

Ocak-Aralık 2022

YILLIK

INSTAGRAM KULLANIM RAPORU

İÇİNDEKİLER

GRAFİK LİSTESİ.....	3
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	4
SOSYAL AĞ TERCİHLERİ	8
ÜYELİK SÜRESİ.....	9
GÜNLÜK ORTALAMA INSTAGRAM KULLANIMI.....	10
TAKİP SAYISI	11
TAKİPÇİ SAYISI	12
TAKİP EDİLEN İÇERİKLER.....	13
KULLANIM AMACI.....	14
REKLAM DAVRANIŞI.....	15
INSTAGRAM ALIŞVERİŞİ.....	16
INSTAGRAM ALIŞVERİŞİNİN SEKTÖREL DAĞILIMI.....	17
HİKAYE BÖLÜMÜ	18
HİKAYE PAYLAŞMA SIKLIĞI.....	19
HİKAYE İÇERİKLERİ.....	20
GÖNDERİ PAYLAŞIM SIKLIĞI.....	21
KULLANICI ADI BELİRLEME	22

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız?.....	8
Grafik 2: Instagram'a ne zamandan beri üyesiniz?.....	9
Grafik 3: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'ı günde ortalama kaç saat kullanırsınız?.....	10
Grafik 4: Instagram'da ortalama kaç kişiyi takip ediyorsunuz?.....	11
Grafik 5: Instagram'da ortalama kaç kişi (takipçi) sizi takip ediyor?.....	12
Grafik 6: Instagram'ı hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?.....	13
Grafik 7: Instagram'ı hangi amaçla kullanırsınız?.....	14
Grafik 8: Instagram'daki sponsorlu reklamlar alışveriş davranışınızı etkiler mi?.....	15
Grafik 9: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram üzerinden alışveriş yaptınız mı?.....	16
Grafik 10: Instagram üzerinden alışveriş yaparken hangi sektörleri tercih ettiniz?.....	17
Grafik 11: Instagram'ın hikaye bölümünü kullanıyor musunuz?.....	18
Grafik 12: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da hikaye paylaşma sıklığınız nedir?.....	19
Grafik 13: Instagram hikayelerinde hangi tür içerikleri paylaşırsınız?.....	20
Grafik 14: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da post-gönderi paylaşma sıklığınız nedir?.....	21
Grafik 15: Instagram'daki kullanıcı adınızı (nickname-username) aşağıdaki seçeneklerden hangisindeki gibi oluşturmayı tercih edersiniz?.....	22

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Sosyal Ağ Haritasında Türkiye'nin yedi bölgesinde düzenli periyotlar aralığında yapılan araştırmalar internet erişimi, cihaz sahipliği, oyun oynama alışkanlıkları, sosyal ağ kullanım alışkanlıkları ile spesifik olarak belirlenen ve en çok kullanılan sosyal ağlara ilişkin kullanım alışkanlıkları verilerini elde etmeyi amaçlamaktadır. Sosyal Ağ Haritası 2022 yıllık araştırması kapsamında elde edilen veriler İnternet Erişimi, Cihaz Sahipliği, Oyun Oynama Alışkanlıkları, Sosyal Ağ Kullanımı, Facebook Kullanımı, Twitter Kullanımı, Instagram Kullanımı, YouTube Kullanımı, TikTok Kullanımı ve Snapchat Kullanımı raporlarında sunulmuştur.

"Instagram Kullanımı Raporu"nun ana temasını Instagram kullanıcılarının genel kullanım alışkanlıklarına dair veriler (kullanıcıların üyelik süresi, platformda günlük ortalama geçirdikleri süre, kullanım amaçları, takip ettikleri içerikler vb.) oluşturmaktadır. Bu raporda yer alan verilerin demografik değişkenlere göre çapraz grafiklerine internet sitesinin "İstatistikler" bölümünden ulaşılabilmektedir. Demografik verilerin çaprazlamalarında frekansı 5'in altında kalan durumlar, yetersiz veri olduğu gerekçesi ile yüzde hesaplamasının dışında bırakılmıştır. Bu sebeple, veri çaprazlamalarında bu durumun gerçekleştiği bazı kategoriler için grafiklerde görselleştirilecek veri bulunmamaktadır.

Sosyal Ağ Haritası kapsamında 17-28 Şubat tarihleri arasında yürütülen I. dönem araştırması 15 yaşından gün almış 2.520 kişi ile, 11-22 Mayıs tarihleri arasında yürütülen II. dönem araştırması 15 yaşından gün almış 2.521 kişi ile, 11-24 Ağustos tarihleri arasında yürütülen III. dönem araştırması 18 yaşından gün almış 2.500 kişi ile ve 1-14 Kasım tarihleri arasında yürütülen IV. dönem araştırması 18 yaşından gün almış 2.563 kişi ile yüz yüze anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Sosyal Ağ Haritasında 2022 yılı içerisinde gerçekleştirilen 4 araştırma dönemi verileri baz alınarak yıllık veri oluşturulmuştur. Böylece Türkiye'nin 2022 yılı içerisinde internet erişimi, cihaz sahipliği, oyun oynama alışkanlıkları, sosyal ağ kullanımı ve sosyal medya kullanım davranışları hem dönemsel veriler hem de yıllık veriler itibarıyla kamuoyunun dikkatine sunulmuştur.

Araştırma dönemleri birleştirilerek oluşturulan ve 2022 yılını kapsayan Sosyal Ağ Haritası yıllık verileri Ocak-Aralık tarihleri arasında, İBBS* düzey 2 kapsamında 26 ilde, 10.104 kişi ile yüz yüze anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında sosyal ağ kullandığını belirten 9.352 kişiden 6.984'ü için Instagram kullanım alışkanlıklarını analiz edebilecek yeterli veri sağlanmıştır.

Sosyal Ağ Haritası yıllık araştırmasında internet kullanımı, cihaz sahipliği, oyun oynama alışkanlıkları ve sosyal ağ kullanımına ilişkin hazırlanan sorular katılımcıların tamamına yöneltilmiştir. Bunun yanı sıra Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok ve Snapchat kullanımına ilişkin spesifik raporların oluşturulabilmesi amacıyla her bir platform için ayrı anket formları oluşturulmuştur. Ancak soru formlarının uzunluğu göz önüne alındığında, katılımcılardan en fazla kullandıkları üç sosyal medya platformuna ilişkin soru formunu doldurması istenmiştir. Snapchat ve TikTok platformlarının kullanıcı sayıları düşük olduğu için, katılımcılar TikTok ve/veya Snapchat kullanıcısı ise ilgili platformların anket formlarını doldurmalarına öncelik verilmiştir. Yılda dört kez planlanan araştırma dönemlerinde TikTok ve Snapchat platformlarını kullananlara, ilgili anket formları uygulanmış, ancak kullanıcı sayısının düşük olması sebebiyle dönemlik raporlarda söz konusu platformların verilerine yer verilememiştir. Sosyal Ağ Haritası kapsamında oluşturulan 2022 yıllık verilerinde, TikTok ve Snapchat platformları için yeterli kullanıcı sayısına ulaşılmasıyla toplanan veriler raporlaştırılarak sunulmuştur.

