s. 155). Apple firmasının mecraya olan ilgisi ile daha da yaygınlaşan podcastler, araştırmacı gazeteciliğin sesli ve belgesel benzeri bir türü olan Serial adlı programın yarattığı ivme ile (Mchugh, 2016, s. 2) "ikinci çağ"na girmiştir (Baldini, 2015, s. 23). Bu dönemden itibaren yapılan akademik çalışmalar da konu bakımından çeşitlilik kazanmaya başlamış ve podcast kullanım motivasyonlarını anlama yönünde ağırlık kazanmıştır.

Söz konusu çalışmalara bakıldığında dinleyicilerin podcast kullanım motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde ele alındığı görülmektedir (K. S. Boling & Hull, 2018; Chan-Olmsted & Wang, 2022; Chung & Kim, 2015; Craig vd., 2023; S.-W. Lin & Huang, 2024; McClung & Johnson, 2010; Samuel-Azran vd., 2019; Stephani vd., 2021; Tobin & Guadagno, 2022; Vitis & Ryan, 2023). Bu doğrultuda Perks, Turner ve Tollison (2019) podcast mecrasına özel bir kullanım ve doyumlar ölçeği geliştirmiştir. Podcast dinlemeyi motive eden unsurlara bakıldığında, eğlence, kullanışlılık (K. S. Boling & Hull, 2018, s. 99; Chung & Kim, 2015, s. 19; McClung & Johnson, 2010, s. 91) ve bilgi edinme (Chan-Olmsted & Wang, 2022; Samuel-Azran vd., 2019, s. 13) motivasyonlarının ön plana çıktığı görülmüştür. Daha güncel çalışmalarda podcast dinlemenin sosyal boyutları ele alınmaya başlanmış ve dinleyicinin podcast yayıncısına yakınlık duyması doğrultusunda ortaya çıkan parasosyal etkileşim fenomeni ile podcast dinlemenin yeni bir boyutu gündeme gelmiştir (Brinson & Lemon, 2023; Castaño & Hurtado, 2022; Marx vd., 2021; Schlütz & Hedder, 2022; Soto-Vásquez vd., 2022; Tobin & Guadagno, 2022).

Podcast kullanım motivasyonlarının yanında, podcast içeriklerinin analizi (Cardell & Douglas, 2022; Hardey & James, 2022; Jacobson, 2019; Koo vd., 2015; Swanson, 2010; Vasquez Heilig vd., 2021), bağımsız podcast yayıncılarının podcast üretim motivasyonları (Markman, 2011; Markman & Sawyer, 2014), podcastleri gazetecilik (K. Boling, 2019; Dowling vd., 2022; Lindgren, 2021; Mehendale, 2024; Nee & Santana, 2021; Park, 2016, 2017; Perdomo & Rodrigues-Rouleau, 2022; von Krogh & Svensson, 2017), reklamcılık (Bezbaruah & Brahmbhatt, 2023; Moe, 2023), kurumsal performansı artırma (Waddingham vd., 2020) ve siyasal iletişim kampanyalarının bir parçası olarak kullanmaya yönelik (Tranová & Veneti, 2022) çalışmaların varlığı, akademik alan yazında konu çeşitliliğinin arttığını göstermektedir. Buna ek olarak mecranın sansür mekanizmalarından uzak oluşu, ana akım medyada yer bulamayan topluluklar ve toplumdaki dezavantajlı gruplara da seslerini duyurabilecekleri bir kanal yaratmıştır. Bu hususta yapılan çalışmalarda queer toplulukları (Fox, 2008; Tufan & Şenyüz, 2023), çeşitli etnik kökene sahip bireyler (Florini, 2015; Vrikki & Malik, 2019) şiddet gören kadınlar (Rodgers, 2023) gibi dezavantajlı grupların hem seslerini duyurma hem de dayanışma gibi amaçlarla podcast mecrasında yer aldıkları görülmektedir. Bu örneklerden yola çıkarak podcast mecrasının uluslararası alanyazında oldukça geniş bir konu çeşitliliğine sahip olduğunu söylemek mümkündür. Öyle ki, yaygın geleneksel yahut dijital mecralar özelinde araştırma konusu olan pek çok problem podcast mecrasında da irdelenmekte, bunların yanında mecranın doğası anlaşıldıkça mevcut alan yazına yeni sorular eklenmektedir.

2. Yöntem

Kapsam belirleme incelemeleri, bir araştırma alanının temelini oluşturan kavramları, mevcut ana kaynakları ve mevcut bulgu türlerini haritalamak için kullanılmakta (Tricco vd., 2016, s. 2) ve bu haritalandırma süreci için titiz ve şeffaf bir yöntem sağlamaktadır (Arksey & O'Malley, 2005, s. 23). Bu bakımdan kapsam analizi çalışmaları genel manada "keşifsel" araştırmalardır. İkincil araştırma tasarımlarından biri olan kapsam analizi, incelenen bir konu hakkında daha fazla bilgi edinmekten ziyade, konu ile ilgili yayınlanmış diğer materyallerden veriler toplar ve

mevcut durumu betimler (Kızıldağ, 2023, s. 23). Özellikle sağlık araştırmalarında popüler olan bu yöntem (Levac vd., 2010) zamanla farklı disiplinler tarafından da kullanılmaya başlanmış ve son yıllarda ayrı bir araştırma faaliyeti olarak nispeten ivme kazanmıştır (Pham vd., 2014, s. 379). Türkiye’de de kapsam analizi çalışmalarının eğitim (Dönmez & Gülen, 2024; Kızıldağ, 2023; Kızıldağ & Tuncer, 2022; Konuk, 2021; Selvi, 2021) ve sağlık (Çor & Soysal, 2024; Özmen & Yürümezoğlu, 2024; Seyrek vd., 2023) alanlarında yaygınlaştığını söylemek mümkündür.

İletişim çalışmaları disiplinine bakıldığında ise kapsam analizi yönteminin sağlık iletişimi gibi alanlarla ilişkili olarak ve sağlık alanında çalışan akademisyenler tarafından yürütüldüğünü söylemek mümkündür. Örneğin Lin ve Nan (2023) COVID-19 döneminde sağlık iletişimi konusunda yayınlanan çalışmaları incelerken, Tsao ve arkadaşları (2021) yine aynı dönemde yayınlanan COVID-19 ve sosyal medya ile ilgili çalışmaları irdelemiştir. İletişim çalışmaları ile daha yakından ilişkisi olan kapsam analizi çalışmalarına ise Shahzad ve arkadaşları’nın (2022) büyük veri analitiği ile sahte haberler arasındaki ilişkileri irdelemek, sahte haberleri tespit etmek için kullanılan trend yaklaşımları bulmak gibi amaçlarla ilgili konulardaki yayınları kapsam analizine tabi tuttuğu çalışması ile Lopezosa ve arkadaşlarının (2023) medyada içerik küratörlüğü ile ilişkili araştırmalara yönelik incelemelerini örnek göstermek mümkündür.

2005 yılında Arksey ve O’Malley, kapsam belirleme incelemelerinin ne zaman ve nasıl yapılabileceğini açıklığa kavuşturmak amacıyla ilk metodolojik çerçeveyi yayınlamıştır. Buna göre kapsam analizi çalışmaları (2005, ss. 6-7) bir sorun ve/veya konudaki mevcut çalışmaların doğasını, kapsamını ve içeriğini analiz etmek, ilgili konuda bir sistematik analizin uygulanabilir olup olmadığını ve potansiyel maliyetlerini belirlemek, belirli çalışma alanlarındaki bulguları ve araştırma yelpazesini özetlemek ve mevcut alan yazındaki boşlukları tespit ederek gelecekte yapılabilecek çalışmaların konularını belirlemek amaçlarıyla yapılabilmektedir.

Bu doğrultuda çalışma, aşağıdaki sorulara cevap verebilmeyi amaçlamaktadır:

1. İletişim çalışmaları alan yazında podcast mecrası üzerine yapılan çalışmaların özellikleri ve metodolojileri açısından doğası nedir?
2. Söz konusu çalışmaların iletişim çalışmaları alan yazınına katkısı nedir?
3. Söz konusu çalışmalar kapsamında ilgili alan yazın hangi açılardan geliştirilebilir?

2.1. Araştırma Tasarımı

Çalışmada Arksey ve O’Malley’in (2005, ss. 8-9) önerdiği 5 aşamalık kapsam analizi çerçevesi benimsenmiştir. Buna göre sırasıyla araştırma sorusu oluşturulmuş, belirlenen konu ile ilgili çalışmalar belirlenmiş ve ayıklanarak seçilmiş, çalışmalara dair veriler grafik/tablolara görselleştirilmiş ve sonuçlar özetlenerek raporlanmıştır.

