

# YOUTUBE KULLANIM RAPORU

I. Araştırma Dönemi

Şubat 2022



## İÇİNDEKİLER

GRAFİK LİSTESİ.....	3
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	4
ÜYELİK/KULLANIM SÜRESİ.....	7
GÜNLÜK ORTALAMA YOUTUBE KULLANIMI .....	8
KULLANIM AMACI.....	9
TAKİP EDİLEN İÇERİKLER .....	10
YOUTUBE REKLAMLARI .....	11
YOUTUBE PREMIUM.....	12

## GRAFİK LİSTESİ

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

## 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.

"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 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, 1.162'si YouTube 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.

## YouTube Kullanıcılarının Demografik Bilgileri

YouTube kullanıcısı olduğunu ifade eden bireylerin yüzde 51,7'si kadın, yüzde 48,3'ü erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 4,9'u 15-17 yaş grubu, yüzde 22,3'ü 18-24 yaş grubu, yüzde 20,8'i 25-34 yaş grubu, yüzde 21,4'ü 35-44 yaş grubu, yüzde 14,7'si 45-54 yaş grubu, yüzde 8,2'si 55-64 yaş grubu, yüzde 7,7'si 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 11,1'i ilkokul, yüzde 14,7'si ortaokul, yüzde 44,1'i lise, yüzde 7,5'i ön lisans, yüzde 21,5'i lisans mezundur. Katılımcıların yüzde 3,3'ü emekli, yüzde 34'ü çalışmayan, yüzde 62,7'si çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 42,3'ü evli, yüzde 57,3'ü bekardır. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 11,6'sı metropolde, yüzde 85'i kentte ve yüzde 3,4'ü kırsalda yaşadığını ifade etmiştir. Bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 8,2'si A grubu, yüzde 17,4'ü B grubu, yüzde 42,9'u C1 grubu, yüzde 21'i C2 grubu, yüzde 8,1'i D grubu ve yüzde 2,4'ü 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 ilkokul mezunu veya ilkokul terktir. Bireylerin bir kısmı emekli, ev hanımı ve çoğunlukla parça başı çalışmaktadır.

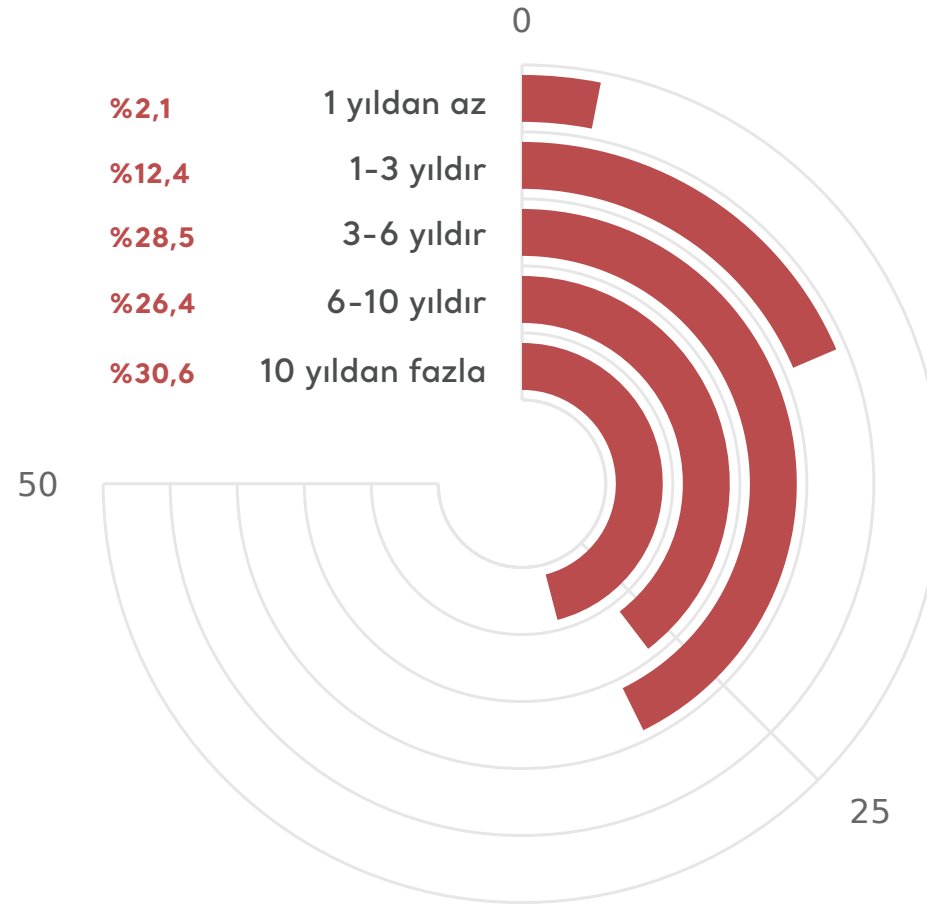
E grubu: Neredeyse tamamı ilkokul mezunu veya ilkokul terktir. Bireyler emekli/çalışan, emekli/çalışmayan, ev kadını ve işsizdir.

