

# TÜRKAR Şubat 2026 Endeksi: YouTube'da Bireysel Gazeteciler Rekabeti

Kategori: bireysel-gazeteciler

Yayın Tarihi: 08.03.2026

youtubeendeksi

gazetecilerendeksi

dijital

TÜRKAR (Türkiye Eğilim Araştırmaları) tarafından hazırlanan Şubat 2026 Bireysel Gazeteciler YouTube Aylık Etki Endeksi sonuçları yayımlandı. Çalışma, Türkiye'de bireysel gazetecilerin YouTube platformundaki dijital performansını çok boyutlu göstergeler üzerinden analiz ederek karşılaştırmalı bir sıralama sunuyor.

Araştırma kapsamında gazetecilerin dijital performansı; toplam izlenme hacmi, içerik başına etki, abone hareketleri, aylık yayın üretimi ve içerik format dengesi gibi farklı metrikler üzerinden değerlendirilerek TÜRKAR Aylık Etki Endeksi oluşturuldu.

Özlem Gürses zirvede

Şubat 2026 verilerine göre Özlem Gürses, +21.3 milyon aylık toplam izlenme, 199.812 içerik başına etki skoru ve +20.000 abone artışıyla 96.3 puan elde ederek TÜRKAR Aylık Etki Endeksi'nde ilk sırada yer aldı. Gürses'in aynı dönemde 184 içerik ürettiği ve içeriklerinin %64,7'sinin Shorts formatında olduğu görüldü.



İlk üçte güçlü rekabet

Endekste Cüneyt Özdemir, +21.1 milyon izlenme ve 264.667 içerik başına etki skoru ile 95.3 puanla ikinci sırada yer aldı. Özdemir'in Şubat ayında 135 içerik ürettiği ve +10.000 abone artışı kaydettiği belirlendi.

Listenin üçüncü sırasında ise Enver Aysever bulunuyor. Aysever, özellikle yüksek yayın üretimiyle dikkat çekerek Şubat ayında 670 içerik paylaşımı gerçekleştirdi ve 93.5 puanlık endeks skoruna ulaştı.



Nevşin Mengü ve Şebnem Arda Boğa üst sıralarda

Şubat verilerine göre Şebnem Arda Boğa 93.3 puanla dördüncü sırada yer alırken, Nevşin Mengü ise +12.2 milyon izlenme ve +9.000 abone artışıyla 92.4 puanla beşinci sırada konumlandı.

İçerik başına verimlilikte Abdurrahman Uzun öne çıktı

Endekste yer alan gazeteciler arasında Abdurrahman Uzun, 353.667 içerik başına etki skoru ile içerik verimliliği açısından dikkat çeken isimlerden biri oldu. Uzun'un aynı dönemde +8.000 abone artışı kaydettiği görüldü.

Listenin devamında Bahar Feyzan, Buket Aydın, Taha Hüseyin Karagöz ve Serdar Akinan da farklı performans göstergeleriyle dijital rekabette öne çıkan gazeteciler arasında yer aldı.

Dijital gazetecilikte yeni rekabet alanı

TÜRKAR'ın hazırladığı Bireysel Gazeteciler YouTube Endeksi, dijital gazetecilik alanında bireysel içerik üreticilerinin giderek artan etkisini ortaya koyuyor. Endeks sonuçları, izlenme büyüklüğünün yanı sıra içerik başına etki ve yayın üretim kapasitesi gibi faktörlerin dijital rekabette belirleyici rol oynadığını gösteriyor.

# Bireysel Gazeteciler

YouTube Aylık Detaylı Etki Endeksi

ŞUBAT I 2026



No	Kanal Adı	Toplam İzlenme	Ağırlıklı İçerik Başına Etki Skoru	Abone Hareketleri	Aylık Yayın Sayısı	Aylık Shorts Sayısı	Aylık Shorts Oranı	TÜRKAR Aylık Etki Endeksi
1	Özlem GÜRSES	+21.3M	199.812	↑ +20.000	184	119	%64.7	96.3
2	Cüneyt ÖZDEMİR	+21.1M	264.667	↑ +10.000	135	83	%61.5	95.3
3	Enver AYSEVER	+5.9M	12.657	↑ +3.000	670	299	%44.6	93.5
4	Şebnem ARDA BOĞA	+7.9M	54.626	↑ +5.000	307	239	%77.9	93.3
5	Nevşin MENGÜ	+12.2M	161.347	↑ +9.000	124	75	75.70	92.4
6	Bahar FEYZAN	+6.0M	71.309	↑ +4.000	166	121	%72.9	90.2
7	Abdurrahman UZUN	+7.8M	353.667	↑ +8.000	47	37	%78.7	88.0
8	Buket AYDIN	+9.8M	186.248	↑ +5.000	149	138	%92.6	86.7
9	Taha Hüseyin KARAGÖZ	+9.8M	201.265	↑ +6.000	104	79	%76.0	85.4
10	Serdar AKINAN	+9.8M	128.659	↑ +7.000	38	11	%28.9	83.3

TÜRKAR Dijital Medya Endeksi hakkında

TÜRKAR Dijital Medya Endeksi; medya kuruluşlarının ve bireysel içerik üreticilerinin performansını yalnızca izlenme sayısına göre değil, erişim gücü, içerik verimliliği, üretim sürekliliği, abone hareketleri ve içerik format dağılımı gibi çok boyutlu göstergeleri analiz ederek ölçmeyi amaçlıyor.

Çalışmada kullanılan veriler YouTube platformunda yer alan kamuya açık kanal istatistiklerinden derlenmiş olup, tüm göstergeler karşılaştırılabilirlik amacıyla normalize edilerek TÜRKAR Aylık Etki Endeksi'ne dönüştürülmüştür.