Söz konusu çerçeve doğrultusunda araştırmanın temel sorusu, Türkiye’deki iletişim çalışmaları alan yazında yer alan ve podcastleri odağına alan akademik çalışmaların kapsamının belirlenmesidir. İletişim çalışmaları disiplini, gazetecilik, halkla ilişkiler, radyo, sinema ve televizyon, görsel iletişim, dijital medya, yeni medya gibi oldukça geniş bir konu yelpazesi barındırmaktadır. Yakın tarihlerde iletişim çalışmaları kapsamında incelenmeye başlayan podcastlerin, yükselen bir dijital mecra olarak yeni medya ekolojisinin bir parçası olarak ele alınması ve keşfedilmesi, iletişim akademisinin üzerine eğildiği güncel bir konudur. Bu çalışmada bu eğilimin hali hazırdaki durumunun, kapsamının ve gelecekteki yönünün tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Çalışma “podcast” anahtar kelimesini içeren akademik yayınlar kapsamında gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda Türkçe literatürde yer alan akademik çalışmalar Dergipark platformu ve Google akademik arama motoru yardımıyla bulunmuş, tezler ise YÖK Tez veri tabanından elde edilmiştir. Dışlama ve dahil etme kriterlerine göre farklı veri tabanlarında tekrar eden çalışmalar ve doğrudan iletişim çalışmaları kapsamında olmayan akademik yayınlar, kitap ve kitap kmleri elenmiştir. Yalnızca hakemli bir akademik dergide yayınlanan akademik makaleler ile tam metni bulunan bildiri metinleri analiz kapsamına alınmış, tezden türetilen çalışmalarda ise tezler yerine makaleler esas alınmıştır.

2.1.1. Dahil Edilme Kriterleri

Dahil edilme kriterleri araştırmacıların kapsam belirleme incelemesine dahil edilecek kaynaklar hakkında karar vermeleri için bir rehber sağlamaktadır (Peters vd., 2015, s. 143). Bu doğrultuda çalışmanın ana kaynakları Der-

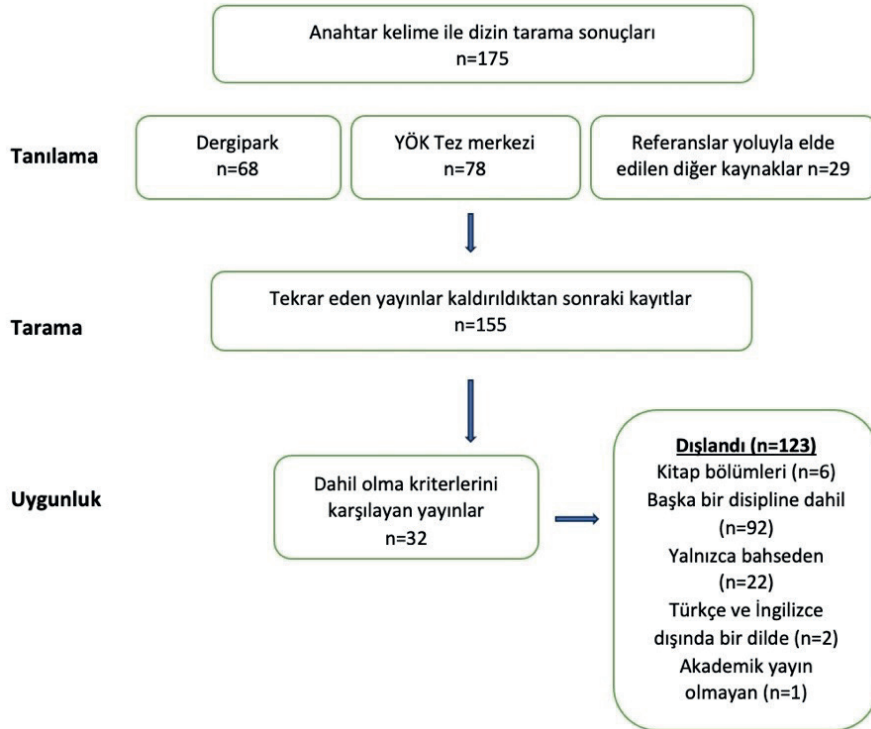
gipark ve YÖK Tez merkezi veritabanları olarak belirlenmiştir. 1 Mayıs 2024 tarihinde yapılan taramada Dergipark veri tabanında yıl bakımından sınırlama yapılmamış, “başlık” VEYA “anahtar kelimeler” VEYA “özet” içerisinde “podcast” kelimesi bulunan çalışmalar taranmış ve toplam 68 sonuca ulaşılmıştır. Bu çalışmalar içerisinde podcast mecrasından sosyal ağların bir örneği olarak yalnızca bahseden (n=8), mecrayı farklı disiplinler içerisinde değerlendiren (n=40), Türkçe ve İngilizce dışında başka bir yabancı dilde yayımlanan (n=2) çalışmalar ve makale dışında başka bir türde olan yayınlar (n=1) dışlanmıştır. Bu doğrultuda Dergipark veri tabanından toplam 17 çalışma araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

YÖK tez veri tabanında çalışmaların isim, konu, dizin ve özet alanları içerisinde “podcast” kelimesi geçen tüm çalışmalar taranmış ve toplam 78 kayıta ulaşılmıştır. Bu çalışmalar içerisinde podcast mecrasını/içeriklerini incelemekle birlikte iletişim çalışmaları alan yazınına dahil olmayan 52 çalışma araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Söz konusu çalışmaların konu dağılımlarına bakıldığında podcastlerin ağırlıklı olarak eğitim-öğretim disiplini içerisinde ele alındığı (n=36) görülmüştür. İletişim çalışmaları alan yazına dahil edilebilecek olan, ancak podcast mecrasını doğrudan araştırma nesnesi olarak odağına almayan çalışmalar da (n=14) araştırma kapsamına alınmamıştır. Bu doğrultuda YÖK tez veri tabanından toplam 12 çalışma kapsam analizi için konu bakımından uygun bulunmuştur. Bu 12 çalışma içerisinde ise 3 çalışma tezden türetilen makale kapsamında olduğu ve bu çalışmalara diğer veritabanlarından elde edilen çalışmalar grubunda yer verildiği için elenmiş ve toplam 9 çalışma analize dahil edilmiştir.

Dergipark veritabanından elde edilen makalelerin referansları üzerine ve Google akademik veritabanının ilk 20 sayfasında yapılan tarama neticesinde 29 çalışma daha bulunmuştur. Bu çalışmalar içerisinde Dergipark veritabanında bulunduğu için tekrar eden çalışmalar (n=17) ve kitap bölümleri (n=6) çıkarılmıştır. Bu aşamada yapılan tarama neticesinde 6 makale çalışma kapsamına alınmıştır.

Dışlama ve dahil etme kriterleri doğrultusunda yapılan düzenlemeler neticesinde toplam 32 çalışma araştırma kapsamına alınmıştır. Söz konusu kapsam derlemesi, Peters ve arkadaşlarının (2015, s. 144) önerdiği PRISMA-ScR (PRISMA kapsam belirleme uzantısı) akış diyagramına uygun biçimde yapılmıştır (Bkz. Grafik.1).

Grafik 1: PRISMA-ScR akış diyagramı

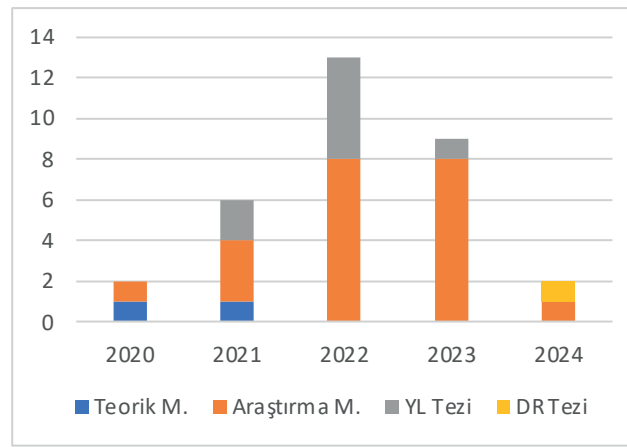


3. Analiz ve Bulgular

Kapsam analizine dahil edilen 32 akademik yayın ilk olarak betimsel nitelikleriyle özetlenmiştir. Çalışmaların araştırma tasarımları, kullanılan yöntem, veri toplama teknikleri, ölçme araçları ve örneklemi ile birlikte özetlenmiş, böylelikle çalışmalara dair genel bir tablo oluşturulmaya çalışılmıştır. Buna ek olarak incelenen çalışmalar yıllara, yayın türüne ve ele aldıkları konular bakımından kapsamlarına göre sınıflandırılmış ve özetlenmiştir.

Çalışmaların bibliyografik özelliklerine bakıldığında, en fazla akademik çalışma yayınlayan yazarların Akdeniz Üniversitesi'nden Emrah Budak (2021, 2022) ve bağımsız araştırmacı olan Açelya Kaynar (2021, 2022) olduğu görülmüştür. Genel olarak podcast üzerine yapılan çalışmalarda yazar bakımından çeşitlilik olduğunu söylemek mümkündür. Söz konusu çalışmaların yayımlandıkları yıllara ve teorik makale, araştırma makalesi, yüksek lisans tezi ve doktora tezi olmak üzere türlerine göre dağılımları Grafik 2.'de gösterilmiştir³.