Sosyal Ağ Haritası 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>

## ÜYELİK/KULLANIM SÜRESİ

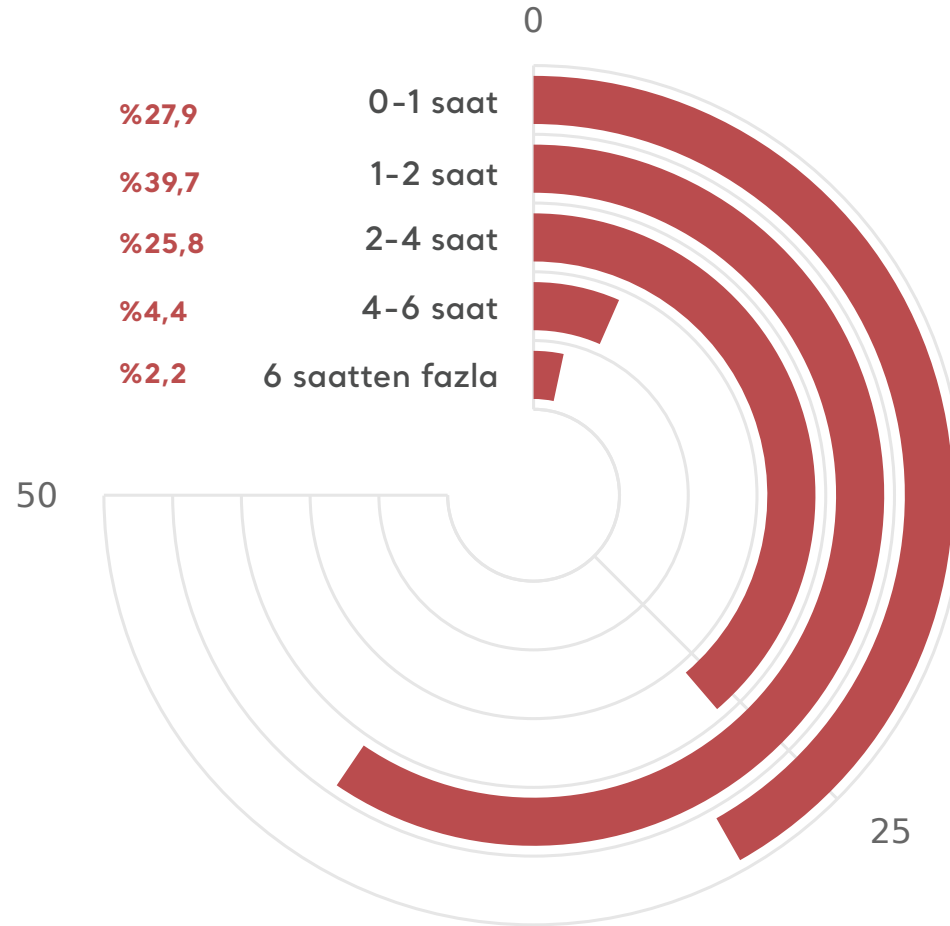
Grafik 1: YouTube'u ne zamandan beri kullanıyorsunuz?



