



B2Press Medya Analizi: Basılı - Online Karşılaştırması (Aralık 2023)



B2PRESS
ONLINE PR SERVİSİ

Türk basınının en üretkenlerini açıklıyoruz!

Dünya yüzünü dijitale döndüğünden beri çok şey değişti, daha da fazla ve hızla değişmeye devam edecek. Kitleleri habere ulaştıran basın, son yıllara kadar değişimi daha yavaş yaşayanlardan oldu. Ancak son yıllarda ağırlığı dijital versiyonlarına vererek, yeri geldiğinde basılıya göre online'da 3 katına kadar daha fazla habere imza attı.

B2Press olarak, 1-7 Aralık 2023 döneminde Türkiye'de online yayın yapan 15 siteyi taradık. Basılı tarafta ise 6 günlük gazeteyi takip ettik. Yaptığımız analizin çarpıcı sonuçlarını, medyanın ve elbette ki kullanıcıların yüzünü dijitale dönmesiyle birlikte değerlendiriyoruz.

İyi okumalar!

Başlarken

Bizim için her şey, veri gazeteciliği yapan Aisha Majid'in 2 Kasım 2023'te Press Gazette'de yayımlanan haberiyle başladı. Kaliteli haberciliğin geleceği için mücadele eden, Birleşik Krallık ve ABD'deki gazetecilik sektörü haberlerine odaklanan Press Gazette'nin bu haberi, "Mail Online, günde 1.500 haberle Birleşik Krallık'ın en üretken haber sitesidir" başlığını taşıyordu. Press Gazette, belirli bir süre boyunca İngiltere'nin önde gelen 8 haber yayıncısının haberlerini takip etmiş, her gün yayımlanan haber sayılarına bakmıştı.

Biz de Online PR Servisi B2Press olarak, Press Gazette'nin açtığı yolu takip ederek, Türk basınının en üretkenlerini aramaya koyulduk. Hızımızı alamayıp, basılı - online yayıncılık karşılaştırması yaptık, hatta haberleştirilen basın bültenlerini tek tek saydık. Yetinmedik dijital platformlara yapılan yatırımların nasıl bir seyir izlediğini yanına koyduk. Ortaya çıkan resim, dijital dünya için güzel bir ufuk vaat ediyor. Gelin birlikte keşfedelim.

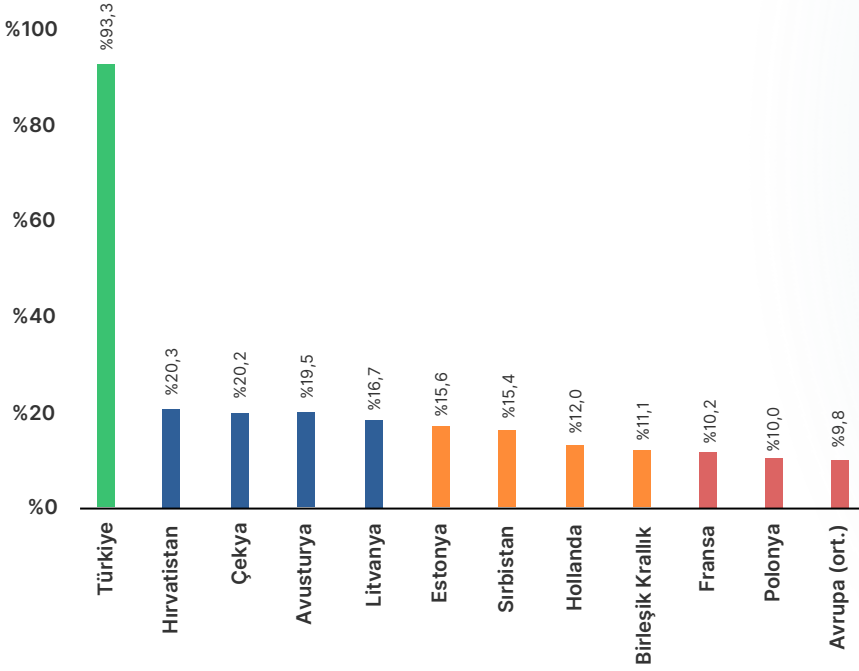


Dijital medya yatırımları nereye yapılıyor?

Önce büyük resme bakalım. Dünyanın en büyük dijital pazarlama ve reklamcılık sektör derneği Interactive Advertising Bureau'nun (IAB) Avrupa bölgesel kuruluşu IAB Europe tarafından hazırlanan Adex Benchmark 2022 Raporu'nda Türkiye, dijital reklam yatırımlarında enflasyondan arındırılmış büyüme oranıyla Avrupa ülkeleri arasında öne çıktı.

17 yıldır hazırlanan raporda yer alan 29 ülke arasında Türkiye, reklam yatırımları büyüklüğüne göre ilk 10'da yer alırken %93,3 ile en fazla büyüyen ülke oldu. Son 3 yılın büyüme oranlarına göre Türkiye'nin %41,5 ile ilk sırada olduğu ve ortalamadan 4 kat daha fazla büyüdüğü görülüyor.

Pazara Göre Dijital Reklam Büyümesi 2021-2022



Avrupa'da dijital reklam yatırımları en fazla büyüyen ülke **Türkiye**.