Grafik 2: Çalışmaların yıllara ve türlerine göre dağılımları



Kapsam analizi çerçevesinde incelenen çalışmaların araştırma tasarımları ise Tablo.1'de özetlenmiştir. Araştırma makaleleri "R", tezler ise "T" ile kodlanmış ve yayımlandıkları tarihe göre (eskiden yeniye) Tablo.1 'de sıralanmıştır. İlgili tabloda aynı zamanda çalışmaların araştırma tasarımları detaylı olarak incelenmiştir. Çalışmaların tablo biçiminde özetlenmesi hususunda Kızıldağ'ın (2023) çalışması referans alınmıştır. Söz konusu çalışmaların araştırma tasarımlarında benimsedikleri yöntemler, yazarların kendi ifadelerine sadık kalınarak aktarılmıştır.

Tablo 1: Çalışmaların araştırma tasarımları

Araştırma türü	Araştırma yöntemi	Veri toplama tekniği	Ölçme aracı & çerçeve	Örneklem	Yazar(lar), yıl	No
Teorik	Literatür taraması	—	—	—	Yücel, 2020	R1
Nitel	İçerik analizi	—	Kutlu (2020), Llinares vd. (2018), Bonini (2015)'nin yaklaşımı	Covid-19 pandemi döneminde yayına başlayan ve Spotify'da listelenen 44 podcast programı	Demir & Yılmaz, 2020	R2

³ Doktora ve yüksek lisans tezlerinden türetilen çalışmalar tabloda araştırma makalesi olarak kodlanmıştır. Bu çalışmaların ikisi yüksek lisans, biri ise doktora tezinden türetilmiştir.

Nitel	—	Derinlemesine görüşme	—	Yaşları 16-45 arasında değişen, Türkiye'de yaşayan ve günde en az 1 bölüm podcast dinleyen 11 katılımcı	Kaynar, 2021	R3
Nitel	Yapısal analiz	—	Carvalho, Aguiar ve Marcel (2009)'in podcast sınıflandırması	NTV Radyo'da yer alan ve aktif olarak yayın hayatına devam eden 29 adet podcast programı	Semiz-Türkoğlu & Ağca, 2021	R4
Teorik	Literatür taraması	—	—	—	Budak, 2021	R5
Nitel	İçerik analizi	—	Dijital Hikayeler için Dereceli Değerlendirme Ölçeği (Özcan, Kukul ve Karataş, 2016)	Trendyol firmasının <i>Trendyol Tech Podcast</i> adıyla yayınladığı 13 adet podcast yayını	Doğan & Yeşil, 2021	R6
Nitel	Betimsel Analiz	Derinlemesine Görüşme ve Anket	—	Spotify platformuna 2021 yılı içinde en az 1 içerik yüklemiş podcast kanalları içerisinde yer alan 60 podcast yayıncısı	Gürbüz-Arslan, 2021	T1
Nitel	Betimsel Analiz	—	—	2018- 2019 yılları arasında Spotify'da podcast olarak yayınlanan TRT Radyo Tiyatrosu oyunları	Toraman, 2021	T2
Nitel	Yapısal & İçerik Analizi	—	Carvalho, Aguiar ve Marcel (2009)'in podcast sınıflandırması	<i>Kısa Dalga, Medyascope, Ünsal Ünlü ve Nevşin Mengü'nün</i> podcast yayınları	Dumanlı-Kürkçü, Yıldız & Koç, 2022	R7
Nitel	Betimsel Analiz	Yapılandırılmış Görüşme	—	Kamu kuruluşlarında ve bağımsız çalışan toplam 11 podcast yayıncısı	Budak, 2022	R8

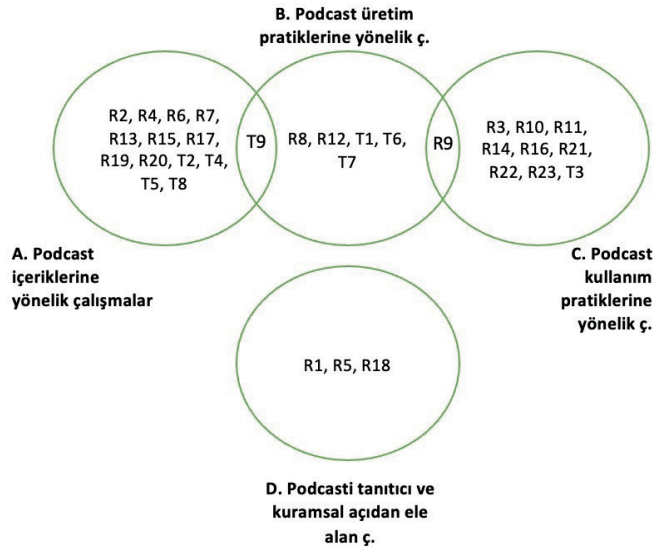
Nitel	İçerik ve Betimsel Analiz (MAXQDA)	Yapılandırılmamış Derinlikli Görüşme	—	Podcast dinleyicisi ve yayıncılarından oluşan 13 kişi	Bulut, 2022	R9
Nitel	Betimsel Analiz	Derinlemesine Görüşme	—	18-35 yaş aralığında yer alan ve haber podcast dinleyicisi olan 15 kişi	Yenituna & Kurt, 2022	R10
Nitel	İstatistiksel Analiz (SPSS)	Çevrimiçi anket	Perks vd. (2019)'un Podcast Kullanım ve Doyumlar Ölçeği, Yemez (2016)'nın Sosyal medya reklamlarına yönelik tutum ölçeği	Podcast dinleyicisi 404 kişi	Özkök-Şişman & Babür-Tosun, 2022	R11
Nitel	İçerik analizi	Yarı yapılandırılmış görüşme	—	4 podcast yayıncısı	Bölükbaş & Dınç, 2022	R12
Nitel	İçerik analizi	—	—	<i>The Magnus Archives</i> ve <i>Korku Hikayeleri</i> podcast programlarının bölümleri	Şahin, 2022	R13
Nitel	İçerik analizi	Yarı yapılandırılmış görüşme	—	Yaşları 21-43 arasında değişen 10 podcast dinleyicisi	Gök, 2022	T3
Nitel	Vaka/içerik analizi	—	—	<i>The Joe Rogan Experience</i> programının 6 bölümü	Yardımcı, 2022	T4
Nitel	Yapısal analiz	—	Carvalho, Aguiar ve Marcel (2009)'in podcast sınıflandırması	Spotify'de en popüler podcast yayınları kategorisinde yer alan 189 podcast	Uysal-Gündoğdu, 2022	T5
Nitel	Betimsel analiz	Yarı yapılandırılmış görüşme	—	30 farklı haber podcastini temsil eden 33 medya profesyoneli	Gezer, 2022	T6

Nitel	Betimsel analiz	Yarı yapılandırılmış görüşme ve etnografi araştırması	—	Podfresh podcast ajansı	Kaynar, 2022	T7
Nitel	Tematik analiz	Derinlemesine görüşme	—	Ses medyası tüketen 17 katılımcı	Atalay, Azap, Kınay & Özşirin, 2022	R14
Nitel	İçerik analizi	—	—	26 üniversitenin yayınladığı kurumsal podcast yayınları	Doyuran, 2023	T8
Nitel	Doküman analizi	—	—	12 bankanın podcast kanalları	Güler, 2023	R15
Nicel	İstatistiksel Analiz (SPSS)	—	Chan-Olmsted ve Whan (2020) podcast tüketim motivasyonları ölçeği	668 podcast dinleyicisi	Çil, 2023	R16
Nitel	Doküman tarama	—	—	Türkiye'de R1 lisansına sahip 42 ulusal radyo kuruluşu	Aydemir & Kodak, 2023	R17
Teorik	Literatür taraması	—	—	Spotify ve Poddy podcast uygulamasındaki içerikler	Gümüşboğa, 2023	R18
Nitel	Anlatı çözümlemesi	—	—	<i>Felsefenin İzinde Yolculuk</i> adlı podcast programının 13 bölümü	Molo, 2023	R19
Nitel	İçerik analizi	—	Cangialosi vd. (2008)'nin işletmelerde podcast kullanım alanları çerçevesi	<i>Trendyol Tech Podcasts</i> serisinin 4 bölümü	Ergül, 2023	R20

Nitel	İstatistiksel Analiz	Çevrimiçi anket	Chan-Olmsted ve Whan (2020) podcast tüketim motivasyonları ölçeği, Newman ve Fletcher (2019)	Türkiye ve Sırbistan'dan toplam 923 podcast dinleyicisi	Mustafic & Tufan, 2023	R21
Nitel	İçerik analizi	Odak grup	—	8 podcast dinleyicisi	Sine-Nazlı & Değer, 2023	R22
Nitel	Doküman analizi	Yarı yapılandırılmış görüşme	—	11 haber podcasti yayıncısı ve yayınlamış oldukları 55 podcast yayını	Yılmaz, 2024	T9
Karma	İstatistiksel analiz (SPSS) ve içerik analizi (MAXQDA)	CATI ve yarı yapılandırılmış görüşme	Rubin vd. (1985) Parasosyal Etkileşim Ölçeği, Rubin ve Step (2000), IPSOS (2021)	389 podcast dinleyicisi (nicel), 10 podcast dinleyicisi (nitel)	Özkan-Sev & Vural, 2024	R23

İncelenen çalışmaların konu bakımından kapsamalarına bakıldığında ise dört temel odak noktası olduğu tespit edilmiştir. Buna göre çalışmalar, podcast içeriklerine yönelik olanlar, *podcast üretim pratiklerine yönelik olanlar*, *podcast kullanım alışkanlıklarını inceleyenler ve podcast mecrasını tanıtan ve kuramsal açıdan ele alanlar* olmak üzere sınıflandırılmıştır. Çalışmalar konu bakımından kapsamalarına göre incelendiğinde podcast içeriklerine yönelik çalışmaların ağırlıklı olduğu ve bu çalışmalarda betimsel analiz, içerik analizi ve yapısal analiz yöntemlerinin yoğunlaştığı görülmüştür. İkinci sırada ise podcast kullanım alışkanlıklarına yönelik çalışmalar yer almaktadır.

