

INSTAGRAM KULLANIM RAPORU

I. Araştırma Dönemi

Şubat 2022



İÇİNDEKİLER

GRAFİK LİSTESİ.....	3
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	4
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
HİKAYE 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 Şubat 2022 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 ulaşılabilir. 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 17-31 Şubat tarihleri arasında yürütülen I. dönem araştırması, İBBS* düzey 2 kapsamında 26 ilde yapılmıştır. Araştırma, başlangıç tarihi itibarıyla 15 yaşından gün almış 2.520 kişi ile yüz yüze anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Sosyal Ağ Haritası I. dönem 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. Araştırma kapsamında sosyal ağ kullandığını belirten 2.288 kişiden, 1.637'si Instagram için hazırlanan anket formunu cevaplandırmıştır.

*İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması

Katılımcıların Demografik Bilgileri

Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 52,3'ü kadın, yüzde 47,7'si erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 4,3'ü 15-17 yaş grubu, yüzde 19,1'i 18-24 yaş grubu, yüzde 20,9'u 25-34 yaş grubu, yüzde 20,7'si 35-44 yaş grubu, yüzde 14,2'si 45-54 yaş grubu, yüzde 10,9'u 55-64 yaş grubu, yüzde 10'u 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 0,4'ü okuryazar olmayan, yüzde 0,7'si okuryazar, yüzde 13,1'i ilkokul, yüzde 15,6'sı ortaokul, yüzde 42,9'u lise, yüzde 6'sı ön lisans, yüzde 20,4'ü lisans ve yüzde 0,8'i lisansüstü mezundur. Katılımcıların yüzde 6'sı emekli, yüzde 32,9'u çalışmayan, yüzde 61'i çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 48,5'i evli, yüzde 51,2'si bekarken, yüzde 0,3'ü bu soruya cevap vermeyenlerdir. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 25,9'u metropolde, yüzde 70,5'i kentte ve yüzde 3,6'sı kırsalda yaşadığını ifade etmiştir.

Instagram Kullanıcılarının Demografik Bilgileri

Instagram kullanıcısı olduğunu ifade eden bireylerin yüzde 55,9'u kadın, yüzde 44,1'i erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 5,2'si 15-17 yaş grubu, yüzde 24,8'i 18-24 yaş grubu, yüzde 24,5'i 25-34 yaş grubu, yüzde 21,4'ü 35-44 yaş grubu, yüzde 11'i 45-54 yaş grubu, yüzde 6,9'u 55-64 yaş grubu, yüzde 6,1'i 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 8,3'ü ilkokul, yüzde 15,2'si ortaokul, yüzde 46,7'si lise, yüzde 6,9'u ön lisans, yüzde 21,8'i lisans ve yüzde 1'i lisansüstü mezundur. Katılımcıların yüzde 2,6'sı emekli, yüzde 34,3'ü çalışmayan, yüzde 63,1'i çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 41,8'i evli, yüzde 57,9'u bekar. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 22,2'si metropolde, yüzde 74,1'i kentte ve yüzde 3,7'si kırsalda yaşadığını ifade etmiştir. Bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 9,2'si A grubu, yüzde 17,7'si B grubu, yüzde 42,3'ü C1 grubu, yüzde 20,8'i C2 grubu, yüzde 7,5'i D grubu ve yüzde 2,6'sı E grubu şeklindedir.

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 elemanlar 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 ilkököl mezunu veya ilkököl terktir. Bireylerin bir kısmı emekli, ev hanımı ve çoğunlukla parça başı çalışmaktadır.

