



**SOSYAL AĞ  
HARİTASI**

# **INSTAGRAM KULLANIM RAPORU**

**I. Araştırma Dönemi**  
Mart 2023



## 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
REELS BÖLÜMÜ .....	21
REELS İZLEME SIKLIĞI.....	22
REELS İÇERİKLERİ .....	23
REELS PAYLAŞIM SIKLIĞI.....	24

## 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
Grafik 15: Instagram'da reels bölümünü kullanır mısınız?.....	21
Grafik 16: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, günde ortalama kaç saat reels videosu izlersiniz?.....	22
Grafik 17: Ana sayfanızda hangi içeriklerde reels videoları gösterilir?.....	23
Grafik 18: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da reels paylaşıyorsanız, paylaşma sıklığınız nedir?.....	24

## 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 Mart 2023 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 frekans 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 14-28 Mart tarihleri arasında yürütülen I. dönem araştırması, İBBS\* düzey 2 kapsamında 26 ilde yapılmıştır. Araştırma, başlangıç tarihi itibarıyla 18 yaşından gün almış 2.510 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. Araştırma kapsamında sosyal ağ kullandığını belirten 2.338 kişiden, 1.767'si Instagram için hazırlanan anket formunu cevaplandırmıştır.

\*İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması

## Katılımcıların Demografik Bilgileri

Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 46'sı kadın, yüzde 54'ü erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 21,8'i 18-24 yaş grubu, yüzde 23,7'si 25-34 yaş grubu, yüzde 23,1'i 35-44 yaş grubu, yüzde 14,5'i 45-54 yaş grubu, yüzde 11'i 55-64 yaş grubu, yüzde 5,9'u 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 0,6'sı okuryazar olmayan, yüzde 1,1'i okuryazar, yüzde 16,7'si ilkokul, yüzde 14,9'u ortaokul, yüzde 41,8'i lise, yüzde 4,3'ü ön lisans, yüzde 19,3'ü lisans ve yüzde 1,3'ü lisansüstü mezundur. Katılımcıların yüzde 7,8'si emekli, yüzde 29,7'si çalışmayan, yüzde 62,4'ü çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 54,9'u evli, yüzde 45,1'i bekarken, yüzde 0,1'i bu soruya cevap vermeyenlerdir. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 40,4'ü metropolde, yüzde 55,1'i kentte ve yüzde 4,5'i kırsalda yaşadığını ifade etmiştir.

## Instagram Kullanıcılarının Demografik Bilgileri

Instagram kullanıcısı olduğunu ifade eden bireylerin yüzde 45,4'ü kadın, yüzde 54,6'sı erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 27,8'i 18-24 yaş grubu, yüzde 27,6'sı 25-34 yaş grubu, yüzde 24,4'ü 35-44 yaş grubu, yüzde 12,2'si 45-54 yaş grubu, yüzde 5,4'ü 55-64 yaş grubu, yüzde 2,6'sı 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 0,1'i okuryazar değil, yüzde 0,2'si okuryazar, yüzde 11,8'i ilkokul, yüzde 14,4'ü ortaokul, yüzde 44,8'i lise, yüzde 5,3'ü ön lisans, yüzde 22,1'i lisans ve yüzde 1,4'ü lisansüstü mezundur. Katılımcıların yüzde 4,4'ü emekli, yüzde 27,4'ü çalışmayan, yüzde 68,1'i çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 48,2'si evli, yüzde 51,8'i bekardır. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 39,7'si metropolde, yüzde 56,4'ü kentte ve yüzde 4'ü kırsalda yaşadığını ifade etmiştir. Instagram kullanıcılarının sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 8,2'si A grubu, yüzde 16,9'u B grubu, yüzde 39,9'u C1 grubu, yüzde 28,4'ü C2 grubu, yüzde 5,8'i D grubu ve yüzde 0,8'i 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.

