



YOUTUBE'UN EĞİTİM AMAÇLI KULLANIMI

Ahmet Tarık KARAÇORLU**, Müzeyyen BULUT ÖZEK***

Makale Geliş Tarihi: 06.09.2022

Makale Kabul Tarihi: 29.08.2024

Özet

Teknolojinin değişmesi ve gelişmesiyle beraber yeni medya kavramı sürekli olarak güncellenmektedir. Yeni medya, iletişim alanına yaptığı katkılarının yanında, iletişim alanındaki yeniliklerle gelişen eğitim alanına da çok büyük katkılar yapmaktadır. Bu katkılarının en büyük belirtilerinden biri de çift yönlü iletişim imkanı sunan web 2.0 araçlarıdır. Web 2.0 araçlarının yaygın hale gelmesiyle birlikte birçok sosyal ağ eğitim amacıyla da kullanılmaya başlanmıştır. YouTube içerisinde barındırdığı eğitsel videolarla eğitim amaçlı en çok kullanılan video paylaşım platformlarından biri olmuştur. YouTube'un eğitim amaçlı kullanımı, dijital araçlarla büyüyen 21. yüzyıl öğretmenlerine ve özellikle öğrencilerine büyük imkanlar sunmaktadır. Bu çalışmada YouTube bir video paylaşım platformu olarak yeni medya kavramı içerisinde değerlendirilmiş ve YouTube'un eğitim ile olan ilişkisi incelenmiştir. Araştırmanın ana odağını YouTube'da bulunan eğitim kanallarından abone ve görüntülenme sayılarına göre seçilen 57 eğitim kanalı oluşturmaktadır. Kanallara ait veriler boomsocial ve socialblade sosyal medya analiz programları kullanılarak elde edilmiştir. Web hasatçılığı yöntemiyle YouTube'da bulunan eğitim kanallarından veriler toplanmış, kanallar içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. YouTube eğitim kanallarından ders videoları yayınlayan kanalların daha çok rağbet gördüğü saptanmış, zengin ve dikkat çekici içeriklere sahip olan kanalların yüksek oranda tercih edildiği gözlemlenmiştir. Bu çalışma sistematik video ağlarını kurmaları için eğitim kanallarına, kullanım amaçlarına yönelik eğitsel videolara erişebilmeleri için YouTube izleyicilerine perspektifler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeni medya, web 2.0, YouTube

EDUCATIONAL USE OF YOUTUBE

Abstract

The concept of new media is constantly updated, with the change and development of technology. In addition to the contributions of the new media to the field of communication, it also makes great contributions to the field of education, which is developing with innovations in the field of communication. One of the biggest signs of these contributions is web 2.0 tools that offer two-way communication. Many social networks have also been used for educational purposes, with Web 2.0 tools becoming widespread. YouTube has become one of the

** Öğretmen, MEB, ahmettarikkaracorlu@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-7587-2212

*** Doç. Dr. Fırat Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, mbozek@firat.edu.tr, ORCID:0000-0001-7594-8937

most used video sharing platforms for educational purposes with its educational videos. The educational use of YouTube offers great opportunities to teachers and especially students of the 21st century who have grown up with digital tools. In this study, YouTube as a video sharing platform was evaluated within the concept of new media and the relationship between YouTube and education was examined. The main focus of the research was 57 educational channels selected according to the number of subscribers and views from the educational channels on YouTube. The data of the channels were obtained using the boomsocial and socialblade social media analysis programs. Data were collected from educational channels on YouTube using the web harvesting method, and the channels were analyzed by content analysis method. It has been determined that the channels that publish lecture videos from YouTube education channels are more popular, and it has been observed that channels with rich and remarkable content are highly preferred. This study provides perspectives for YouTube viewers to access educational videos for their intended use and educational channels to establish their systematic video networks.

Keywords: New media, web 2.0, YouTube

1. GİRİŞ

Bilgiyi ses ve görüntü ile etkileşimli bir şekilde yoğuran yeni medya ağ tabanlı ve merkezi olmayan yapısıyla yeni bir iletişim çağını oluşturmuştur (Aydoğan ve Kırık, 2012). İnternet ve mobil ağlar yardımıyla oluşturulan yeni nesil medya düzeninde geleneksel medyanın aksine yayın organları tamamen dijital ortamlardan oluşmaktadır. Medyadan yeni medyaya geçişle birlikte öğretim faaliyetlerinde de basılı kaynakların kullanımından elektronik kaynakların kullanımına doğru bir geçiş gözlenmektedir. Bu geçişin en belirgin ögesi videolardır. Eğitimciler tarafından kazanımları desteklemek için video materyalleri hazırlanmaktadır. Videonun eğitim açısından taşıdığı önem, onun etkili bir iletişim ve öğrenme ortamı olmasından kaynaklanmaktadır (Alkan, 1988). Öğrenme materyali olarak hazırlanan birçok video, video arama motorlarına yüklenmektedir. Barındırdığı eğitim kanalları ile eğitim amaçlı en çok kullanılan video paylaşım platformlarından biri de YouTube'dur. 2005 yılında kurulan YouTube oldukça geniş çevrimiçi içeriği ile sanal dünyanın en yaygın video paylaşım platformu haline gelmiştir (Zinderen, 2020). YouTube bünyesinde farklı yaş gruplarına ve farklı ilgi alanlarına hitap eden birçok eğitim kanalı bulundurmaktadır. YouTube'da eğitim teması altında bulunan kanallara kullanıcılar tarafından daha rahat ve daha hızlı erişim sağlanabilmesi için YouTubeEDU kanalı geliştirilmiş ve farklı bir arayüzle yayımlanmıştır (Dikmen, 2018). Dünyanın birçok ülkesinde çeşitli dillerde yayın yapan çok sayıda YouTube eğitim kanalı bulunmaktadır. Ülkemizde de eğitim paydası altında toplanan gerek bireysel gerek kurumsal birçok YouTube kanalı birbirinden farklı içerikleriyle milyonlarca kişiye ulaşmaktadır.