Katılımcıların Demografik Bilgileri

Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 48,4'ü kadın, yüzde 51,6'sı erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 2,2'si 15-17 yaş grubu, yüzde 22,9'u 18-24 yaş grubu, yüzde 22,8'i 25-34 yaş grubu, yüzde 21,1'i 35-44 yaş grubu, yüzde 15'i 45-54 yaş grubu, yüzde 9,9'u 55-64 yaş grubu, yüzde 6,2'si 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 0,5'i okuryazar olmayan, yüzde 1,2'si okuryazar, yüzde 15,1'i ilkokul, yüzde 14,9'u ortaokul, yüzde 41,3'ü lise, yüzde 5,9'u ön lisans, yüzde 20,2'si lisans ve yüzde 0,9'u lisansüstü mezundur. Katılımcıların yüzde 6,3'ü emekli, yüzde 31,8'i çalışmayan, yüzde 61,9'u çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 50,5'i evli, yüzde 49,2'si bekarken, yüzde 0,3'ü bu soruya cevap vermeyenlerdir. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 31,4'ü metropolde, yüzde 62,8'i kentte ve yüzde 5,8'i kırsalda yaşadığını ifade etmiştir.

*İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması

Instagram Kullanıcılarının Demografik Bilgileri

Instagram kullanıcılarının yüzde 50,1'i kadın, yüzde 49,9'u erkektir. Kullanıcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 2,6'sı 15-17 yaş grubu, yüzde 28,7'si 18-24 yaş grubu, yüzde 26,6'sı 25-34 yaş grubu, yüzde 22'si 35-44 yaş grubu, yüzde 12,3'ü 45-54 yaş grubu, yüzde 5,3'ü 55-64 yaş grubu, yüzde 2,5'i 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Kullanıcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 0,1'i okuryazar olmayan, yüzde 0,3'ü okuryazar, yüzde 9,7'si ilkokul, yüzde 14,5'i ortaokul, yüzde 45,7'si lise, yüzde 6,6'sı ön lisans, yüzde 22,1'i lisans ve yüzde 1'i lisansüstü mezundur. Kullanıcıların yüzde 2,6'sı emekli, yüzde 31,8'i çalışmayan, yüzde 65,6'sı çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 43,3'ü evli, yüzde 56,4'ü bekarken, yüzde 0,3'ü bu soruya cevap vermeyenlerdir. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 29,5'i metropolde, yüzde 64,7'si kentte ve yüzde 5,7'si kırsalda yaşadığını ifade etmiştir.

Sosyo-ekonomik Statü

Bireylerin eğitim durumu ve mesleklerinden hareketle belirlenen sosyo-ekonomik statü* grupları altı kategoriden oluşmaktadır: üst (A), üst-orta (B), alt-orta (C1, C2) ve alt (D, E).

A grubu: Geneli üniversite mezunuyken, bir kısmı da lisansüstü eğitim almıştır. Yarıya yakın kısmı ücretli çalışan, nitelikli uzman (avukat, doktor, mühendis vb.), beyaz yakalıyken, bir kısmı da irili ufaklı iş yeri sahibidir.

B grubu: Geneli üniversite ve lisansüstü mezunu, bir kısmı da lise mezunudur. Yarıya yakını memur, teknik personel ve uzman olan bireylerdir.

C1 grubu: Yarısından fazlası lise mezunu, bir kısmı da yüksekokul ve üstü eğitim düzeyine sahiptir. Meslekleri ise esnaf, dükkan sahibi, memur ve teknik elemanen bir kısmı da emeklidir.

C2 grubu: Bir kısmı lise mezunu, geneli ortaokul mezunu ya da daha düşük eğitim düzeyine sahiptir. Bireylerin meslekleri ise düzenli çalışan işçi, bir kısmı seyyar çalışan ve bir kısmı emekli/çalışmayanlardır.

D grubu: Büyük çoğunluğu ilkokul mezunu veya ilkokul terktir. Bireylerin bir kısmı emekli, ev hanımı ve çoğunlukla parça başı çalışmaktadır.

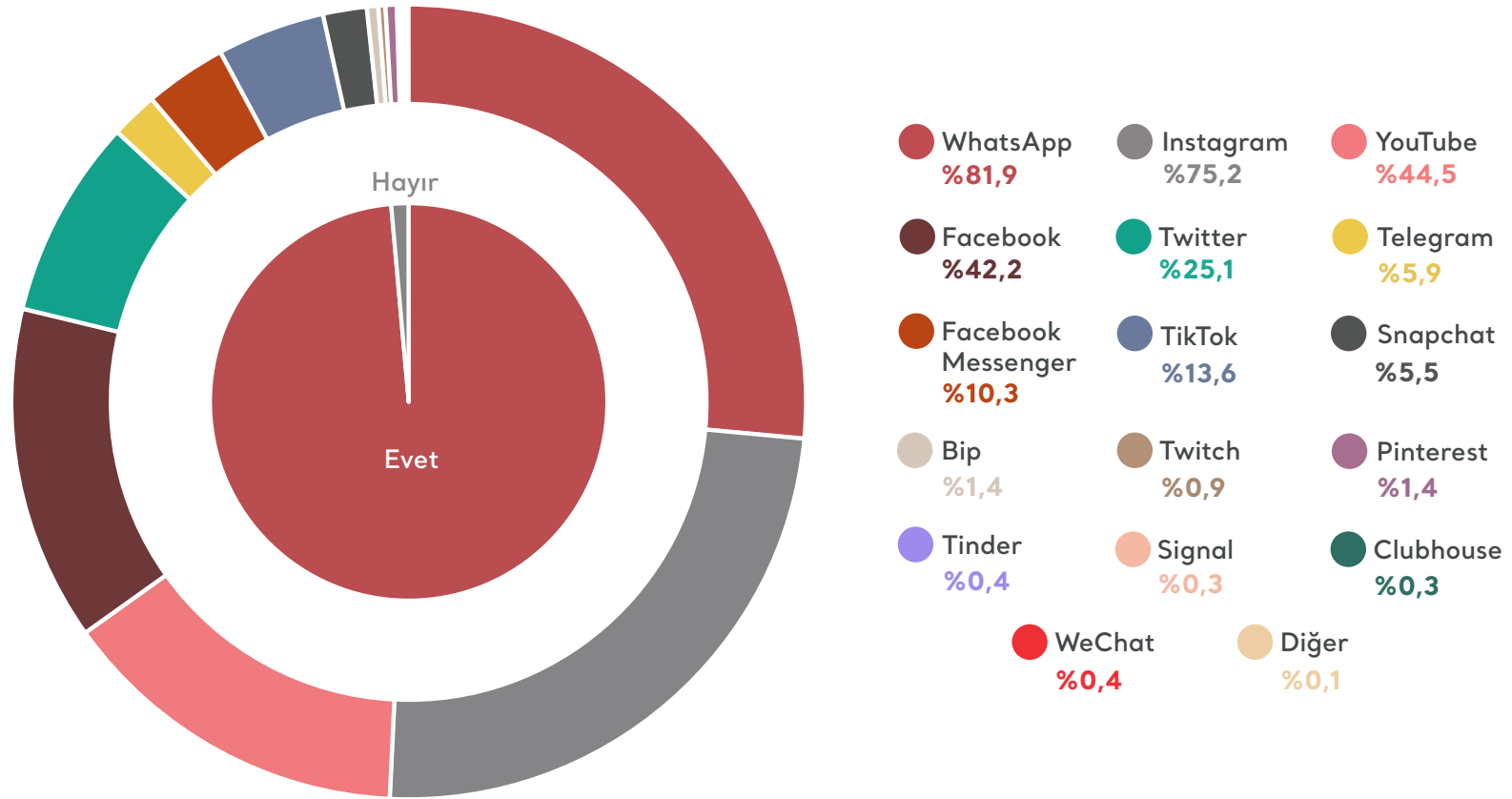
E grubu: Neredeyse tamamı ilkokul mezunu veya ilkokul terktir. Bireyler emekli/çalışan, emekli/çalışmayan, ev kadını ve işsizdir.