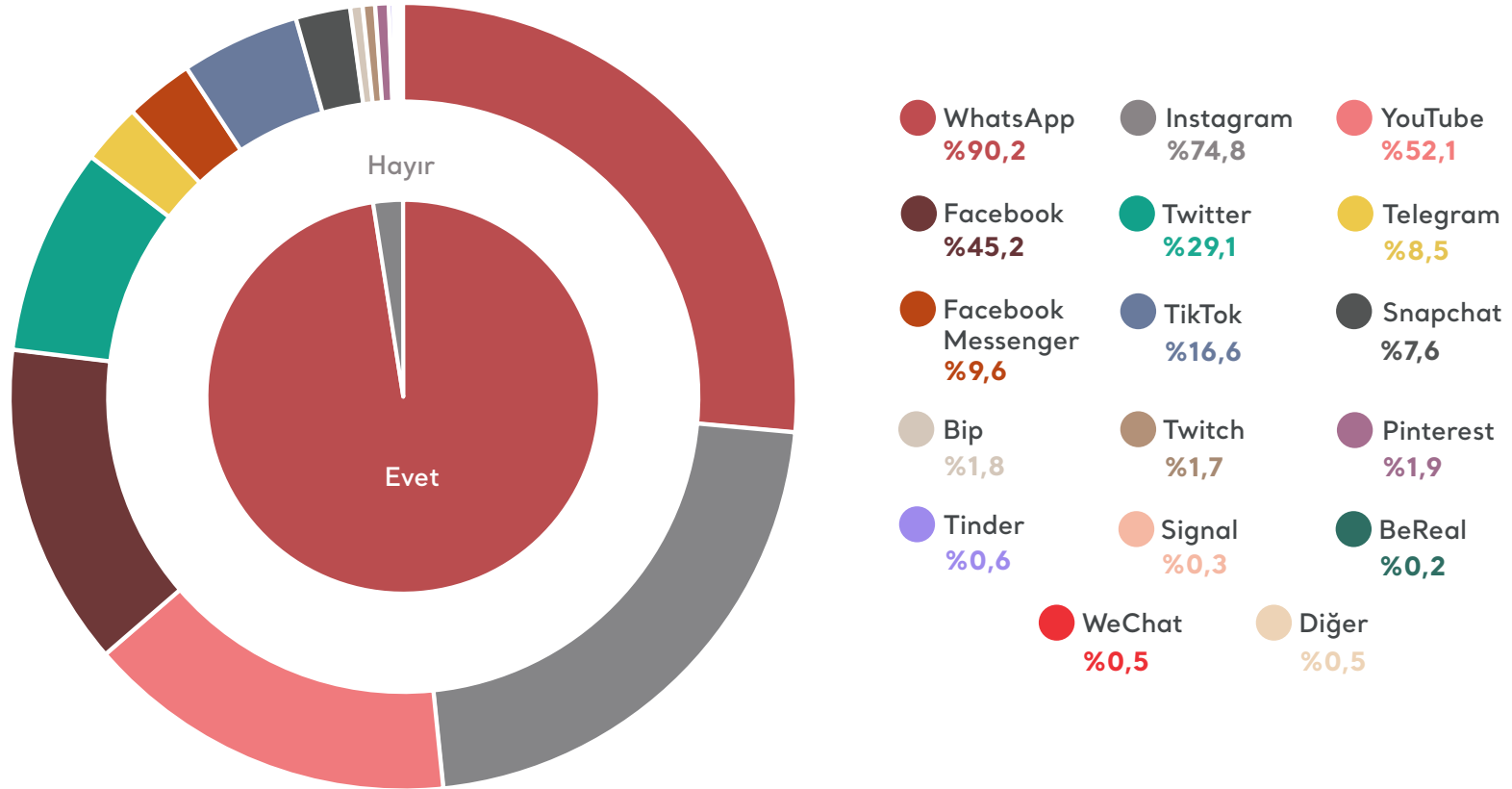
E grubu: Neredeyse tamamı ilkokul mezunu veya ilkokul terktir. Bireyler emekli/çalışan, emekli/çalışmayan, ev kadını ve işsizdir.

Sosyal Ağ Haritası Mart 2023 araştırmasına katılan bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 6,8'i A grubu, yüzde 14,3'ü B grubu, yüzde 39,6'sı C1 grubu, yüzde 28,4'ü C2 grubu, yüzde 9'u D grubu ve yüzde 2'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

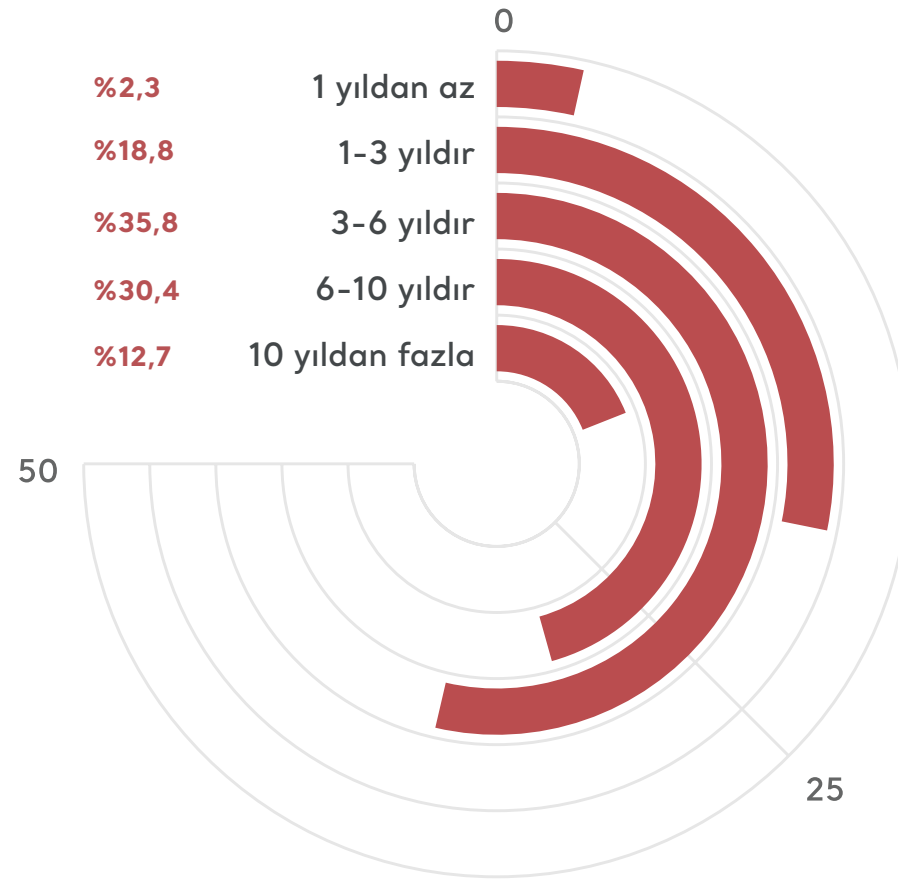
Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız?\*



