

# INSTAGRAM KULLANIM RAPORU 2021

2021

2021



SOSYAL AĞ  
HARİTASI



## İÇİNDEKİLER

GRAFİK LİSTESİ.....	2
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	3
SOSYAL AĞ TERCİHLERİ.....	7
ÜYELİK SÜRESİ.....	8
GÜNLÜK ORTALAMA INSTAGRAM KULLANIMI.....	9
TAKİP SAYISI.....	10
TAKİPÇİ SAYISI.....	11
TAKİP EDİLEN İÇERİKLER.....	12
KULLANIM AMACI.....	13
REKLAM DAVRANIŞI.....	14
INSTAGRAM ALIŞVERİŞİ.....	15
HİKAYELER BÖLÜMÜ.....	16
HİKAYE PAYLAŞMA SIKLIĞI.....	17
HİKAYE İÇERİKLERİ.....	18
GÖNDERİ PAYLAŞIM SIKLIĞI.....	19
KULLANICI ADI BELİRLEME.....	20

## GRAFİK LİSTESİ

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

## 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 2021 yıllık araştırması kapsamında elde edilen veriler İnternet Erişimi, Cihaz Sahipliği, Oyun Oynama Alışkanlıkları, Sosyal Ağ Kullanımı, Facebook Kullanımı, Twitter Kullanımı, Instagram Kullanımı ve YouTube 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 24 Ocak-8 Şubat tarihleri arasında yürütülen I. dönem araştırması 18 yaşından gün almış 4.956 kişi ile, 7-20 Nisan tarihleri arasında yürütülen II. dönem araştırması 15 yaşından gün almış 6.000 kişi ile, 1-15 Temmuz tarihleri arasında yürütülen III. dönem araştırması 15 yaşından gün almış 5.558 kişi ile ve 1-18 Ekim tarihleri arasında yürütülen IV. dönem araştırması 15 yaşından gün almış 5.686 kişi ile yüz yüze anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Sosyal Ağ Haritasında 2021 yılı içerisinde gerçekleştirilen 4 araştırma dönemi verileri baz alınarak yıllık veri oluşturulmuştur. Böylece Türkiye'nin 2021 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 2021 yılını kapsayan Sosyal Ağ Haritası yıllık verileri Ocak-Aralık tarihleri arasında, İBBS\* düzey 2 kapsamında 26 ilde, 22.200 kişi ile yüz yüze anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında sosyal ağ kullandığını belirten 15.750 kişiden, 11.179'u Instagram için hazırlanan anket formunu cevaplandırmıştır.

\*İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması

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 2021 yıllık verilerinde, TikTok ve Snapchat platformları için yeterli kullanıcı sayısına ulaşılmasıyla toplanan veriler raporlaştırılarak sunulmuştur.

## Katılımcıların Demografik Bilgileri

Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 46'sı kadın, yüzde 54'ü erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 3,8'i 15-17 yaş grubu, yüzde 17,1'i 18-24 yaş grubu, yüzde 21,3'ü 25-34 yaş grubu, yüzde 21,5'i 35-44 yaş grubu, yüzde 16,8'i 45-54 yaş grubu, yüzde 13,4'ü 55-64 yaş grubu, yüzde 6,1'i 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 2,3'ü okuryazar olmayan, yüzde 2,9'u okuryazar, yüzde 12,1'i ilkokul, yüzde 17,6'sı ortaokul, yüzde 32,9'u lise, yüzde 7,9'u ön lisans, yüzde 21,5'i lisans ve yüzde 2,7'si lisansüstü mezundur. Katılımcıların yüzde 10,4'ü emekli, yüzde 39,3'ü çalışmayan, yüzde 50,4'ü çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 53'ü evli, yüzde 44,1'i bekarken, yüzde 2,9'u bu soruya cevap vermeyenlerdir. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 24,5'i metropolde, yüzde 64,5'i kentte ve yüzde 10,9'u kırsalda yaşadığını ifade etmiştir.

## Instagram Kullanıcılarının Demografik Bilgileri

Instagram kullanıcılarının yüzde 49,2'si kadın, yüzde 50,8'i erkektir. Kullanıcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 6'sı 15-17 yaş grubu, yüzde 26,2'si 18-24 yaş grubu, yüzde 29,1'i 25-34 yaş grubu, yüzde 22,6'sı 35-44 yaş grubu, yüzde 10,5'i 45-54 yaş grubu, yüzde 4,9'u 55-64 yaş grubu, yüzde 0,8'i 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Kullanıcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 0,3'ü okuryazar olmayan, yüzde 0,7'si okuryazar, yüzde 4,3'ü ilkokul, yüzde 15,2'si ortaokul, yüzde 37,8'i lise, yüzde 10,7'si ön lisans, yüzde 28,1'i lisans ve yüzde 2,9'u lisansüstü mezundur. Kullanıcıların yüzde 2,3'ü emekli, yüzde 45'i çalışmayan, yüzde 52,7'si çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 38,6'sı evli, yüzde 59,2'si bekarken, yüzde 2,2'si bu soruya cevap vermeyenlerdir. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 23,1'i metropolde, yüzde 67,9'u kentte ve yüzde 9'u 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 elemanken 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.

