

TÜRKAR Ekonomi Odaklı TV Kanalları Endeksi Açıklandı: A Para Zirvede

Kategori: ekonomi-odakli-tv-kanallari

Yayın Tarihi: 05.03.2026

ekonomi

TV

medyaendeksleri

TÜRKAR (Türkiye Eğilim Araştırmaları) tarafından yayımlanan Şubat 2026 Ekonomi Odaklı TV Kanalları YouTube Aylık Etki Endeksi sonuçları açıklandı. Çalışmaya göre ekonomi temalı televizyon kanalları arasında A Para, dijital performans göstergelerinde elde ettiği skorla listenin ilk sırasında yer aldı.

TÜRKAR tarafından hazırlanan endeks; ekonomi odaklı televizyon kanallarının YouTube performansını çok boyutlu göstergelerle ölçerek karşılaştırmalı bir analiz sunuyor. Araştırmada kanallar; toplam izlenme, içerik başına etki, abone hareketleri, aylık yayın sayısı ve içerik format dağılımı gibi farklı performans kriterleri üzerinden değerlendirilerek endeks puanı oluşturuldu.



A Para Endekste İlk Sırada

Şubat 2026 dönemine ilişkin verilerde A Para, elde ettiği 85.2 TÜRKAR Aylık Etki Endeksi skoru ile ekonomi odaklı TV kanalları arasında ilk sırada yer aldı. Kanal aynı dönemde:

+3.0 milyon aylık toplam izlenme

965 içerik üretimi

+2.000 abone artışı

%49,3 Shorts içerik oranı

gibi göstergelerle dikkat çekti.

Bloomberg HT ve CNBC-e İlk Üçte

Endekste Bloomberg HT, 84.3 etki endeksi skoru ile ikinci sırada yer alırken; CNBC-e ise 80.6 puan ile üçüncü sırada konumlandı.

Bloomberg HT, aynı dönemde +3.6 milyon izlenme ve +3.000 abone artışı elde ederek izlenme hacmi bakımından güçlü bir performans sergiledi.

CNBC-e ise özellikle içerik başına etki skorunda (11.326) elde ettiği yüksek değerle dikkat çeken kanallar arasında yer aldı.



Ekotürk TV Listede Yer Aldı

Endeks kapsamında analiz edilen bir diğer ekonomi kanalı Ekotürk TV ise 69.4 etki endeksi skoru ile listede yer aldı. Kanalın Şubat ayında 385 içerik üretimi gerçekleştirdiği görüldü.

Ekonomi Odaklı TV Kanalları

Youtube Aylık Detaylı Etki Endeksi

1 - 28 Şubat | 2026

No	Kanal Adı	Toplam İzlenme	Ağırlıklı İçerik Başına Etki Skoru <small>Shorts/Video/Canlı</small>	Aylık Abone Hareketleri	Aylık Yayın Sayısı	Aylık Shorts Sayısı	Aylık Shorts Oranı	TÜRKAR Aylık Etki Endeksi
1	A Para	+3.0M	4.695	↑ +2.000	965	476	%49.3	85.2
2	Bloomberg HT	+3.6M	6.431	↑ +3.000	595	58	%9.7	84.3
3	CNBC-e	+2.3M	11.326	↑ +3.500	258	73	%28.3	80.6
4	EKOTÜRK TV	+536.8K	1.394	↑ +1.000	385	0	0	69.4

Not: Çalışmada kullanılan veriler YouTube platformu üzerinden elde edilen haftalık kanal istatistiklerine dayanmaktadır. İçerik türleri (video, Shorts, canlı yayın) izlenme süresi ve etkileşim düzeyleri dikkate alınarak ağırlıklandırılmıştır.



TÜRKAR
TÜRKİYE EĞİLİM ARAŞTIRMALARI
TURKEY TREND RESEARCH

Tüm veriler ve detaylı tablolar için → turkar.org.tr

Çok Boyutlu Dijital Performans Ölçümü

TÜRKAR tarafından hazırlanan Dijital Medya Endeksi, medya kuruluşlarının performansını yalnızca izlenme büyüklüğüne göre değil; içerik verimliliği, üretim sürekliliği, abone hareketleri ve format dengesi gibi çok sayıda veri üzerinden analiz ediyor.

Çalışmada kullanılan veriler YouTube platformunda kamuya açık kanal istatistiklerinden elde edilirken; tüm göstergeler karşılaştırılabilirliği sağlamak amacıyla normalize edilerek TÜRKAR Aylık Etki Endeksi skoruna dönüştürülüyor.