Grafik 3: Çalışmaların konularına göre dağılımı



3.1. Çalışmalarda Yer Alan Ortak Temalar

Kapsam analizine dahil edilen 32 akademik yayın ele aldıkları konuları, bu konuları ele alma biçimleri ve yürüttükleri araştırmalar neticesinde elde edilen sonuçlar bakımından incelendiğinde kimi ortak temalar olduğu görülmüştür. Bunların başında podcast mecrasını tanımlama girişimlerinde, onu radyo ile kıyaslama ve/veya radyo üzerinden tanımlama eğiliminin geldiğini söylemek mümkündür. Örneğin iletişim çalışmaları Türkçe alan yazınında podcast üzerine yapılan ilk çalışmalardan birinin sahibi olan Yücel (2020, s. 1305), podcastleri radyodan doğmuş bir iletişim aracı olarak tanımlamıştır. İlk çalışmalardan bir diğerinde ise Demir ve Yılmaz (2020, s. 31), radyo ve podcast yayıncılığı birlikte değerlendirildiğinde her ikisinin de birbirini beslediğine işaret etmiştir. Daha güncel yayınlar içerisinde yer alan Sine Nazlı ve Değer (2023, s. 25)'in çalışmasında ise podcastler, "yeni medyanın yeni radyosu" olarak tanımlanmıştır. Podcastlerin radyo üzerinden tanımlanması ve/veya podcastin radyonun daha ileri bir versiyonu olarak tanımlanmasına yönelik eğilimi, her iki mecranın da temelde ses ve işitmeye dayalı olmalarının doğal bir sonucu olarak görmek mümkündür. Bu doğrultuda podcast mecrasını ilk benimseyenlerin radyolar olması da şaşırtıcı değildir. Kapsam analizi doğrultusunda incelenen çalışmaların bir kısmında, podcast yayıncılığının radyolar tarafından nerede konumlandırıldığı ve nasıl benimsenmeye çalışıldığı da ele alınmıştır. Örneğin Semiz-Türkoğlu ve Ağca (2021), NTV radyoda yer alan podcast programlarının yapısal analizini yaptıkları çalışmalarında, söz konusu podcast programlarının radyo programı formatında olduğunu ifade etmiştir. Araştırmacılar radyo programı olarak tasarlanan içeriklerin, herhangi bir düzenleme yapılmadan kayıt altına alındığı ve bu kayıtların podcast olarak yayımlandığına işaret etmektedir (Semiz Türkoğlu & Ağca, 2021, s. 1690). Budak da (2022, s. 262) çalışmasında, kamusal radyoların haber seslendirmesi biçiminde podcast yaptığı ve podcast mecrasına özel içerik olmadığına dikkat çekmiştir. Aydemir ve Kodak ise (2023, s. 127), Türkiye'de ulusal ölçekli karasal yayın yapan radyo istasyonlarının podcast yayıncılığına adapte olup olmadığını araştırdıkları çalışmalarında, incelenen 42 radyonun 30'unun webde arşivi veya podcast adıyla yayını olduğunu tespit etmişlerdir. Bu hususta yapılan çalışmalara tarihsel olarak bakıldığında, Türkiye'de radyoların podcast yayıncılığına ilgilerinin arttığı, ancak onu dört başı mamur bir mecra olarak benimsemek hususunda ise çekimser olduklarını söylemek mümkündür. Yine konuyla ilgili bir başka araştırmacı olan Şahin (2022) ise çalışmasında kurgu podcastleri radyo tiyatrosunun devamı olarak nitelendirmiş, Toraman (2021) ise radyo tiyatrolarını podcast olarak yayınlayan TRT'nin bu yayınlarını toplumsal cinsiyet bağlamında irdelemiştir.

Podcast içeriklerine yönelik çalışmalara bakıldığında, araştırmacıların büyük bir kısmı belirledikleri örneklem kapsamında yer alan podcast yayınlarını tür, yayınlanma sıklığı, uzunluğu, içerik üreticisi, amacı vb. gibi nitelikleri üzerinden sınıflandırmaya yönelmiştir. Yapılan bu sınıflandırmalarda en çok Carvalho vd.'nin 2009 yılında ortaya koyduğu podcast sınıflandırmasının kullanıldığı görülmüştür (Kürkçü vd., 2022; Semiz Türkoğlu & Ağca, 2021; Uysal Gündoğdu, 2022). Bunun yanında Demir ve Yılmaz (2020); Kutlu (2020), Llinares (2018) ve Bonini (2015) tarafından geliştirilen sınıflandırma türlerinin bir birleşimini, Ergül (2023) ise Cangialosi ve arkadaşlarının 2008 yılında ortaya koyduğu işletmelerde podcast kullanım alanları sınıflandırmasını kullanmıştır. Kimi araştırmacılar ise sınıflandırma ve analizlerini belli bir çerçeve yahut ölçek kapsamında yapmayıp ilgili alan yazından yola çıkarak çalışmalarını gerçekleştirmiştir (Aydemir & Kodak, 2023; Doyuran, 2023; Güler, 2023). Buna ek olarak doğrudan anlatıya yönelik ve betimleyici analizler yapan araştırmacılar da bulunmaktadır (Doğan & Yeşil, 2021; Molo, 2023; Şahin, 2022; Yardımcı, 2022; Yılmaz, 2024). Örneğin Yardımcı (2022) podcastlerin komedi sahnesindeki etkisini incelediği çalışmasında komedi podcastlerini analiz etmiş, Molo (2023) doğrudan anlatıya yönelmiş, Doğan ve Yeşil (2021) ise podcast içeriğini Dijital Hikayeler için Dereceli Değerlendirme Ölçeği aracılığıyla incelemiştir.

İncelenen çalışmalar içerisinde podcastlerin sıklıkla gazetecilik açısından da değerlendirildiği görülmüştür (Budak, 2021, 2022; Gezer, 2022; Kurt & Yenituna, 2022; Kürkçü vd., 2022; Yılmaz, 2024). Söz konusu çalışmalarda "alternatif medya" vurgusu oldukça yoğundur. Budak (2021) podcast mecrasını habercilik açısından inceleyen ilk araştırmacı olup, çalışmasında podcast haberciliğini alternatif medya ve yurttaş gazeteciliği gibi kavramlar çerçevesinde dünyadaki durumu üzerinden analiz etmiştir. Özellikle Gezer (2022), "Türkiye'deki Podcast Haberciliği Üzerine Nitel Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinde, Türkiye'deki podcast gazeteciliğinin oldukça kapsamlı bir analizini yapmıştır. 33 medya profesyoneli ile yapılan araştırmada, haber podcasti üreticilerinin yaptıkları işi "yavaş gazetecilik, haber analizi, dosya haberciliği" gibi kavramlarla tanımladıkları ve podcastleri tamamlayıcı bir mecra olarak gördükleri ifade edilmiştir (Gezer, 2022, s. 105). Bu bakımdan Türkiye'deki podcast haberciliğine yönelik eğilimin daha çok araştırmacı gazetecilik türüne yaklaştığını söylemek mümkündür. Yılmaz (2024, s. 163)

da, hazırlamış olduğu doktora çalışmasında hem haber podcasti yayıncılarını hem de bu yayıncıların podcast programlarını incelemiş, Türkiye’deki podcast haberciliğinin mesaj içerikleri bakımından eleştirel ve egemen söylemlerin ya da temsillerin eksikliklerini giderme gibi misyonları açısından alternatif medya kavramı ile örtüştüğünü vurgulamıştır.