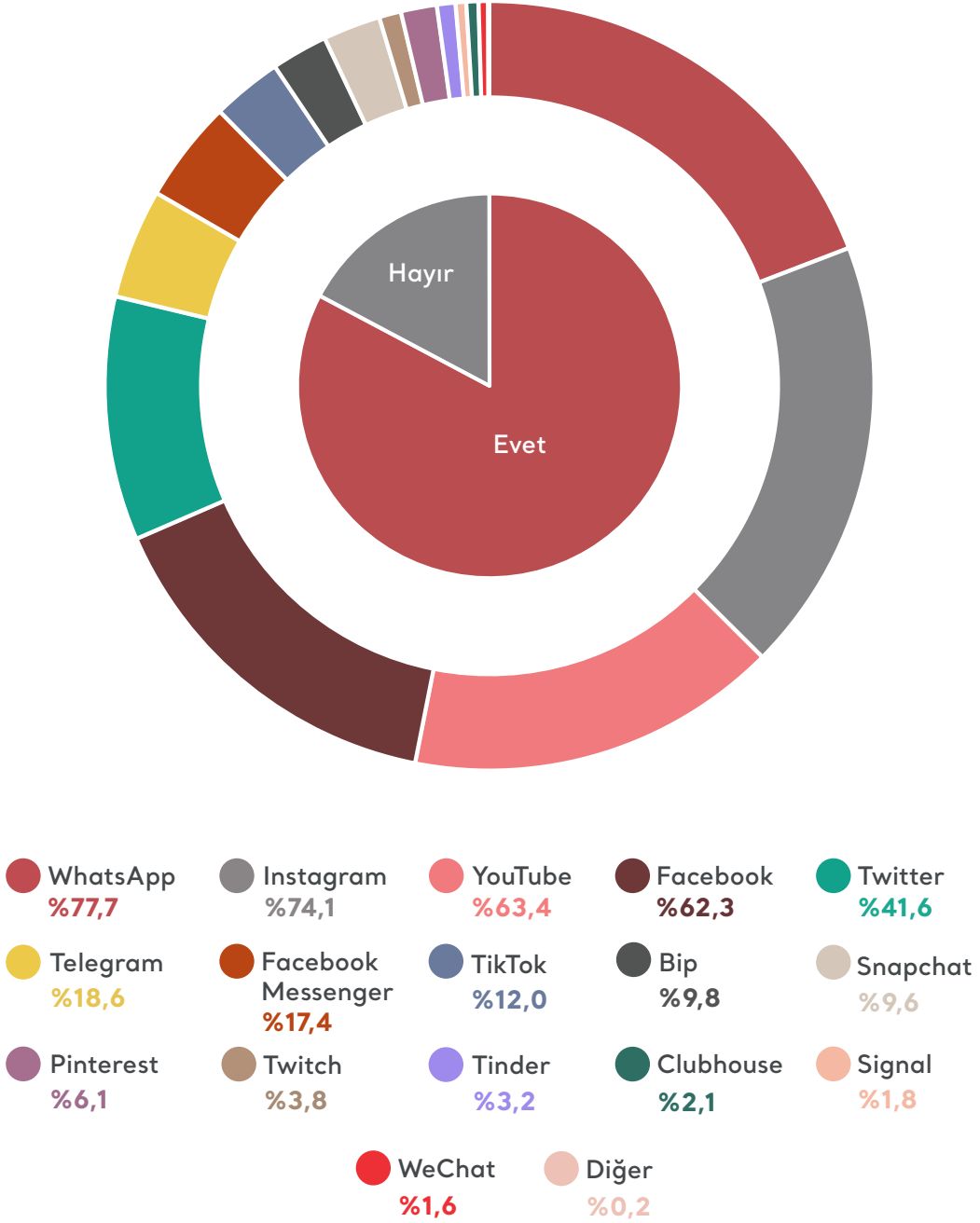
Sosyal Ağ Haritası 2021 yıllık araştırmasına katılan bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 10,8'i A grubu, yüzde 15,2'si B grubu, yüzde 24,3'ü C1 grubu, yüzde 26,8'i C2 grubu, yüzde 16,5'i D grubu ve yüzde 6,4'ü E grubu şeklindedir. Instagram kullanıcılarının sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı ise yüzde 13,3'ü A grubu, yüzde 19,5'i B grubu, yüzde 27,4'ü C1 grubu, yüzde 26,8'i C2 grubu, yüzde 10,6'sı D grubu ve yüzde 2,3'ü 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

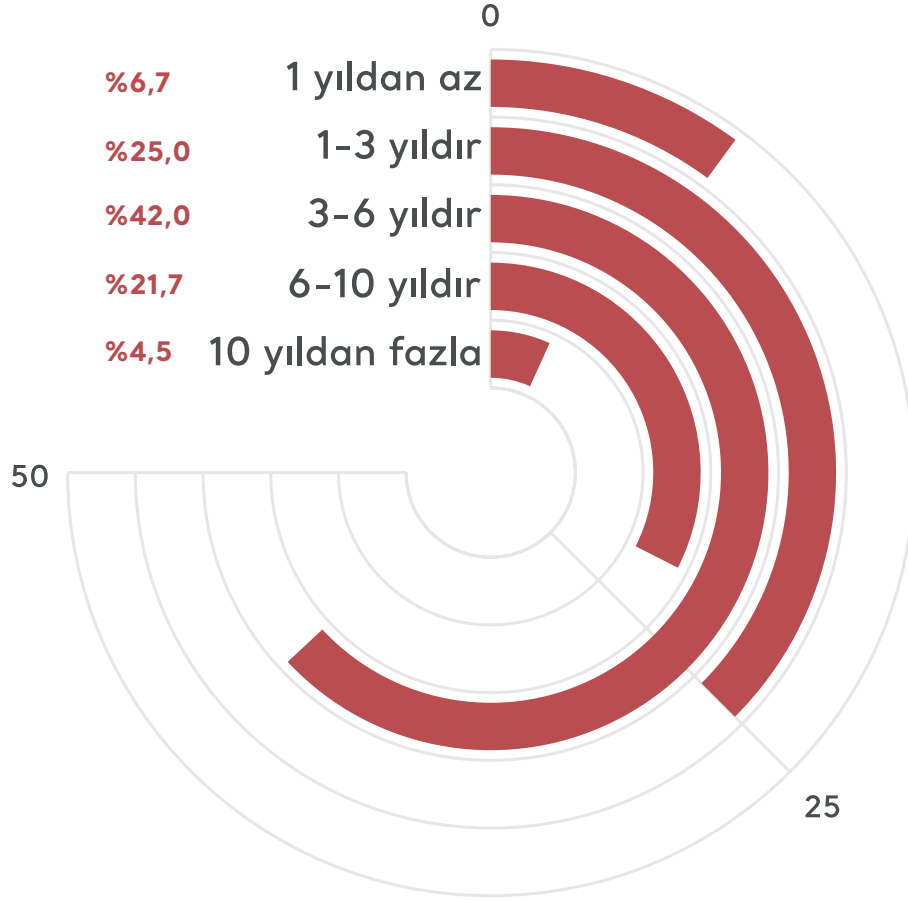
Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız?