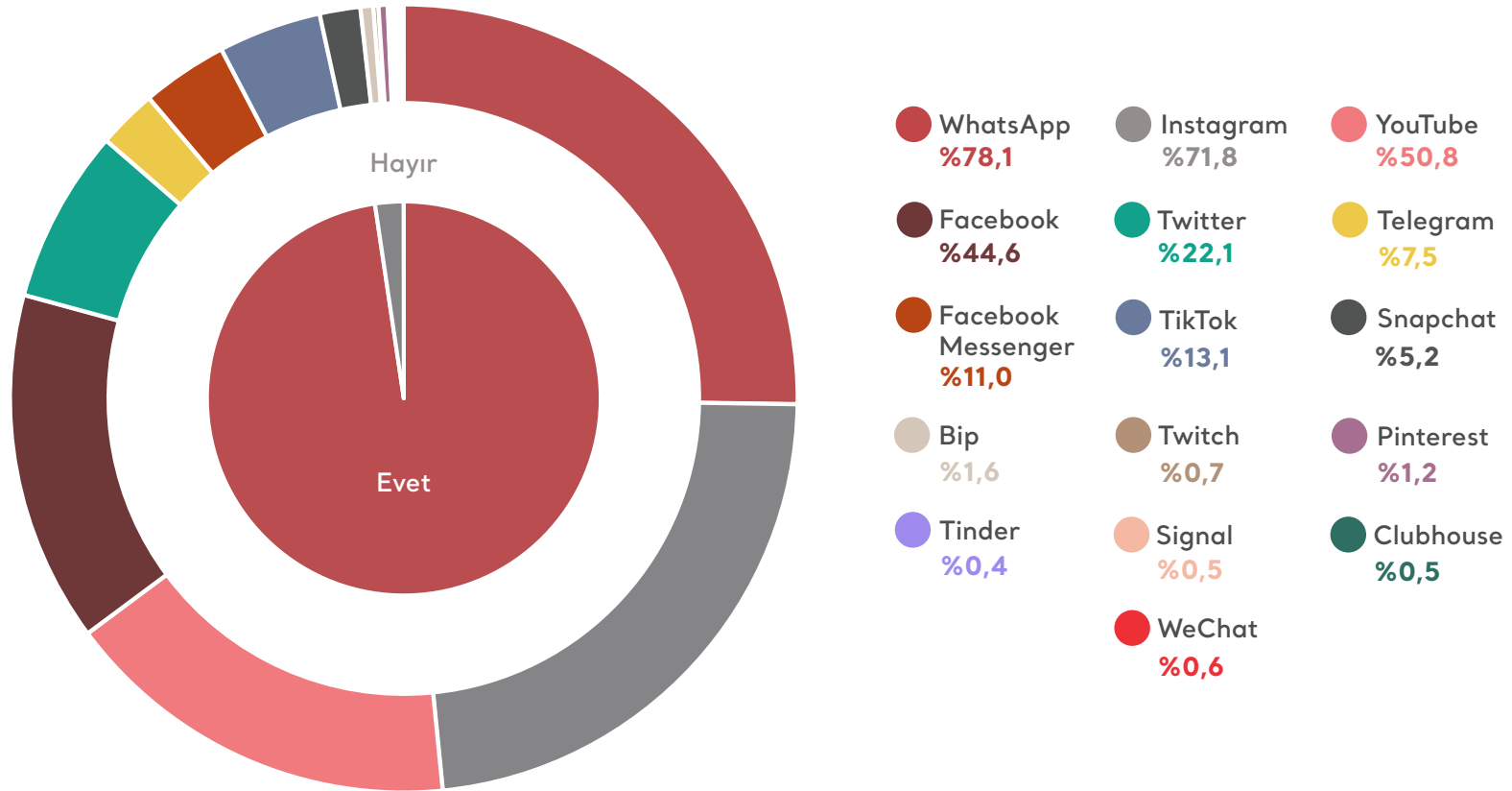
E grubu: Neredeyse tamamı ilkököl mezunu veya ilkököl terktir. Bireyler emekli/çalışan, emekli/çalışmayan, ev kadını ve işsizdir.

Sosyal Ağ Haritası Şubat 2022 araştırmasına katılan bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 8,1'i A grubu, yüzde 16,7'si B grubu, yüzde 41,1'i C1 grubu, yüzde 21,7'si C2 grubu, yüzde 8,7'si D grubu ve yüzde 3,7'si 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

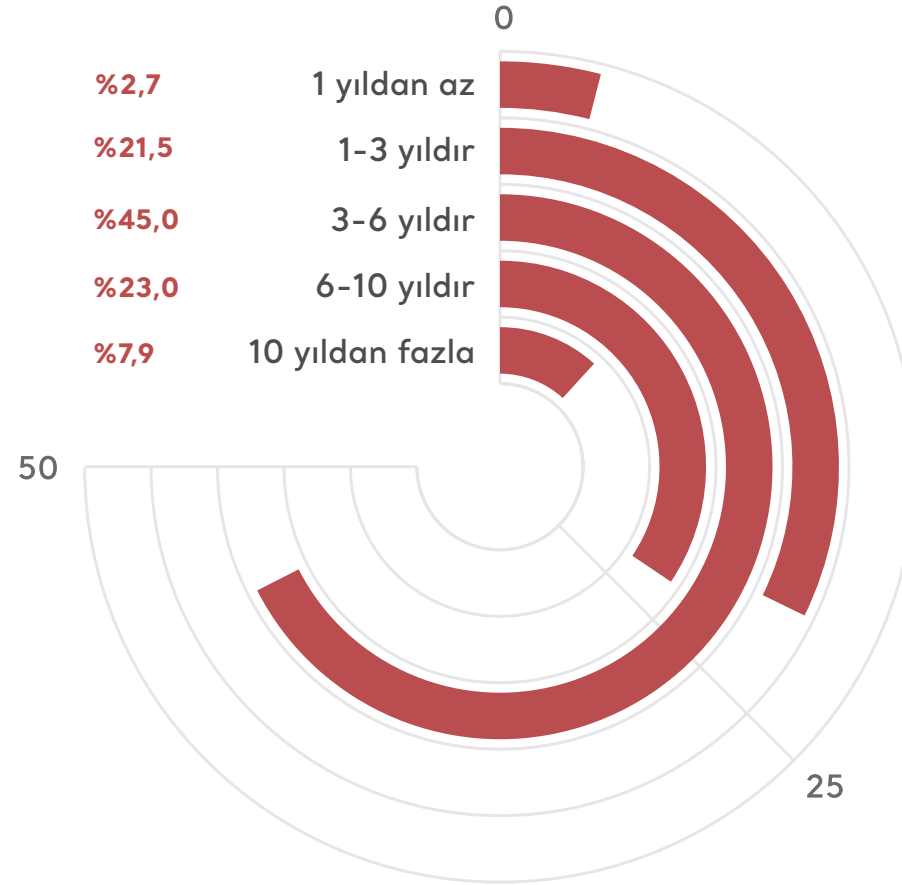
Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız?