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## ÜYELİK SÜRESİ

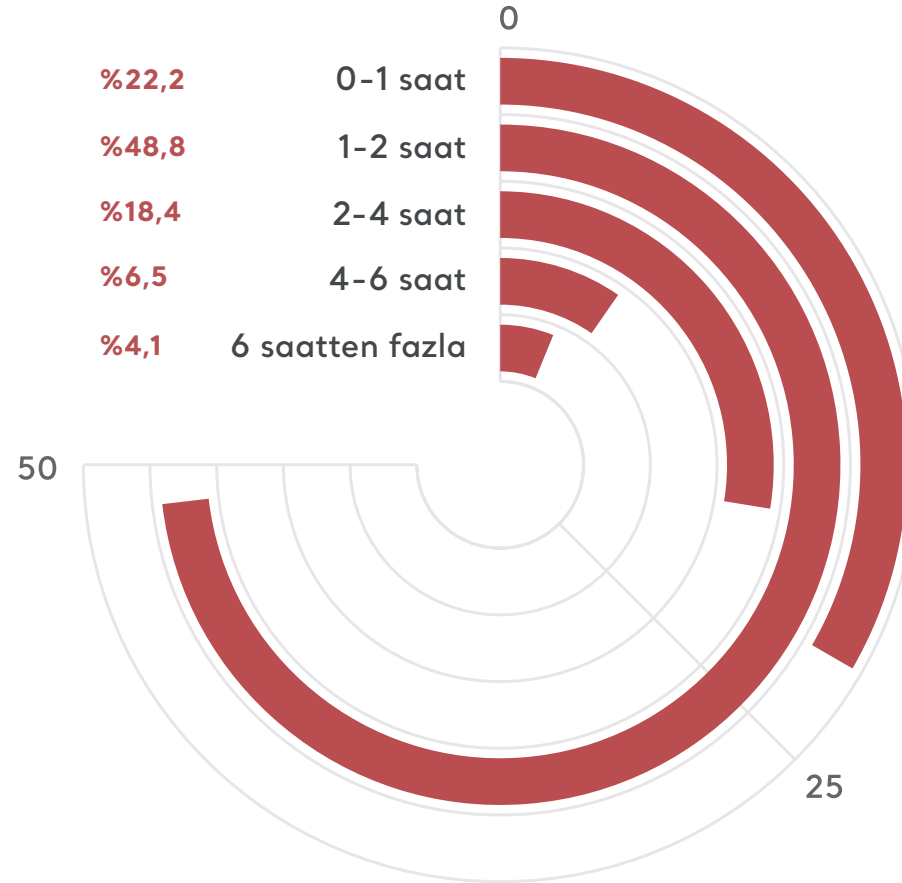
Grafik 2: Instagram'a ne zamandan beri üyesiniz?