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

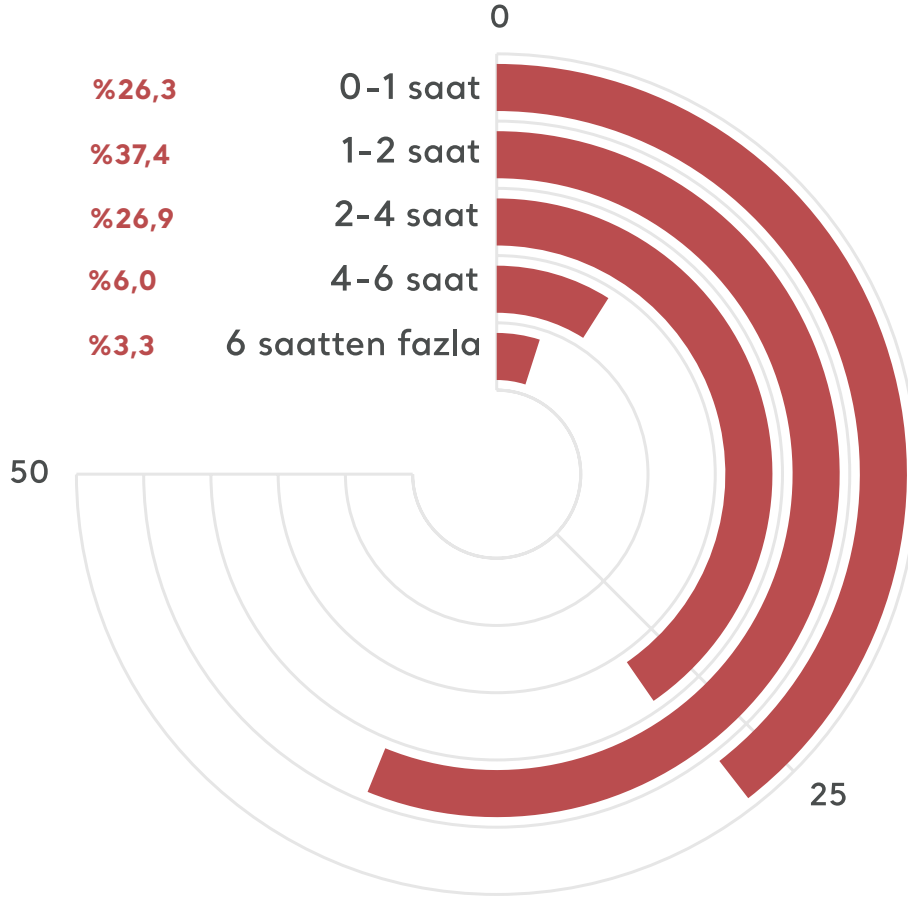
## ÜYELİK SÜRESİ

Grafik 2: Instagram'a ne zamandan beri üyesiniz?