Tablo 2: Podcast kullanım alışkanlıklarına yönelik çalışmalardaki ortak temalar

No	Podcast dinleme nedenleri	Dinleyici için önem arz eden konular	Podcast dinlerken yapılanlar
R3	İyi vakit geçirmek (1) Yeni bilgiler öğrenmek (2) Güncel konuları takip etmek (3) Boş vakitlerini kaliteli biçimde değerlendirmek (4)	Samimi ve akıcı bir dil	Dikkat gerektirmeyen günlük işler (1) Yolculuk (2) Yürüyüş (3)
R9	Bilgi edinme Yer-zamandan bağımsızlık Multitasking Derinlikli anlatım Erişim kolaylığı	Dinleyiciye doğrudan hitap etme Dinleyiciyle bağ kurma (samimiyet)	
R10	Farklı perspektiften görüşler elde etmek Daha özgür bir yapı Güvenilir Multitasking	Samimi, sohbet havası	
R14	Eğlenmek Zamandan bağımsızlık Yalnızlık hissini gidermesi Farklı bakış açıları görme Multitasking	Odaklanmaya yardımcı olması Hayal gücünü artırması	
R16	Teknik açıdan işitsel platform üstünlüğü (1) Kişisel-toplumsal özdeşleşme, arkadaşlık, ilişki (2) Kaçış ve zaman geçirme (3)		Yürüyüş (1) Ev işleri (2) Toplu taşıma (3)
R21	Bir şeyler öğrenmek (1) Eğlenmek (2)	Sansürsüz olması Yer-zamandan bağımsızlık İçerik çeşitliliği Tüketim kolaylığı	Ev (1) Toplu taşıma (2) Yürüyüş (3)
R22	Bilgi edinmek ve eğlenmek	Samimiyet Özgür yayıncılık Ulaşılabilirlik Yer-zamandan bağımsızlık Özgürlük	
R23	Eğlenmek ve iyi vakit geçirmek (1) Bilgi edinmek (2) Kafa boşaltmak (3) Kaliteli zaman geçirmek (4) Gündemi takip etmek (5)	Samimiyet Sohbet hissiyatı Doğal konuşma hissiyatı	Yolculuk (1) Yürüyüş (2) Ev veya iş yerinde çalışırken (3) Ev işleri yaparken (4)

Podcast kullanım alışkanlıklarını araştıran çalışmalara bakıldığında, katılımcıların podcast dinleme nedenleri olarak “bir şeyler öğrenmek” ve “eğlenmek, iyi vakit geçirmek” temalarının ilk sıralarda olduğu görülmüştür. Çalışmalarda başka işlerle uğraşırken podcast dinleme eğiliminin olduğu ve “multitasking” olarak ifade edilebilecek olan bu davranışın podcast dinleme sebepleri arasında da yer aldığını söylemek mümkündür. Bun-

yıncıları üzerinden incelerken, Doyuran (2023), podcastlerin bir halkla ilişkiler aracı olarak üniversiteler tarafından ne ölçüde kullanıldığını araştırmış ve podcastleri halkla ilişkiler faaliyetleri çerçevesinde değerlendirmiştir.

Çalışmalarda podcastlerin kurumsal amaçlarla kullanıldığı bir diğer alan ise reklamcılık olmuştur. Özkök-Şişman ve Babür-Tosun (2022, s. 150) bu kapsamda podcast kullanımında algılanan doyumun podcast reklamlarına yönelik tutum oluşumu üzerinde etkisi olup olmadığını incelemiştir. Nicel yöntemle dayalı araştırma neticesinde, söz konusu değişkenler arasında anlamlı ilişki bulunmuş, podcast içeriklerini tüketmenin bireylerde yarattığı doyumun, podcast reklamlarının rahatsız ediciliğini azalttığı görülmüştür (2022, s. 168). Podcast reklamcılığına yönelik tüketici algısını inceleyen Gök (2022) ise, reklamların türüne bağlı olarak tüketicilerin yaklaşımının değiştiğini tespit etmiştir. Söz konusu çalışmalardan elde edilen sonuçlara göre, reklamın yayının temasına uygun olması (Özkök Şişman & Babür Tosun, 2022, s. 169) ve jenerik yerine yayıncının kendi sesi ile sunulması (Gök, 2022, s. 53) gibi unsurlar dinleyicilerin podcast reklamlarına daha olumlu bakmasına yardımcı olmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma, Türkiye’de iletişim çalışmaları çerçevesinde yer alan ve podcast mecrasını araştırmasının merkezine alan çalışmaları bir kapsam incelemesine tabi tutmuştur. İkincil araştırma tasarımlarından biri olan kapsam analizi çalışmaları, belli bir konudaki mevcut literatürü haritalandırmak ve geliştirilebilecek yönler hususunda araştırmacılara yol göstermek gibi amaçlara sahiptir. Kapsam analizi çalışmaları, araştırılan konuya dair mevcut alan yazında, hem doygunluk durumunun hem de eksik yönlerin görülebilmesi için kuşbakışı bir perspektif sunmaktadır. Benzer yöndeki araştırmalardan elde edilen bulguların karşılaştırılabilmesi ve söz konusu bulgularda tarihsel olarak yaşanan değişimin apaçık bir görünümünü sunması, bu tür çalışmaların bir diğer önemli çıktısıdır. Buradan hareketle çalışmada, iletişim çalışmaları alan yazınında podcast mecrasının geçmişi, güncel durumu ve mevcut boşlukların tespit edilerek gelecek araştırmalara katkı sunulması hedeflenmiştir. PRISMA kapsam belirleme akış diyagramı doğrultusunda seçilen 32 çalışma, araştırmanın örnekleme alınmış, akademik makaleler, tezler ve tam metni yayınlanmış bildiri metinlerinden oluşan bu yayınlar, podcastleri ele alma biçimleri, araştırma tasarımları, yıllara ve türlerine göre dağılımları ile çalışmalarda rastlanan ortak temalar bakımından analiz edilmiştir.

Podcast mecrası yeni sayılabilecek ve yükselen bir mecra olarak son 5 yılda iletişim akademisinin ilgisini çekmeye başlamış, o zamandan bugüne hatırı sayılır konu çeşitliliğine sahip bir alan yazın oluşmuştur. Çalışmanın örneklemini oluşturan 32 akademik çalışma, şüphesiz Türkiye’de iletişim çalışmaları kapsamında yer alan podcast çalışmalarının tümünü oluşturmamaktadır. Zira ağırlıklı olarak podcastleri tanıtmaya işlevi gören kitap ve kitap bölümleri bu araştırmanın kapsamına dahil edilmemiştir. Yapılan bu sınırlama söz konusu çalışmaların akademik açıdan daha az değerli oldukları anlamına gelmemekte ve her bir yayının alan yazının gelişmesi hususunda önemli bir yere sahip olduğunu altını çizmek gerekmektedir. Örneğin Birsen’in (2021) öne sürdüğü podcastlerle birlikte yükselen bir sesli kültür nosyonu, şüphesiz podcast mecrası ile ilgili değerlendirmelerde yeni ufuklar açmıştır. Çalışmada yapılan sınırlamalar, makalelere ücretsiz erişim imkanı olması, çalışmaların belli bir veritabanı içerisinde toplanması bakımından daha nizami olması ve çalışmada podcast mecrasına yönelik yayınların bir haritasını çıkarma amacı güdülmesi bakımından azami konu çeşitliliğine öncelik verilmesi gibi sebeplere dayanmaktadır. Bu bakımdan araştırmanın bir sınırlılığı mevcut alan yazında ağırlıklı olarak mecrayı tanıtmaya ve anlamaya yönelik olan kitap ve kitap bölümlerinden oluşan yayınlara yer vermemesidir. Buna ek olarak çalışmada, örneklem çerçevesi Türk araştırmacılar tarafından yayınlanan ve yerli dizinlerde taranan çalışmalar olarak belirlendiğinden, yine Türk araştırmacılar tarafından yapılan ve uluslararası alan yazında yer alan yayınlara yer verilmemiştir.

Çalışmada cevaplanması hedeflenen soruların başında “iletişim çalışmaları alan yazınında podcast mecrası üzerine yapılan çalışmaların özellikleri ve metodolojileri açısından doğası ve söz konusu yayınların iletişim çalışmaları alan yazınına katkısı nedir” soruları gelmektedir. Çalışma göstermektedir ki, podcast mecrası Türkiye akademisinde pek çok yönüyle ele alınmakta ve yapılan çalışmalarda konu çeşitliliği her geçen yıl artış göstermektedir. Bu durumda podcastlerin ülkemizde gittikçe daha fazla tanınması, farklı sektörlerce farklı amaçlarla kullanılmaya başlanması ve podcast ağları ve organizasyonları aracılığıyla daha profesyonel bir uğraşa dönüşmeye başlamasının payı büyüktür. Örneğin erken çalışmalarda radyoların podcastleri nasıl benimsediği, podcast mecrasında yer alan içeriklerin kategorize edilmesi gibi daha betimleyici bir anlayış hakimken, daha yakın tarihlerde mecranın farklı sektörlerce nasıl kullanıldığının yanında, podcast içeriklerinin anlatı bakımından da ele alındığı bir yaklaşım yükselmeye başlamıştır. Çalışmalar metodolojileri bakımından ele alındığında ise, yine zamanla mecranın neliğini anlamaya yönelik betimleyici çalışmalardan ziyade görüşme, anket gibi veri toplama tekniklerinin kullanıldığı nitel