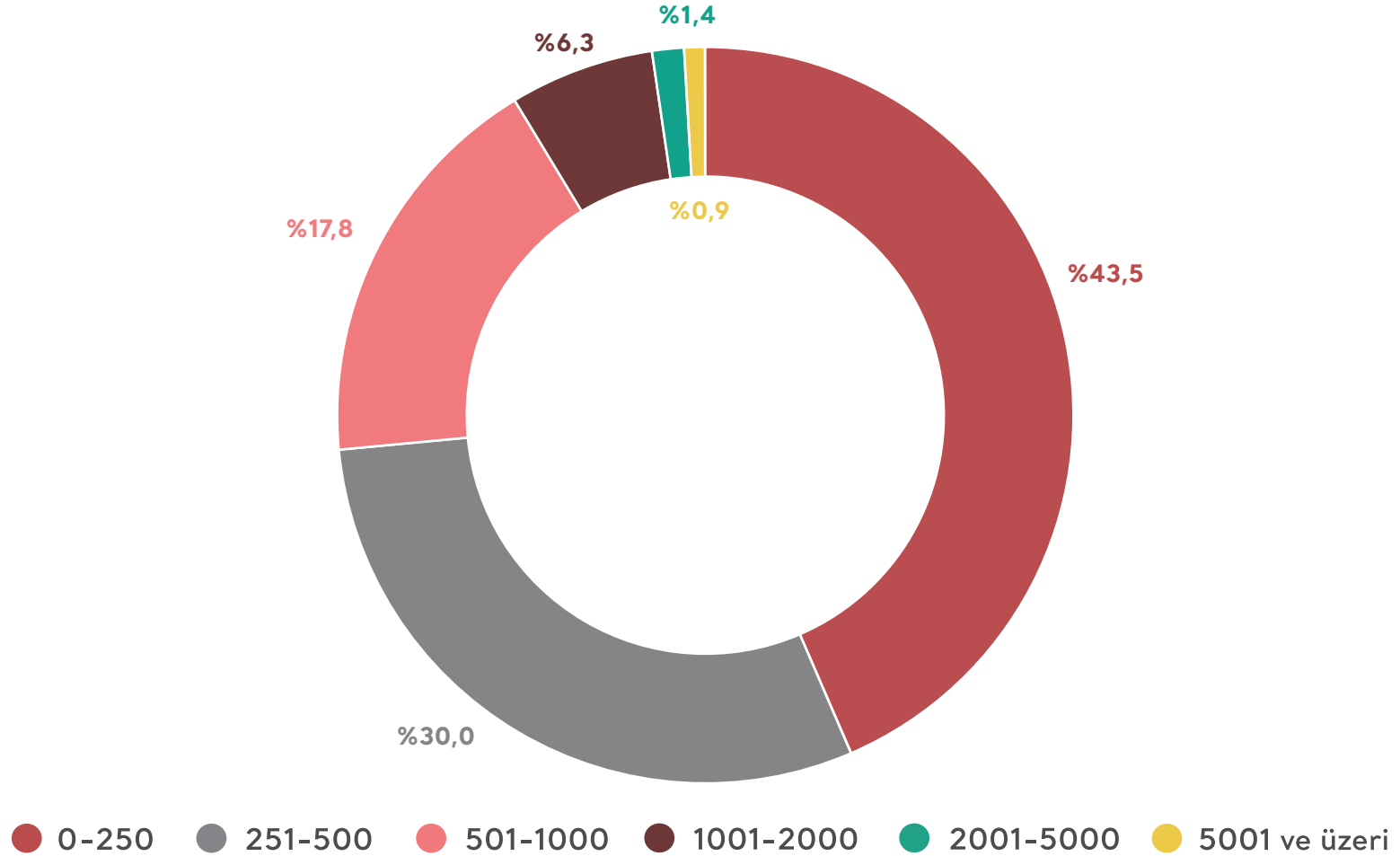




## GÜNLÜK ORTALAMA INSTAGRAM KULLANIMI

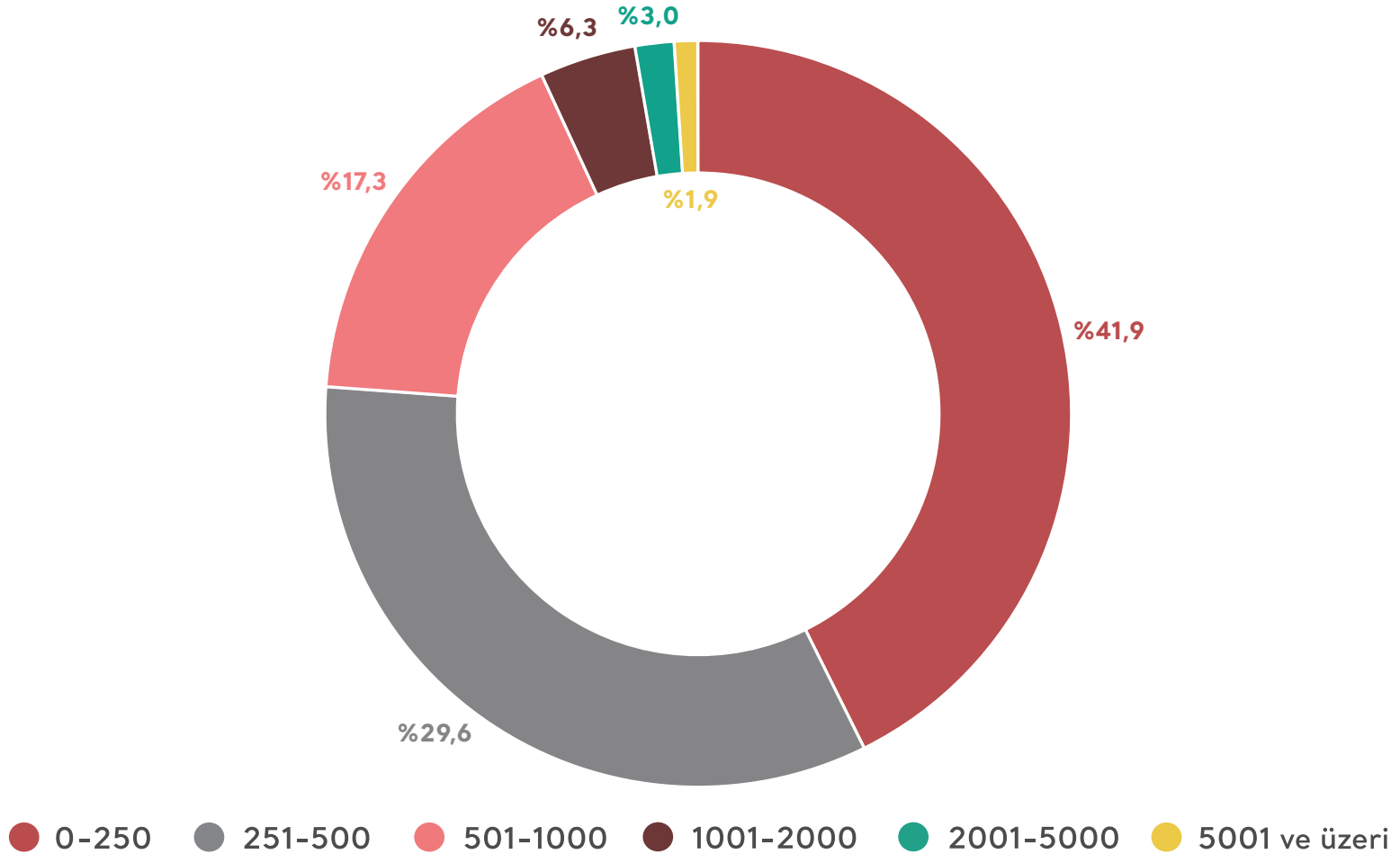
Grafik 3: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'ı günde ortalama kaç saat kullanırsınız?



