**Reklam Mecrası Olarak YouTube ve YouTube Reklamcılığının Geleceği**

Prof. Dr. Mihalis Kuyucu

İstanbul Galata Üniversitesi

michaelkuyucu@gmail.com

21. yüzyılın en önemli dijital video platformu YouTube geleneksel medyanın en popüler mecralarından biri olan televizyonun en büyük rakiplerinden biri oldu. YouTube’un baş döndürücü yükselişi platformu sadece önemli bir video yayın platformu yapmadı aynı zamanda onu dijital video yayıncılığında bir tekel konumuna da getirdi. Artan kullanıcı sayısı ile beraber reklam dünyasındaki dengeleri de alt üst eden YouTube günümüzde ait olduğu şirket olan Google sayesinde küresel reklam endüstrisinde çok büyük bir yer edindi. Bu çalışmada YouTube’un ekonomik yapısında en önemli gelir kalemi olan reklam yönü ile ilgili bir araştırma yapılmıştır. Çalışmada YouTube reklamcılığının gelecekteki yeri ve geleneksel medyada en büyük reklam kalemini alan televizyona ne kadar meydan okuyacağına yönelik bir tespit yapılmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında 45 kişiyle mülakat yapılmış ve elde edilen yanıtlar gruplandırılarak YouTube platformunun reklam mecrası olarak sahip olduğu avantajlar betimlenmiş ve YouTube’un reklam özelliğinin geleceği ile ilgili çıkarımlarda bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: YouTube, Reklam, YouTube Reklamcılığı, Dijital Reklamcılık

**YouTube as an Advertising Medium and the Future of YouTube Advertising**

As the 21st century's most important digital video platform, YouTube has become one of the biggest competitors to television, one of the most popular traditional media outlets. YouTube's meteoric rise has not only made it an important video broadcasting platform but has also made it a monopoly in digital video broadcasting. With its increasing number of users, YouTube has also upset the balance in the advertising world, and today, thanks to its parent company Google, it has gained a very large place in the global advertising industry. In this study, a research has been conducted on the advertising aspect, which is the most important revenue item in YouTube's economic structure. In the study, an attempt was made to determine the future place of YouTube advertising and how much it will challenge television, which takes the largest advertising item in traditional media. Within the scope of the research, 45 people were interviewed and the responses were grouped to describe the advantages of the YouTube platform as an advertising medium and to make inferences about the future of YouTube's advertising feature.

**Keywords:** YouTube, Advertising, YouTube Advertising, Digital Advertising