

# YOUTUBE KULLANIM RAPORU 2021



2021



SOSYAL AĞ  
HARİTASI



## **İÇİNDEKİLER**

GRAFİK LİSTESİ.....	2
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	3
SOSYAL AĞ TERCİHLERİ.....	7
ÜYELİK/KULLANIM SÜRESİ.....	8
GÜNLÜK ORTALAMA YOUTUBE KULLANIMI.....	9
KULLANIM AMACI.....	10
TAKİP EDİLEN İÇERİKLER.....	11
YOUTUBE REKLAMLARI.....	12
YOUTUBE PREMIUM.....	13

## GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız? .....	7
Grafik 2: YouTube'u ne zamandan beri kullanıyorsunuz? .....	8
Grafik 3: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, YouTube'u günde ortalama kaç saat kullanırsınız?.....	9
Grafik 4: YouTube'u hangi amaçla kullanırsınız?.....	10
Grafik 5: YouTube'u hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz? .....	11
Grafik 6: YouTube reklamlarından rahatsız oluyor musunuz?.....	12
Grafik 7: YouTube Premium üyesi misiniz? .....	13

## 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.

"YouTube Kullanım Raporu"nun ana temasını YouTube kullanıcılarının genel kullanım alışkanlıklarına dair veriler (kullanıcıların üyelik/kullanım 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, 9.245'i YouTube 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 ulaşılmayla 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.

## YouTube Kullanıcılarının Demografik Bilgileri

YouTube kullanıcılarının yüzde 46'sı kadın, yüzde 54'ü erkektir. Kullanıcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 6,8'i 15-17 yaş grubu, yüzde 26'sı 18-24 yaş grubu, yüzde 26,6'sı 25-34 yaş grubu, yüzde 21,2'si 35-44 yaş grubu, yüzde 12,2'si 45-54 yaş grubu, yüzde 5,6'sı 55-64 yaş grubu, yüzde 1,6'sı 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Kullanıcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 0,5'i okuryazar olmayan, yüzde 0,9'u okuryazar, yüzde 5,4'ü ilkokul, yüzde 15,8'i ortaokul, yüzde 37,1'i lise, yüzde 10'u ön lisans, yüzde 27,4'ü lisans ve yüzde 3'ü lisansüstü mezundur. Kullanıcıların yüzde 3'ü emekli, yüzde 45,7'si çalışmayan, yüzde 51,3'ü çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra kullanıcıların yüzde 39,9'u evli, yüzde 57,9'u bekarken, yüzde 2,2'si bu soruya cevap vermeyenlerdir. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 23,9'u metropolde, yüzde 66,5'i kentte ve yüzde 9,6'sı 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.