ve nicel yöntemle dayalı yaklaşımların tercih edilmeye başlandığını görmek mümkündür. Mecranın bilinirliği ve kullanımı arttıkça, araştırma sorularının görünenin ötesini irdelemeye yöneldiği, bu nitelikleriyle alan yazına yapılan katkıların nitelik olarak da gittikçe çeşitlendiğini söylemek mümkündür. Çalışmanın bir diğer amacı ise “söz konusu yayınlar kapsamında ilgili alan yazının hangi açılardan geliştirilebileceğine” dair ön görüşler sunmaktır. Bu bakımdan özellikle uluslararası alan yazında podcast mecrasıyla sıklıkla ilişkilendirilen kişisel, samimiyet, kişisel anlatı gibi temalara Türkiye’de daha seyrek rastlandığı görülmüştür. Podcastlerin medya aracılı ilişkiler açısından ne ifade ettiği, özellikle kişisel medyaların günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geldiği günümüzde üzerine konuşulması gereken bir konudur. Niceliksel olarak daha seyrek olmakla beraber, mecranın beraberinde getirdiği yeni anlatı pratiğini inceleme girişimlerinin varlığı, podcast yayıncılığıyla ilgili alan yazında oluşmaya başlayan yeni bir rotanın da işaretlerini vermektedir. Buna ek olarak uluslararası alan yazında dile getirilen, mecranın artan profesyonelleşme ile birlikte özgürlükçü yapısını kaybedeceğine dair kaygılar (Sullivan, 2018, 2018, 2021) henüz ülkemiz akademisinde pek fazla dile gelmemektedir. İncelenen çalışmalarda ortaya çıkan bir diğer önemli tema ise “alternatif medya” vurgusudur. Podcast yayıncılığı, ülkemizde farklı görüşlerin özgürce dile getirilebildiği alternatif bir özgürlük alanı olarak itibar görmektedir. Bu bakımdan Türkiye’deki podcast gazeteciliği pratiği podcast yayıncılığının en yaygın olduğu ülkelerin başında gelen ABD’den oldukça farklılaşmaktadır. Zira burada daha çok gazetecinin kişisel görüş ve anlatı tarzının hakim olduğu, prodüksiyon elemanlarıyla birlikte belgesel formatına kayan bir yayıncılık pratiği olduğunu söylemek mümkündür (Lindgren, 2016, 2021). Buradan hareketle podcastlerin kullanım tarzlarındaki kültürlerarası farklılıklar da, iletişim akademisinin gelecekte üzerine eğileceği bir konu olabilir.

KAYNAKÇA

- Arksey, H., & O'Malley, L. (2005). Scoping Studies: Towards A Methodological Framework. *International Journal of Social Research Methodology*, 8(1), 19-32. <https://doi.org/10.1080/1364557032000119616>
- Atalay, G. E., Azap, E., Kınay, K., & Özşirin, S. (2022). The Rise Of Audio-Based Communication Technologies: A Research On Podcast, Clubhouse And Audiobook Applications. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 0-0. <https://doi.org/10.52122/nisantasisbd.1114873>
- Aydemir, İ. M., & Kodak, D. (2023). Dijital Bir İçerik Olarak Podcasting: Ulusal Radyoların Podcast Yayıncılığı Üzerine Bir İnceleme. *Intermedia International E-journal*, 10(18), 112-135. <https://doi.org/10.56133/intermedia.1259038>
- Baldini, T. B. (2015). *The 'Second Age' of Podcasting: Reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium*. 21-30.
- Başaran, S. (2010). *Effects of Podcasts on Language Learning Beliefs and Self-Efficacy Perceptions of First-Year Turkish University Students* [Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr>
- Berry, R. (2006). Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. *Convergence*, 12(2), 143-162. <https://doi.org/10.1177/1354856506066522>
- Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the Evolution of the Medium and its Association with the Word 'Radio'. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14, 7-22. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1
- Bezbaruah, S., & Brahmabhatt, K. (2023). Are Podcast Advertisements Effective? An Emerging Economy Perspective. *Journal of International Consumer Marketing*, 35(2), 215-233. <https://doi.org/10.1080/08961530.2022.2085222>
- Birsen, Ö. (2021). *Yeni Sesli Kültür: Podcast* (1. Basım). Töz Yayınları.
- Boling, K. (2019). True Crime Podcasting: Journalism, Justice or Entertainment? *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 17(2), 161-178. https://doi.org/10.1386/rjao_00003_1
- Boling, K. S., & Hull, K. (2018). Undisclosed Information—Serial Is My Favorite Murder: Examining Motivations in the True Crime Podcast Audience. *Journal of Radio & Audio Media*, 25(1), 92-108. <https://doi.org/10.1080/19376529.2017.1370714>
- Bölükbaş, K., & Dinç, E. (2022). Dijital Çağda Yeni Bir Yayıncılık Formatı: Podcast. *Journal of History School*, 15(LX), 2989-3011. <https://doi.org/10.29228/joh.63098>
- Brinson, N. H., & Lemon, L. L. (2023). Investigating the Effects of Host Trust, Credibility, and Authenticity in Podcast Advertising. *Journal of Marketing Communications*, 29(6), 558-576. <https://doi.org/10.1080/13527266.2022.2054017>
- Budak, E. (2021). Dijital Haberciliğe Farklı Bir Bakış: Podcast Yayınları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 373-398. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.826706>
- Budak, E. (2022). Teknolojik Yeniliklerin Yarattığı Yeni Habercilik Formları Üzerine Bir İnceleme: Türkiye'de Podcast Haberciliği. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 40, 257-276. <https://doi.org/10.17829/turcom.1048581>
- Bulut, S. (2022). Kişisel Anlatı Örneği Olarak Podcast: Yayıncılar ve Dinleyicilerin Görüşleri Çerçevesinden Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(60), 119-142. <https://doi.org/10.47998/ikad.1135856>
- Cardell, K., & Douglas, K. (2022). Okay to Laugh? Trauma, Memoir, and Teaching the Podcast Mum Says My Memoir Is a Lie. *a/b: Auto/Biography Studies*, 37(2), 299-315. <https://doi.org/10.1080/08989575.2022.2136826>

Castaño, L. C., & Hurtado, L. G. (2022). "We Have An Ondas Award and a lot of Anxiety": Engagement Strategies And Parasociality Of The Estirando El Chicle Podcast. *Anàlisi*, 67, 145-164. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3570>

Chan-Olmsted, S., & Wang, R. (2022). Understanding Podcast Users: Consumption Motives and Behaviors. *New Media & Society*, 24(3), 684-704. <https://doi.org/10.1177/1461444820963776>

Chung, M.-Y., & Kim, H.-S. (2015). College Students' Motivations for Using Podcasts. *Journal of Media Literacy Education*, 7(3), 13-28. <https://doi.org/10.23860/jmle-7-3-2>

Copley, J. (2007). Audio and Video Podcasts of Lectures for Campus-Based Students: Production and Evaluation of Student Use. *Innovations in Education and Teaching International*, 44(4), 387-399. <https://doi.org/10.1080/14703290701602805>

Coyle, R. (2006). Editorial: Ether to 01 - Digitizing Radio. *Convergence*, 12(2), 123-127. <https://doi.org/10.1177/1354856506066109>

Craig, C. M., Brooks, M. E., & Bichard, S. (2023). Podcasting on Purpose: Exploring Motivations for Podcast Use Among Young Adults. *International Journal of Listening*, 37(1), 39-48. <https://doi.org/10.1080/10904018.2021.1913063>

Çil, S. (2023). Türkiye'de Podcast kullanıcılarının içerik tüketim yöntemleri ve motivasyonları. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, Ö13, 842-865. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1379232>

Çor, Z., & Soysal, G. E. (2024). Basınç Yaralarına Yönelik Yapılan Bakım Paketi Çalışmaları: Kapsam İncelemesi. *Sağlık Bakım ve Rehabilitasyon Dergisi*, 3(1), Article 1.

Definition & Facts | Britannica. (2024, Mayıs 22). Britannica. <https://www.britannica.com/technology/RSS>

Demir, F. N., & Yılmaz, E. (2020). Covid-19 Pandemi Sürecinde Yayınlanan Türkçe Podcastlerin İncelenmesi. *17th International Symposium Communicatin In The Millennium*, 28-41.

Doğan, S., & Yeşil, B. (2021). Dijital Hikaye Anlatımı Kapsamında Podcastlerin Pandemi Sürecinde Kurumsal Kullanım Açısından İncelenmesi: Trendyol Örneği. 585-595. <https://doi.org/10.17932/CTC.2021/ctc21.057>

Dowling, D., Johnson, P., & Ekdale, B. (2022). Hijacking Journalism: Legitimacy and Metajournalistic Discourse in Right-Wing Podcasts. *Media and Communication*, 10(3). <https://doi.org/10.17645/mac.v10i3.5260>

Doyuran, M. (2023). *Dijital Halkla İlişkilerde Yeni Sesli Kültür: Yükseköğretimde Podcast Kanallar* [Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr>

Dönmez, İ., & Gülen, S. (2024). Trends, Opportunities, and Pipelining in Preschool STEM Education: A Scoping Review. *Journal of Theoretical Educational Science*, 17(1), Article 1. <https://doi.org/10.30831/akukey.1295046>

Dubber, A. (2013). *Radio in the Digital Age*. John Wiley & Sons.