1.1. Yeni Medya

İletişim araçlarının farklı ortamlar hazırlayarak bilgi alışverişine imkân tanınması tarihi süreç içerisinde aşama aşama gelişmiştir. Haberleşme imkânlarındaki bu gelişim medya kavramının yeni medya kavramına evrilmesine zemin hazırlamıştır. Manovich, devrimci web kültüründen yola çıkarak yazdığı büyük ses getiren Yeni Medya'nın dili kitabında (Yetişkin, 2015), yeni medyanın meydana çıkmasını 19. yüzyılın başlarına kadar götürmektedir (Manovich, 2001). Basılı medya ile başlayan süreç, işitsel ve görsel medya ile zenginleşmiş televizyon ekranlarında oluşturulan yeni gerçekliğin bilgisayar verisi haline gelmesiyle

yenilenen yeni medya anlayışı ortaya çıkmıştır (Tokdil, 2018). Zaman içerisinde teknolojinin insanlığa sunduğu hizmetler kendi dönemlerinde yeni olarak kabul edilse de sanal ağların kullanılmaya başlanmasıyla bu değişim boyut değiştirerek günümüz “yeni medya” kavramının içerdiği olgunluğa erişmiştir (Akgül ve Akdağ, 2017). Bu olgunluk kültürel iletişimin sadece dağıtım basamağını temsil eden basılı medyadan, yeni medya ile birlikte üretim basamağına geçişin (Başlar, 2013) ve geniş kitlelerce kullanılan çift yönlü iletişimin yetkinliğidir. Artık yeni medya ile büyük miktardaki enformasyon eş zamanlı aktarılabilen, çok katmanlı etkileşim gerçekleştirebilmektedir (Kılıç ve Dikmen, 2021). Bu etkileşime ve değişen kültürel süreçlere uyum sağlayan ve de aynı zamanda sosyal yeteneklerini geliştirerek bu etkileşime katkı sağlayan insanlar da yeni medya okuryazarı olarak adlandırılmaktadır (Erdoğan ve Topçu, 2022).

Yüzyıllardır geleneksel olarak kullanılan medya, internetin bulunuşuyla günlük hayatta kullandığımız birçok kavram gibi başına “e” harfi almış ancak e-medya olarak değil yeni medya olarak adlandırılmıştır (Auwal, 2016). Medyanın başına aldığı yeni sıfatının kavrama kazandırdığı özellikleri anlamak için öncelikle geleneksel medyadaki temel iletişim felsefesini anlamak gerekir. Geleneksel medyada iletişim tek taraflıdır. Geleneksel medyada toplanan veriler tek taraflı olarak aktarılır ve aktarımın hedef kitleye ulaşma oranı tespit edilemez. Yeni medya tam bu noktada aktarımda yaşanan bu probleme çift yönlü iletişimle çözümler sunarak hedef kitleye ulaşmayı amaçlar (Tokatlı, 2016). Yeni medyanın internet ortamında çift yönlü iletişim çözümü eğitimde tıkanan noktalara da uygulanmaktadır. Bu çözüm Web 2.0 teknolojileridir (Topçu ve Türk, 2016; Genç, 2010). Eğitimde yeni medyanın kullanımı bilgi ihtiyacının tespitinde, bilginin geliştirilmesinde ve iletiminde büyük katkılar sağlamaktadır (Ai, 2021).

Web 2.0 internet kullanıcılarının el birliğiyle paylaşım yaparak oluşturduğu bir sistemdir ve çift yönlü iletişim sunan sosyal medyanın serpilip büyümesiyle kavramsallaşmıştır (Aktan ve Koçyiğit, 2016). Bu kavram ilk olarak Darcy DiNucci tarafından 1999 yılında kullanılsa da (DiNucci,1999) kavramın popüler hale gelmesi Tim O’Reilly sayesinde olmuştur. O’Reilly 2005 yılında yayımladığı “Web 2.0 Nedir?” isimli makalesinde; önceden internet kullanıcılarının kendilerine sunulan içeriğin sadece tüketicisi olduklarını Web 2.0 ile birlikte artık sadece tüketen değil aynı zamanda içerik üreten kullanıcılar haline geldiklerini yazmıştır (O’Reilly, 2005). Bu açıdan bakıldığında Web 2.0, World Wide Web’in yeni bir sürümü değil bir devrimdir (O’Reilly, 2010). En basit haliyle bu devrim bir kullanıcının internette kolaylıkla içerik oluşturabilmesi ve sanal ortamda var olan içeriklere katkıda bulunabilmesidir (Atıcı ve Yıldırım, 2010). Blog ve vikilerle başlayan içerik geliştirme süreci çizim araçlarından sunum araçlarına birçok mecrada büyümüş olup animasyon ve videolarla zenginleşmiştir. Kendine sunulan videoyu izlemekle sınırlı internet kullanıcıları zengin Web 2.0 araçları ile artık kendi ürettikleri videoları paylaşabilecek duruma gelmiştir. İnternet kullanıcılarının bu alandaki bir numaralı tercihi dünyanın en büyük video paylaşım sitesi YouTube ve esas olarak YouTube Studio’dur.

1.2. YouTube ve Eğitim

YouTube 2005 yılında ABD’de kurulan çevrimiçi video paylaşım ve sosyal medya platformudur. Platform, kullanıcılarına video izleme, yükleme, paylaşma, paylaşılan videoları beğenme, yorumlama gibi imkânlar sunmaktadır. YouTube’un ilk yıllarında genel olarak video klipler, televizyon klipleri, müzik videoları, gezi videoları, video bloglar ve kısa özgün videolar gibi içerikler yayınlanırken son yıllarda büyük bir ivmeyle eğitim videoları da yayınlanmaktadır.

YouTube, Google firmasına ait bir markadır ve kullanıcı hesabı açmak için gmail hesabına sahip olmak gereklidir. YouTube’da bulunan içerikler genel olarak bireysel hesaplar tarafından yüklense de, kurumsal firmalar da YouTube ile ortaklık programları yapıp içeriklerini platforma yüklemektedirler. Zamanla bireysel hesaplarından YouTube’u aktif olarak paylaşım yapmak gayesi ile kullanan kişiler “Youtuber” olarak adlandırılmıştır (Çoban, 2021). Tek bir youtuberın yönettiği ve ön planda olduğu kanallar gibi belirli bir görev dağılımı olup ekip olarak çalışan kanallar da bulunmaktadır. YouTube hem bireysel hem de kurumsal kullanıcılarına çalışabilecekleri büyük bir ortam sunar. YouTube, kullanıcılarına vadettiği özgür hareket alanını gerçek kılarak katılımcı kültür dinamiklerini harekete geçirir, tek taraflı iletişim yapısını yok ederek mesaj ve içeriğin üretimindeki durağanlığın kalkmasına olanak sağlar (Mutlu ve Bazarıcı, 2017). YouTube içeriklerinin aktif bir şekilde kullanılması mesajı etkili bir şekilde hedefine ulaştırır.