Sosyal Ağ Haritası 2022 yıllık araştırmasına katılan bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 7,2'si A grubu, yüzde 16,8'i B grubu, yüzde 40,2'si C1 grubu, yüzde 26,3'ü C2 grubu, yüzde 7,6'sı D grubu ve yüzde 1,9'u E grubu şeklindedir. Instagram kullanıcılarının sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı ise yüzde 7,9'u A grubu, yüzde 18,7'si B grubu, yüzde 41,9'u C1 grubu, yüzde 24,9'u C2 grubu, yüzde 5,4'ü D grubu ve yüzde 1,1'i E grubu şeklindedir.

*Bu araştırmada 2012 yılında Türkiye Araştırmacılar Derneği'nin öncülüğünde geliştirilen Sosyo-ekonomik Statü ölçeği kullanılmıştır. Detaylı bilgi için bakınız: <https://tuad.org.tr/projeler/sosyo-ekonomik-statu-2012>

SOSYAL AĞ TERCİHLERİ

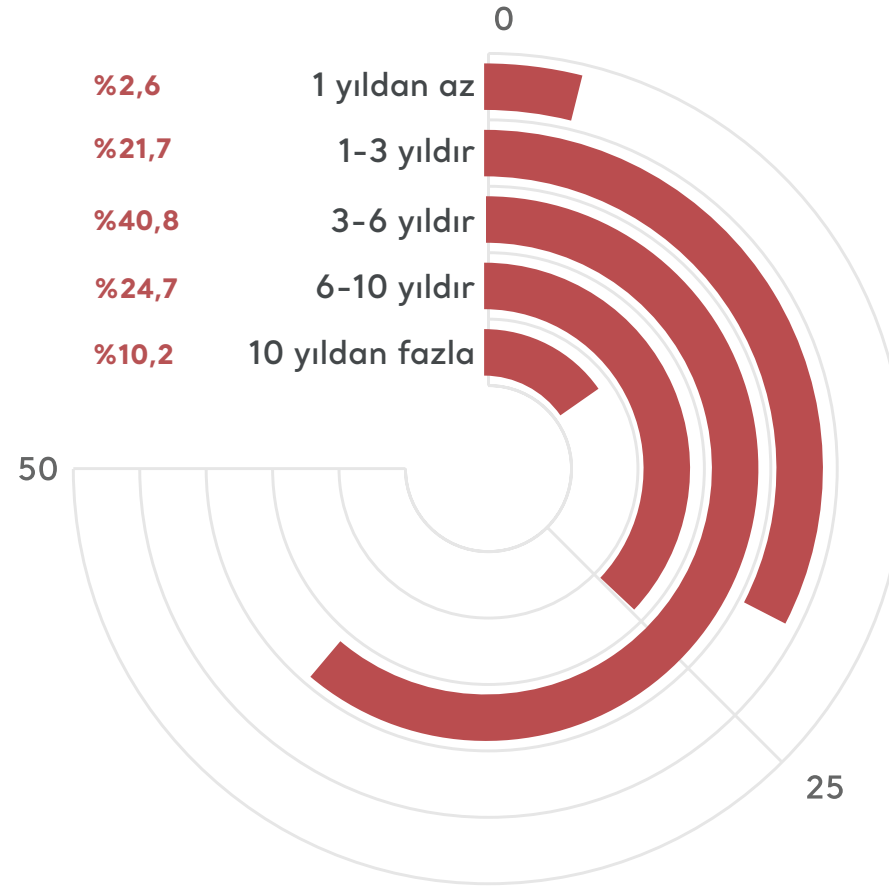
Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız?*



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

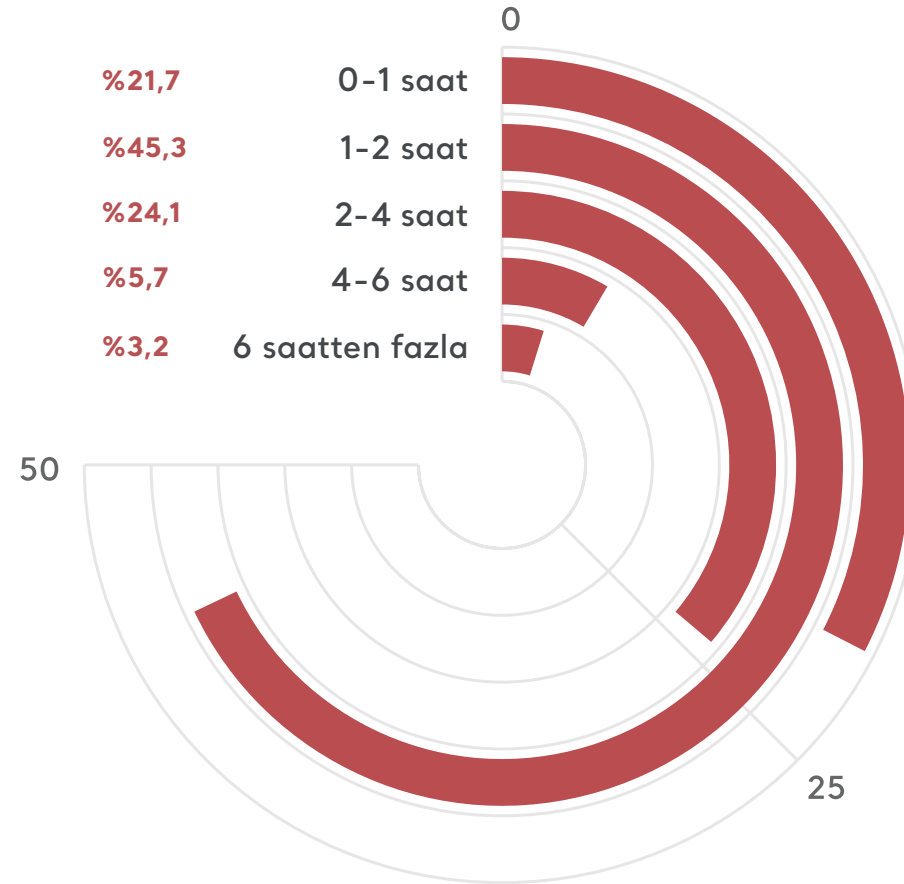
ÜYELİK SÜRESİ

Grafik 2: Instagram'a ne zamandan beri üyesiniz?