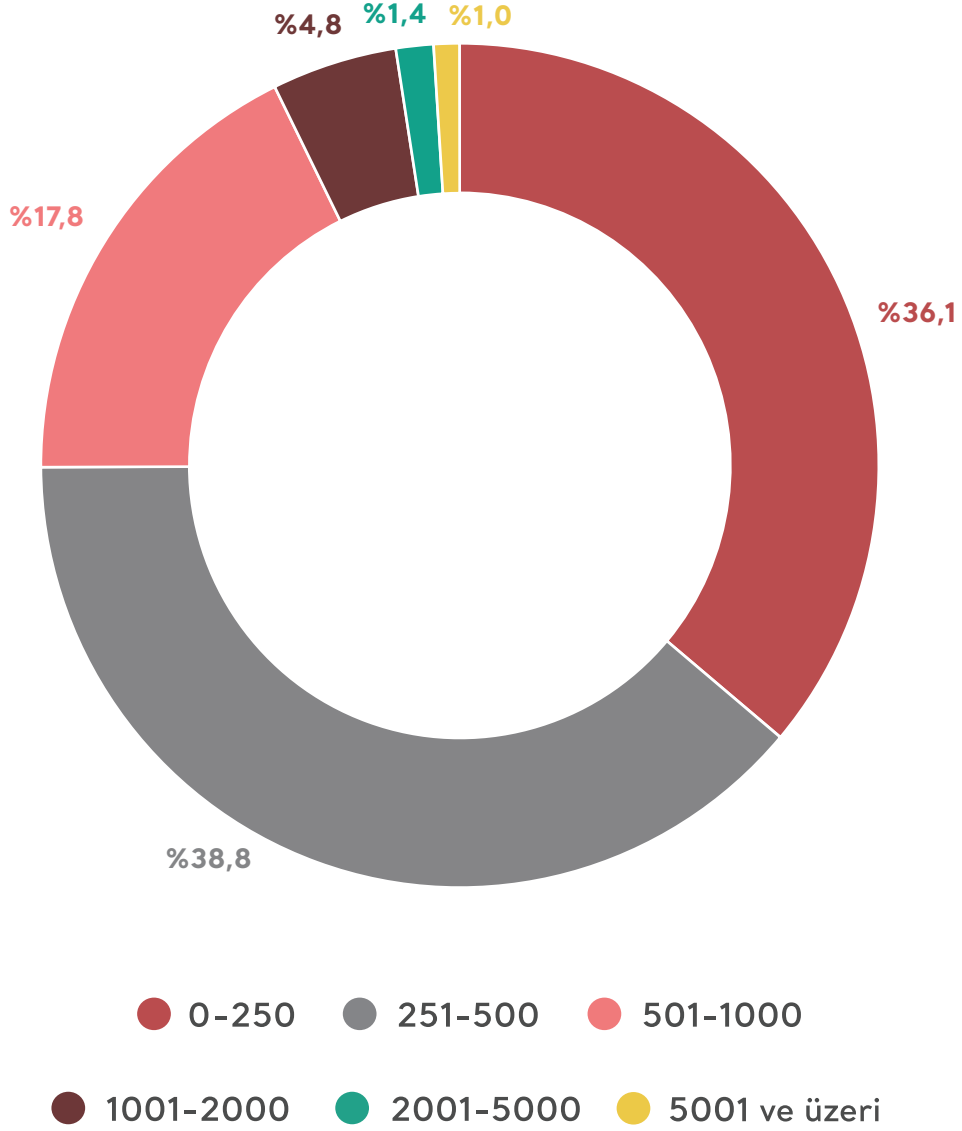
## GÜNLÜK ORTALAMA INSTAGRAM KULLANIMI

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



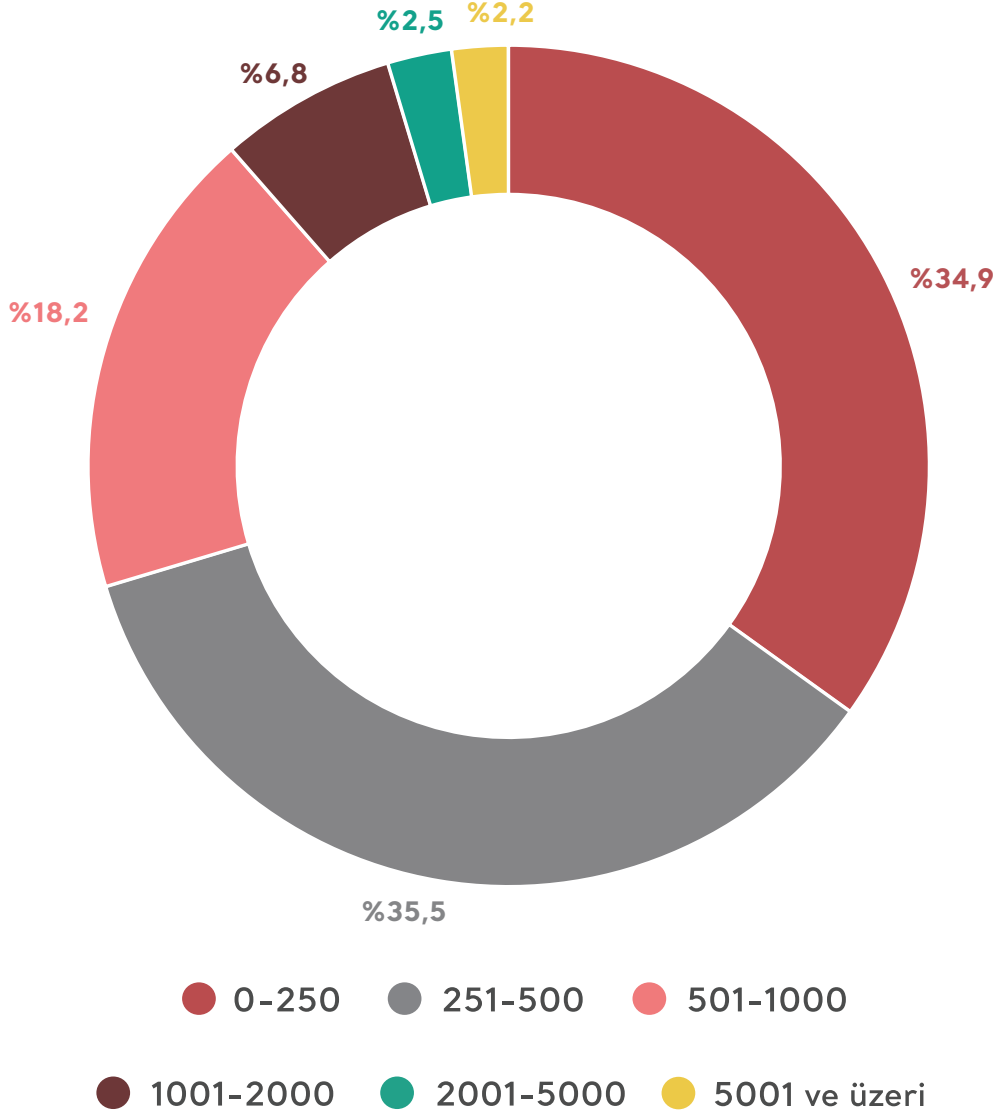
## TAKİP SAYISI

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