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

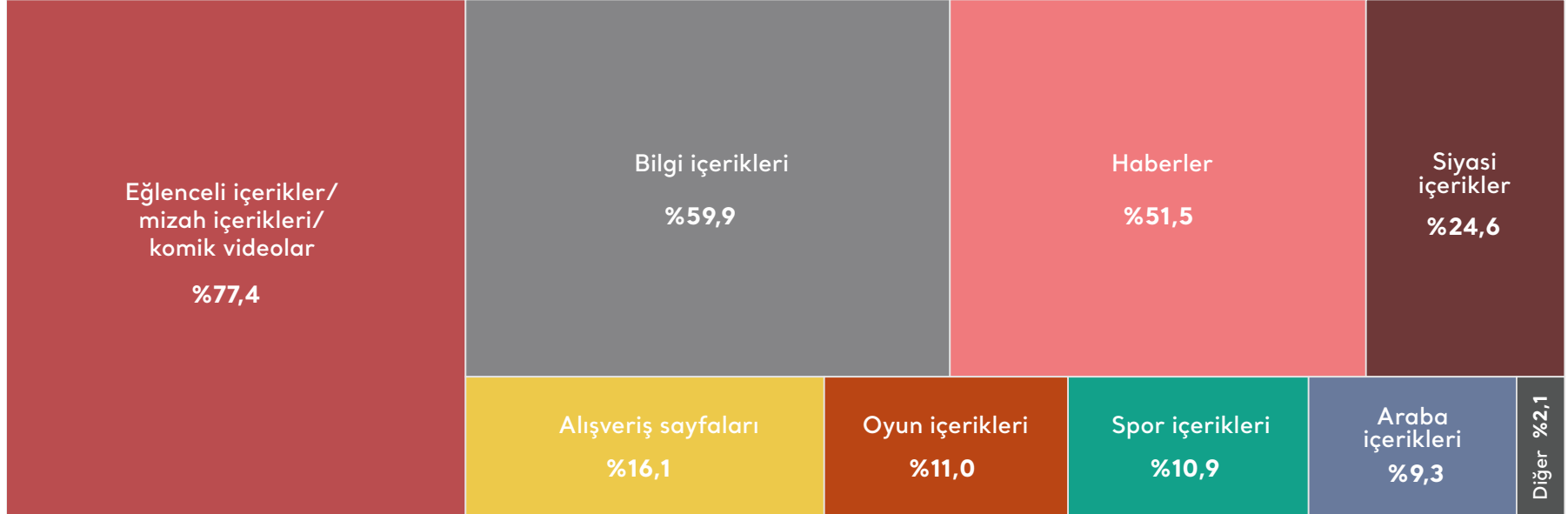
## TAKİPÇİ SAYISI

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



## TAKİP EDİLEN İÇERİKLER

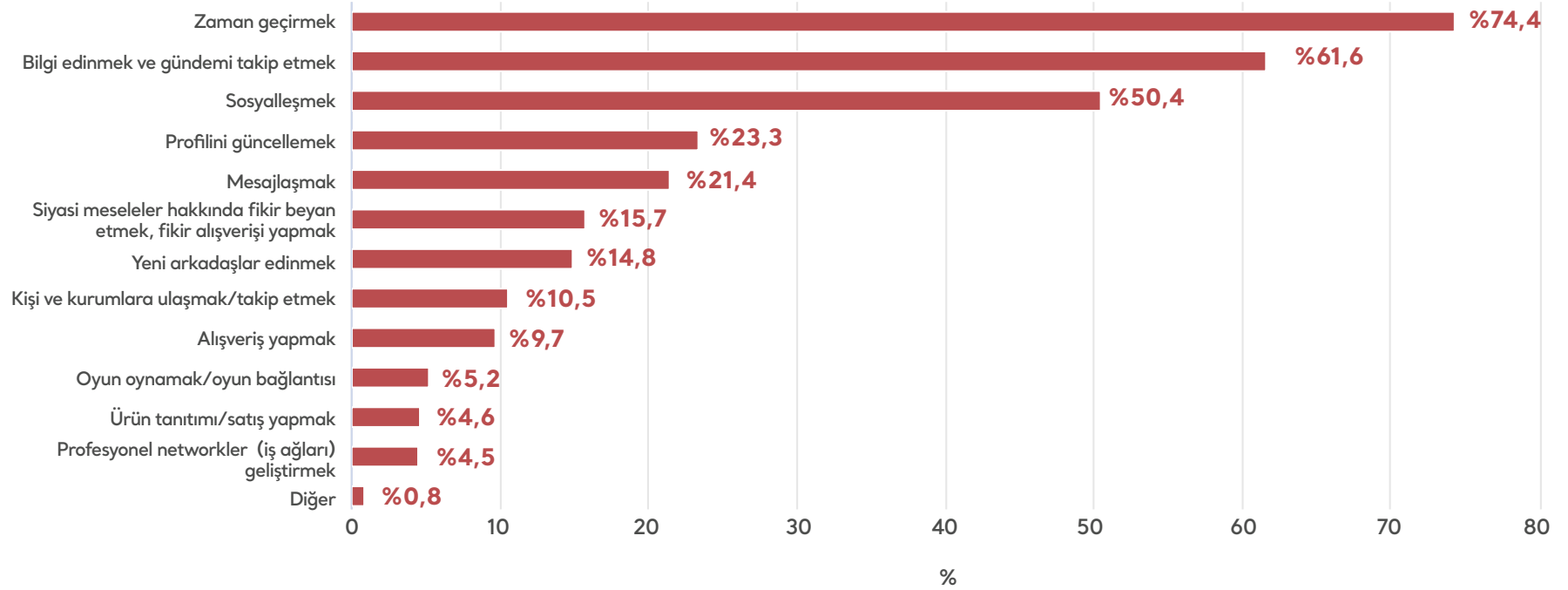
Grafik 6: Instagram'ı hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?\*