Yeni medyanın son derece popüler bir biçimi haline gelen YouTube gibi yeni Web 2.0 teknolojileri, öğrenme konusunda yeni taleplerde bulunur ve öğrenmeye yeni destekler sağlarlar (Duffy, 2008). YouTube’un eğitim amaçlı kullanımı günden güne yaygınlaşmakta ve artmaktadır. Ayhan, Gürbüz ve Ekinci 2016 yılında dijital müzik üzerine yaptıkları araştırmada elde ettikleri veriler doğrultusunda dijital müzik eğitime yönelik Youtube kanallarının her geçen gün yaygın hale geldiği sonucuna varmışlardır. YouTube’un etkili bir eğitim ortamı olduğuna dair araştırmalar da vardır. Öğrenciler de YouTube’un eğitimleri için faydalı olduğuna inanmaktadır. Alp ve Kaleci (2018), YouTube’da bulunan videoların eğitim materyali olarak kullanımı ile ilgili öğrenci görüşlerini almış, öğrenciler videoların, dersi sıkıcılıktan kurtarıp eğlenceli vaziyete getirdiğini, konuları daha iyi anlamalarına destek olduğunu ve başarı seviyelerini yükselttiklerini belirtmiştir. Güzel, Çakır ve Çelen de 2019 yılında YouTube üzerinden video destekli keman öğretimi hakkında öğrencilerin görüşünü almış, öğrenciler videoların, hatırlamada kolaylık sağladığını ifade etmiş, araştırmacılar da YouTube videolarının görsel ve işitsel destek verdiği neticesine ulaşmıştır. Patalinghug ve Patalinghug 2022 yılında COVID-19 pandemisi sürecinde teknoloji tabanlı öğrenme üzerine yaptıkları çalışmada YouTube’u yükseköğretimde web tabanlı öğrenim aracı olarak kullanmış ve YouTube kullanımının öğrencilerin notlarını yükseltmede ve öğrenmeye karşı olan motivasyonlarını arttırmada etkili olduğu sonucuna varmışlardır.

YouTube, eğitimciler tarafından haber değeri olan her şey için pedagojik bir kaynak olarak giderek daha fazla kullanılmaktadır (Duffy, 2008). Yazdıkları makalelerle sınırlı sayıda okura erişebilen akademisyenler Web 2.0 teknolojilerinin gelişmesiyle beraber fikirlerini videolar ile ifade etmekte hazırladıkları videolar ile çok geniş kitlelere ulaşabilmektedirler.

Birçok akademisyen kendi video kanalından yayınlar yapmaktadır. Akademisyenlerin resmi Youtube kanalları üzerinden yayınladıkları YouTube videolarına artık atıflar yapılmakta bu videolar kaynak olarak gösterilmektedir (Kousha, Thelwall ve Abdoli, 2012). Web 2.0 teknolojilerinin getirdiği bu yenilikler bilim teriminin de yanına 2.0 eklemiştir. Günümüz eğitim ekosistemi öğrenmede ve öğretmede artık Bilim 2.0 safhasına geçiş yapmıştır (Anbaroğlu, Kocaman, Uğurlu ve Demir 2017). Birçok üniversite kurumsal YouTube kanallarının oluşması için Google ile anlaşma imzalamıştır.

Kurulduğu yıllarda geleneksel medyaya rakip olarak görülen YouTube zamanla çerçevesini genişleterek geleneksel medya kanallarının resmi YouTube kanalı açarak programlarını paylaştığı canlı yayınlarını yaptığı büyük bir platform haline gelmiştir. Televizyon kanalları 2011 yılından itibaren resmi YouTube kanallarını açarak yaygın bir şekilde yeni medya ortamındaki bu platformu kullanmaya başlamışlardır (Dikmen, 2017). Pandemi zamanında açılan TRT EBA kanalları YouTube üzerinden program kayıtlarını yayınlamaktadır. TRT EBA kanallarındaki ders saatlerini kaçıran öğrenciler TRT EBA'nın YouTube kanalı üzerinden kaçırdığı dersleri takip edebilmektedir. Z kuşağı, öğrenci merkezli video tabanlı eğitimi tercih etmektedir.

YouTube iş ortağı programıyla herkese açık 4.000 saat izlenme ve 1.000 abone sınırına ulaşan kanallara para kazanma imkânı sunmaktadır (Wilson, 2019). Bu durum tüm YouTube kanallarında olduğu gibi eğitim sektörü ile ilgili YouTube kanallarının da hedefe yönelik kapsamlı profesyonel çalışmalar yapmasını teşvik etmektedir. MEB'e kayıtlı yaklaşık 19 milyon, yükseköğrenim yapan yaklaşık 9 milyon öğrenci ticari amaçlı yayın yapan YouTube eğitim kanalları için büyük bir pazar oluşturmaktadır.

2. YÖNTEM

Çalışmada YouTube'da bulunan eğitim kanalları içerik analizi yapılarak incelenmiştir. Abone sayısına göre ülkemizde ilk 50'ye giren YouTube eğitim kanallarının içerikleri incelenmiş, bu kanalların; abone sayısı, görüntülenme sayısı, video sayısı, kanal açılış tarihi, doğrulama rozeti ve topluluk sekmesi başlıkları altında istatistiki verileri tespit edilmiştir. Ayrıca görüntülenme sayısına göre ülkemizde ilk 20'ye giren YouTube eğitim kanalları da incelenmiş; abone sayısı sıralamasında ilk 50'de olmayan 7 kanal listeye girdiği için; bu çalışmaya toplamada 57 YouTube eğitim kanalı dâhil edilmiştir.

Kanallara ait veriler boomsocial ve socialblade sosyal medya analiz programlarından çekilmiştir. Bu programlar web hasatçılığı yöntemiyle veri oluşturmaktadır. Web hasatçılığı, birçok web sayfasını taramanın ve ilgili içeriği bir web sayfasındaki konumuna göre kopyalamanın otomatik bir yoludur (Liu, 2007). El ile kopyalama ile karşılaştırıldığında, bu teknik, diğer formatlarda ve analizlerde kullanılmak üzere büyük miktarda verinin hızlı bir şekilde çıkarılmasına izin verir. Web hasadı, arşivleme, web kullanım takibi ve üçüncü şahıslar tarafından kullanılmak üzere veri içeriği madenciliği için sıklıkla kullanılır (Van Wel and Royakkers, 2004). Web toplama genellikle bir web sitesindeki alanlardan bir şablona göre veri çıkaran otomatik bir robot kullanılarak yapılır (Berry & Linoff, 2001; Liu, 2007). Ayrıca

kanallar hakkındaki ayrıntılı istatistiki nicel veriler için kanalların ana sayfaları, hakkında bölümleri ve videoları ile ilgili bilgileri 29-30 Temmuz 2022 tarihlerinde ekran alıntısı alınarak kaydedilmiştir.