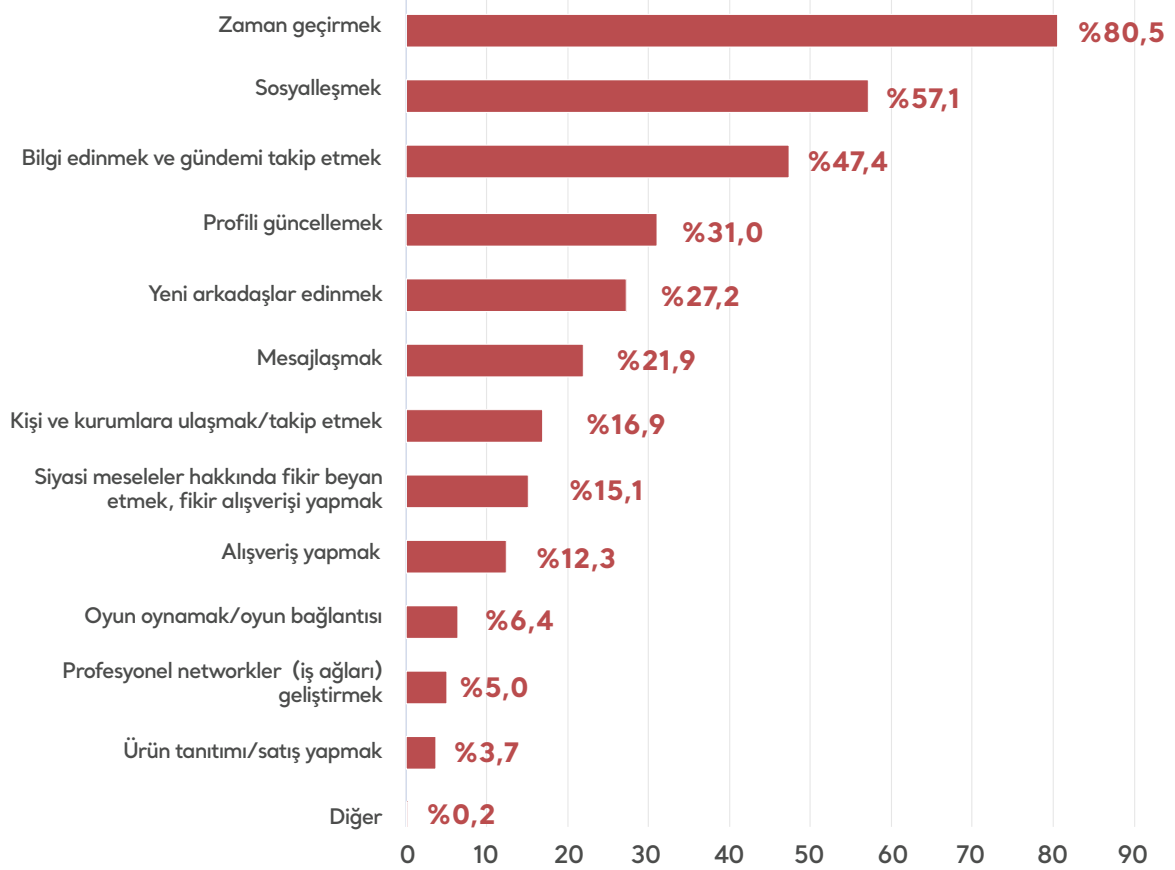
Grafik 6: Instagram'ı hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## KULLANIM AMACI

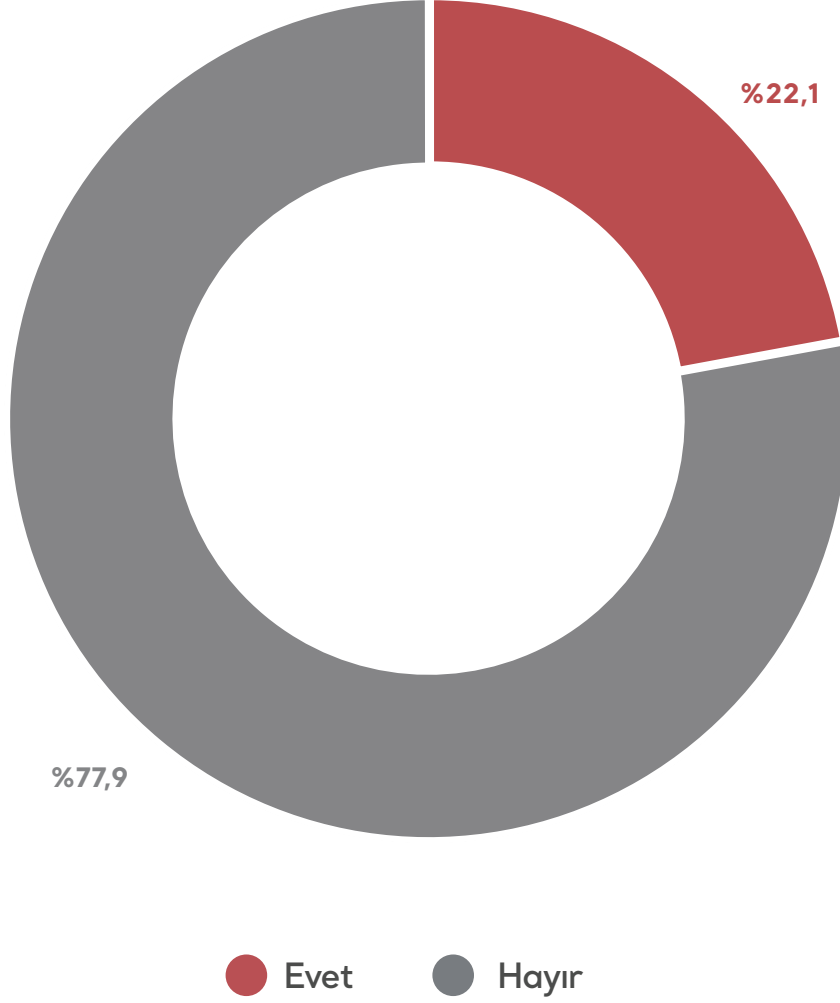
Grafik 7: Instagram'ı hangi amaçla kullanırsınız?