Kaynak: Adex Benchmark 2022

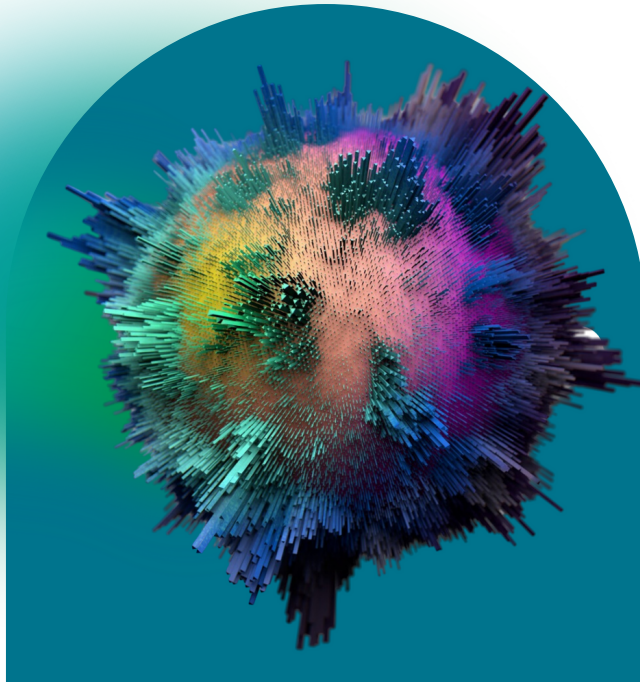


Bir başka rapor: Deloitte tarafından hazırlanan ve Ekim 2023'te yayımlanan Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2023 İlk 6 Ay Raporu'nda da Türkiye'nin dijital reklam yatırımlarında Avrupa'nın en fazla büyüyen ülkesi olduğundan bahsediliyor ve şu bilgilere yer veriliyor:

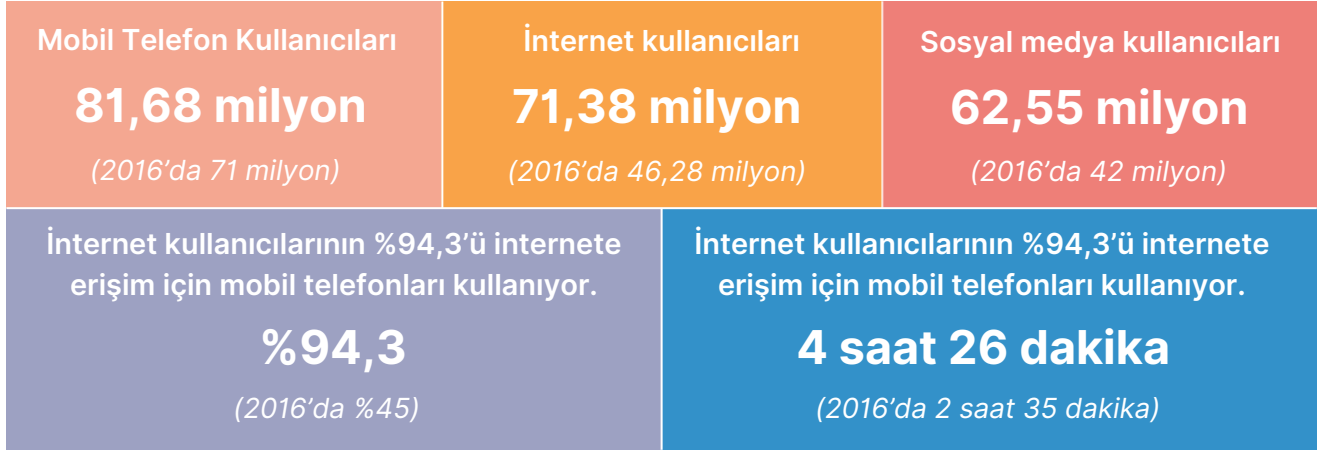
“Dünya trendlerine baktığımızda, e-ticaret platformlarında ve dijital platformlarda geçirilen sürelerin arttığı görülüyor. Gelecek yıllarda tüketicilere ulaşmak için bu kanallarda daha fazla yatırım yapılması bekleniyor.”

Deloitte'un Reklamcılar Derneği (RD), Reklamverenler Derneği (RVD), İnteraktif Reklamcılık Derneği (IAB), Açık hava Reklamcılar Vakfı (ARVAK), Ulusal Radyo Yayıncıları Derneği (URYAD) ve Mobil Mecralar Araştırma Pazarlama ve Reklamcılık Derneği (MMA TR) adına hazırladığı raporda, şu bilgiler yer alıyor (2016'nın aynı döneminde hazırlanan raporla karşılaştırmalı olarak veriyoruz):

- ✓ 2023'ün ilk 6 ayında medya ve reklam yatırımları, önceki yılın aynı dönemine göre %79,25 artarak 45 milyar 290 milyon TL oldu. (2016'da %14 büyümeyle 3,7 milyar TL)
- ✓ 2022'nin ilk 6 ayına göre %40,22 büyümesine rağmen basın (gazete ve dergi) yatırımları, 350 milyon TL ile toplam yatırımlar içinde yalnızca %0,93'lük pay elde etti. (2016'da %14,75)
- ✓ Dijitale yapılan reklam yatırımları ise %75,59 büyüyerek 24 milyar 710 milyon TL'ye ulaştı. Böylece dijitale aktarılan bütçe, toplam yatırımların %65,87'sine erişti. (2016'da %22,07)