Doğrulama Rozeti: YouTube 100.000 aboneye ulaşan kanallara doğrulama onay işareti seçeneği sunar. Bu doğrulama onay rozeti kanal adının hemen yanında yer alır. Bir kanal YouTube tarafından doğrulandığında bu kanalın sahibine ait resmi hesap olduğu anlamına gelir ve benzer adlara sahip diğer YouTube kanallarından ayırt edilmesini sağlar. Bu sayede popüler bir YouTube kanalının kimliğine bürünmeye çalışan kanallar ayırt edilir.

Topluluk Sekmesi: Youtube'da 500'ün üzerinde aboneye sahip olan içerik üreticileri Topluluk Sekmesi açabilmekte ve topluluk gönderilerine erişim sağlayabilmektedir. Topluluk gönderilerine erişimi olan Youtube kanalları, rich media kullanarak takipçileriyle etkileşime geçebilmektedir. Topluluk gönderilerinde videonun yanında, anketler, GIF'ler, yazılar ve resimler gibi zengin medya araçları kullanılabilir.

3. BULGULAR

3.1. Abone Sayısı

Tablo 1. Eğitim kategorisinde abone sayısına göre ilk 20'ye giren YouTube kanalları

No	YouTube Eğitim Kanalı	Abone Sayısı	Görüntülenme Sayısı
1	Tonguç Akademi	3.650.000	737.550.894
2	ŞENOL HOCA	1.430.000	344.160.131
3	Hocalara Geldik	1.370.000	672.829.634
4	Gri Koç	1.340.000	134.139.749
5	KhanAcademyTurkce	644.000	85.447.139
6	İMT Hoca	508.000	80.646.798
7	Açıköğretim Sistemi – Anadolu Üniversitesi	265.000	70.338.798
8	BGM Matematik	155.000	21.735.771
9	TRT EBA	138.000	4.711.480
10	Konuşarak Öğren İngilizce Eğitimleri	80.600	21.571.202
11	Üsküdar Üniversitesi	63.200	39.083.118
12	Milli Savunma Üniversitesi	59.300	7.248.398
13	İstanbul Üniversitesi AUZEF	57.300	3.369.509
14	Okulistik Eğitim Platformu	55.000	11.991.345
15	Morpa Kampüs	44.100	5.766.639
16	Seda Hoca	42.100	2.720.170
17	Bilkent Üniversitesi	38.600	10.864.630
18	Boğaziçi Üniversitesi	38.200	6.975.723
19	Meltem Hoca ile Almanca dersleri	36.900	2.972.975
20	Anadolu Üniversitesi	26.100	1.480.152

YouTube eğitim kanalları genel olarak ders videosu yayınlayanlar, yabancı dil eğitimi verenler, eğitim kurumları, özel okullar ve üniversiteler başlıkları altında toplanmaktadır.

Abone sayısına göre ilk 20'deki eğitim kanalının 10'unun (Tonguç Akademi, ŞENOL HOCA, Hocalara Geldik, KhanAcademyTurkce, İMT Hoca, BGM Matematik, TRT EBA, Okulistik Eğitim Platformu, Morpa Kampüs, Seda Hoca) ağırlıklı olarak ders videosu yayınlayan kanallar olduğu, 1'inin (Gri Koç) öğrencilere rehberlik hizmeti veren bir kanal olduğu, 7'sinin (Açıköğretim Sistemi–Anadolu Üniversitesi, Üsküdar Üniversitesi, Milli Savunma Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi AUZEF, Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi) üniversitelere ait kanallar olduğu ve 2'sinin (Konuşarak Öğren İngilizce Eğitimleri, Meltem Hoca ile Almanca dersleri) yabancı dil eğitimi ile ilgili kanallar olduğu görülmüştür.

Abone sayısına göre eğitim kanalları sıralandığında Türkiye'de en çok abonesi olan Eğitim Kanalı 3.650.000 abone ile Tonguç Akademi'dir. Tonguç Akademi'yi 1.430.000 ile ŞENOL HOCA, 1.370.000 ile Hocalara Geldik kanalları izlemektedir. Gri Koç 1.340.000 abonesi ile bir milyon abone sayısını aşan 4 eğitim kanalından biridir. Listedeki ilk 9 eğitim kanalı yüz bin sınırını aşmıştır. İlk yirmiyeye son sırada giren Anadolu Üniversitesi YouTube kanalının ise 26.100 abonesi bulunmaktadır. İlk yirmiyeye giremeyen ama yükseliş trendi gösteren yurt dışı eğitim hizmeti veren kanallar (Aba Yurt Dışı Eğitim, YERO Yurt Dışı Eğitim) listede 24. ve 26. sıralarda yer bulmuştur. Özel okullar kategorisinde 3 kanal (Okyanus Kolejleri, Doğa Okulları, Bahçeşehir Koleji) ile 31, 33 ve 39. olarak ilk 50'ye girmiştir.

3.2. Görüntülenme Sayısı

Tablo 2. Eğitim kategorisinde görüntülenme sayısına göre ilk 20'ye giren youtube kanalları

No	YouTube Eğitim Kanalı	Görüntülenme Sayısı	Abone Sayısı
1	Tonguç Akademi	737.550.894	3.650.000
2	Hocalara Geldik	672.829.634	1.370.000
3	ŞENOL HOCA	344.160.131	1.430.000
4	Gri Koç	134.139.749	1.340.000
5	KhanAcademyTurkce	85.447.139	644.000
6	İMT Hoca	80.646.798	508.000
7	Açıköğretim Sistemi – Anadolu Üniversitesi	70.338.798	265.000
8	İstanbul Kültür Üniversitesi	40.373.897	4.910
9	Üsküdar Üniversitesi	39.083.118	63.200
10	BGM Matematik	21.735.771	155.000
11	Konuşarak Öğren İngilizce Eğitimleri	21.571.202	80.600
12	sabancıuniversitiy	17.986.889	9.130
13	İstanbul Aydın Üniversitesi	17.653.615	Yayınlanmamış
14	Beykent Üniversitesi	16.292.869	15.600
15	medipoluniverstesi	12.219.265	13.700
16	Okulistik Eğitim Platformu	11.991.345	55.000
17	İstanbulBilgiÜni	11.636.247	4.680
18	İstanbul Nişantaşı Üniversitesi	10.929.171	Yayınlanmamış
19	Bilkent Üniverstesi	10.864.630	38.600
20	Maltepe Üniversitesi	8.999.489	6.920

YouTube eğitim kanalları görüntülenme sayısına göre sıralandığında abone sayısı sıralamasında ilk 20’de olmayan 9 kanalın listeye girdiği görülmektedir. Bu 9 kanalın (İstanbul Kültür Üniversitesi, sabanciuniversiy, İstanbul Aydın Üniversitesi, Beykent Üniversitesi, medipoluniversitesi, IstanbulBilgiÜni, Bilkent Üniversitesi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Maltepe Üniversitesi) tamamının üniversitelere ait kanallardır.