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## KULLANIM AMACI

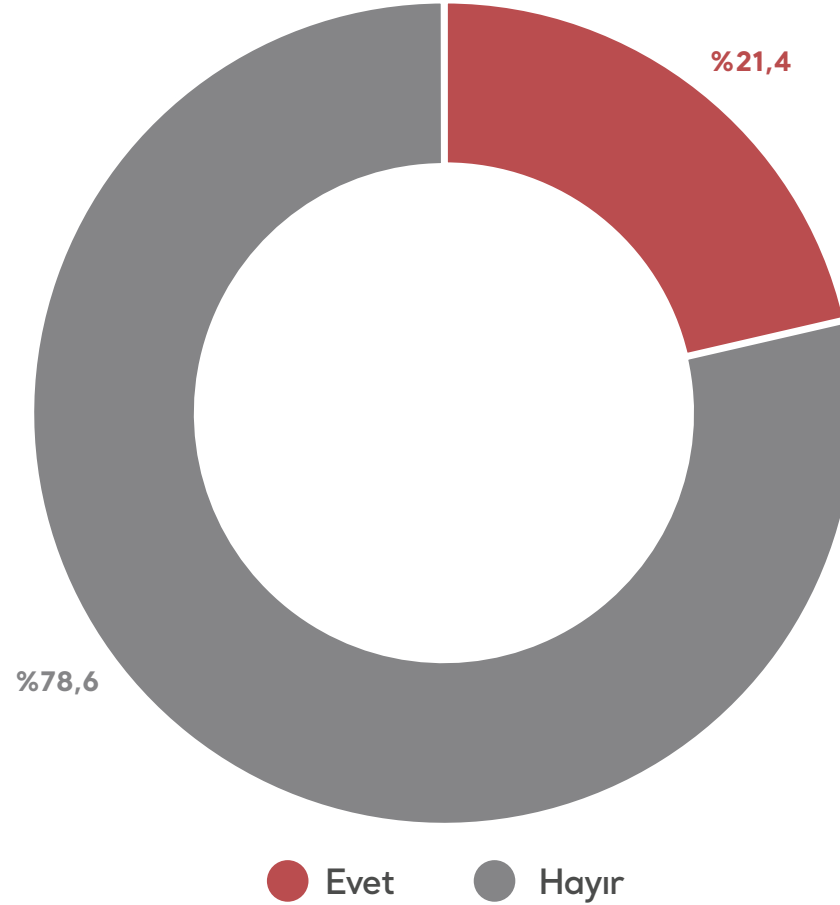
Grafik 7: Instagram'ı hangi amaçla kullanırsınız?\*