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

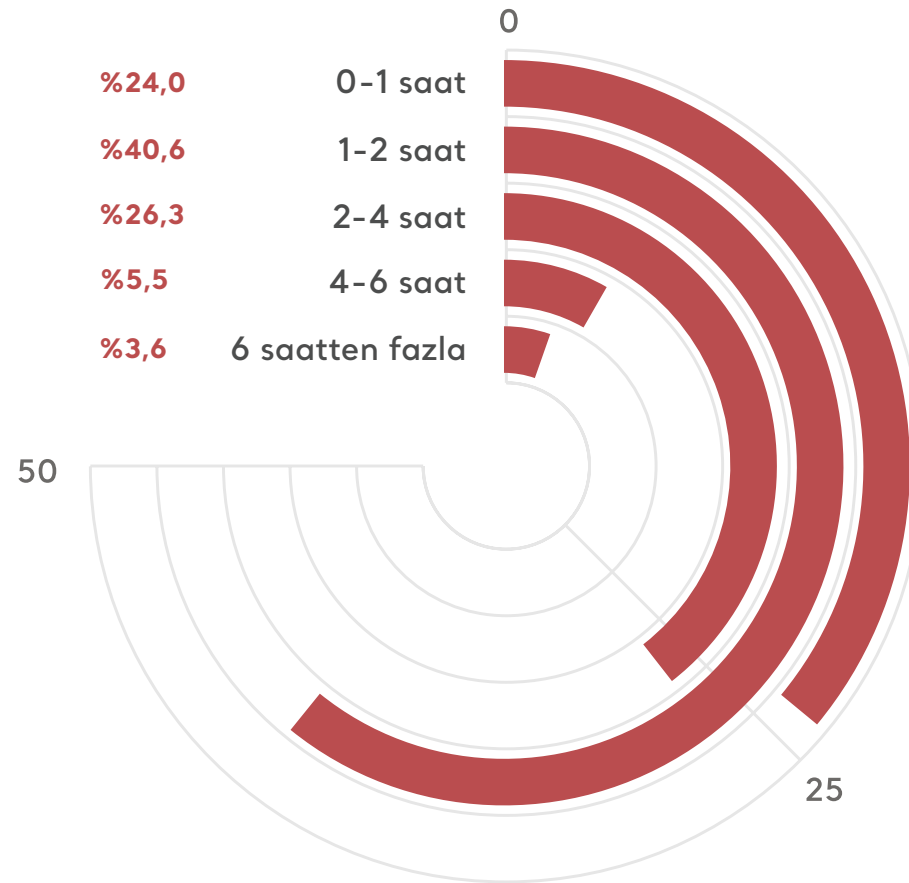
ÜYELİK SÜRESİ

Grafik 2: Instagram'a ne zamandan beri üyesiniz?