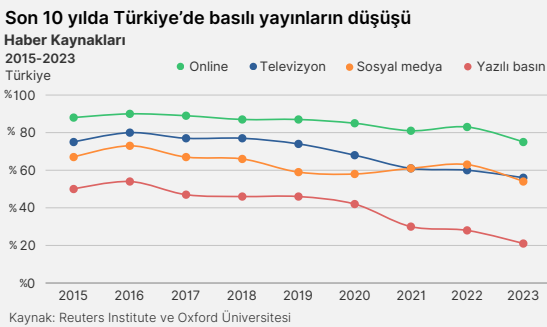
Bu yapılan yatırımlar kimin için diye baktığımızda, Deloitte'un raporunda da yer alan ve DataReportal tarafından yayımlanan DIGITAL 2023: TURKEY araştırması bize bunun resmini çekiyor (Yine 2016'nın raporu ile karşılaştırmalı verelim):



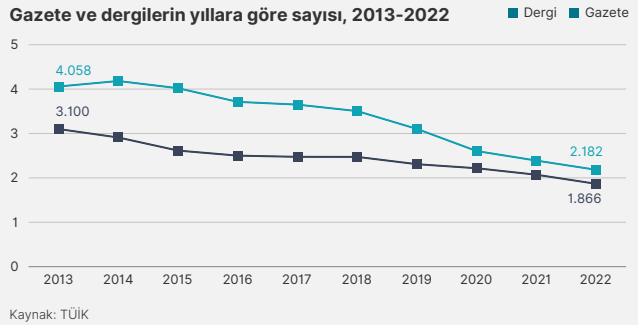
2016'dan günümüze, bazıları ikiye katlanan, bazıları %50'nin üstünde artan veriler, dijital medyanın geleneksel medyanın önüne geçtiğini, mobil cihazların ise bu büyümenin önemli bir kısmını temsil ettiğini ortaya koyuyor. Bu da markaların dijitaldeki varlıklarını güçlendirmelerinin ne kadar önemli olduğunu gösteriyor.

Son 10 yılda Türkiye'de basılı yayınların düşüşü

Reuters tarafından her yıl hazırlanan Dijital Haber Raporu'nun 2023 edisyonunda, haber kaynağı bakımından 2015-2023 döneminde Türkiye'deki değişimde en büyük farklılık gazete ve dergi gibi matbu haber kaynaklarının oranında görülüyor. 2015'te %50 olan bu oran 2023'te %21. TV'nin yeri %75'ten %56'ya gerilerken, sosyal medya dahil online haber kaynakları %75 ile listenin başında yer alıyor.



Aynı konuda Türkiye İstatistik Kurumu ne diyor? 25 Temmuz 2023'te yayımlanan en güncel TÜİK verilerine göre, ülkemizdeki gazete ve dergilerin sayısı, önceki yıla göre %9,2 azalarak 2022'de 4.048 oldu. Bu yayınların %53,9'unu dergiler oluşturdu. 2022'de gazete ve dergilerin tirajı %8,3 azalırken, toplam tiraj 848.365.241 oldu ve 95,4'ünü gazeteler oluşturdu.





Günde en fazla kaç haber yayımlanabilir?

Basılı gazetelerin hüküm sürdüğü dönemde, kurumlar ve PR ajansları, **“haberimizi kullandı mı?”** endişesiyle sabah erken saatlerde gazete bayilerine ya da medya takip ekranlarına koşarken, basın tarafında da **“sayfada yer kalmadı”, “önemli haber geldi, sayfayı yıkalım”, “ilan geldi, yerimiz bir sayfa azaldı”, “son dakika haberi için sayfayı değiştirdik”** gibi durumlar çok normaldi. Bugün özellikle belirli bir yaşın altındaki okuyucu (hatta gazeteci) kitlesi için bunlar pek de bir anlam ifade etmiyor. Çünkü artık günlük, haftalık, aylık olarak **“tüketilen”** basılı yayınlar yok. Daha doğrusu var ama çok kısıtlı bir kitle tarafından takip ediliyor. Çünkü artık haber anında geliyor, anında yayınlanıyor ve tüketiliyor. Bunu sağlayan da dijital platformlar ve sosyal medya...

Press Gazette'nin araştırmasına dönersek... **Ne yapmışlar?** 13-19 Eylül tarihleri arasındaki bir hafta boyunca İngiltere'nin 8 büyük haber sitesinin RSS aracılığıyla yayınlanan içeriklerini takip etmişler. İçerik sayısı yılın dönemine, mevcut muhabir sayısına ve haber gündeminin yoğunluğuna göre değişkenlik gösterse de, İngiltere'nin en büyük haber merkezlerinin bir haftada neler ürettiğinin fotoğrafını çekmek istemişler.