\*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

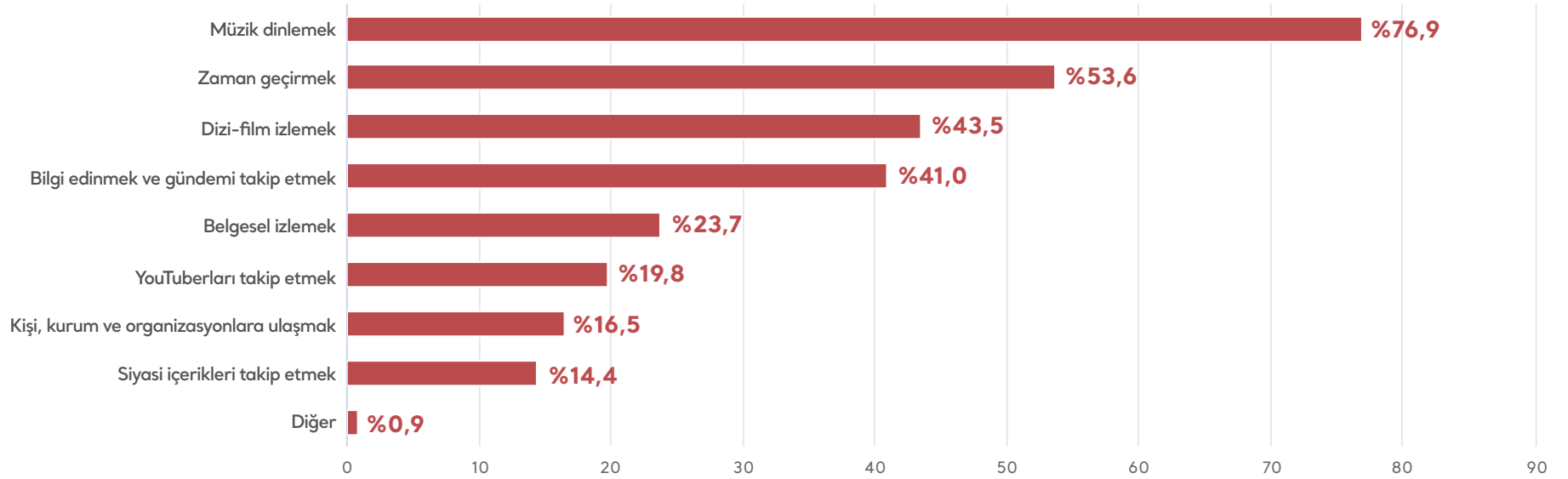
*Grafik 2: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, YouTube'u günde ortalama kaç saat kullanırsınız?*





## KULLANIM AMACI

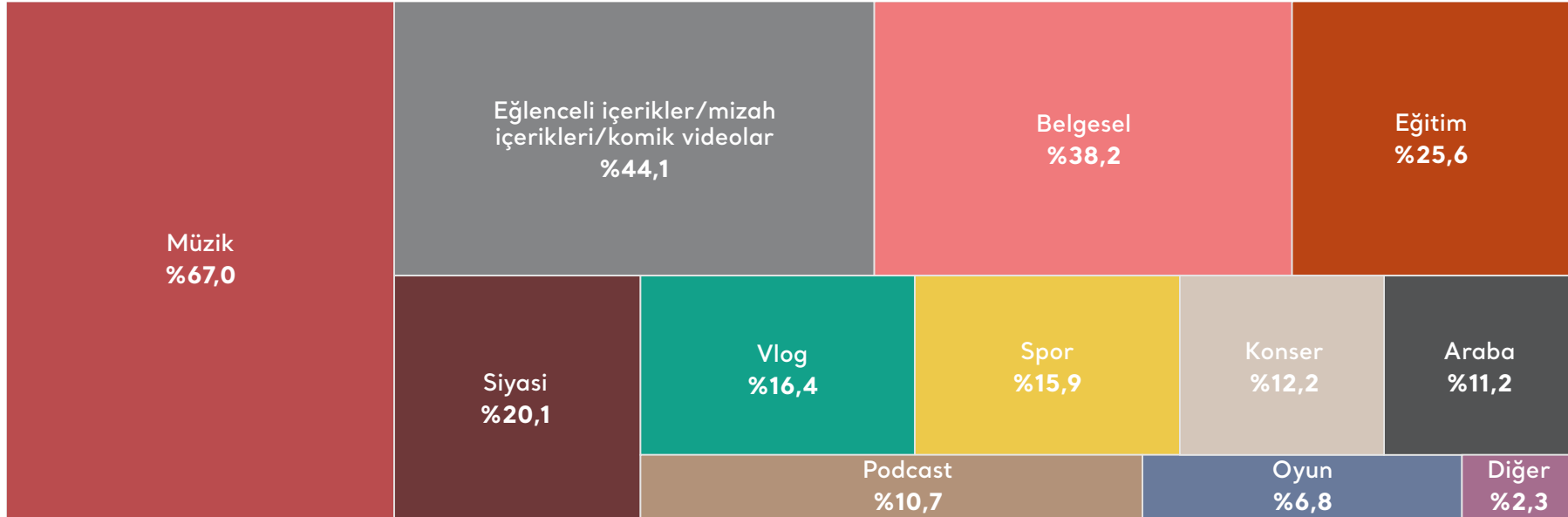
Grafik 3: YouTube'u hangi amaçla kullanırsınız?