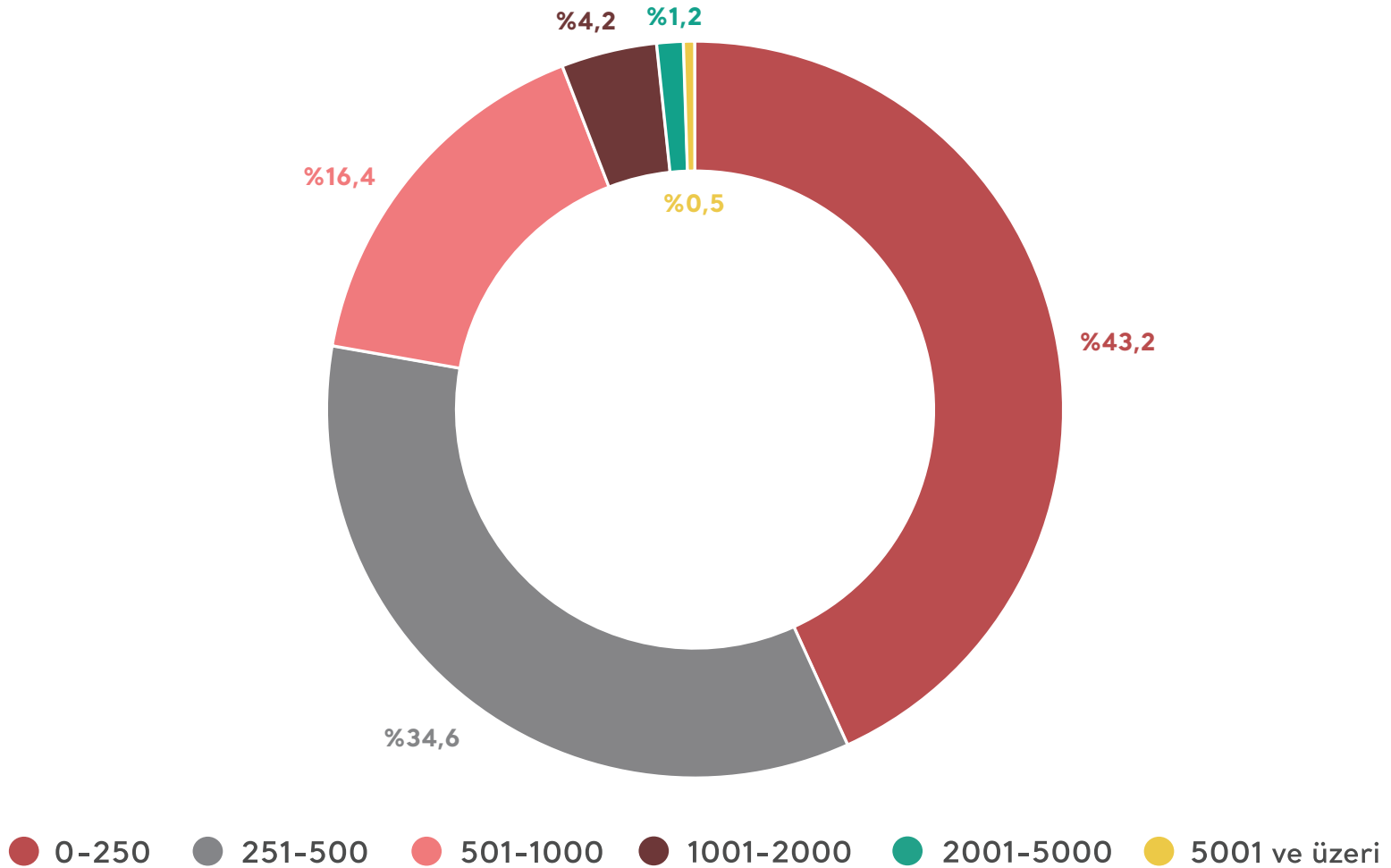
GÜNLÜK ORTALAMA INSTAGRAM KULLANIMI

Grafik 3: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'ı günde ortalama kaç saat kullanırsınız?



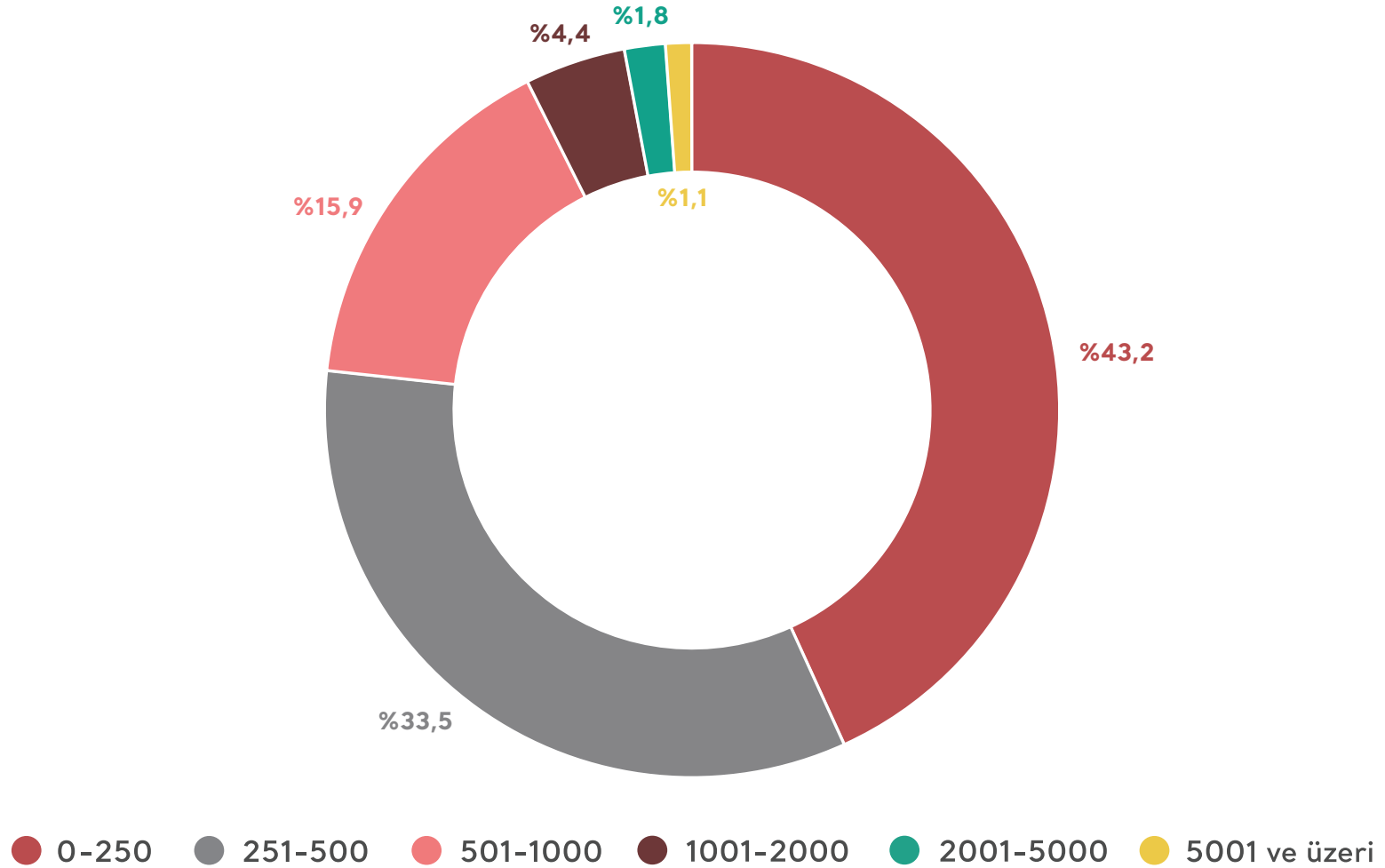
TAKİP SAYISI

Grafik 4: Instagram'da ortalama kaç kişiyi takip ediyorsunuz?