Ergül, E. (2023). Dijital Pazarlama Süreçlerine Kurum Çalışanlarının Katılımı: Trendyol Tech Podcast Serisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 6(2), 75-98.

Evans, C. (2008). The Effectiveness of m-Learning in the Form of Podcast Revision Lectures in Higher Education. *Computers & Education*, 50(2), 491-498. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2007.09.016>

Florini, S. (2015). The Podcast "Chitlin' Circuit": Black Podcasters, Alternative Media, and Audio Enclaves. *Journal of Radio & Audio Media*, 22(2), 209-219. <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1083373>

- Fox, R. (2008). Sober Drag Queens, Digital Forests, and Bloated “Lesbians”: Performing Gay Identities Online. *Qualitative Inquiry*, 14(7), 1245-1263. <https://doi.org/10.1177/1077800408321719>
- Gezer, T. O. (2022). *Türkiye’de Podcast Haberciliği Üzerine Nitel Bir Araştırma* [Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr>
- Gök, B. (2022). *Podcast Reklamcılığının Etkinliği ve Podcast Reklamcılığına Yönelik Tüketici Algısı Üzerine Bir Araştırma* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr>
- Güler, Ş. (2023). Kurumsal İletişimde Podcast: Bankaların Podcast Kanallarına Yönelik Bir İnceleme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 25(45), Article 45.
- Gümüşboğa, Y. (2023). Siyasal Bir Direnç Mekanizması Olarak Podcast Yayıncılığı. *Yeni Medya*, 15, Article 15. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1239199>
- Gürbüz Arslan, G. (2021). *Türkiye’ de Podcast Yayıncılığı: Üretici Odaklı Bir İnceleme* [Yüksek lisans tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü]. <https://dspace.ankara.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12575/76306>
- Hardey, M., & James, S. J. (2022). Digital Seriality and Narrative Branching: The Podcast Serial, Season One. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 19(1), 74-90. <https://doi.org/10.1080/14791420>
- Jacobson. (2019). Graffiti, Aging and Subcultural Memory—A Struggle for Recognition through Podcast Narratives. *Societies*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.3390/soc10010001>
- Kaynar, A. (2021). Podcast Dinleme Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Yeni Medya*, 2021(10), 43-62.
- Kaynar, A. (2022). *Dijital Medya Çerçevesinde Podcast Yayıncılığı ve Yapımcılığı Üzerine Etnografik Alan Araştırması: Podcast Ağı Podfresh Örneği* [Yüksek lisans tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr>
- Kızıldağ, A. (2023). Critical Pedagogy in ELT: A Scoping Review on the Studies Conducted in Türkiye. *Focus on ELT Journal*, 5(1), 19-38. <https://doi.org/10.14744/felt.2023.5.1.2>
- Kızıldağ, A., & Tuncer, H. (2022). A Scoping Review on Practicum of Turkish Pre-Service EFL Teachers during COVID-19. *OPUS Journal of Society Research*, 19(45), Article 45. <https://doi.org/10.26466/opusjsr.1063236>
- Konuk, S. (2021). Ana Dili Olarak Türkçe Eğitimindeki Yaratıcı Yazma Tezlerine Analitik Bir Bakış: Kapsam Belirleme İncelemesi. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 22, Article 22. <https://doi.org/10.29000/rumeli-de.899223>
- Koo, C., Chung, N., & Kim, D. J. (2015). How Do Social Media Transform Politics? The Role of a Podcast, ‘Naneun Ggom-suda’ in South Korea. *Information Development*, 31(5), 421-434. <https://doi.org/10.1177/0266666913516883>
- Kurt, G., & Yenituna, B. (2022). Türkiye’de Haber Podcasti Dinleme Pratiklerine Yönelik Niteliksel Bir Araştırma. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-20.
- Kürkçü, D. D., Yıldız, G., & Koç, R. (2022). Haber İçeriklerinin Sunumunda Podcast Yayıncılığı. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(4), 940-953.
- Levac, D., Colquhoun, H., & O’Brien, K. K. (2010). Scoping studies: Advancing the methodology. *Implementation Science*, 5(1), 69. <https://doi.org/10.1186/1748-5908-5-69>
- Lin, S.-W., & Huang, C.-D. (2024). Hooked on Audio! Unveiling the Secrets of Podcast Stickiness Through Social Identity and Uses and Gratification Theories. *Technology in Society*, 76, 102422. <https://doi.org/10.1016/j.tech-soc.2023.102422>

- Lin, T., & Nan, X. (2023). A Scoping Review of Emerging COVID-19 Health Communication Research in Communication and Media Journals. *Health Communication*, 38(12), 2570-2581. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2091916>
- Lindgren, M. (2016). Personal Narrative Journalism and Podcasting. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 23-41. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.23_1
- Lindgren, M. (2021). Intimacy and Emotions in Podcast Journalism: A Study of Award-Winning Australian and British Podcasts. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1943497>
- Lopezosa, C., Guallar, J., Codina, L., & Pérez-Montoro, M. (2023). Content Curation and Journalism: Exploratory Scoping Review and Expert Opinion. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(1), 205-223. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.22810>
- Madsen, V. (2009, Ocak 1). Voices-cast:A report on the New Audiosphere of Podcasting with Specific Insights for Public Broadcasting. *Refereed Proceedings of the Australian and New Zealand Communications Association Conference 2009*. Australian and New Zealand Communication Association Conference, Australia.
- Markman, K. (2011). Doing Radio, Making Friends, and Having Fun: Exploring the Motivations of Independent Audio Podcasters. *New Media & Society*, 4(14), 547-565. <https://doi.org/10.1177>
- Markman, K., & Sawyer, C. E. (2014). Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 21(1), 20-35. <https://doi.org/10.1080/19376529.2014.891211>
- Marx, J., Mirbabaie, M., Brendel, A., & Zander, K. (2021). The Role of Parasocial Interactions for Podcast Backchannel Response. *The Americas Conference on Information Systems*, 2, 1-10.
- McClung, S., & Johnson, K. (2010). Examining the Motives of Podcast Users. *Journal of Radio & Audio Media*, 1(17), 82-95. <https://doi.org/10.1080/19376521003719391>
- Mchugh, S. (2016). How Podcasting is Changing the Audio Storytelling Genre. *The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14, 65-82. https://doi.org/10.1386/rajo.14.1.65_1
- McKinney, D., Dyck, J. L., & Luber, E. S. (2009). iTunes University and the Classroom: Can Podcasts Replace Professors? *Computers & Education*, 52(3), 617-623. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2008.11.004>
- Mehendale, S. G. (2024). Calling for 'Podo-Gogy': Why Podcasting Needs to be a Part of Journalism Education in India. *Media Practice and Education*, 25(1), 77-94. <https://doi.org/10.1080/25741136.2023.2263825>
- Menduni, E. (2007). Four Steps in Innovative Radio Broadcasting: From QuickTime to Podcasting. *Radio Journal:International Studies in Broadcast & Audio Media*, 5(1), 9-18. https://doi.org/10.1386/rajo.5.1.9_1
- Moe, M. (2023). Podvertising II: "Just like My Best Friend" – Relationships in Host-read Podcast Advertisements. *Journal of Radio & Audio Media*, 30(1), 362-386. <https://doi.org/10.1080/19376529.2021.1960840>
- Molo, Ü. (2023). Öznel deneyimlere işitsel tanıklık: Podcast yayıncılıkta yeni bir belgesel anlatısının olanaklılığı. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 35, 950-972. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1346241>
- Nee, R., & Santana, A. (2021). Podcasting the Pandemic: Exploring Storytelling Formats and Shifting Journalistic Norms in News Podcasts Related to the Coronavirus. *Journalism Practice*, 16(1), 1-19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1882874>
- Özkan Sev, Ç., & Vural, A. M. (2024). Podcastin Parasosyal Etkileşim Doğurma İmkânı. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 44, Article 44. <https://doi.org/10.31123/akil.1426724>