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## TAKİP EDİLEN İÇERİKLER

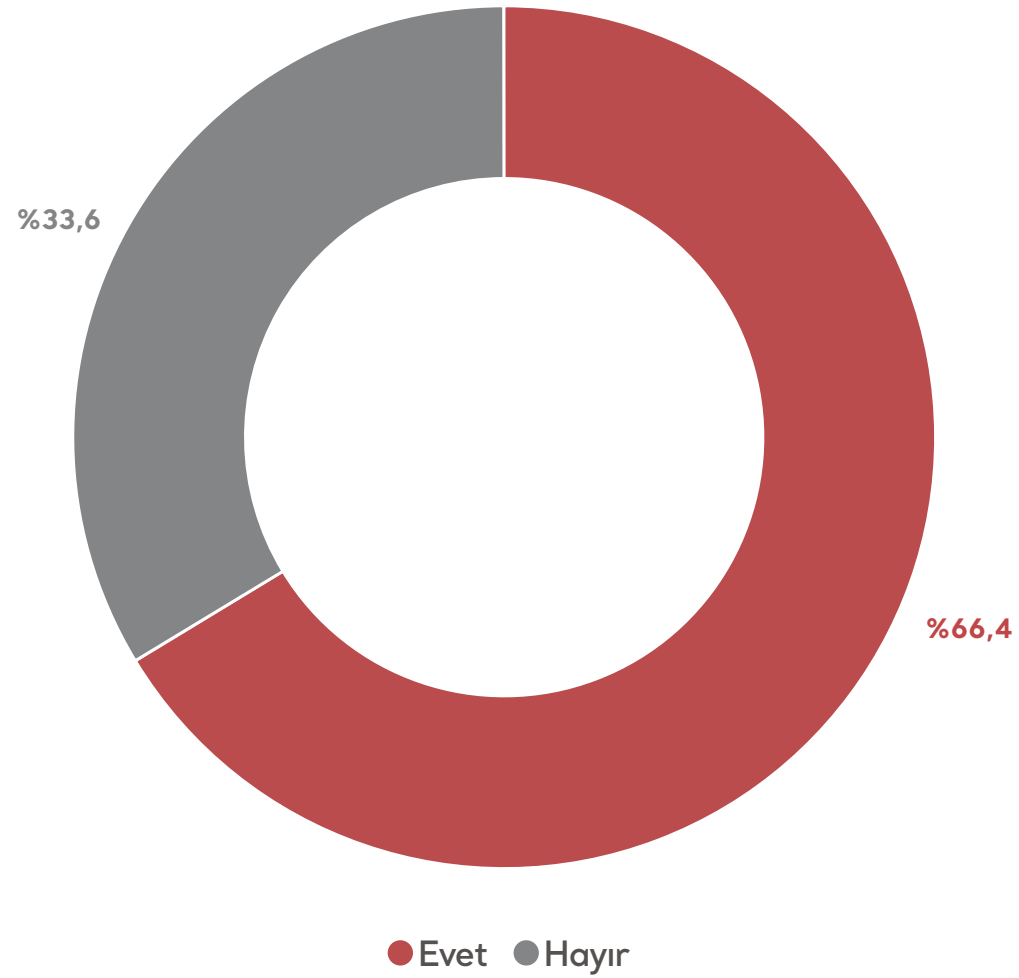
Grafik 4: YouTube'u hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## YOUTUBE REKLAMLARI

*Grafik 5: YouTube reklamlarından rahatsız oluyor musunuz?*



## YOUTUBE PREMIUM

Grafik 6: YouTube Premium üyesi misiniz?