Sonuç? Her gün ortalama 1.490 haberle en fazla içeriğe Mail Online (1896 yılında kurulan Daily Mail'in 2003'te açılan haber portalı) imza atmış. Yalnızca hafta içinde, günde 1.640 haber, saatte ise 14 haber yayınlanmış. Yüksek içerik stratejisi işe yarıyor gibi görünüyor. Similarweb'e göre Eylül ayında Daily Mail dünya çapında 392 milyon ziyaret alarak, dünyadaki en popüler 5. İngilizce haber sitesi ve İngiltere merkezli en popüler ticari haber yayıncısı olmuş.

Yüksek içerik stratejisi işe yarıyor gibi görünüyor. Similarweb'e göre Eylül ayında Daily Mail dünya çapında 392 milyon ziyaret alarak, dünyadaki en popüler 5. İngilizce haber sitesi ve İngiltere merkezli en popüler ticari haber yayıncısı olmuş.

Günlük yayınlanan ortalama haber sayısı, 13-19 Eylül 2023

	Ortalama	Hafta içi	Hafta sonu
Daily Mail	1490	1640	1114
Mirror	898	981	691
Independent	449	528	251
Guardian	373	400	307
Express	226	239	193
BBC	199	226	132
Manchester Even News.	152	160	133
Sky News	127	149	71

Kaynak: Press Gazette

İngilizlerin ünlü Mirror gazetesi günde ortalama 898 - yani neredeyse %40 daha az haberle - ikinci sırada yer alırken, 3. sıradaki Independent, Daily Mail'in üçte birinden az habere imza attı. Onları 373 haberle Guardian, 226 ile Express, 199 ile BBC, 152 ile Manchester Evening News ve 127 ile Sky News izledi.

Haberlerin içeriklerine göre dağılımına bakıldığında, Mail Online'da en çok haberler (%18) ve son dakika haberleri (%17) yer buldu. Mirror'da da ana sayfa haberleri öne çıkarken, spor kategorisi de %12 ile dikkat çekti. Guardian'da haberlerin yarısından fazlası haber kategorisinde yer alsa da, dünya haberleri %13 ile öne çıktı.



“Reklam ajansları gibi PR ajansları da kurumların önemli bir yol arkadaşı, hatta entellektüel sermayesi oldu. Ancak zaman içinde PR sektörü kendini basın iletişimine sıkıştırdı ve Türkiye’deki medyanın “ayarları” değişince, onlar da adeta kapılarına kilit vurma noktasına geldi.”

Basılıda Hürriyet ilk sırayı kaptırmıyor

Medya eskiden sayfanın boyutu ve haberin niteliği doğrultusunda seçici davranırken, bugün online'da sayı 1.500'leri buluyorsa, bizi buraya getiren sebepleri doğru okumak gerekir. Öncelikle, geleneksel medya döneminin gelir modelleri sona erdi. Bugün çok ve çeşitli içerik yayınlayan haber siteleri, bu sayede daha geniş bir kitleyi kendine çekebiliyor ve daha fazla tıklanmaya erişebiliyor. Bu yayınların bazılarının basılı versiyonları da bulunuyor.

Hadi gelin birlikte, Türkiye'deki bazı yayınlara mercek turalım. Acaba aynı tabloyu bizde oluştursak karşımıza ne çıkar? 1-7 Aralık 2023 döneminde Türkiye'de online yayın yapan 15 siteyi taradık. Basılı tarafta ise 6 yayını takip ettik. Sonuçlara birlikte bakalım.

Bir haftada yayınlanan haber sayısı

Yayın	Toplam	Ort. / Gün
Hürriyet	943	135
Sözcü	713	102
YeniŞafak	679	97
SABAH	676	97
POSTA	632	90

Hafta içi yayınlanan haber sayısı

Yayın	Toplam	Ort. / Gün
Hürriyet	679	136
Sözcü	496	99
YeniŞafak	469	94
POSTA	448	90
Milliyet	414	83

Hafta sonu yayınlanan haber sayısı

Yayın	Toplam	Ort. / Gün
Hürriyet	264	132
SABAH	220	110
Sözcü	217	109
YeniŞafak	210	105
Milliyet	203	102

Hürriyet

Her gün Kelebek, hafta sonuna özel Hürriyet Cumartesi ve Hürriyet Pazar eklerinin yanı sıra pazar günleri Hürriyet Seyahat ekiyle okuyucuyla buluşan Hürriyet gazetesi, 1 haftada toplam 943, günde ortalama 135 haberle, basılı yayınların ilk sırasında yer aldı.

hurriyet.com.tr ise toplam 3.841, günde ortalama 403 haberle 3. sırada konumlandı. Bu da saatte 17 ve 3,5 dakikada 1 habere denk geliyor.

Sözcü

Herhangi bir ek yayımlamayan Sözcü gazetesi, 1 haftada toplam 713, günde ortalama 102 haberle, basılı yayınların ikinci sırasında yer aldı.

sozcu.com.tr ilk 5'e giremedi.

Yeni Şafak

Yalnızca pazar günleri ek yayımlayan Yeni Şafak gazetesi, 1 haftada toplam 679, günde ortalama 97 haberle, basılı yayınların 3. sırasında yer aldı.

yenisafak.com ilk 5'te yer alamadı.