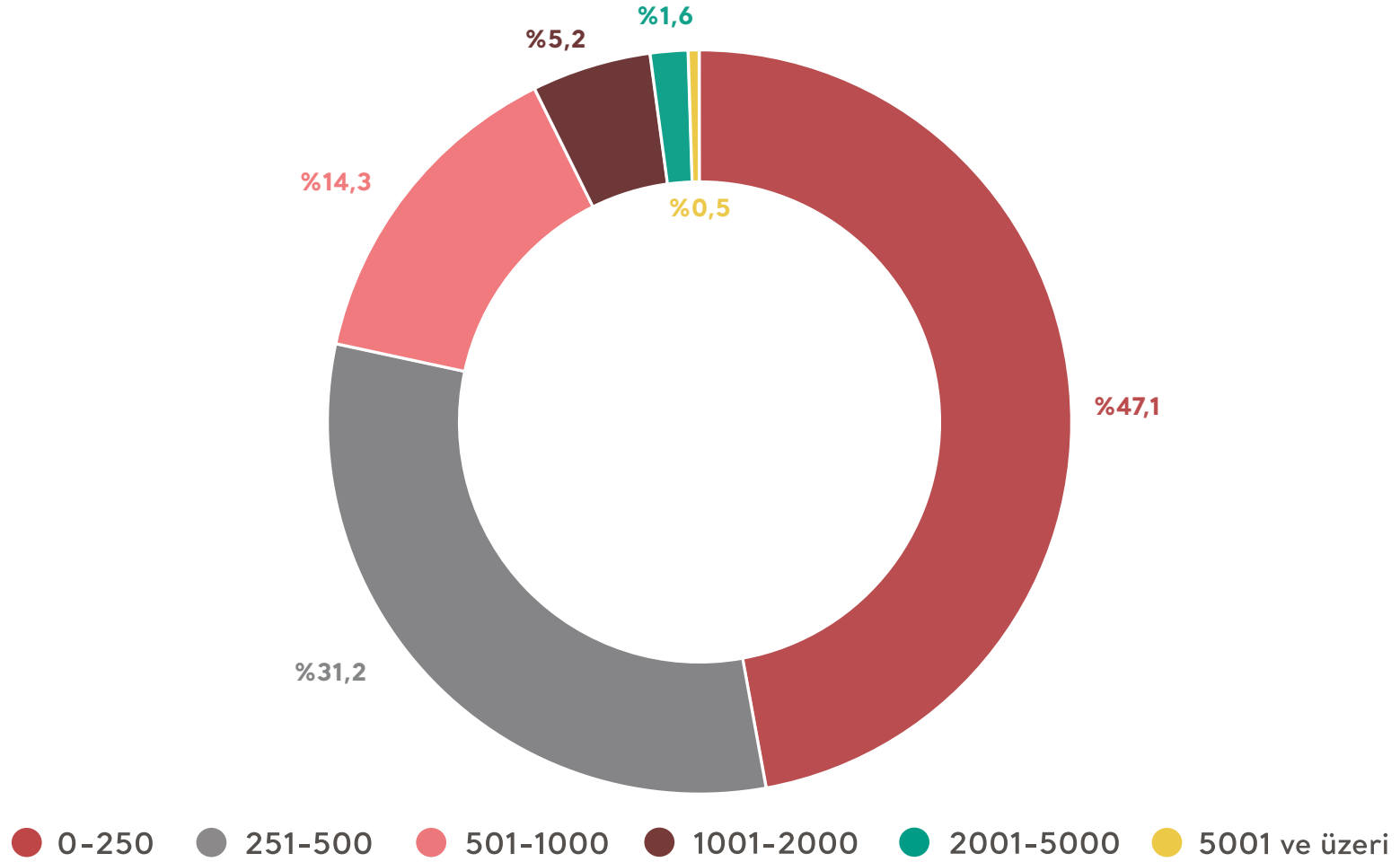
GÜNLÜK ORTALAMA INSTAGRAM KULLANIMI

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



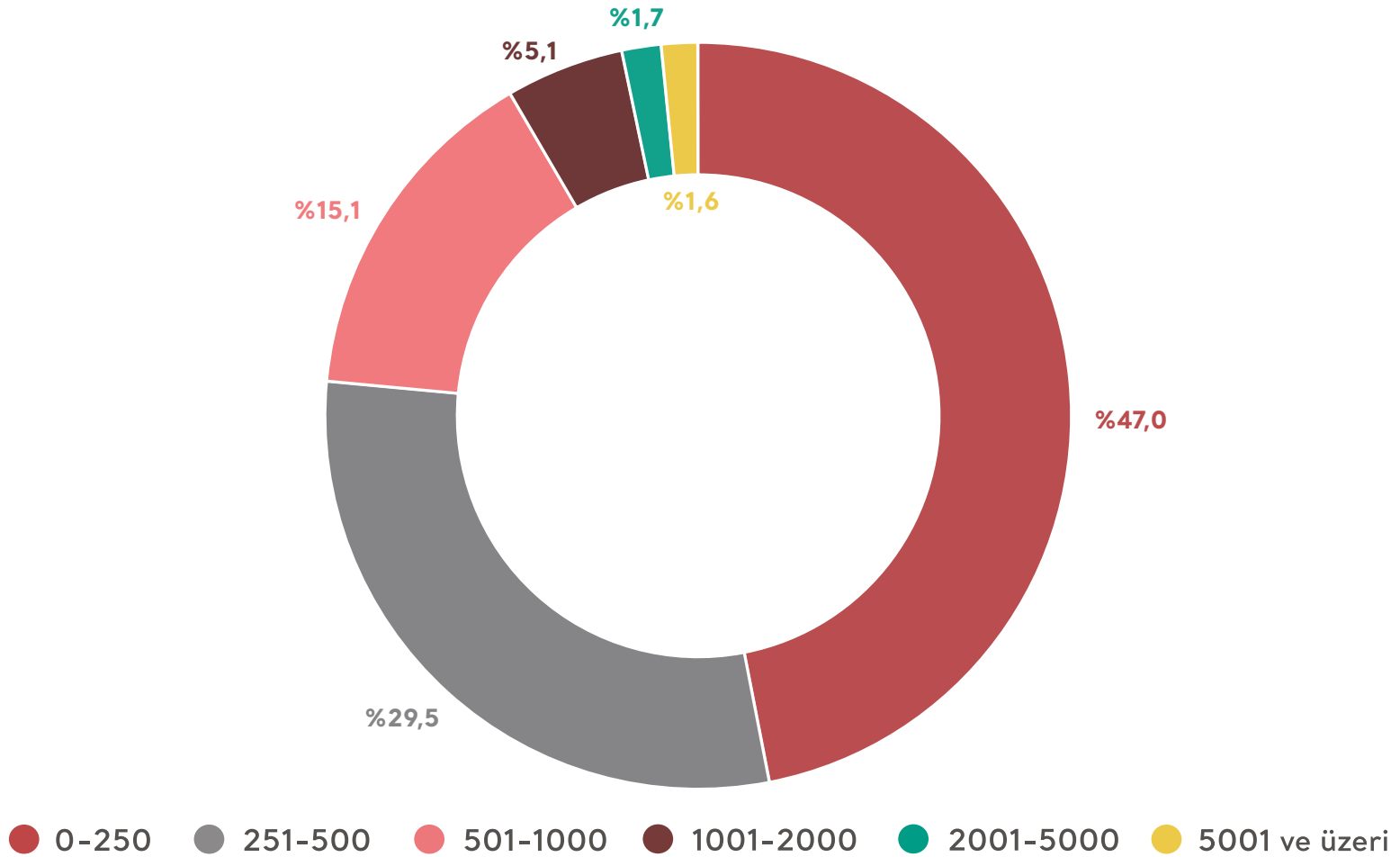
TAKİP SAYISI

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