Görüntülenme sayısına göre ilk 20’ye girerek değerlendirmeye alınan 20 eğitim kanalının 7’sinin (Tonguç Akademi, Hocalara Geldik, ŞENOL HOCA, KhanAcademyTurkce, İMT Hoca, BGM Matematik, Okulistik Eğitim Platformu) ağırlıklı olarak ders videosu yayınlayan kanallar olduğu, 1’inin (Gri Koç) öğrencilere rehberlik hizmeti veren bir kanal olduğu, 11’inin (Açıköğretim Sistemi – Anadolu Üniversitesi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Üsküdar Üniversitesi, sabanciuniversiy, İstanbul Aydın Üniversitesi, Beykent Üniversitesi, medipoluniversitesi, IstanbulBilgiÜni, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi, Maltepe Üniversitesi) üniversitelere ait kanallar olduğu ve 1’inin (Konuşarak Öğren İngilizce Eğitimleri) yabancı dil eğitimi ile ilgili kanal olduğu görülmüştür.

737.550.894 görüntülenme ile Tonguç Akademi en çok izlenen eğitim kanalıdır. Görüntülenme sayısına göre 672.829.634 görüntülenme ile Hocalara Geldik ikinci 344.160.131 görüntülenme ile ŞENOL HOCA üçüncü en çok görüntülenen eğitim kanalıdır.

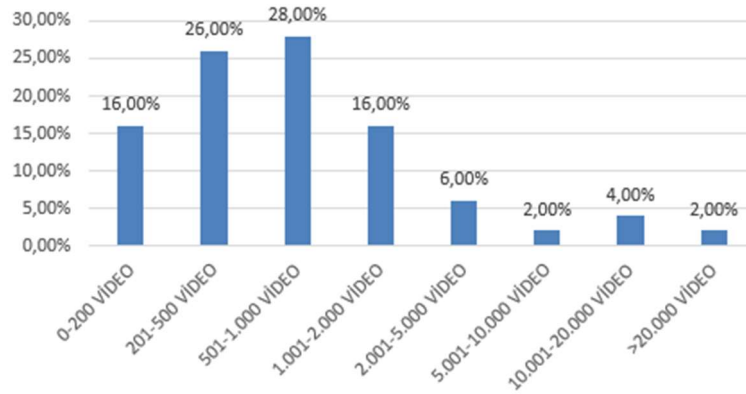
3.3. Video Sayısı

Tablo 3. Eğitim kategorisinde abone sayısına göre ilk 50’ye giren youtube kanallarının yükledikleri video sayısı

No	YouTube Eğitim Kanalı	Video Sayısı	No	YouTube Eğitim Kanalı	Video Sayısı
1	Konuşarak Öğren İngilizce Eğitimleri	45.116	26	Altınbaş Üniversitesi	606
2	Açıköğretim Sistemi – Anadolu Üniversitesi	12.275	27	Eğitim Reformu Girişimi	587
3	KhanAcademyTurkce	10.106	28	Doğa Okulları	553
4	Hocalara Geldik	6.042	29	Gazi Üniversitesi	524
5	Üsküdar Üniversitesi	3.648	30	İbn Haldun Üniversitesi	481
6	İstanbul Üniversitesi	2.104	31	Seda Hoca	435
7	Tonguç Akademi	2.076	32	ODTÜ-METU	426
8	İMT Hoca	1.769	33	ESOGU	389
9	Necmettin Erbakan Üniversitesi	1.627	34	Sakarya Üniversitesi	371
10	sabanciuniversity	1.410	35	Marmara Üniversitesi	315
11	medipoluniversitesi	1.363	36	Bahçeşehir Koleji	313
12	ŞENOL HOCA	1.284	37	Okyanus Kolejleri	309
13	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	1.281	38	Hacettepe Üniversitesi	251
14	Boğaziçi Üniversitesi	1.270	39	Enstitü İstanbul İSMEK	246
15	BGM Matematik	1.091	40	Morpa Kampüs	238
16	Gri Koç	955	41	MODADİL	237
17	İstanbul Teknik Üniversitesi	887	42	Aba Yurt Dışı Eğitim	232
18	Bilkent Üniversitesi	886	43	YERO Yurt Dışı Eğitim	200

19	MEF Üniversitesi	853	44	Bahçeşehir University	151
20	Koç Üniversitesi	826	45	Okulistik Eğitim Platformu	144
21	TRT EBA	783	46	Beykent Üniversitesi	134
22	Anadolu Üniversitesi	776	47	Milli Savunma Üniversitesi	119
23	Atatürk Üniversitesi	720	48	İstanbul Üniversitesi AUZEF	107
24	Maltepe Üniversitesi	717	49	Meltem Hoca ile Almanca dersleri	102
25	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	716	50	Vitamin Eğitim	40

YouTube’da abone sayısına göre en çok izlenen 50 eğitim kanalına bakıldığında en fazla video, kanala yüklenen 45.116 video ile Konuşarak Öğren İngilizce Eğitimleri kanalına aittir. Açıköğretim Sistemi – Anadolu Üniversitesi kanalı 12.275 video ile ikinci, KhanAcademyTurkce 10.106 video ile listede üçüncü sırada yer almıştır. Listede yer alan 15 eğitim kanalının 1.000 sınırının üstünde sisteme video yüklediği görülmektedir.



Şekil 1. Eğitim kategorisinde abone sayısına göre ilk 50’ye giren youtube kanallarının yükledikleri video sayılarının yüzdeleri

Değerlendirmeye alınan YouTube eğitim kanallarının %16’sı 0-200, %26’sı 201-500, %28’i 501-1000, %16’sı 1.001-2.000, %6’sı 2.001-5.000, %2’si 5.001-10.000 ve %2’si 20.000’den fazla video sisteme yüklemiştir. Kanalların büyük bir kısmı (%28) 501-1.000 video yüklemiştir.