SABAH

Her gün Günaydın, hafta sonuna özel Sabah Cumartesi ve Sabah Pazar ekleriyle okuyucuyla buluşan Sabah gazetesi, 1 haftada toplam 676, günde ortalama 97 (Yeni Şafak'la aynı) haberle, basılı yayınların 4. sırasında yer aldı.

sabah.com.tr ise toplam 6.664, ortalama 952 haberle 3. sırada konumlandı. Bu da saatte 40 ve 1,5 dakikada 1 habere denk geliyor.

POSTA

Herhangi bir ek yayımlamayan Posta gazetesi, 1 haftada toplam 632, günde ortalama 90 haberle, basılı yayınların 5. sırasında yer aldı.

posta.com.tr ilk 5'e giremedi.

Basılı yayınların hafta içi ve sonunda yayımladığı haberlere bakıldığında:

Hafta içi

- İlk 5'ten Sabah gazetesi düşerken, Milliyet gazetesi toplam 414, ortalama 83 haberle listeye 5. sıradan dahil oldu. İlk 4 ise Hürriyet (günde 136 haber), Sözcü (günde 99 haber), Yeni Şafak (günde 94 haber) ve Posta (günde 90 haber) olarak sıralandı.

Hafta sonu

- Günde ortalama 132 haberle Hürriyet 1. sıradaki yerini korurken, hafta içinde ilk 5'e giremeyen Sabah gazetesi, 110 haberle ikinci sıraya yerleşti. Posta gazetesi ilk 5'ten düşerken, son 3 sırada Sözcü (günde 109 haber), Yeni Şafak (günde 105 haber) ve Milliyet (günde 102 haber) yer aldı.





“Haberimizi kullandı mı?”

1-7 Aralık tarihlerinde incelediğimiz 6 gazetede, haberleri kategorilerine göre de sıraladık.

Hafta sonu gündem magazin, kültür-sanat, seyahat gibi haberlere kaysa da, hafta içinde en çok hangi kategorilerde haber yayımlandığını incelemeyemedik. Hafta içinde en çok haber yapan 3 gazete şu haberlere ağırlık vermiş:

Hürriyet

Gündem (101 haber), spor (72), ekonomi (45). 5 günde toplam 50 köşe yazısı yayımlandığını da not düşelim. Sağlık, eğitim ve kültür-sanat konularında ana gazetede hiç haber yayımlanmamış.

Sözcü

Gündem (101 haber), spor (72), ekonomi (45). 5 günde toplam 50 köşe yazısı yayımlandığını da not düşelim. Sağlık, eğitim ve kültür-sanat konularında ana gazetede hiç haber yayımlanmamış.

Yeni Şafak

Gündem (158 haber), spor (70), dünya (59). Köşe yazısı sayısı da 54. Sağlık, magazin ve eğitim konularında ise haber yayımlanmamış.

Gazeteler	Toplam Haber Sayısı	Gündem	Ekonomi	Spor	Köşe Yazıları	Basın Bültenleri
Sözcü	713	205	128	115	54	13
Yeni Şafak	679	205	71	104	73	55
Posta	632	143	40	89	67	27
Hürriyet	943	154	62	104	57	58
Hürriyet Kelebek		-	-	-	19	
Sabah	676	85	60	122	67	38
Milliyet	595	75	42	110	72	57
Milliyet Pazar		-	-	-	11	
	4.238	867	403	644	390	248
		%20,5	%9,5	%15,2	%9,2	%5,9
		%54,4				

Peki ya basın bültenleri sonucu yayımlanan haberler? Yani haberimizi kullandılar mı?

1-7 Aralık 2023 döneminde takip ettiğimiz 6 yayında toplam 4.238 haber yayımlanırken, basın bültenleri sonucunda yayımlanan haberler %5,9 pay aldı. Basın bültenlerine en çok yer veren Hürriyet (58), Milliyet (57) ve Yeni Şafak (55) oldu. Hürriyet'ten sonra toplamda en çok habere imza atan 2. gazete konumundaki Sözcü ise 1 haftada yalnızca 13 basın bültenini habere dönüştürdü.

Ya tirajlar? Son olarak tirajlara da göz atalım ve online mecralarda yapacağımız yolculuğa geçelim. Medya Takip Merkezi tarafından haftalık olarak yayımlanan net satış verilerine göre, araştırmayı yaptığımız dönemde, araştırma kapsamına aldığımız yayınların ortalama net satışları şöyle:

GAZETELERİN HAFTALIK NET SATIŞLARI

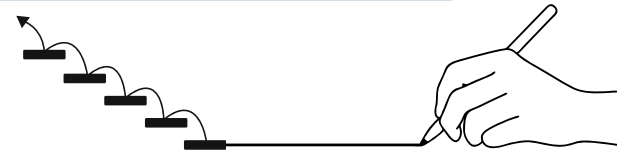
27 Kasım - 3 Aralık 2023

4 Aralık - 11 Aralık 2023

Gazete	Adet	Gazete	Adet
Sabah	111.770	Yeni Birlik	32.200
Hürriyet	110.608	Analiz	32.088
Türkiye	102.609	Fanatik	31.827
Akşam	101.555	Fotomaç	31.239
Milliyet	101.264	Diriliş Postası	25.746
Sözcü	100.997	Cumhuriyet	15.796
Posta	59.836	Aydınlık	10.441
Yeni Akit	53.015	Doğru Haber	10.229
Takvim	52.688	Milli Gazete	5.612
Karar	51.316	Birgün	4.675
Yeni Şafak	51.239	N. Bir Ekonomi	3.490
Korkusuz	50.876	G. Evrensel	3.234
Milat	50.621	Yeni Asya	2.878
Yeni Asır	50.126	Dünya	704
Türkgün	34.429		