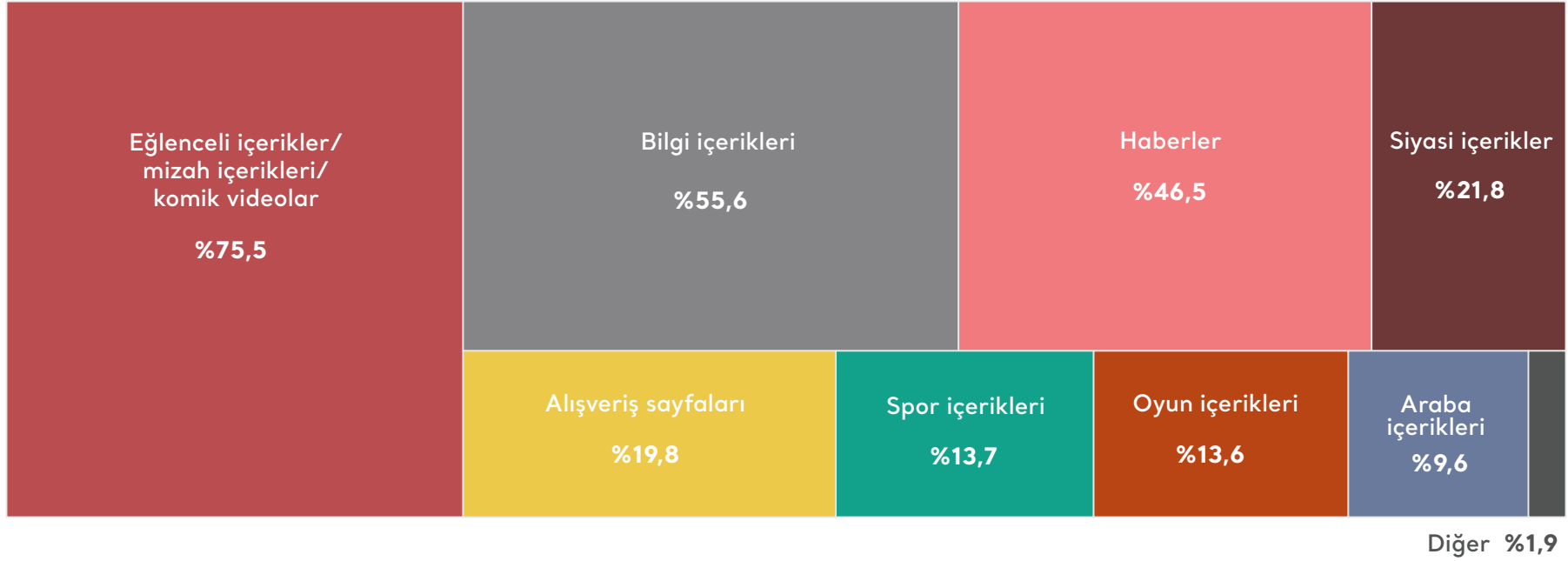
TAKİPÇİ SAYISI

Grafik 5: Instagram'da ortalama kaç kişi (takipçi) sizi takip ediyor?



TAKİP EDİLEN İÇERİKLER

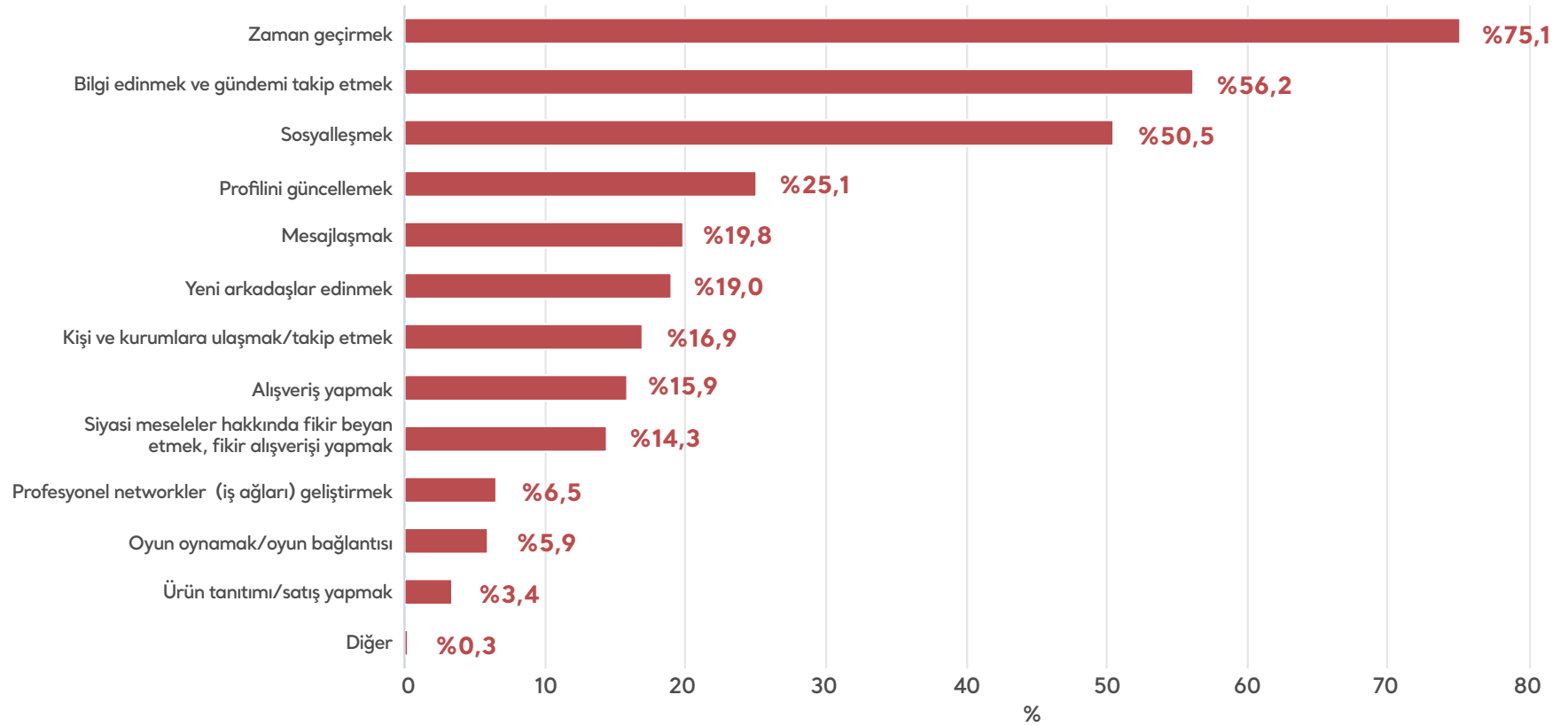
Grafik 6: Instagram'ı hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?*



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

KULLANIM AMACI

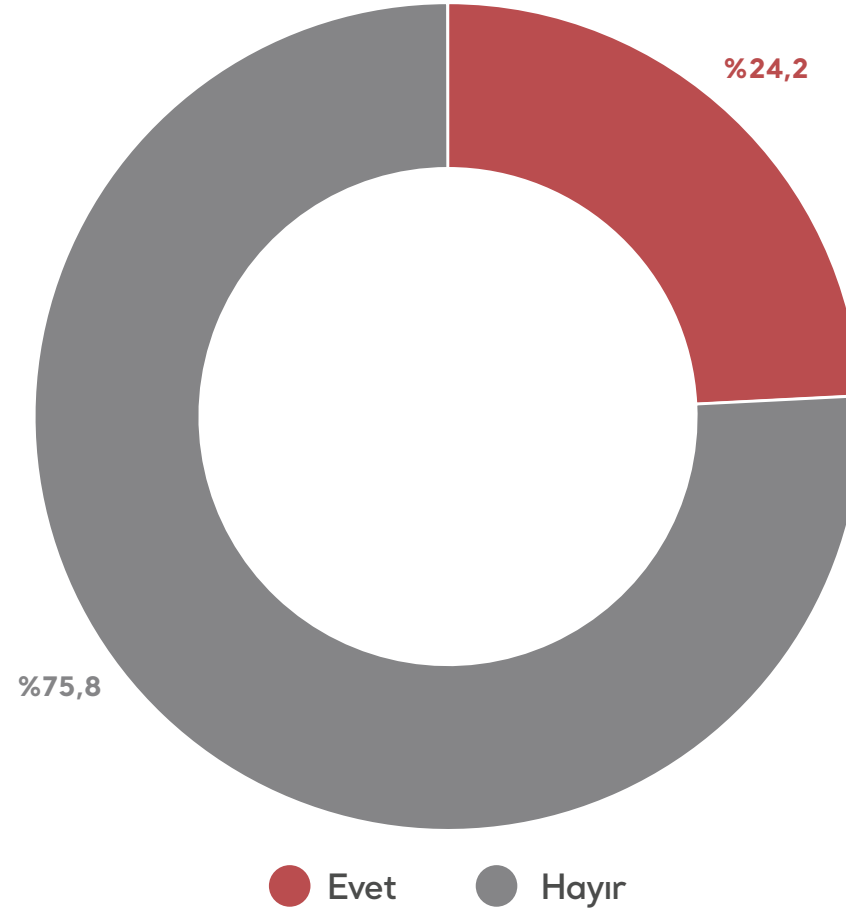
Grafik 7: Instagram'ı hangi amaçla kullanırsınız?*