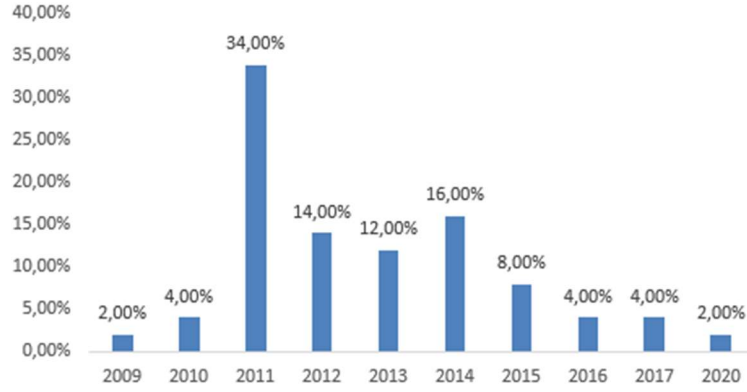
3.4. Kanal Açılış Tarihi

Tablo 4. Eğitim kategorisinde abone sayısına göre ilk 50’ye giren youtube kanallarının açılış tarihleri

No	Youtube Eğitim Kanalı	Açılış Tarihi	No	Youtube Eğitim Kanalı	Açılış Tarihi
1	Bahçeşehir University	25 Kasım 2009	26	BGM Matematik	13 Eylül 2012
2	İstanbul Üniversitesi	9 Mayıs	27	Gazi Üniversitesi	17 Ekim

		2010			2012
3	Atatürk Üniversitesi	14 Aralık 2010	28	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	5 Mart 2013
4	sabancıuniversity	19 Ocak 2011	29	YERO Yurt Dışı Eğitim	16 Mart 2013
5	Konuşarak Öğren İngilizce Eğitimleri	9 Şubat 2011	30	İMT Hoca	19 Temmuz 2013
6	TRT EBA	8 Mart 2011	31	İstanbul Üniversitesi AUZEF	28 Ağustos 2013
7	Doğa Okulları	21 Nisan 2011	32	Morpa Kampüs	3 Eylül 2013
8	Sakarya Üniversitesi	5 Mayıs 2011	33	Enstitü İstanbul İSMEK	25 Kasım 2013
9	KhanAcademyTurkce	17 Mayıs 2011	34	Beykent Üniversitesi	20 Ocak 2014
10	medipoluniversitesi	17 Mayıs 2011	35	Tonguç Akademi	28 Ocak 2014
11	ODTÜ-METU	18 Mayıs 2011	36	Maltepe Üniversitesi	24 Şubat 2014
12	Okulistik Eğitim Platformu	18 Haziran 2011	37	MEF Üniversitesi	16 Nisan 2014
13	Okyanus Kolejleri	20 Haziran 2011	38	Seda Hoca	8 Haziran 2014
14	Boğaziçi Üniversitesi	24 Haziran 2011	39	İstanbul Teknik Üniversitesi	11 Temmuz 2014
15	Bilkent Üniversitesi	24 Haziran 2011	40	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	8 Eylül 2014
16	Altınbaş Üniversitesi	29 Haziran 2011	41	Hocalara Geldik	27 Kasım 2014
17	Koç Üniversitesi	18 Temmuz 2011	42	Aba Yurt Dışı Eğitim	1 Şubat 2015
18	ŞENOL HOCA	7 Eylül 2011	43	ESOGU	5 Haziran 2015
19	Vitamin Eğitim	26 Ekim 2011	44	Necmettin Erbakan Üniversitesi	5 Ekim 2015
20	Gri Koç	7 Kasım 2011	45	Meltem Hoca ile Almanca dersleri	27 Kasım 2015
21	Eğitim Reformu Girişimi	10 Ocak 2012	46	Marmara Üniversitesi	12 Ocak 2016
22	Üsküdar Üniversitesi	19 Mart 2012	47	Açıköğretim Sistemi – Anadolu Üniversitesi	8 Şubat 2016
23	Anadolu Üniversitesi	23 Mayıs 2012	48	Milli Savunma Üniversitesi	10 Mart 2017
24	Hacettepe Üniversitesi	9 Haziran 2012	49	İbn Haldun Üniversitesi	8 Mayıs 2017
25	Bahçeşehir Koleji	13 Temmuz 2012	50	MODADİL	29 Kasım 2020

YouTube’da abone sayısına göre en çok izlenen 50 eğitim kanalına bakıldığında en eski olarak 25 Kasım 2009 tarihinde Bahçeşehir University YouTube kanalının açıldığı en yeni olarak 29 Kasım 2020 tarihinde MODADİL YouTube kanalının açıldığı tespit edilmiştir. Değerlendirmeye dâhil edilen eğitim kanallarının açılış yılları incelendiğinde büyük çoğunluğun 5 yıldan eski kanallar olduğu, son yıllarda açılan kanalların azınlıkta olduğu görülmektedir.



Şekil 2. Eğitim kategorisinde abone sayısına göre ilk 50’ye giren youtube kanallarının açılış tarihlerinin yüzdelik dilimleri

Değerlendirmeye alınan YouTube eğitim kanallarının %2’si 2009 yılında, %4’ü 2010 yılında, %34’ü 2011 yılında, %14’ü 2012 yılında, %12’si 2013 yılında, %16’sı 2014 yılında, %8’i 2015 yılında, %4’ü 2016 yılında, %4’ü 2017 yılında ve %2’si 2020 yılında açılmıştır. YouTube eğitim kanalları en çok %34 ile 2011 yılında açılmıştır.

3.5. Doğrulama Rozeti

YouTube’da ilk 50 eğitim kanalına bakıldığında 9 tanesinin 100.000’in üstünde aboneye sahip olduğundan dolayı doğrulama onayı rozeti alabilecek seviyeye geldiği ve bunlardan 7 tanesinin doğrulama onay işaretine sahip olduğu görülmüştür.

3.6. Topluluk Sekmesi

Araştırma kapsamında incelenen 50 Youtube eğitim kanalından 48 tanesi topluluk sekmesini kullanmaktadır. Eğitim kanallarının topluluk sekmesini, genel olarak duyuru yapmak, sınavların kritiğini yapmak ve anketlerle takipçilerinin görüşlerini almak için kullandıkları gözlemlenmiştir.

4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Yeni medyanın eğitimde kullanılması tüm dünyada yükselen bir trend olarak yeni medyayı eğitim sistemlerinin tamamlayıcı kaynağı haline getirmiştir. Eğitim camiasında hizmet veren kurum ve kuruluşlar Web 2.0 araçları sayesinde büyük kitlelere ulaşım hitap etmekte ve bu araçlar ile eğitim-öğretim çalışmaları yapmaktadırlar (Bozkurt, 2013). Yeni

medyanın lokomotifi Web 2.0 teknolojileri olan sosyal ağlar her geçen gün katlanarak büyümeye devam etmekte, YouTube’da bağlantılarını genişleterek bu büyümeye devasa katkılar yapmaktadır.