Gazete	Adet	Gazete	Adet
Sabah	111.509	Yeni Birlik	32.192
Hürriyet	110.525	Analiz	32.084
Akşam	101.652	Fanatik	31.916
Milliyet	101.177	Fotomaç	31.001
Sözcü	101.068	Diriliş Postası	25.751
Türkiye	100.655	Cumhuriyet	15.694
Posta	60.182	Aydınlık	10.432
Yeni Akit	53.004	Doğru Haber	10.232
Takvim	52.836	Milli Gazete	5.552
Karar	51.282	Birgün	4.637
Yeni Şafak	51.276	N. Bir Ekonomi	3.484
Korkusuz	50.828	G. Evrensel	3.202
Yeni Asır	50.084	Yeni Asya	2.884
Türkgün	49.825	Dünya	706
Milat	45.034		

Kaynak: Medya Takip Merkezi



Buna göre, Online PR Servisi B2Press olarak 1-7 Aralık 2023 döneminde takip ettiğimiz 6 yayının günlük ortalama net satışları şöyle:

Yayın	Ortalama Tiraj
SABAH	111.640
Hürriyet	110.567
Milliyet	101.221
Sözcü	101.033
POSTA	60.009
YeniŞafak	51.258

Online haberlerde dengeler değişiyor

Basılı gazetelerin kaç kişiye ulaştığını da not düştüğten sonra, online dünyaya uzanalım. 1-7 Aralık 2023 tarihlerinde online yayın yapan 15 siteyi taradığımızda, basılıya göre sıralamalar tamamen değişti!

Bir haftada yayınlanan haber sayısı

Yayınlar	Toplam	Ort. / Gün
SABAH	6.664	952
Milliyet	6.193	885
HABER TURK	5.831	833
Hürriyet	3.841	549
KARAR.	2.819	403

Hafta içi yayınlanan haber sayısı

Yayınlar	Toplam	Ort. / Gün
Milliyet	5.427	1.085
SABAH	5.003	1.001
HABER TURK	4.394	879
Hürriyet	3.117	623
KARAR.	2.236	447

Hafta sonu yayınlanan haber sayısı

Yayınlar	Toplam	Ort. / Gün
SABAH	1.661	831
HABER TURK	1.437	719
Milliyet	766	383
Hürriyet	724	362
akit	662	331



sabah.com.tr, hem 6.664 ile toplam haber sayısında, hem de hafta sonu yayımlanan haberlerde ilk sırada yer aldı. Hafta içinde ise 2. sıraya düştü.

Basılıda toplamda 4., hafta sonu haberleriyle 2. oldu.



milliyet.com.tr, 6.193 toplam haber sayısı ile 2. sırada yer alırken, hafta içi en çok haberi yayımlayarak ilk sıraya yerleşti. Hafta sonu ise 3. oldu.

Basılıda hafta içi ve sonunda yayımladığı haberlerle 5. oldu.

Habertürk'ün yükselişi



haberturk.com, analizin en öne çıkan yayınlarından biri oldu. Kasım 1999'da Türkiye'nin ilk internet haber portallarından biri olarak kurulan

haberturk.com, Mart 2009'da Gazete Habertürk'le basılı yayınlar arasındaki yerini aldı. 9 yılı aşkın bir yolculuğunda ardından ise Temmuz 2018'de basılı gazetenin yayın hayatına son verildi.

Dijitalde yaşayıp yaşayamayacağına şüpheyile bakılan haberturk.com, analizimizde en çok haber yayımlayan online mecralar listesine giren ve basılı versiyonu olmayan tek yayın oldu. Toplamda ve hafta içinde yayımladığı haberlerle 3. sıraya yerleşen haberturk.com, hafta sonunda ise toplam 1.437 haberle, sabah.com.tr'nin ardından 2. oldu.



Basılı yayınlarda liste başını kaptırmayan Hürriyet, sabah.com.tr, milliyet.com.tr ve haberturk.com'un ardından 4. sırada yer aldı.



2016'da yayın hayatına başlayan Karar gazetesinin haber portalı karar.com, toplamda ve hafta içinde yayımladığı haberlerle listeye 5. sıradan girdi.



Kuruluşu 1993'e uzanan Yeni Akit gazetesinin haber portalı yeniakit.com.tr de ortalama 331 haberle, hafta sonu en çok haber yayınlayanlar listesine 5. sıradan girdi.

Listelere yeni girenler: Yeni Akit ve Yeni Çağ

Listemizdeki yayınlarda basılı versiyonu bulunmayan bir yayın var: Habertürk. Buradan hareketle, listelere 2 ve 3. sıradan giren haberturk.com'u göz ardı ettiğimizde, nasıl bir tablo oluşacağına da bakmak istedik.