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

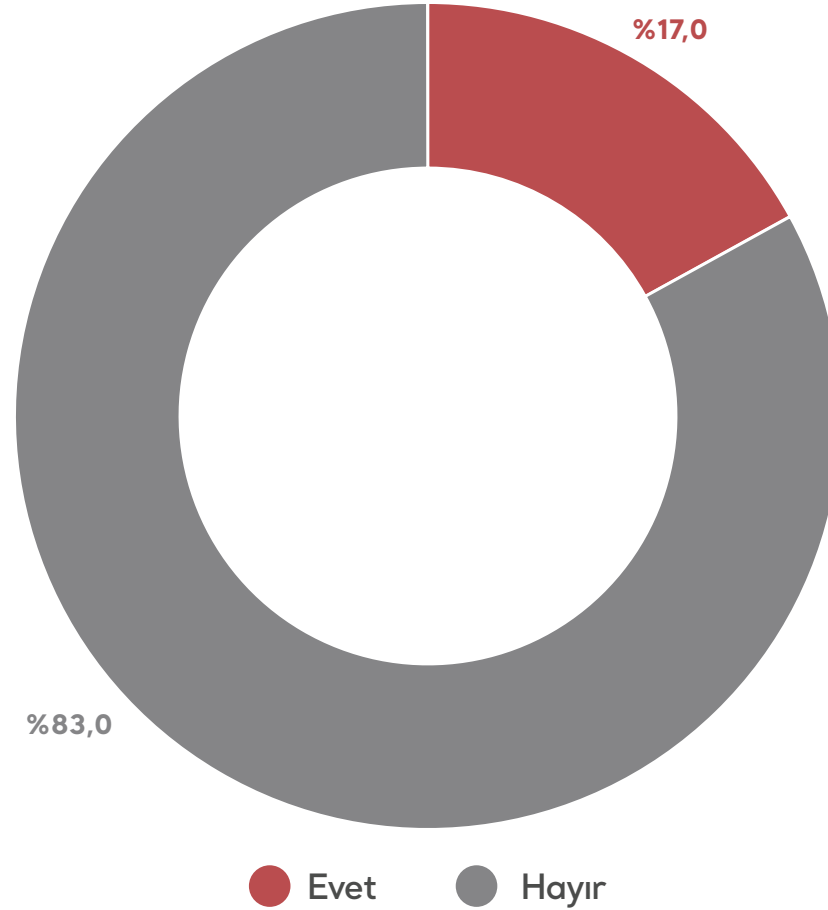
REKLAM DAVRANIŞI

Grafik 8: Instagram'daki sponsorlu reklamlar alışveriş davranışınızı etkiler mi?



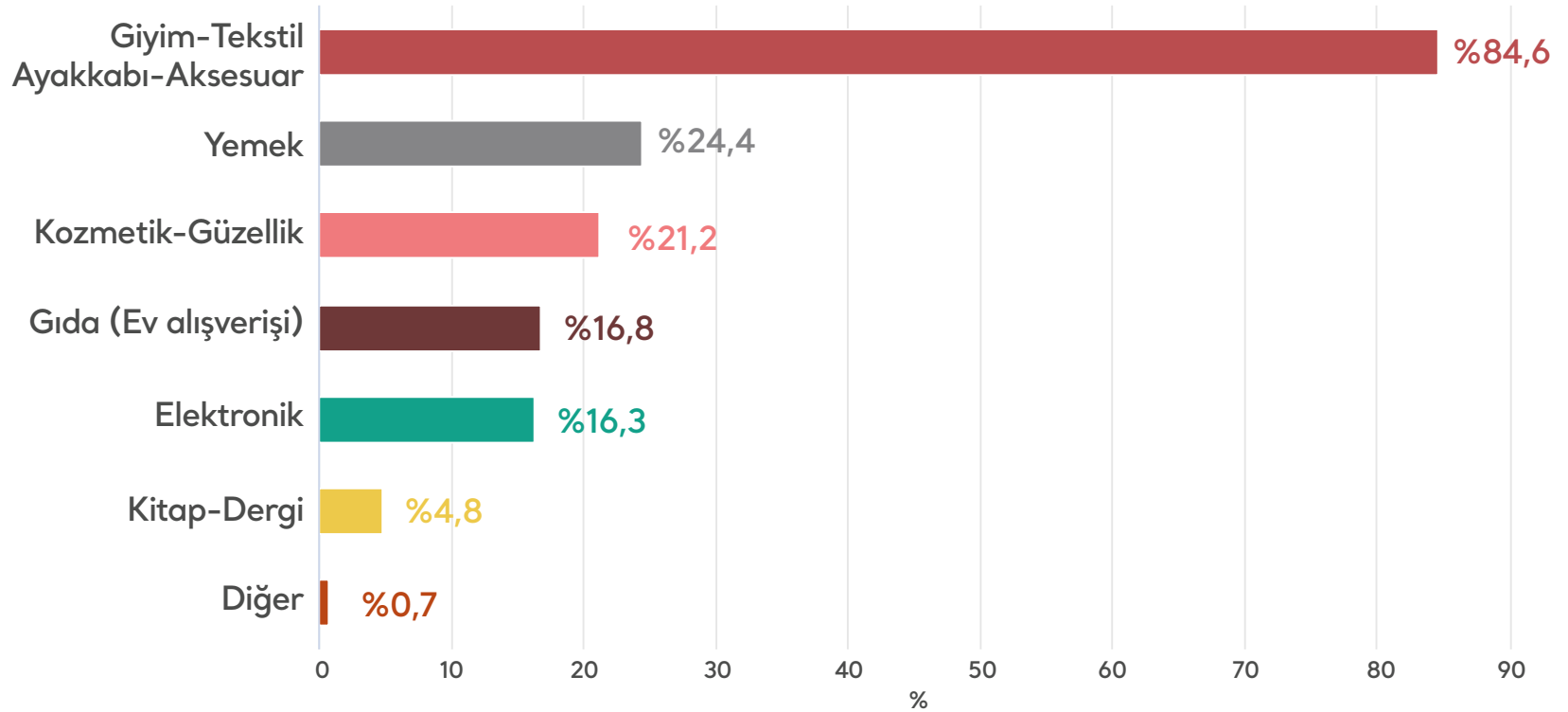
INSTAGRAM ALIŞVERİŞİ

Grafik 9: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram üzerinden alışveriş yaptınız mı?