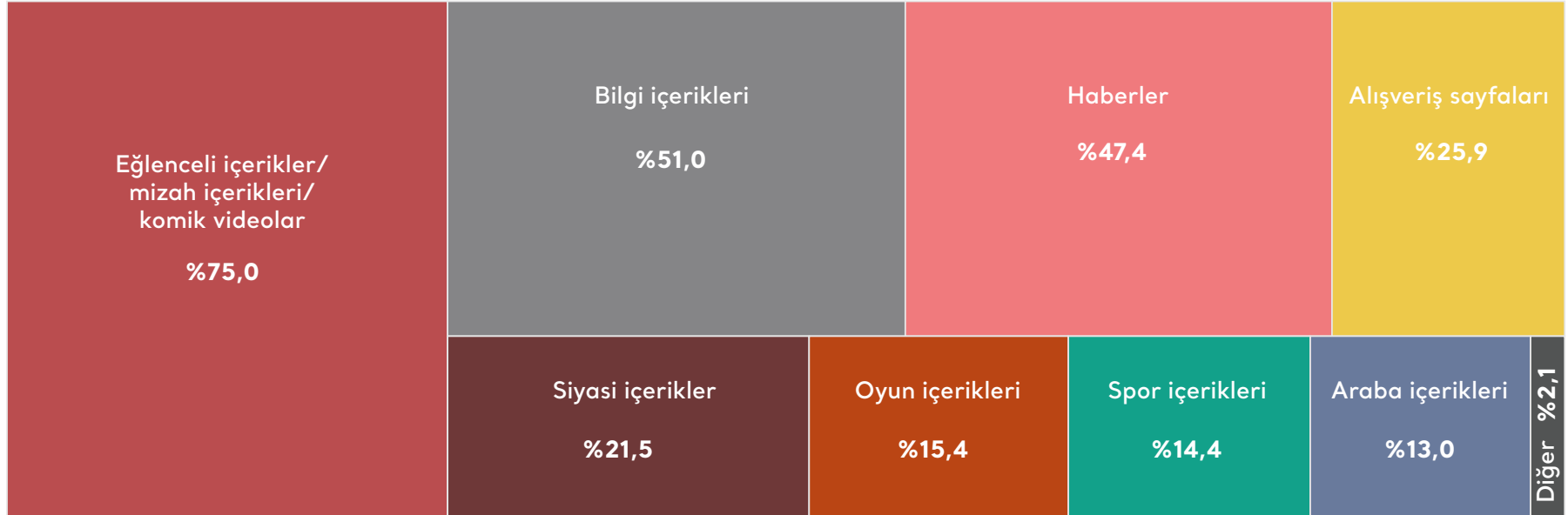
TAKİPÇİ SAYISI

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



TAKİP EDİLEN İÇERİKLER

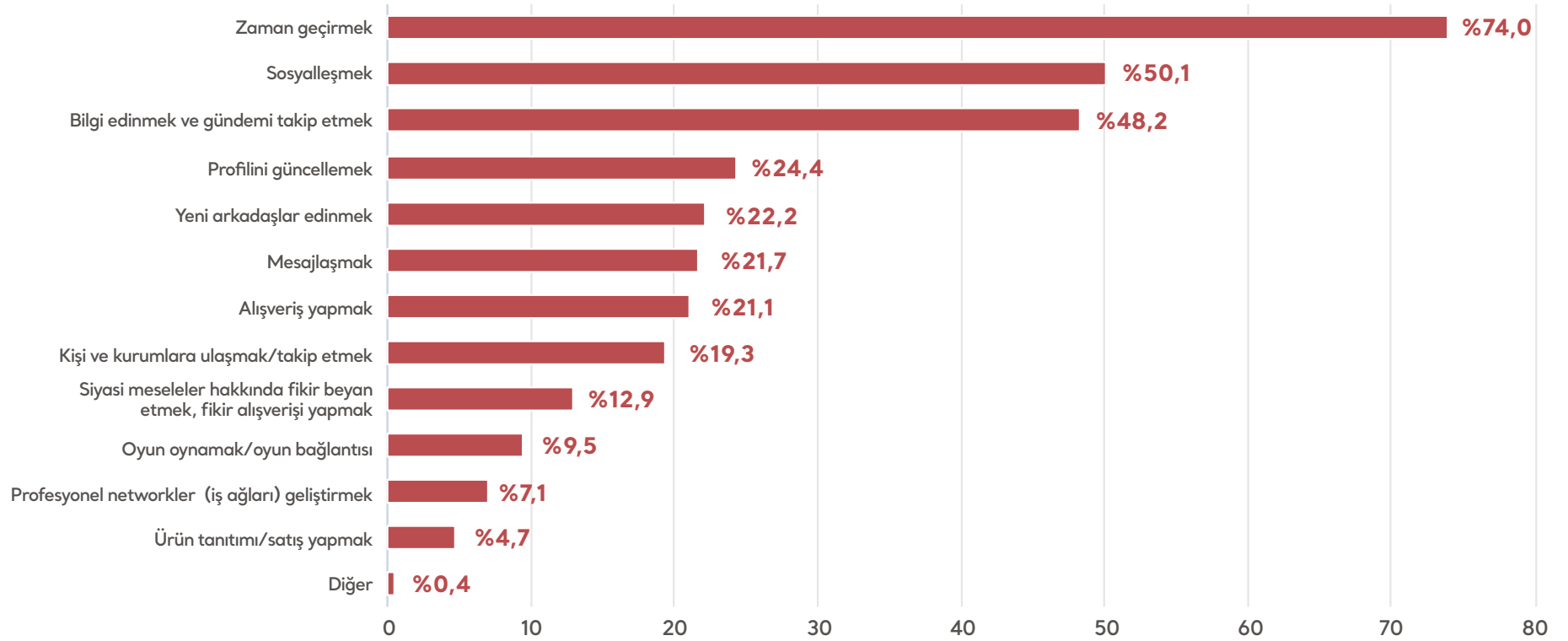
Grafik 6: Instagram'ı hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