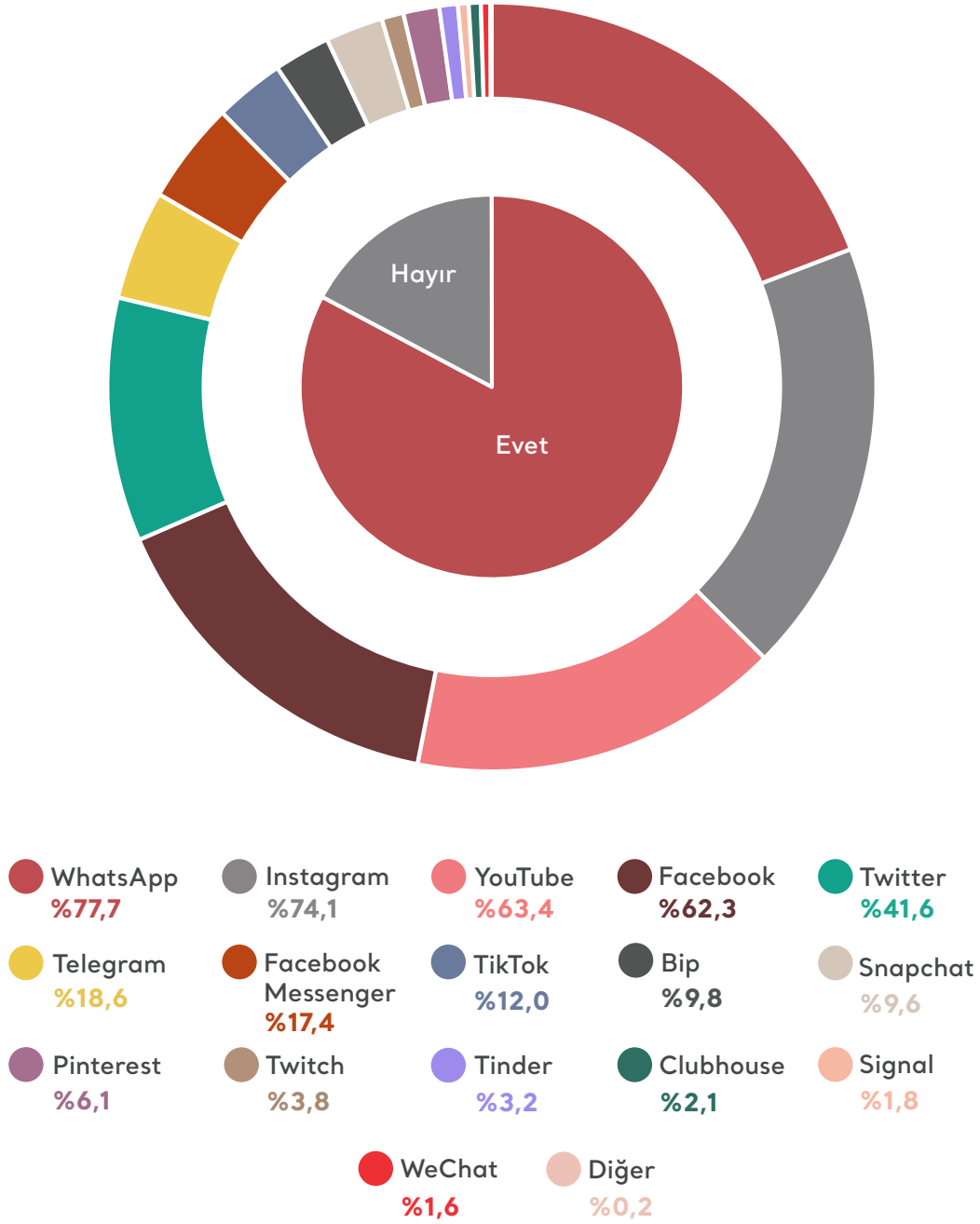
Sosyal Ağ Haritası 2021 yıllık araştırmasına katılan bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 10,8'i A grubu, yüzde 15,2'si B grubu, yüzde 24,3'ü C1 grubu, yüzde 26,8'i C2 grubu, yüzde 16,5'i D grubu ve yüzde 6,4'ü E grubu şeklindedir. YouTube kullanıcılarının sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı ise yüzde 12,5'i A grubu, yüzde 19,5'i B grubu, yüzde 26,6'sı C1 grubu, yüzde 27,2'si C2 grubu, yüzde 11,8'i D grubu ve yüzde 2,4'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-statü-2012>