INSTAGRAM ALIŞVERİŞİNİN SEKTÖREL DAĞILIMI

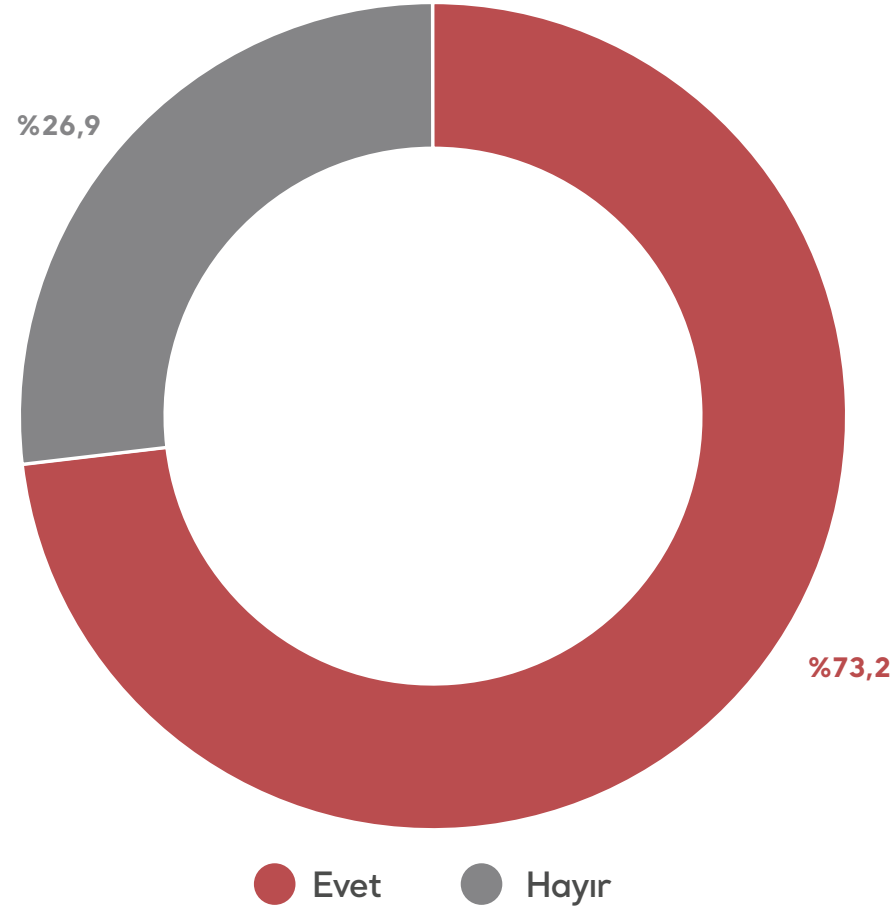
Grafik 10: Instagram üzerinden alışveriş yaparken hangi sektörleri tercih ettiniz?*



*Bu soru, son 1 ayını değerlendirdiğinde Instagram üzerinden alışveriş yaptığını ifade eden katılımcılara yöneltilmiştir.

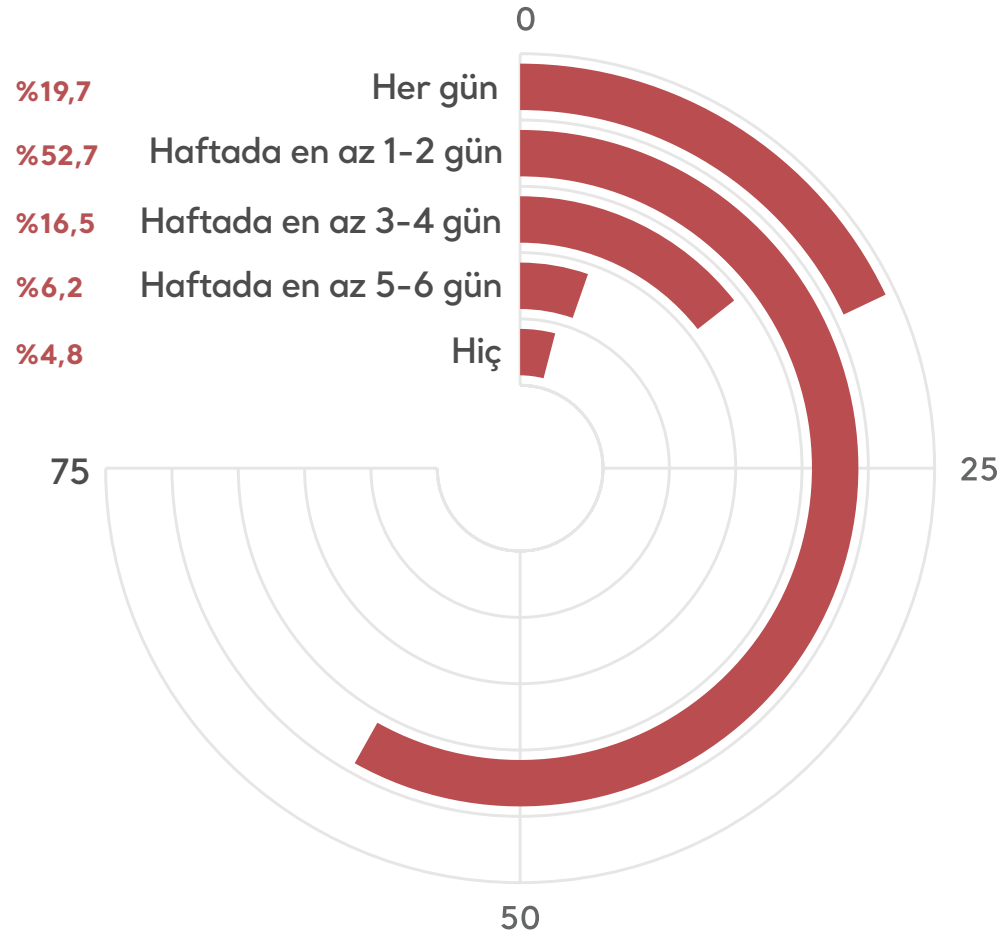
HİKAYE BÖLÜMÜ

Grafik 11: Instagram'ın hikaye bölümünü kullanıyor musunuz?



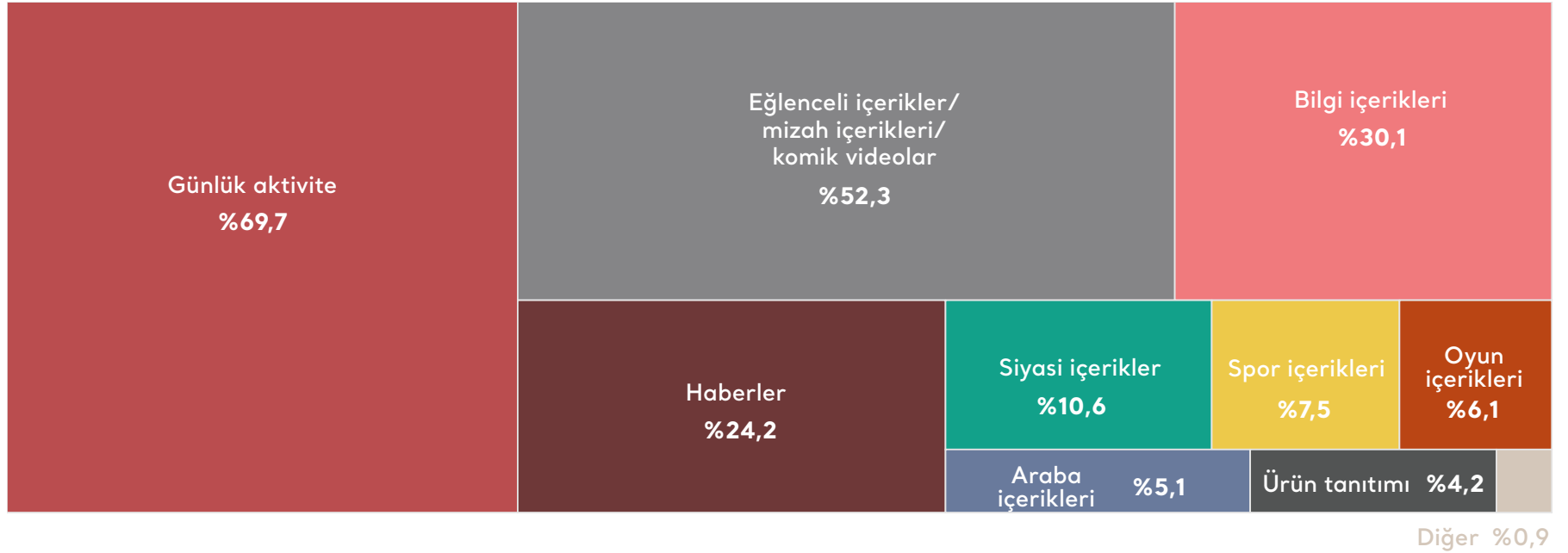
HİKAYE PAYLAŞMA SIKLIĞI

Grafik 12: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da hikaye paylaşma sıklığınız nedir?