KULLANIM AMACI

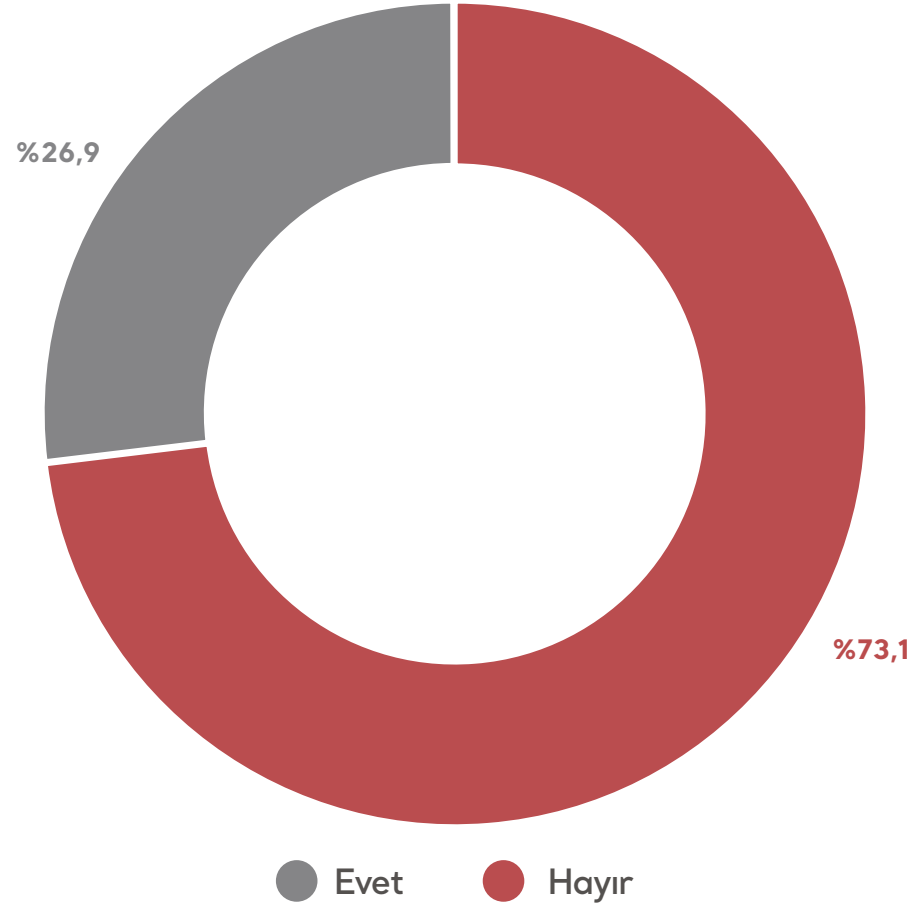
Grafik 7: Instagram'ı hangi amaçla kullanırsınız?