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

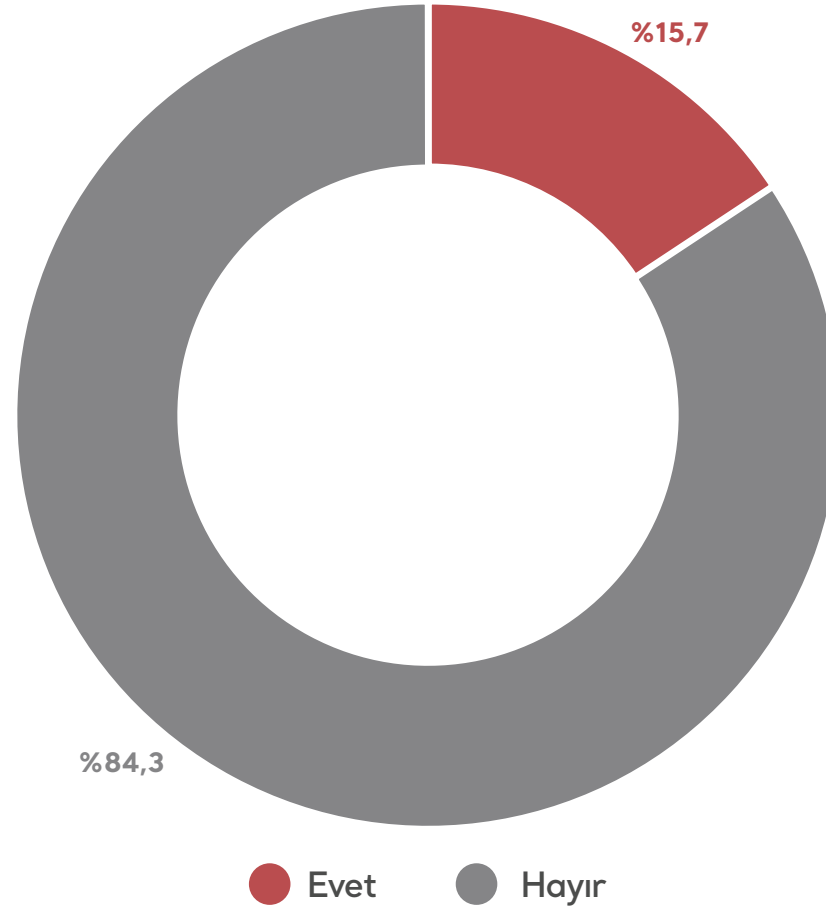
## REKLAM DAVRANIŞI

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



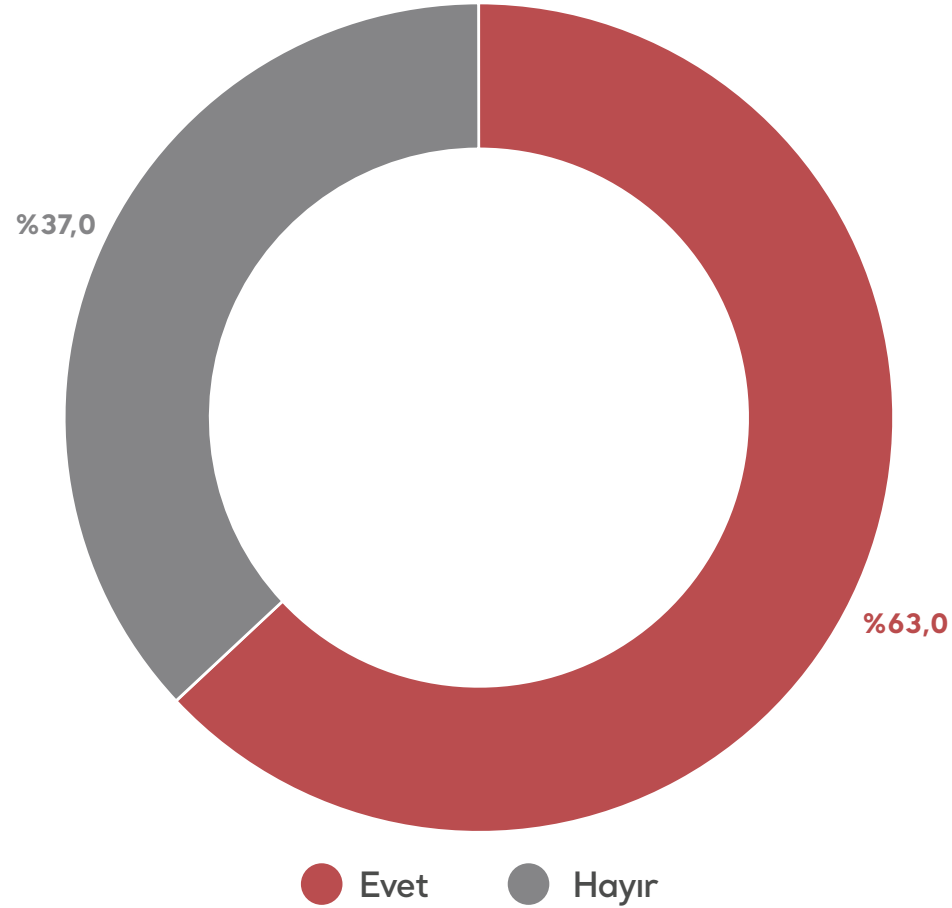
## INSTAGRAM ALIŞVERİŞİ

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



## HİKAYE BÖLÜMÜ

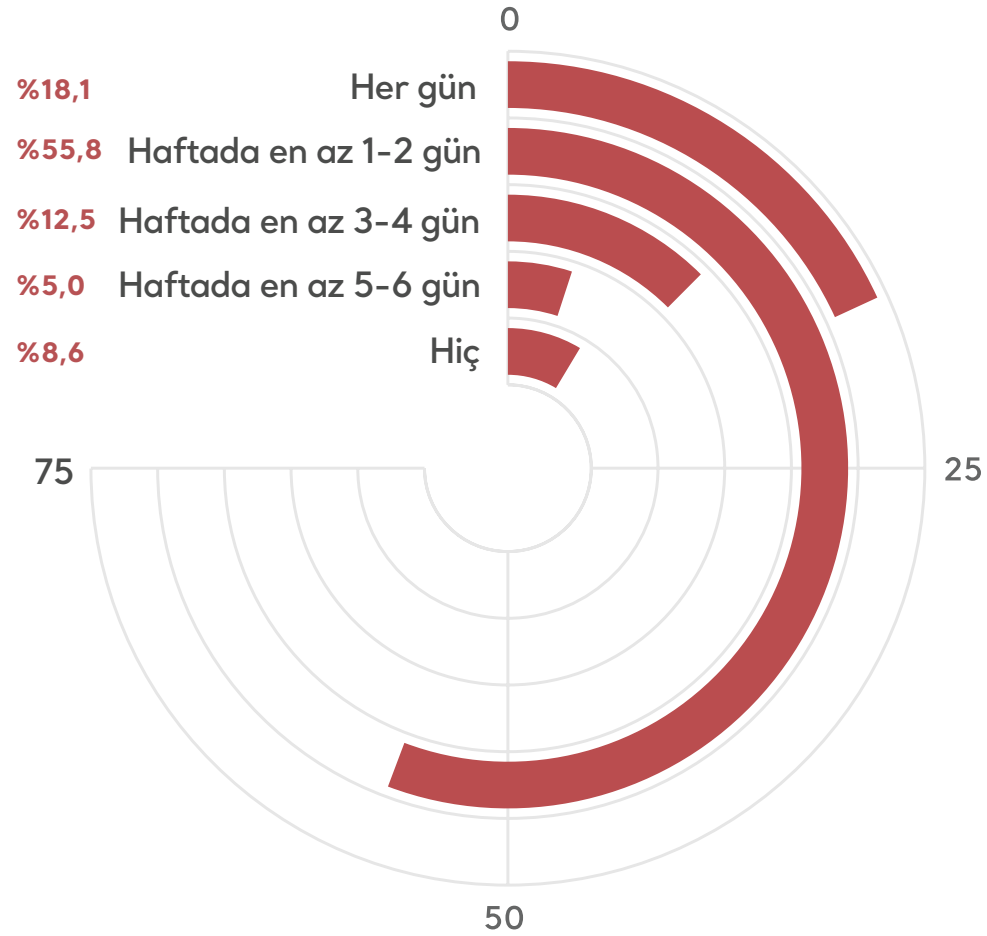
*Grafik 10: Instagram'ın hikaye bölümünü kullanıyor musunuz?*