Bir haftada yayınlanan haber sayısı

Yayımlar	Toplam	Ort. / Gün
SABAH	6.664	952
Milliyet	6.193	885
Hürriyet	3.841	549
KARAR.	2.819	403
Yeni Şafak	1.815	259

Hafta içi yayınlanan haber sayısı

Yayımlar	Toplam	Ort. / Gün
Milliyet	5.427	1.085
SABAH	5.003	1.001
Hürriyet	3.117	623
KARAR.	2.236	447
akit	2.000	400

Hafta sonu yayınlanan haber sayısı

Yayımlar	Toplam	Ort. / Gün
SABAH	1.661	831
Milliyet	766	383
Hürriyet	724	362
akit	662	331
YENİCAG	617	309

haberturk.com'un çıkmasıyla hurriyet.com.tr 3. sıraya yerleşirken, toplamda yayımladığı haberlerin sayısına göre yenisafak.com listeye 5. sıradan dahil oldu. Hafta içinde ise toplam 2.000 haberle yeniakit.com.tr listenin 5. sırasına yerleşti. Hafta sonunda en çok haber yayımlayanlar listesine de iki yeni isim eklendi: karar.com listeden çıkarken, 4. sırasında 662 haberle yeniakit.com.tr, 5. sırasında ise 617 haberle yenicaggazetesi.com.tr yer aldı.



En çok haber hafta sonunda yayımlanıyor

Ana gazetenin yanı sıra Kelebek ve Cumartesi ekleriyle Hürriyet, 2 Aralık Cumartesi günü 134 haberle, 1 günde yapılan en yüksek toplam haber sayısına ulaştı. İkinci sırayı da 3 Aralık Pazar günü yayımlanan 130 haberle yine Hürriyet aldı. Üçüncü sırada yine 3 Aralık Pazar günü yayımladığı 127 haberle Milliyet ve 125 haberle Yeni Şafak yer aldı. Ek yayımlamayan Sözcü gazetesi ise 2 Aralık Cumartesi günü yayımladığı 118 haberle, en çok haber sayısına ulaştı.

#	Yayımlar	Toplam	Ortalama
1	Hürriyet	134	
2	Hürriyet		130
3	Milliyet		127
4	Yeni Şafak		125
5	Sözcü	118	

Hafta içinde yayımlanan haber sayılarına bakıldığında, 1 Aralık Cuma günü 111 haberle Milliyet gazetesi ilk sırada yer aldı. Onu aynı gün yayımladığı 102 haberle Sözcü izledi. Posta ve Yeni Şafak 6 ve 7 Aralık'ta yayımladıkları 101 haberle 3. sırayı paylaşırken, 1 Aralık'ta 91 haberle Hürriyet 4., 85 haberle Sabah 5. sırada yer aldı.

#	Yayımlar	1 Aralık	4 Aralık	5 Aralık	6 Aralık	7 Aralık
1	Milliyet	111				
2	Sözcü	102				
3	POSTA				101	
4	Yeni Şafak					101
5	Hürriyet	91				
6	SABAH	85				

Toplamda ise basılı yayınlarda Hürriyet, toplam 943, günde ortalama 135 haberle ilk sırada konumlandı.

Online tarafta ise toplamda ve hafta sonunda en çok haber yapan 6.664 haberle sabah.com.tr oldu. Günde ortalama 952, saatte 40 ve 1,5 dakikada 1 habere imza atıldı.

Online tarafta hafta içinde en çok haber yapan ise 5.427 haberle milliyet.com.tr oldu. Günde ortalama 775, saatte 32 ve yaklaşık 2 dakikada 1 habere imza atıldı.

Ve son olarak, hafta içinde yayımladıkları haberlerle listenin başını milliyet.com.tr (1.085 haber) ve sabah.com.tr (1.001 haber) tuttu. Bu vesileyle, günde ortalama bin haberin üstüne çıkan yayınlar unvanını almaya da hak kazandılar!

İki yayın günde ortalama **1.000** haberi aştı!



Sonuç: Rakamların bize söyledikleri

Türkiye internetle 30 yıl önce tanıştı. 12 Nisan 1993 tarihinde kiralık hat kurularak Ankara-Washington arasında sağlanan bağlantıya şahitlik edenler, eminiz ki bugünü hayal edemezdi. Oysa o gün Türkiye’de bilgi çağıyla birlikte iletişim çağı da başladı. Modern PR’ın (halkla ilişkiler | public relations) doğuşu için işaret edilen tarih ise bundan 90 yıl öncesi... 1903’ye Ivy Lee’nin Rockefeller’ın imaj danışmanlığını üstlenmesiyle başlıyor. Bundan yaklaşık 50 yıl sonra Amerika’dan Avrupa’ya gelen PR, rahmetli Alâeddin Asna’nın, Amerika’da aldığı eğitimin ardından Türkiye’nin ilk halka ilişkiler ajansını kurmasıyla 1974’te ülkemize de merhaba dedi. Yaklaşık 10 yıl boyunca ne olduğu, neden yapıldığı, neye yaradığı anlaşılmasa da 80’lerle birlikte - özellikle ikinci yarısında - yeni halkla ilişkiler ajanslarının kurulmasıyla sektöre dönüşmeye başladı.