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## REKLAM DAVRANIŞI

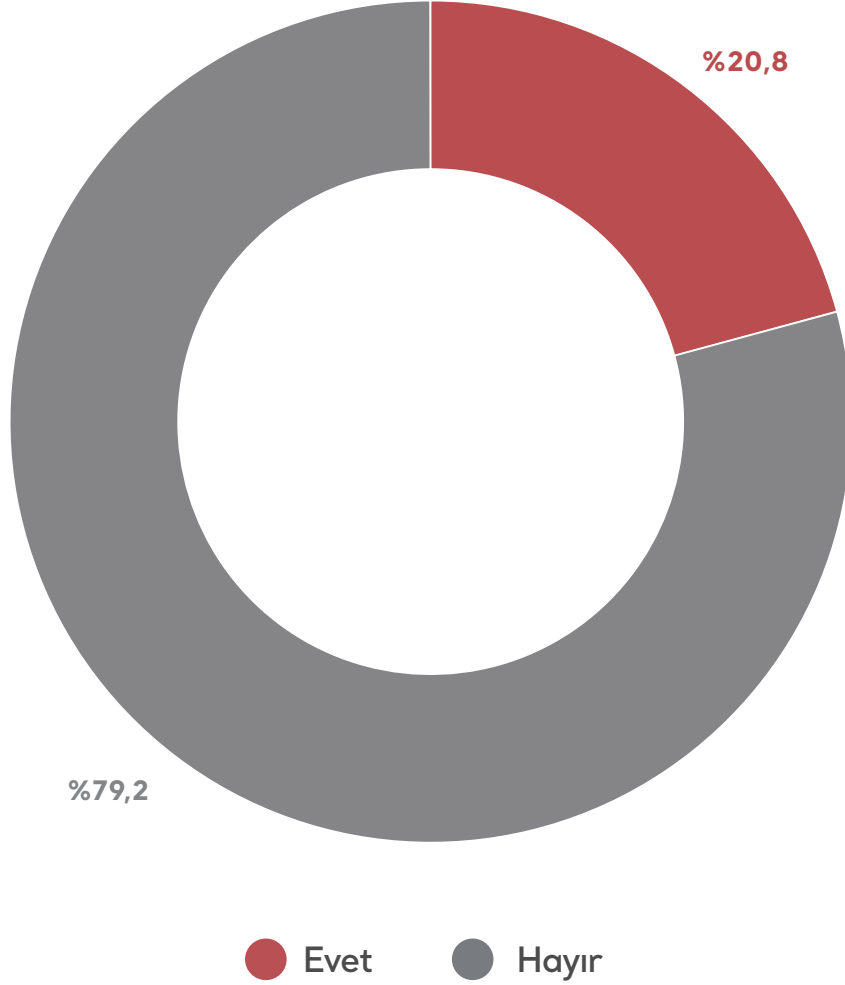
Grafik 8: Instagram'daki sponsorlu reklamlar alışveriş davranışınızı etkiler mi?