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

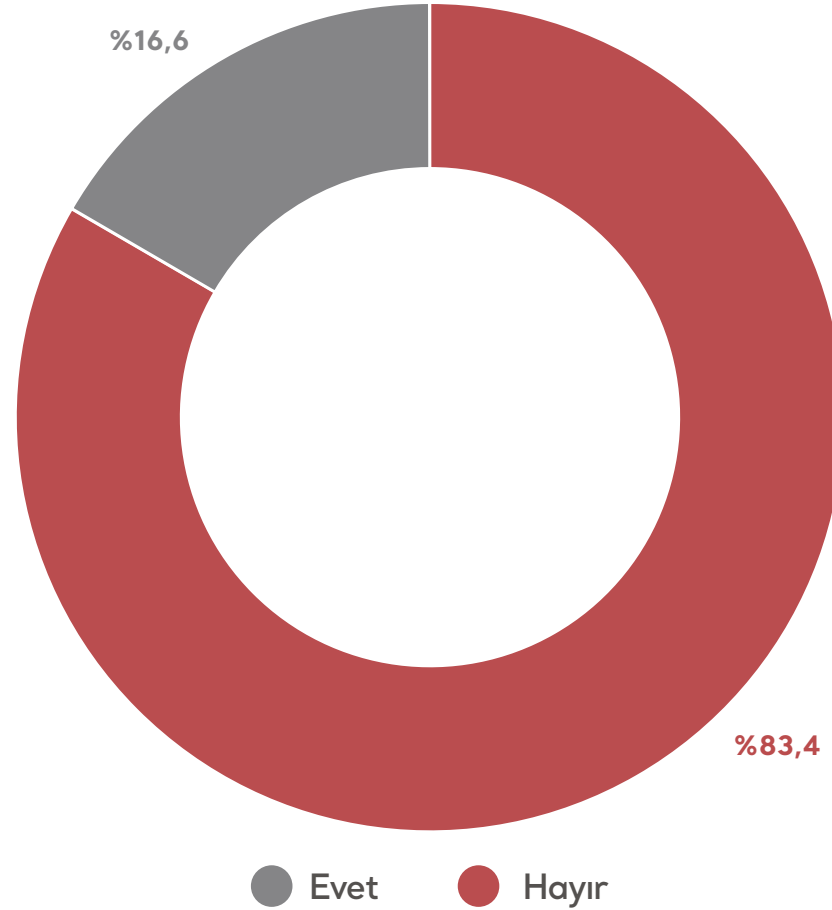
REKLAM DAVRANIŞI

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



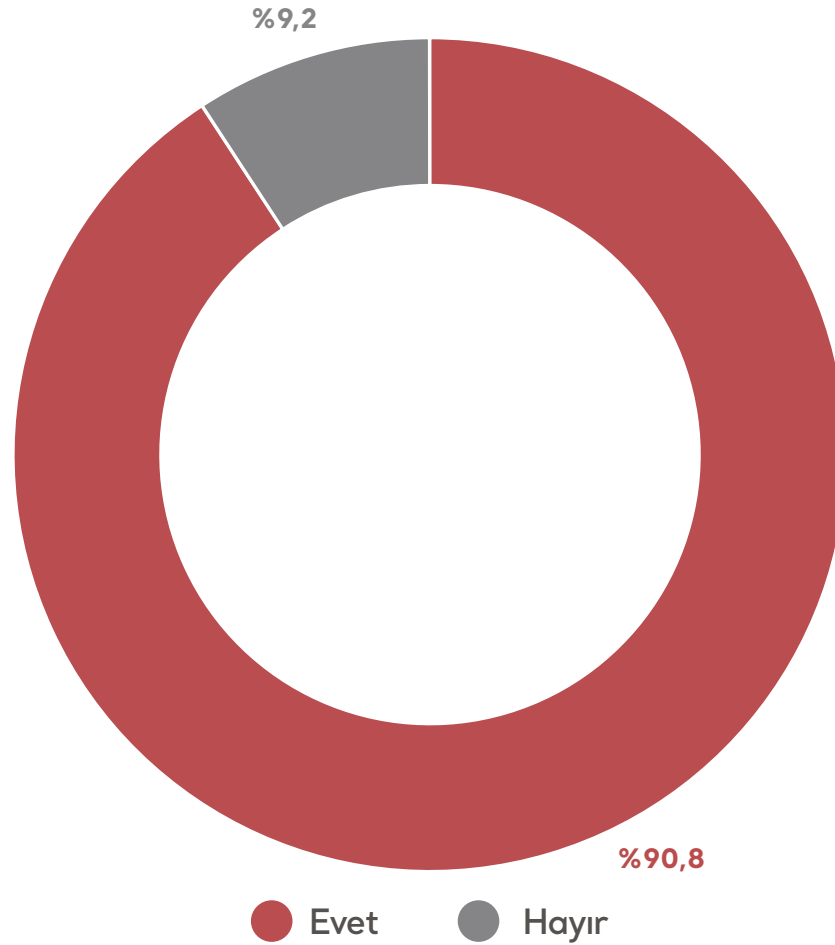
INSTAGRAM ALIŞVERİŞİ

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



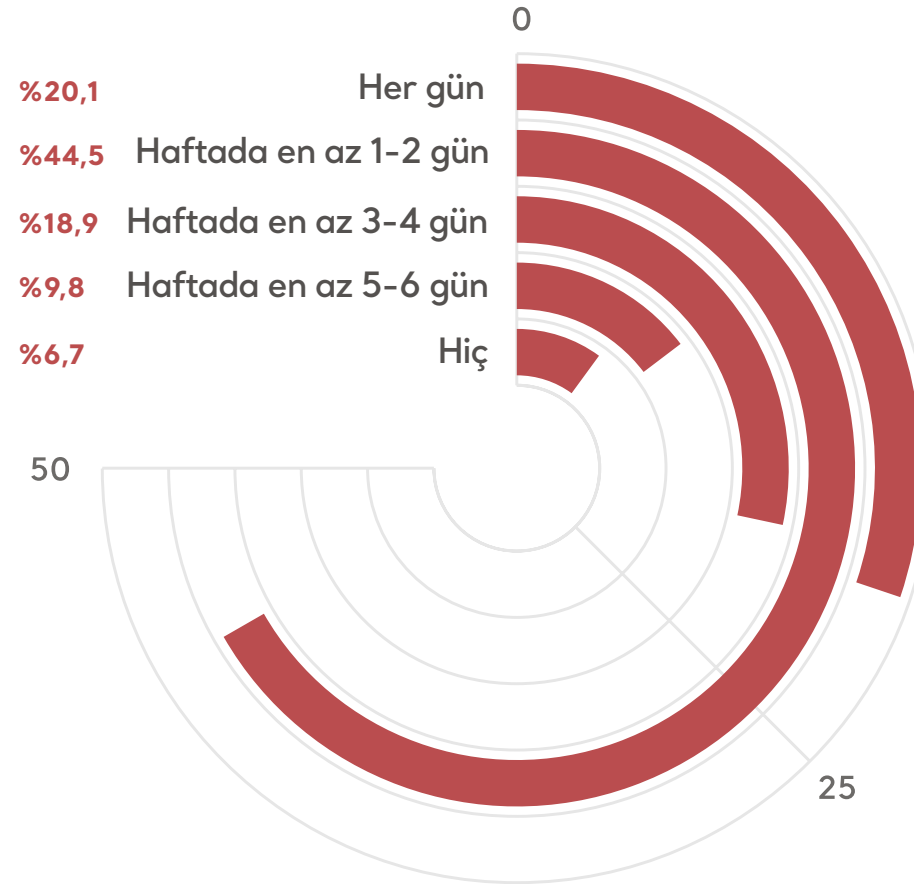
HİKAYE BÖLÜMÜ

Grafik 10: Instagram'ın hikaye bölümünü kullanıyor musunuz?