Zaman içinde PR sektörü kendini basın iletişimine sıkıştırdı.

Türkiye’deki PR sektörü, en çok 90’lar ve 2000’ler olmak üzere, 80’lerin ortalarından 2010’ların ortasına kadar büyüdü, gelişti ve altın çağını yaşadı. Reklam ajansları gibi PR ajansları da kurumların önemli bir yol arkadaşı, hatta entelektüel sermayesi oldu. Ancak zaman içinde PR sektörü kendini basın iletişimine sıkıştırdı ve Türkiye’deki medyanın ayarları değişince, onlar da adeta kapılarına kilit vurma noktasına geldi. Bugün birikimlerini ve deneyimlerini ortaya koyarak müşterilerine danışmanlık yapmayan ajanslar, ne yazık ki bazı işlerin “outsorce” edildiği şirketlere dönüşmüş durumda...

İyi ama neden diye sorduğumuzda, madalyonun iki yüzü var:

Bir tarafta - bilerek ya da bilmeyerek - PR ajanslarının kendilerini dönüştürememesi yatıyor. Tam da bu noktada, 2016 yılında online PR servisi olarak faaliyete başlayan B2Press’in yüzünü ne kadar doğru bir ufka çevirdiğini görüyoruz.

Madalyonun diğer tarafında ise 21. yüzyılla birlikte başlayan, 10 yıl gibi kısa bir sürede hayatımıza giren dijital ve sosyal medya. Onları teknolojinin baş döndürücü bir hızla gelişmesi, mobil cihazların demokratikleşip yaygınlaşması ve “internete bağlı” (connected) insanların sayısının sürekli artması izledi. Bugün dünyadaki her 3 kişiden 2’si internet kulanıcısı. Diğer bir deyişle 3 kişiden ikisi dijital dünyaya bağlı. Onlara geleneksel yöntemlerle ulaşmak mümkün mü? Değil! O zaman basın da dönüşmek ve daha fazla dijital olmak zorunda.



Şimdi Online PR Zamanı

Bunu yaparken de kendine yeni gelir modelleri geliştirmeli, insanların tercih ettikleri haber kaynakları olmak için uğraşırken, kurum ve ajanslarla yeni çalışma yöntemleri oluşturmalı. Markalar ise sayfa sayısı ya da boyutuyla sınırlı kalmadan, diğer bir deyişle st*cm'lere sıkışmadan, kendilerini, hikayelerini, marka vaatlerini hedef kitlelerine daha geniş ve teknolojinin avantajlarını da kullanarak anlatmalı. O yüzden gün, online PR yani dijitalde kullanıcıların takip edeceği anlamlı izler bırakma günü...

B2Press olarak yola PR ajansı olarak çıkmadık. Biz online PR servisi olarak hizmet veriyoruz. Aylık ücretlerle değil, ihtiyaç bazlı çalışıyoruz. Müşterinin ihtiyacı neyse — bugün tek bir haberle, yarın bir projeye ama hep nitelikli bir içerik aracılığıyla markaları hedef kitlelerine ulaştıracak mecralarla buluşturarak — onu alıyor, tüketilebilir bir içeriğe dönüştürüyor ve doğru mecrada en etkin şekilde yer almasını sağlıyoruz.

Yolumuzun kesişmesi dileğiyle!

B2Press'in 2021, 2022 ve 2023 yıllarına ait Dijital Basın Raporları ile yolculuğa çıkarak dijital basındaki değişimi keşfedin.



[Dijital Basın Raporu - 2021](#)



[Dijital Basın Raporu - 2022](#)



[Dijital Basın Raporu - 2023](#)

Metodoloji

Türkiye'deki basılı ve online yayın yapan mecraları mercek altına aldığımız araştırmada, 1-7 Aralık 2023 tarihleri arasında en yüksek tiraja sahip 6* gazeteyi ve online yayın yapan 15 haber sitesini inceledik.

Basılı tarafta, Hürriyet, Milliyet, Posta, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gazetelerinin yayımladığı haberlerin detaylı bir analizini yaptık. Her biri için toplam haber sayısı, haberlerin kategorilere göre dağılımı, köşe yazısı sayıları ve bu haberler arasında basın bülteni sonucu yayımlanan haberleri inceledik.

Online tarafta ise cumhuriyet.com.tr, gazetevatan.com, haberturk.com, hurriyet.com.tr, karar.com, korkusuz.com.tr, milliyet.com.tr, ntv.com.tr, posta.com.tr, sabah.com.tr, sozcu.com.tr, takvim.com.tr, yeniakit.com.tr, yenicaggazetesi.com.tr, yenisafak.com olmak üzere, 15 haber sitesinin verilerini DeepHaber'den temin ederek inceledik.

Tüm yayınlar için toplam, ortalama, hafta içi ve hafta sonu yayımlanan haberleri hesaplayarak karşılaştırdık ve ilk 5 listeleri oluşturduk.

** Akşam gazetesini gazete bayilerinden temin etmekte sıkıntı çaktığımız için, yetersiz veri nedeniyle listemizden eledik.*

B2Press | Online PR Servisi

Basınla markanız arasında köprü kuruyoruz



B2PRESS

ONLINE PR SERVİSİ

Amsterdam | Atina | İstanbul | Utrecht