HİKAYE İÇERİKLERİ

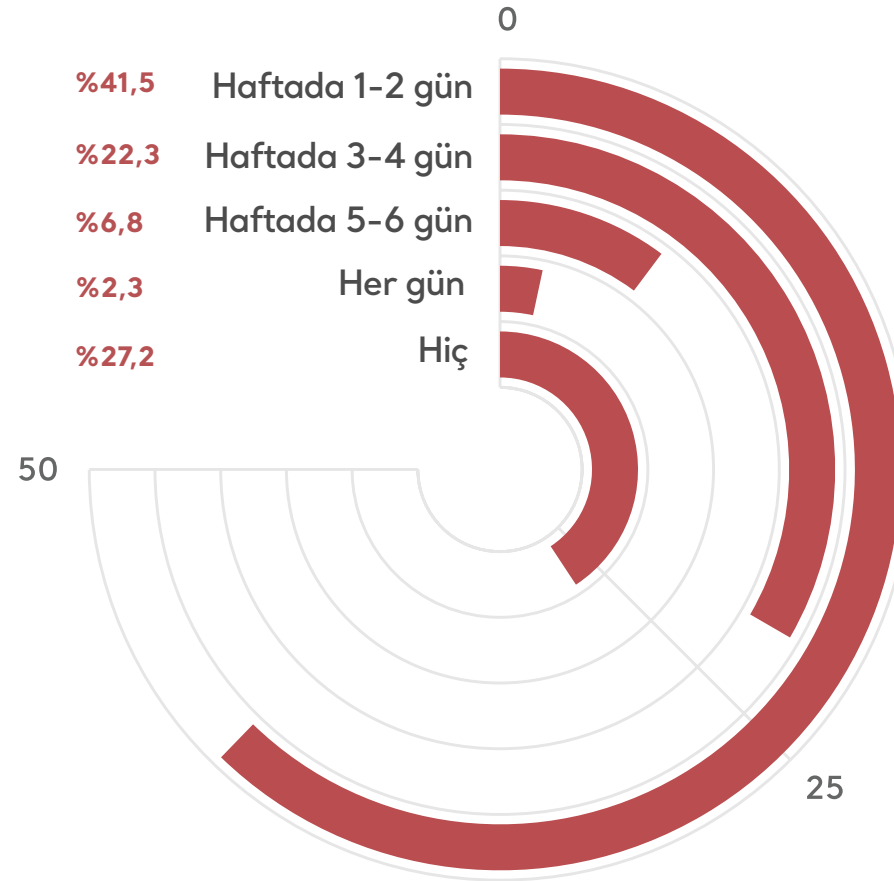
Grafik 13: Instagram hikayelerinde hangi tür içerikleri paylaşırsınız?*



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

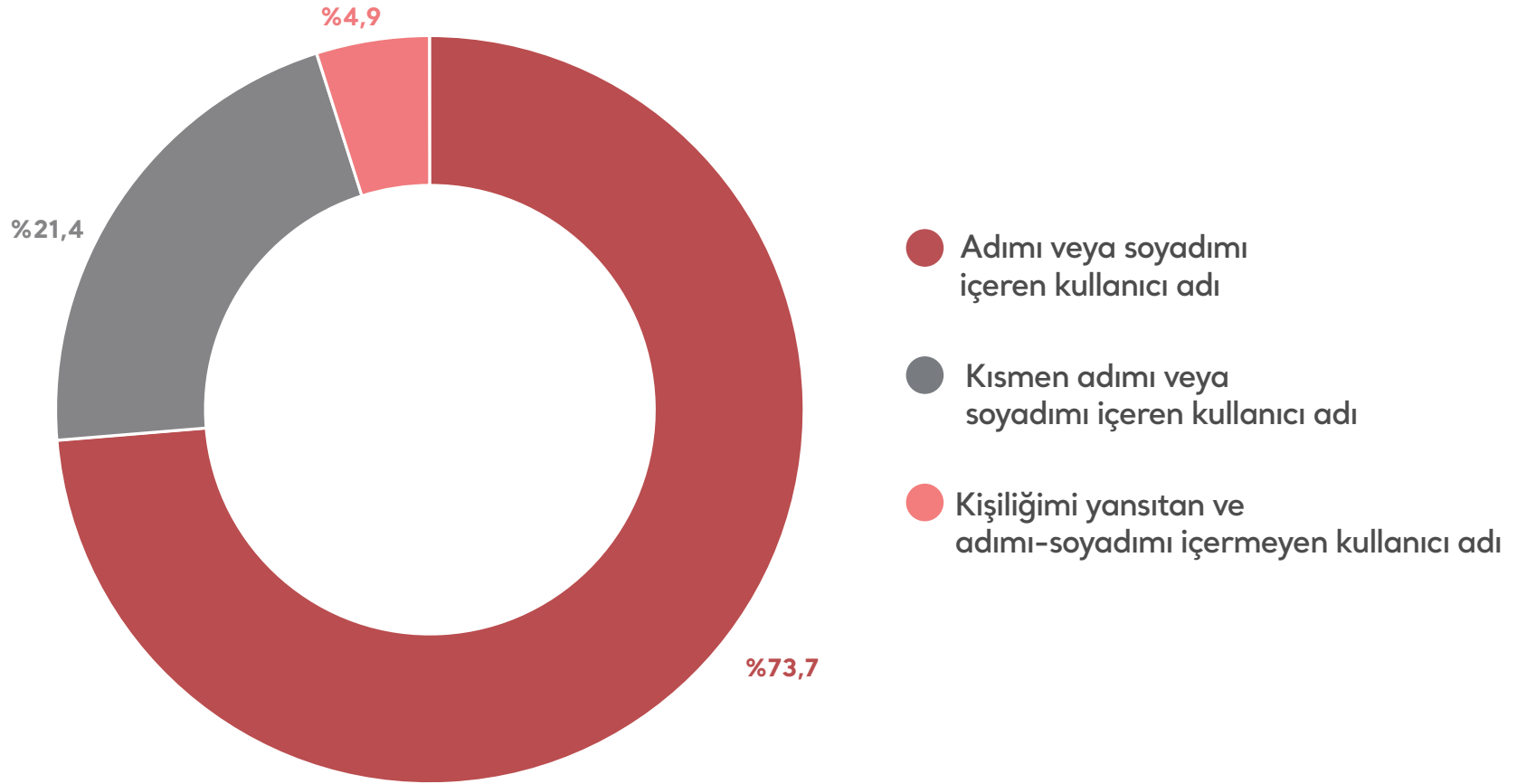
GÖNDERİ PAYLAŞIM SIKLIĞI

Grafik 14: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da post-gönderi paylaşma sıklığınız nedir?



KULLANICI ADI BELİRLEME

Grafik 15: Instagram'daki kullanıcı adınızı (nickname-username) aşağıdaki seçeneklerden hangisindeki gibi oluşturmayı tercih edersiniz?





SOSYAL AĞ
HARİTASI