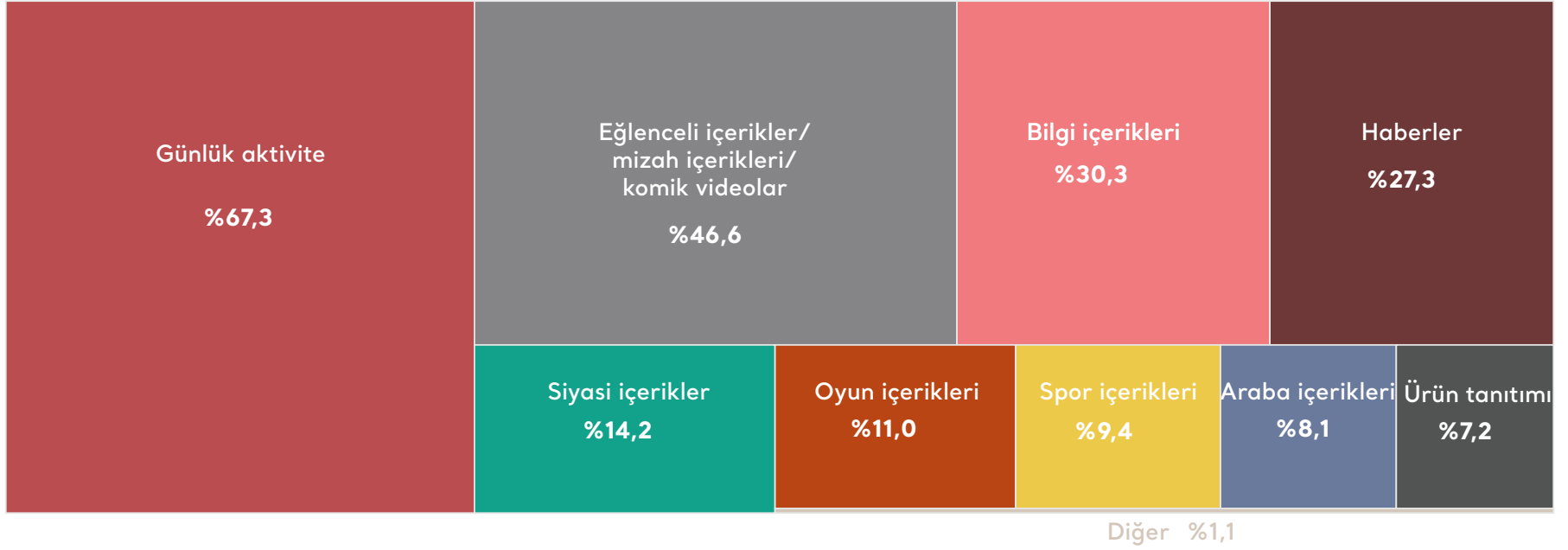
HİKAYE PAYLAŞMA SIKLIĞI

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



HİKAYE İÇERİKLERİ

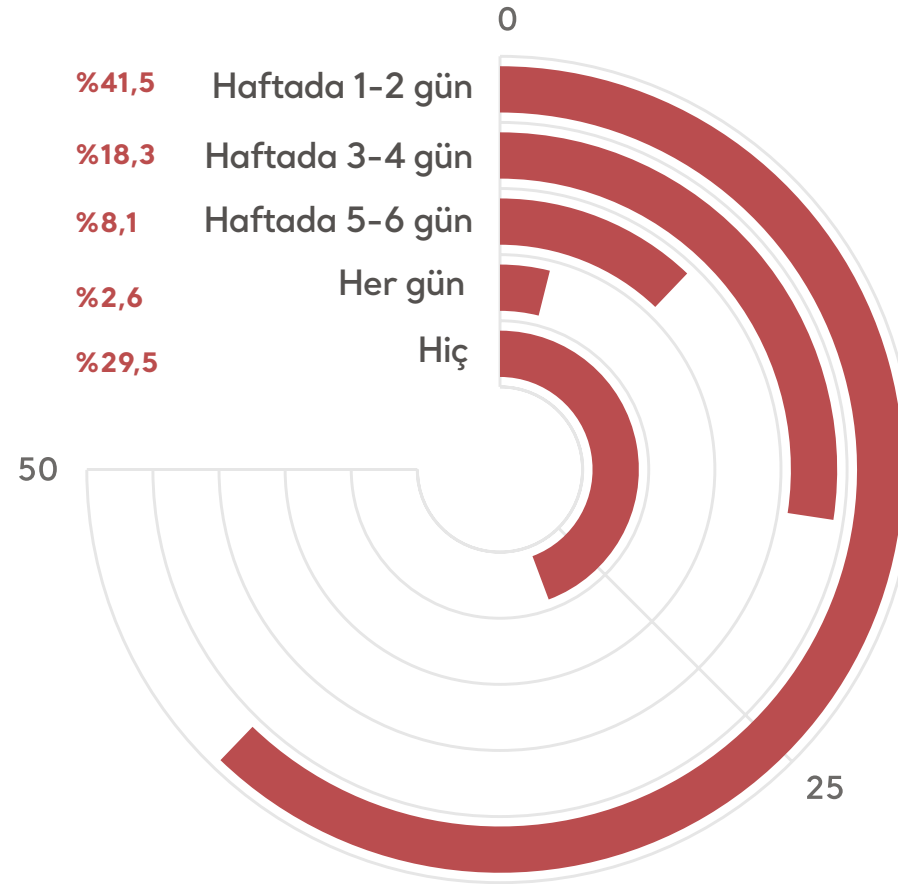
Grafik 12: Instagram hikayelerinde hangi tür içerikleri paylaşırsınız?



*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?