## SOSYAL AĞ TERCİHLERİ

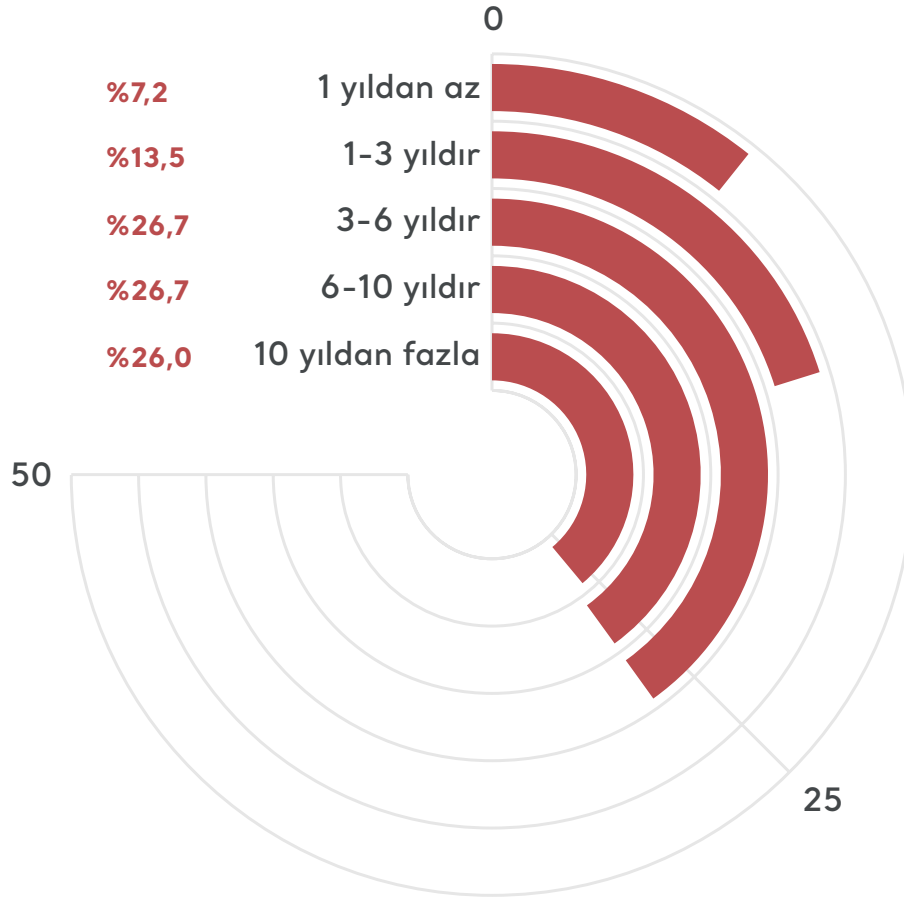
Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız?



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## ÜYELİK/KULLANIM SÜRESİ

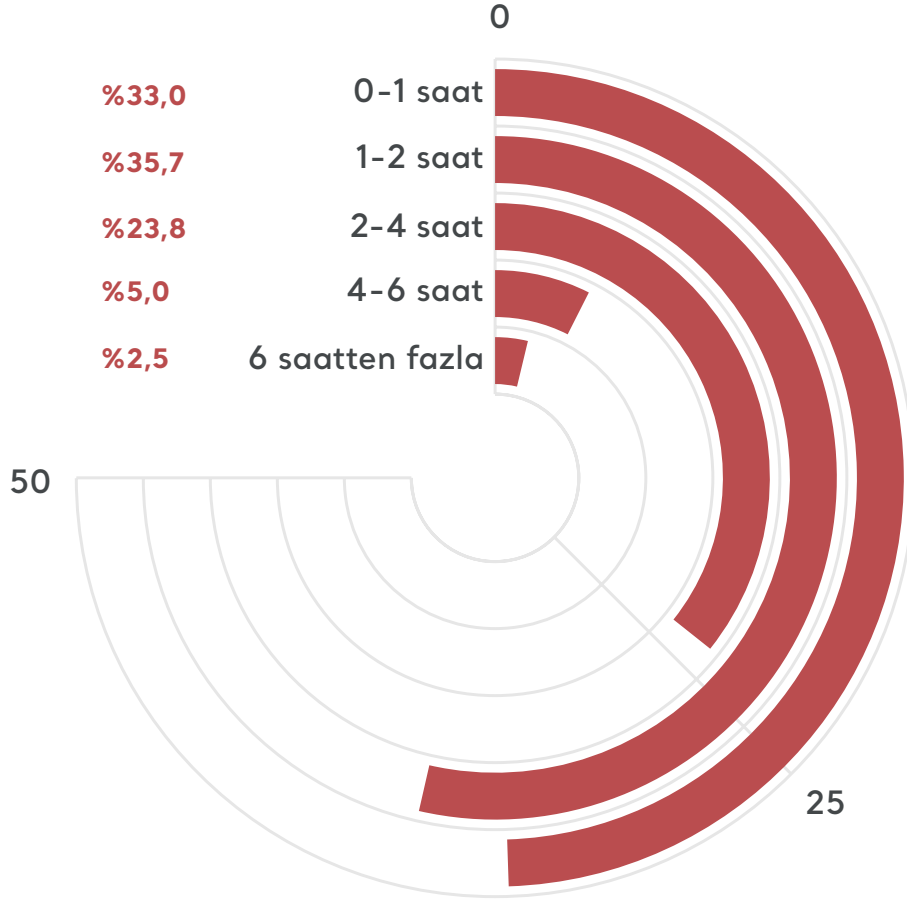
Grafik 2: YouTube'u ne zamandan beri kullanıyorsunuz?