- Özkök Şişman, Ö., & Babür Tosun, N. Z. (2022). Podcast Kullanımı Bağlamında Algılanan Doyumun Reklama Yönelik Tutum Oluşumu Üzerindeki Etkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 38, Article 38. <https://doi.org/10.31123/akil.1144682>
- Özmen, S., & Yürümezoğlu, H. A. (2024). Pediatrik ve Yenidoğan Birimlerde Karşılanmamış Hemşirelik Bakımı: Kapsamlı Bir Literatür Derleme. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.61399/ikcusbfd.1378047>
- Park, C. S. (2016). Carnivalism and Engaging Journalism in the Current-Affairs Podcasts in South Korea. *Advances in Journalism and Communication*, 4(3), 75-88. <https://doi.org/10.4236/ajc.2016.43008>
- Park, C. S. (2017). Citizen News Podcasts and Journalistic Role Conceptions in the United States and South Korea. *Journalism Practice*, 11(9), 1158-1177. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1224682>
- Perdomo, G., & Rodrigues-Rouleau, P. (2022). Transparency as Metajournalistic Performance: The New York Times' Caliphate Podcast and New Ways to Claim Journalistic Authority. *Journalism*, 23(11), 2311-2327. <https://doi.org/10.1177/1464884921997312>
- Perks, L. G., Turner, J. S., & Tollison, A. C. (2019). Podcast Uses and Gratifications Scale Development. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(4), 617-634. <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1688817>
- Peters, M. D. J., Godfrey, C. M., Khalil, H., McInerney, P., Parker, D., & Soares, C. B. (2015). Guidance for Conducting Systematic Scoping Reviews. *International Journal of Evidence-Based Healthcare*, 13(3), 141-146. <https://doi.org/10.1097>
- Pham, M. T., Rajić, A., Greig, J. D., Sargeant, J. M., Papadopoulos, A., & McEwen, S. A. (2014). A scoping review of scoping reviews: Advancing the approach and enhancing the consistency. *Research Synthesis Methods*, 5(4), 371-385. <https://doi.org/10.1002/jrsm.1123>
- Rodgers, K. (2023). "F*cking Politeness" and "Staying Sexy" While Doing It: Intimacy, Interactivity and the Feminist Politics of True Crime Podcasts. *Feminist Media Studies*, 23(6), 3048-3063. <https://doi.org/10.1080/14680777>
- Samuel-Azran, T., Laor, T., & Tal, D. (2019). Who Listens to Podcasts, and Why?: The Israeli Case. *Online Information Review*, 43(4), 482-495. <https://doi.org/10.1108/OIR-04-2017-0119>
- Schlütz, D., & Hedder, I. (2022). Aural Parasocial Relations: Host-Listener Relationships in Podcasts. *Journal of Radio & Audio Media*, 29(2), 457-474. <https://doi.org/10.1080/19376529.2020.1870467>
- Selvi, A. F. (2021). A Scoping Review Of The "Nest/Nnest Studies" in Turkey: A Country in Focus. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(1), 54-73. <https://doi.org/10.17240/aibuefd.2021.21.60703-780084>
- Semiz Türkoğlu, H., & Ağca, M. E. (2021). Dijital dönüşümle radyoda podcast içeriklerinin üretilmesi ve incelenmesi: 'NTV Radyo' örneği. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(14), 1673-1695. <https://doi.org/10.18094/josc.982279>
- Seyrek, M., Can, Ö. S. A., & Hançer, H. (2023). Disfonilerde Grup Ses Terapilerinin Etkinliği: Kapsam Derlemesi. *KBB-Forum, Cilt 22 Sayı 3(Cilt 22 Sayı 3)*, Article Cilt 22 Sayı 3.
- Shahzad, K., Khan, S. A., Ahmad, S., & Iqbal, A. (2022). A Scoping Review of the Relationship of Big Data Analytics with Context-Based Fake News Detection on Digital Media in Data Age. *Sustainability*, 14(21), Article 21. <https://doi.org/10.3390/su142114365>
- Sine Nazlı, R., & Değer, B. E. (2023). Radyo Dinleyiciliğinden Podcast Dinleyiciliğine: Değişen Dinleme Alışkanlıkları. *Global Media Journal TR Edition*, 14(27), 21-35.

Soto-Vásquez, A. D., Vilceanu, M. O., & Johnson, K. C. (2022). "Just Hanging With My Friends": U.S. Latina/o/x Perspectives on Parasocial Relationships in Podcast Listening During COVID-19. *Popular Communication*, 20(4), 324-337. <https://doi.org/10.1080/15405702>

Stephani, N., Rachmawaty, M., & Dyanasari, R. (2021). Why We Like Podcasts: A Review of Urban Youth's Motivations for Using Podcasts. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 14(1), Article 1. <https://doi.org/10.29313/mediator.v14i1.7609>

Sullivan, J. L. (2018). Podcast Movement: Aspirational Labour and the Formalisation of Podcasting as a Cultural Industry. İçinde D. Llinares, N. Fox, & R. Berry (Ed.), *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media* (1st ed. 2018 edition, ss. 35-56). Palgrave Macmillan.

Sullivan, J. L. (2021). "Uber for Radio?" Professionalism and Production Cultures in Podcasting. İçinde B. Dolber, M. Rodino-Colocino, C. Kumanyika, & T. Wolfson (Ed.), *The Gig Economy: Workers and Media in the Age of Convergence* (ss. 92-106). Routledge.

Swanson, D. J. (2010). Preaching, Prosperity, and Product Sales: A Profile of On-Demand Digital Audio Offerings of Christian Renewalist Ministries. *International Journal of Listening*, 3(24), 106-124. <https://doi.org/10.1080/10904011003744532>

Şahin, S. B. (2022). Sözlü Kültür Kapsamında Radyo Tiyatrolarından Podcast Serilerine Yönelimin Kültürler Arası İncelemesi. *Global Media Journal TR Edition*, 12(24), 29-52.

Tobin, S. J., & Guadagno, R. E. (2022). Why People Listen: Motivations and Outcomes of Podcast Listening. *PLOS ONE*, 17(4), e0265806. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0265806>

Toraman, T. (2021). *Radyo Dramalarında Toplumsal Cinsiyet Açısından Kadının Sunumu: TRT Radyo Tiyatrosu Podcastleri* [Yüksek lisans tezi]. Anadolu Üniversitesi.

Tranová, K. L., & Veneti, A. (2022). The Use of Podcasting in Political Marketing: The Case of the Czech Republic. *Journal of Political Marketing*, 0(0), 1-18. <https://doi.org/10.1080/15377857.2021.2024479>

Tricco, A. C., Lillie, E., Zarin, W., O'Brien, K., Colquhoun, H., Kastner, M., Levac, D., Ng, C., Sharpe, J. P., Wilson, K., Kenny, M., Warren, R., Wilson, C., Stelfox, H. T., & Straus, S. E. (2016). A Scoping Review on the Conduct and Reporting Of Scoping Reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 16(1), 15. <https://doi.org/10.1186/s12874-016-0116-4>

Tsao, S.-F., Chen, H., Tisseverasinghe, T., Yang, Y., Li, L., & Butt, Z. A. (2021). What Social Media Told Us in the Time of COVID-19: A Scoping Review. *The Lancet Digital Health*, 3(3), e175-e194. [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(20\)30315-0](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30315-0)

Tufan, F., & Şenyüz, B. (2023). You Cannot Turn My Voice Down: Podcasts as Alternative Media for Queers in Turkey. *Radio Journal:International Studies in Broadcast & Audio Media*, 21(Podcasting and Gender), 45-65. https://doi.org/10.1386/rjao_00072_1

Uysal Gündoğdu, G. (2022). *Türkiye'de Podcast Kamusal Alanı: Betimleyici Bir Değerlendirme* [Yüksek lisans tezi]. Galatasaray Üniversitesi.

Vasquez Heilig, J., Brewer, T. J., Kim, A. K., & Sanchez, M. (2021). A Digital Ethnography of Teach For America: Analysis of Counternarrative From the Truth For America Podcast. *Urban Education*, 56(4), 610-639. <https://doi.org/10.1177/0042085920953880>

Vitis, L., & Ryan, V. (2023). True Crime Podcasts in Australia: Examining Listening Patterns and Listener Perceptions. *Journal of Radio & Audio Media*, 30(1), 291-314. <https://doi.org/10.1080/19376529.2021.1974446>

von Krogh, T., & Svensson, G. (2017). Media Responses to Media Criticism: An Analysis of Response Practices in the Weekly Swedish Podcast MattssonHelin. *Nordicom Review*, 38(1), 47-64.

Vrikki, P., & Malik, S. (2019). Voicing Lived-Experience And Anti-Racism: Podcasting as A Space at the Margins for Subaltern Counterpublics. *Popular Communication*, 17(4), 273-287. <https://doi.org/10.1080/15405702.2019.1622116>

Waddingham, J. A., Zachary, M. A., & Ketchen, D. J. (2020). Insights on the Go: Leveraging Business Podcasts to Enhance Organizational Performance. *Business Horizons*, 63(3), 275-285. <https://doi.org/10.1016/j.bus-hor.2020.02.001>

Yardımcı, K. (2022). *Comedian Podcasters Changing the Comedy Scene Through the Podcast Medium* [Yüksek lisans tezi]. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi.

Yılmaz, E. (2024). *Alternatif Bir Yayıncılık Ortamı Olarak Haber Podcastleri* [Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr>

Yücel, R. (2020). Podcast'in Kısa Tarihi: Doğuşu, Yükselişi, Monetizasyonu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1303-1319. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.724106>

- **Etik kurul onayı:** Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.
- **Çıkar çatışması:** Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
- **Finansal destek:** Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

-
- **Ethics committee approval:** There is no need for ethics committee approval.
 - **Conflict of interest:** There is no conflict of interest.
 - **Grant support:** The author declared that this study has received no financial support.

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.
This study was carried out in accordance with research and publication ethics.