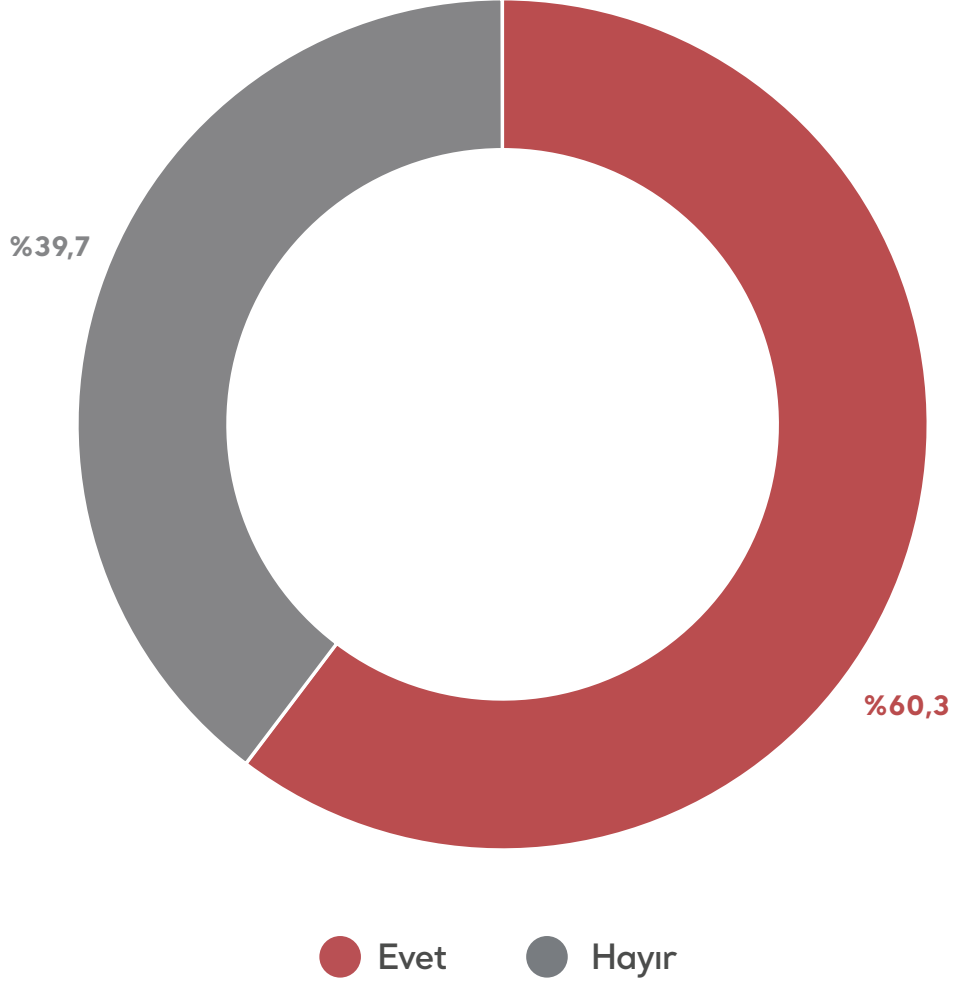
## INSTAGRAM ALIŞVERİŞİ

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



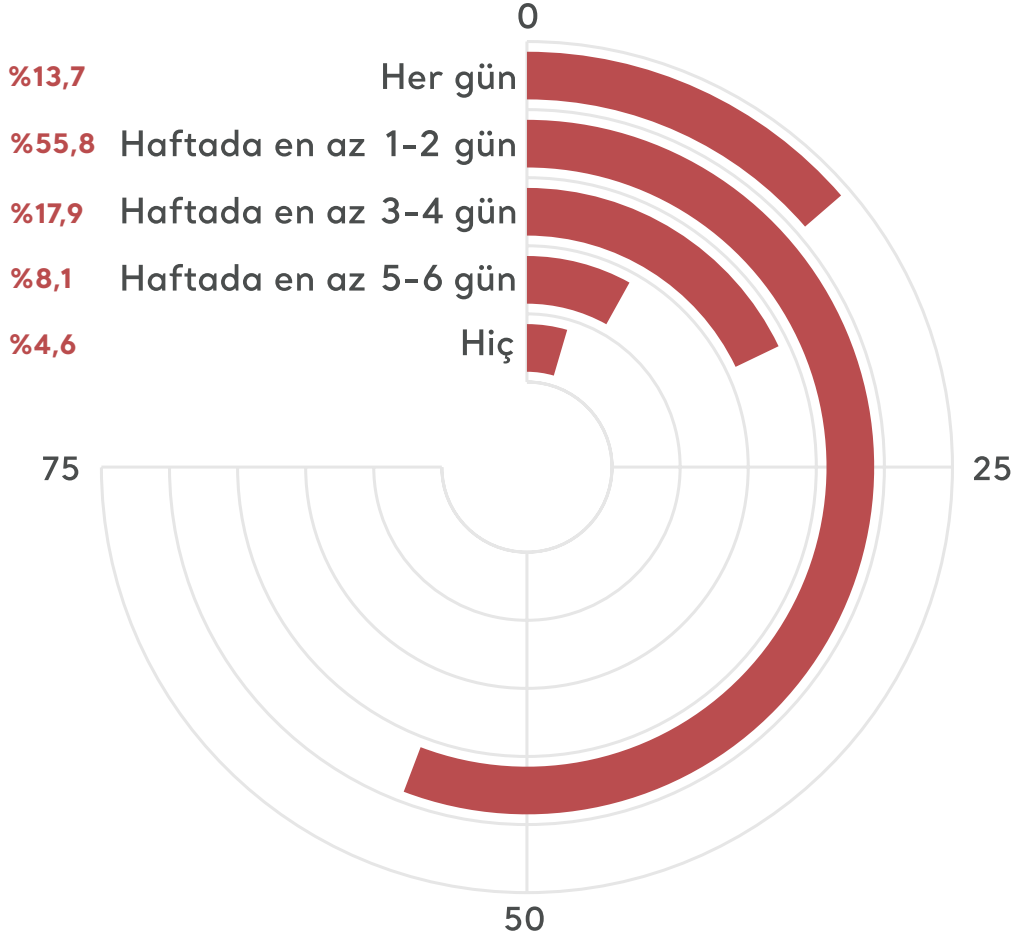
## HİKAYELER BÖLÜMÜ

Grafik 10: Instagram'ın hikaye bölümünü kullanıyor musunuz?



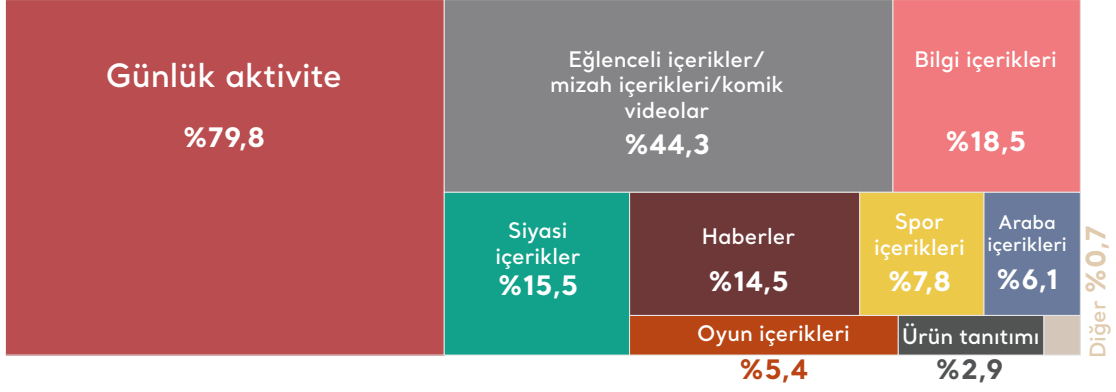
## HİKAYE PAYLAŞMA SIKLIĞI

Grafik 11: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da hikaye paylaşma sıklığınız nedir?



## HİKAYE İÇERİKLERİ

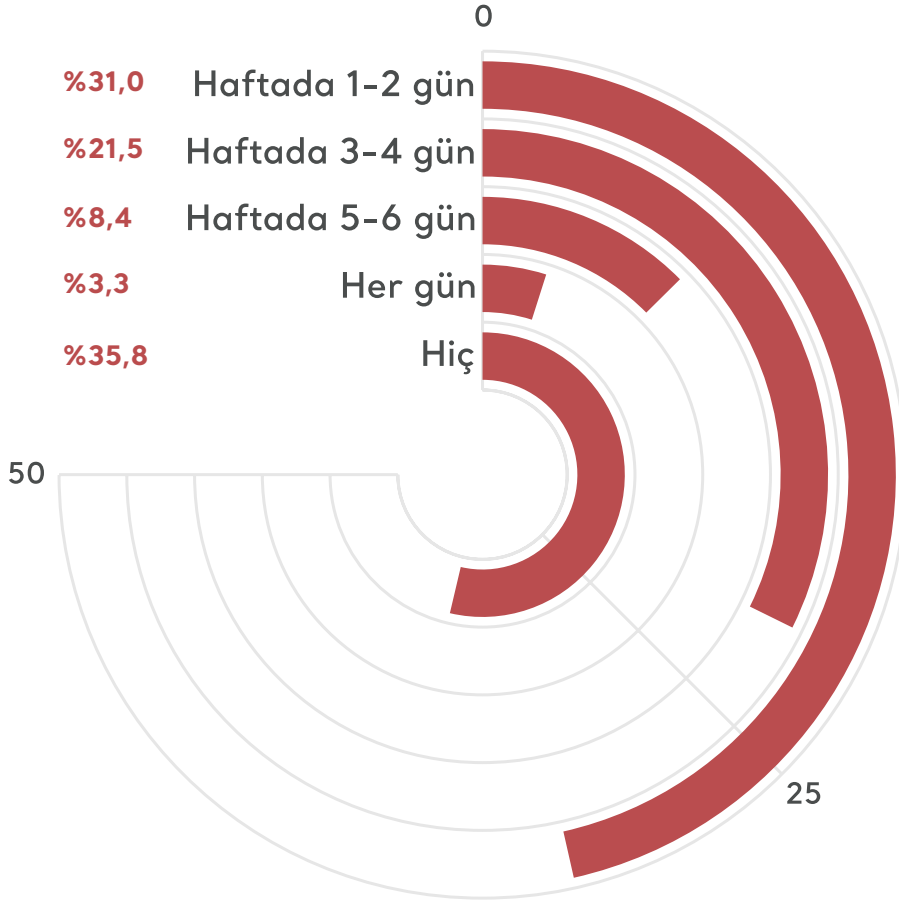
Grafik 12: Instagram hikayelerinde hangi tür içerikleri paylaşırsınız?