\*YouTube kullanabilmek için üye olmaya gerek olmadığından, bu soru temelde YouTube'a hem üye olma hem de üye olmama durumunda ne zamandan beri kullanıldığını kapsamaktadır.

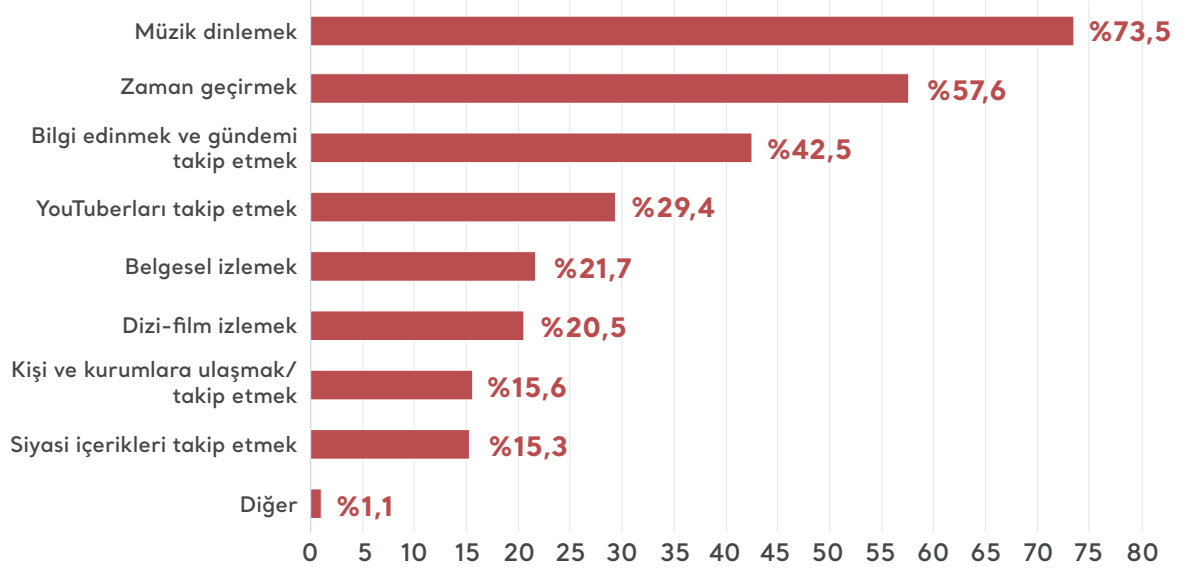
## GÜNLÜK ORTALAMA YOUTUBE KULLANIMI

Grafik 3: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, YouTube'u günde ortalama kaç saat kullanırsınız?