Eğitim kategorisinde abone sayısına göre ilk 20’ye giren Youtube kanalları incelendiğinde en çok ders videoları yayınlayan kanalların rağbet gördüğü görülmüştür. Youtube’da Açık Öğretim ile ilgili 11 eğitim kanalının incelendiği bir çalışmada da kanalların video içeriğinin çoğunluğunu ders anlatımı olan videoların oluşturduğu tespit edilmiştir (Sağlık Terleme, 2016). Ders videoları alanında birçok kanal içerik hazırlayıp yayınlarken bunların bazıları yüksek izlenme sayısına erişmiş bazıları da bu rakamlara ulaşamamıştır. Bazı kanalların yüksek oranda tercih edilmesinin sebebi bu kanalların video ağının geniş ve müfredatı kapsayıcı olması ve de videoların belli bir stile sahip profesyonel çekimler olması olabilir. Ham görsellerin bilgisayar programları kullanılarak işlenmesi yoluyla oluşturulan yüksek kaliteli zengin medya ile tasarlanan videolarla öğrenciler daha çok etkileşimde bulunabilir. Etkileşim öğrencilere aidiyet hissi kazandırmaktadır (Luo, Zhang ve Qi, 2017). Öğrenciler etkileşim yolu ile kanala katkı sağlayarak ve abonesi olduğu kanala topluluk hissine sahip olarak bağlılık gösteriyor olabilir. Üniversitelere ait kanallar incelendiğinde üniversitelerin kanallarını tanıtım, duyuru ve haber ağırlıklı olarak kullandıkları nadiren eğitsel videolar yükledikleri görülmüştür. Nitekim Türkiye’de bulunan 161 üniversitenin Youtube kanallarını inceleyen bir çalışmada da devlet üniversitelerinin video içeriğinin %6’sının, özel üniversitelerin video içeriğinin %14’ünün ders anlatımı olduğu saptanmıştır (Dikmen, 2018).

Kanalların abone ve görüntülenme sayıları birlikte ele alındığında Hocalara Geldik kanalının abone sayısına göre üçüncü olmasına rağmen görüntülenme sayısında ikinci olduğu görülmüştür. YouTube’daki eğitim kanallarında genel olarak abone sayısı ile görüntülenme sayısı arasında paralellik gözükse de zengin ve dikkat çekici içeriklere sahip kanallar abone sayısı fazla olan kanallardan daha fazla görüntülenebilmektedir.

Bu çalışmada Youtube’da eğitim kategorisi altında yayın yapan kanalların tamamının değil en yüksek aboneliğe ve izlenme sayısına sahip olan kanalların seçilmesi araştırmanın sınırlılığıdır. Bu nedenle çalışmanın sonuçları Youtube’da eğitim kategorisi altında yayın yapan kanalların tamamına genellenemez.

Youtube’daki eğitim kanallarının gerek abone sayıları ve gerekse görüntülenme sayıları göz önüne alındığında bu kanalların özellikle ders anlatımı bakımından hatırı sayılır bir konumunun olduğu görülmektedir. Duffy (2008), eğitimcilerin dijital ortamlarda büyüyen öğrenciler için bilişsel yükü azaltılmış, aktif öğrenmeyi destekleyen, kaynaklarla ilişkili, öğrenen merkezli YouTube videolarını tasarlamalarını önermiştir. YouTube’un eğitim için kullanımı YouTube videoları ile büyüyen yeni nesil göz önüne alındığında eğitimciler için vazgeçilemez bir fırsattır. Bu fırsattan istifade etmek için Milli Eğitim Bakanlığı ilköğretim ve ortaöğretim kademelerindeki tüm derslerin tüm kazanımları için YouTube videosu hazırlamalı ve resmi kanalına yüklemelidir. Bayer ve Bulut-Özek (2021), dijital hızla yetişen, düşünen ve işlem yapan yeni nesil için YouTube gibi birçok yeni medya teknolojisi ile alakalı derslerin ilköğretim kademesinden itibaren okutulması gerektiğini belirtmiştir.

YouTube kanalları, izleyici kitlesini aktif bir şekilde kanalda tutmak için topluluk sekmesini düzenli olarak kullanmalı ve bu sekmede abonelerinin fikirlerine başvurmalı özellikle video planlarını topluluk sekmesinde izleyicileriyle istişare etmelidir. Özellikle ders videoları yayınlayan YouTube eğitim kanalları içeriklerini müfredata göre belirlemeli her bir kazanım için ayrı ayrı kapsayıcı bir video ekosistemi oluşturmalıdır. Yeni açılan kanalların videolarını belirli bir formata göre yayınlamaları istikrar açısından önemlidir. Yüksek kaliteli çekimler için stüdyo kurulması istikrara katkı sağlamaktadır. YouTube kanallarının başarılı olabilmesi için birçok faktör sıralansa da YouTuberlara göre başarıyı yakalayabilmek için diksiyon, görünüm, kıyafet gibi etkenlerden ziyade içerik ve sunum daha önemlidir (İlhan ve Görgülü Aydoğdu, 2018). Belirli bir plana göre hazırlanan kaliteli içeriği izleyiciye hitap edecek şekilde sunan YouTube kanalları başarılı olmaktadır.