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

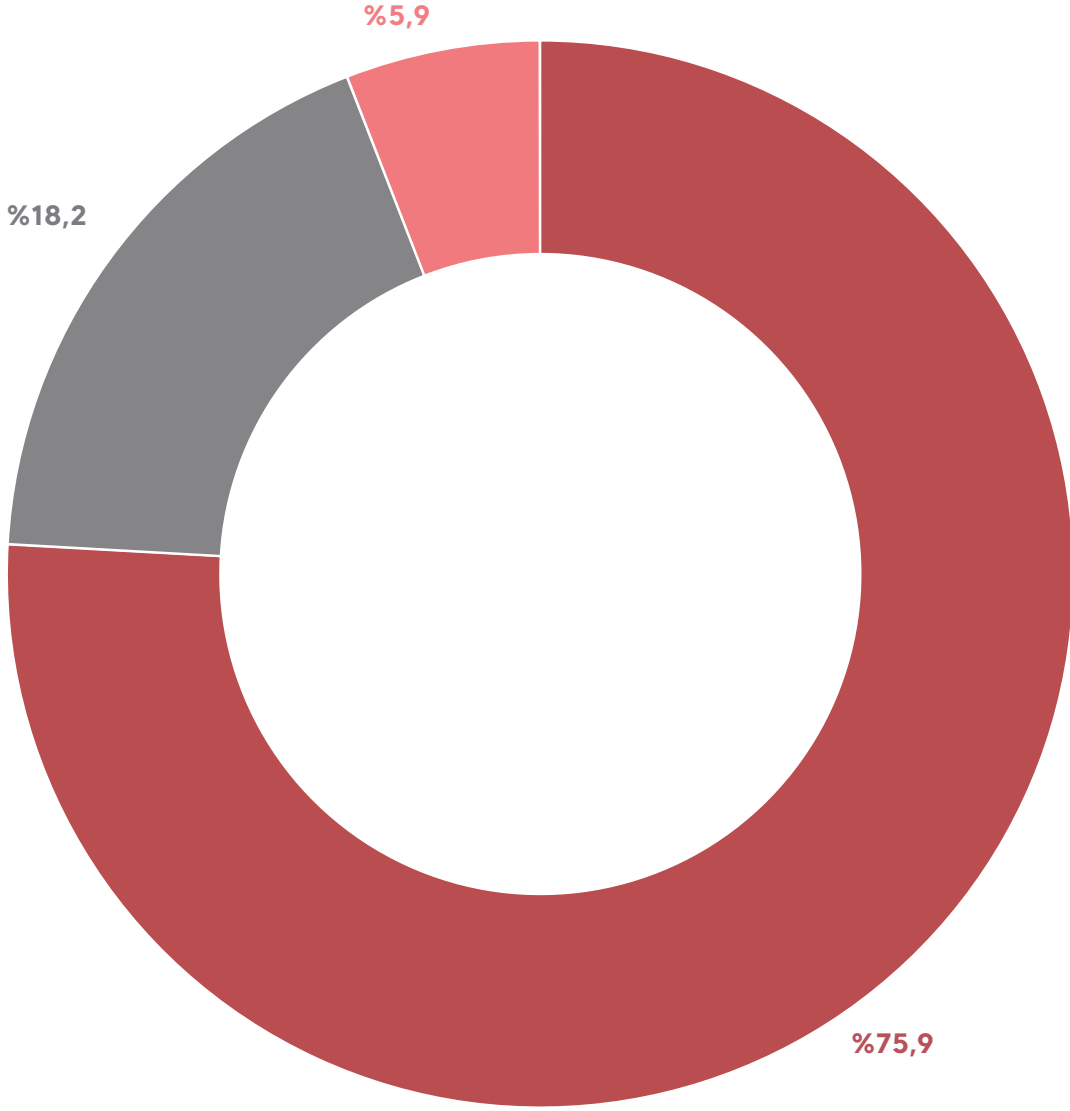
## GÖNDERİ PAYLAŞIM SIKLIĞI

*Grafik 13: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da post-gönderi paylaşma sıklığınız nedir?*



## KULLANICI ADI BELİRLEME

Grafik 14: Instagram'daki kullanıcı adınızı (nickname-username) aşağıdaki seçeneklerden hangisindeki gibi oluşturmayı tercih edersiniz?



- Adımı veya soyadımı içeren kullanıcı adı
- Kısmen adımı veya soyadımı içeren kullanıcı adı
- Kişiliğimi yansıtan ve adımı-soyadımı içermeyen kullanıcı adı