## KULLANIM AMACI

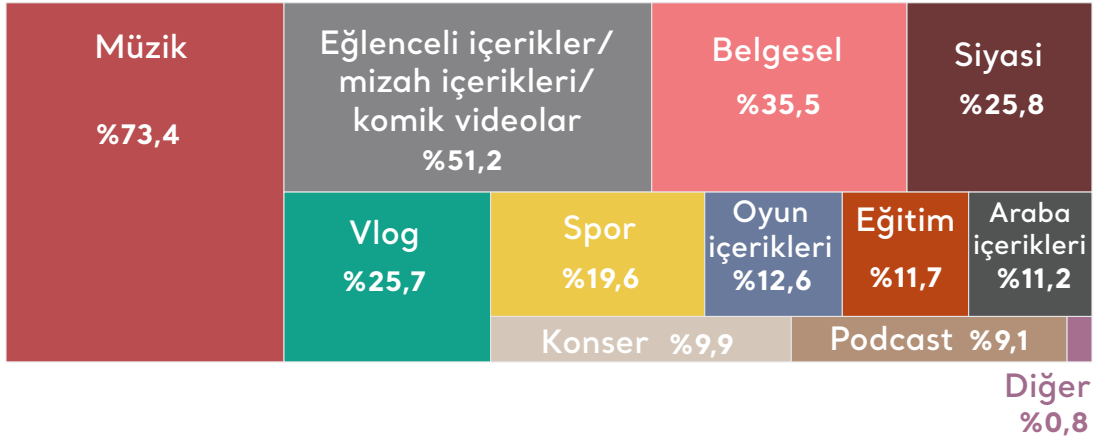
*Grafik 4: YouTube'u hangi amaçla kullanırsınız?*



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## TAKİP EDİLEN İÇERİKLER

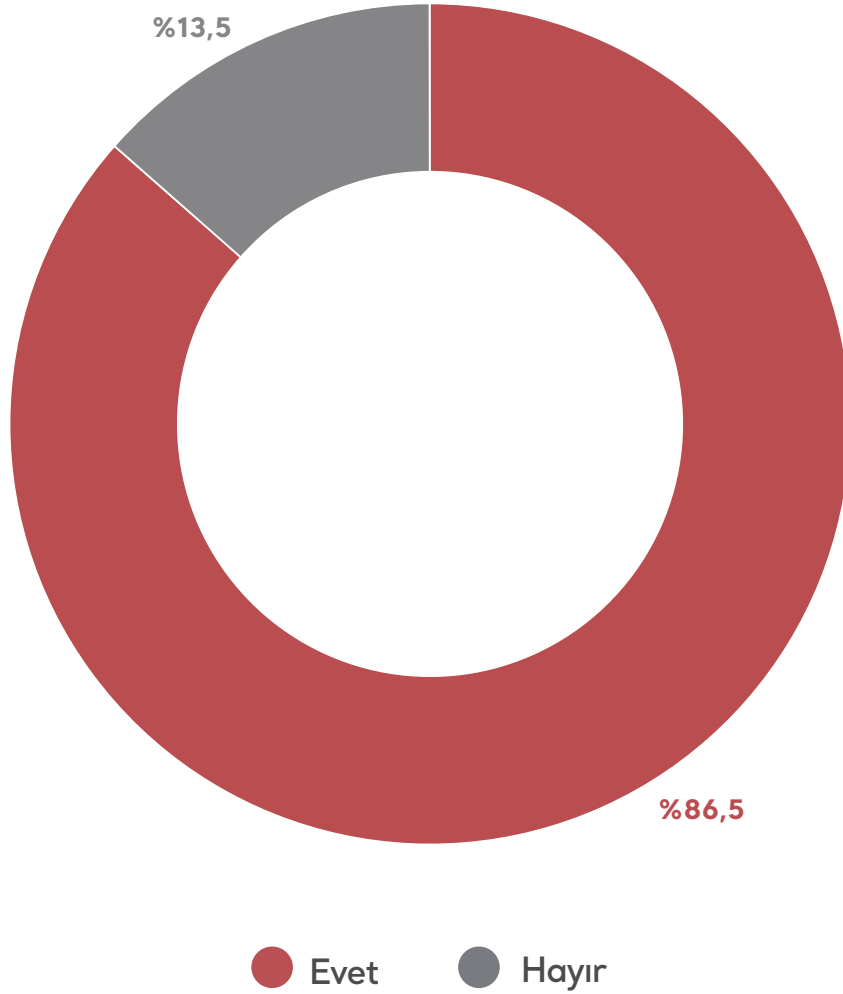
Grafik 5: YouTube'u hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## YOUTUBE REKLAMLARI

Grafik 6: YouTube reklamlarından rahatsız oluyor musunuz?



## YOUTUBE PREMIUM

Grafik 7: YouTube Premium üyesi misiniz?