YouTube kullanıcıları için önerilen videolara takılmadan amacına yönelik eğitsel videoya hızlı bir şekilde erişebilmek çok önemlidir. YouTube kullanıcıları aynı isimde açılan taklit kanalları ayırt etmek için doğrulama onayı rozeti olan eğitim kanallarını tercih etmelidir. Öğrencilerin maruz kalabileceği olumsuz içeriklerden sakınabilmesi için öğrencilerin yeni medya okuryazarlığı yetilerine sahip olması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Ai, H. (2021). The influence of new media on college students' ideological and political education and the countermeasures. *Journal of Contemporary Educational Research*, 5(5), 44-46.
- Akgül, M. ve Akdağ, M. (2017). Türkiye'de yeni medya eğitimi üzerine niceliksel bir betimleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 210-220.
- Aktan, E. ve Koçyiğit, M. (2016). Sosyal medya'nın turizm faaliyetlerindeki rolü üzerine teorik bir inceleme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 62-73.
- Alkan, C. (1988). Bir eğitim ortamı olarak video. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 21(1), 265-270.
- Alp, Y. ve Kaleci, D. (2018). Youtube sitesindeki videoların eğitim materyali olarak kullanımına ilişkin öğrenci görüşleri. *International Journal of Active Learning*, 3(1), 57-68.
- Anbaroğlu, B., Sultan Kocaman, S., Uğurlu, A. ve Demir, N (2017, Mayıs). Sivil bilim: mobil çağda bilimsel süreçlerin gelişimine yeni bir yaklaşım. *19. Akademik Bilişim Konferansı*, Aksaray Üniversitesi, Aksaray.
- Atıcı, B. ve Yıldırım, S. (2010) Web 2.0 uygulamalarının e-öğrenmeye etkisi. *XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, s. 287-292, Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Auwal, A. M. (2016). The complexities of new media: can the 'web media' completely erase traditional media from the communication industry? *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 6(3), 173-195.
- Aydoğan, F. ve Kırık, A. M. (2012). Alternatif medya olarak yeni medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*
- Ayhan, A., Gürbüz, T. Ve Ekinci, T. (2016, Eylül). Youtube üzerinde digital müzik eğitimi materyalleri yayınlayan kanallar üzerine bir araştırma: muzikolaj örneği. *2. Uluslararası Müzik ve Dans Kongresi*, Muğla.

- Başlar, G (2013). Yeni medyanın gelişimi ve dijitalleşen kapitalizm. *XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* s. 775-784, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Bayer, H. ve Bulut-Özek, M. (2021). Yeni medya eğitimi ve önemi. *Journal of Communication Science Researchs*, 1 (2), 127-138.
- Berry, M.J.A., and Linoff, G.S. (2001). *Mining the web: transforming customer data*. New York, NY: John Wiley & Son.
- Bozkurt, A. (2013). Açık ve uzaktan öğretim: web 2.0 ve sosyal ağların etkileri. *XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, s. 689-694, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Çoban, E. (2021). *Sosyal medyada benlik inşası ve mahremiyet algısı üzerine sosyolojik bir araştırma: youtuber'lar örneği*. Yayımlanmamış doktora tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Balıkesir.
- Dikmen, E. Ş. (2018). Yükseköğretim kurumlarının video paylaşım stratejileri: türkiye'deki üniversitelerin youtube kanalları üzerine bir inceleme. *Ankara Üniversitesi İLEF Dergisi*, 5(2), 29-52.
- Dikmen, E. Ş. (2017). Türkiye'de televizyon yayıncılığının dönüşümü: sosyal tv yayıncılığı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 425-448.
- DiNucci, D. (1999). Fragmented future. 53(4), 32.
- Duffy, P. (2008). Engaging the youtube google-eyed generation: strategies for using web 2.0 in teaching and learning. *The Electronic Journal of e-Learning*, 6(2), 119-130.
- Erdoğan, M. ve Topçu, Ç. (2022). Yeni medya okuryazarlığı üzerine bir araştırma: çanakkale onsekiz mart üniversitesi örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 37, 252-272
- Genç, Z. (2010). Web 2.0 yeniliklerinin eğitimde kullanımı: bir facebook eğitim uygulama örneği. *Akademik Bilişim*, 10, 10-12.
- Güzel, B.B., Çakır, H., ve Çelen, Y. (2020). Youtube üzerinden video destekli keman öğretimine ilişkin öğrenci görüşleri. *Bilim, Eğitim, Sanat ve Teknoloji Dergisi (BEST Dergi)*, 4(1), 31-43.
- İlhan, E. Ve Görgülü Aydoğdu A. (2018). Türkiye'de youtube yayıncılığı ve youtuber olmak. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 47, 141-166.
- Kayvan, K., Thelwall, M. ve Abdoli, M. (2012). The role of online videos in research communication: a content analysis of youtube videos cited in academic publications, *Journal of The American Society For Information Science and Technology* 63(9), 1710-1727.
- Kılıç, N. P. ve Dikmen, E. Ş. (2021). Sayısal belediyecilik: türkiye'deki belediyelerin yeni medya kullanımları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 795-811.
- Liu, B. (2007). *Web data mining: Exploring Hyperlinks, Contents, And Usage Data*. Berlin: Springer.
- Luo, N.,Zhang, M. ve Qi, D. (2017). Effects of different interactions on students' sense of community in e-learning environment. *Computers & Education*, 115, 153-160.
- Mutlu, B. ve Bazarıcı, S. (2017). Marka işbirlikleri için yeni bir alan: youtube içerik üreticileri ve kanal toplulukları üzerine netnografik bir araştırma. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 27, 28-45.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*, MIT Press: Cambridge, Mass.

- O'Reilly, T. (2005). What is the web 2.0. (<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>; 18 Haziran 2023 tarihinde erişilmiştir).
- O'Reilly, T. (2010). Government as a platform. *O'Reilly Media Inc. Innovations*, 6(1), 13-40.
- Patalinghug, H. D. Ve Patalinghug, M. E. (2022). Youtube as a web-based instructional tool in higher education: technology-enabled learning during the covid-19 pandemic. *Jurnal Pendidikan Progresif*, 12(3), 1115-1126.
- Terlemez, M. S. (2016). Youtube channels as support materials in distance learning. *Journal of Educational and Instructional Studies*, 6(4), 77-88.
- Tokatlı, M. (2016). Yeni medya'nın geleneksel medya ve halkla ilişkiler meslek alanı üzerine etkileri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45), 877-887.
- Tokdil, E. (2018). Yeni medya temel bileşenleri ve sanatın değişen estetik dili. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (47), 168-190.
- Topçu, Z. ve Türk, M. S. (2016). Dijital çağ okuryazarlığı bağlamında yeni medya becerileri. *Yeni Türkiye*, 89, 459-466.
- Wilson, R. (2019). Youtube'da 4000 saatlik izlenme süresi almadım... 2019'da tekrar başlamalı mıyım? Elde edilme tarihi: 15 Ağustos 2022, <https://vidiq.com/tr/blog/post/i-didnt-get-4000-watch-time-hours-do-i-need-to-start-again-in-2019/>
- Van Wel, L., and Royackers, L. (2004). Ethical issues in web data mining. *Ethics and Information Technology*, 6, 129-140.
- Yetişkin, E. (2015). Ulaşan bedenler: internet sonrası dönemde güncel toplumsal eylemler. *İnternet ve Sokak Dergisi*, 339-368.
- Zinderen, İ. E. (2020). Yeni medya ekolojisi ekseninde youtube: türkiye örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 215-232.