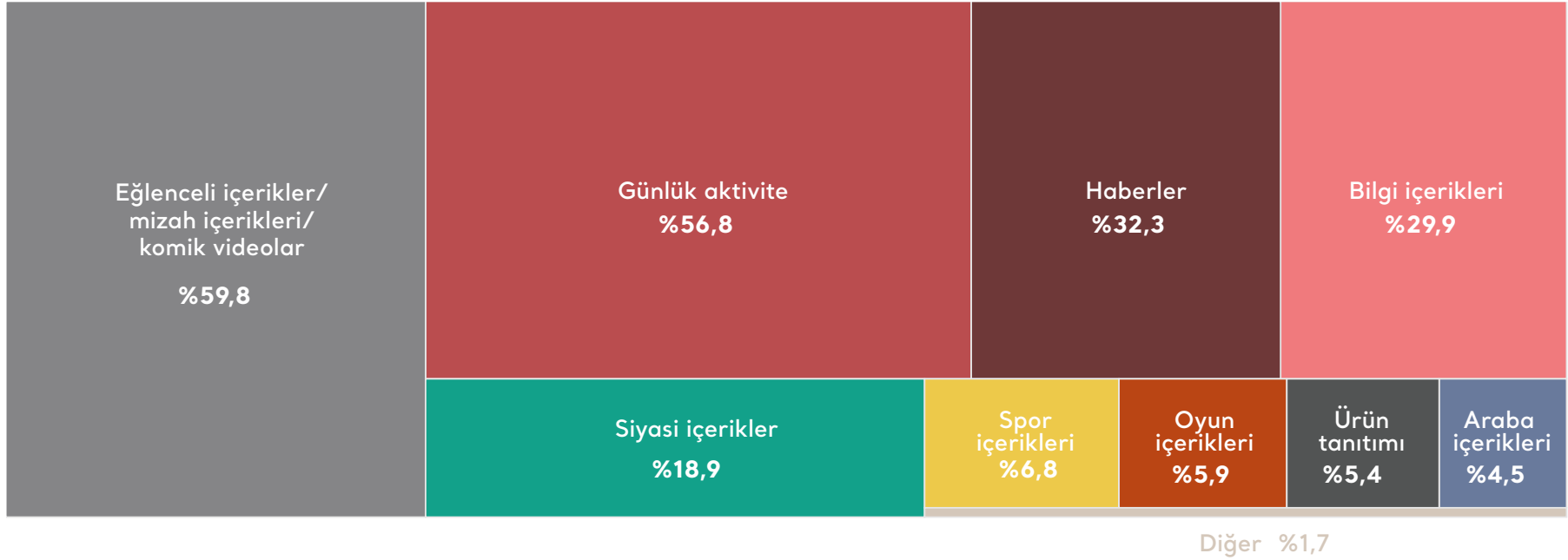
## HİKAYE PAYLAŞMA SIKLIĞI

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



## HİKAYE İÇERİKLERİ

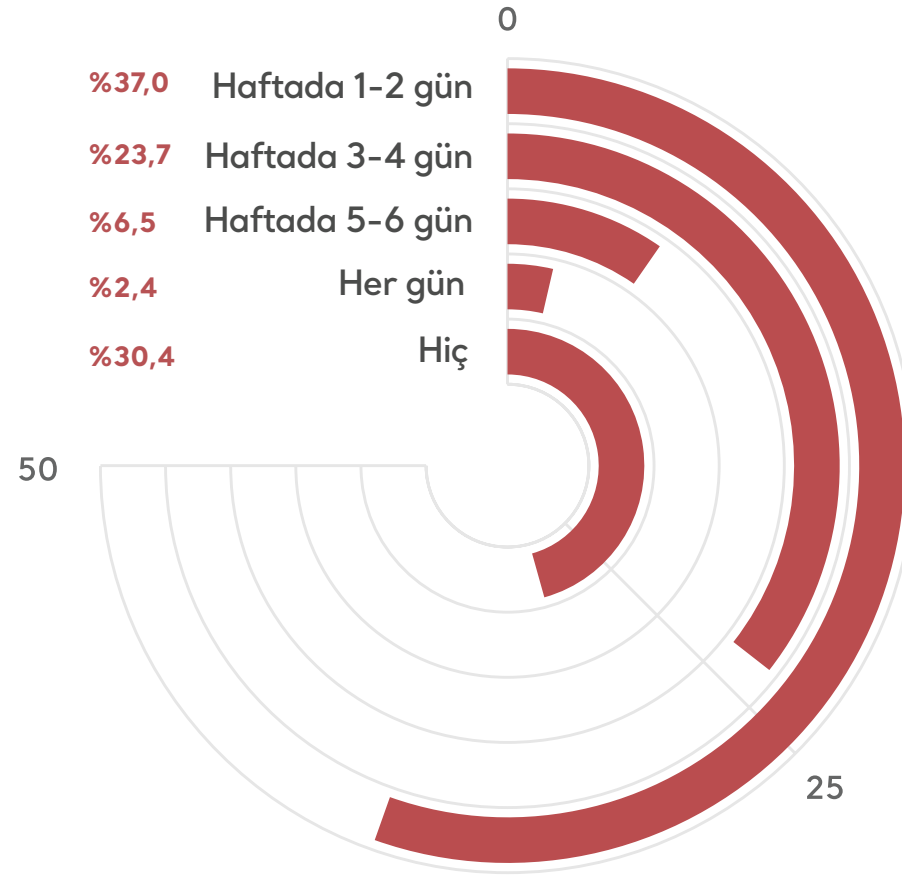
Grafik 12: Instagram hikayelerinde hangi tür içerikleri paylaşırsınız?\*



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

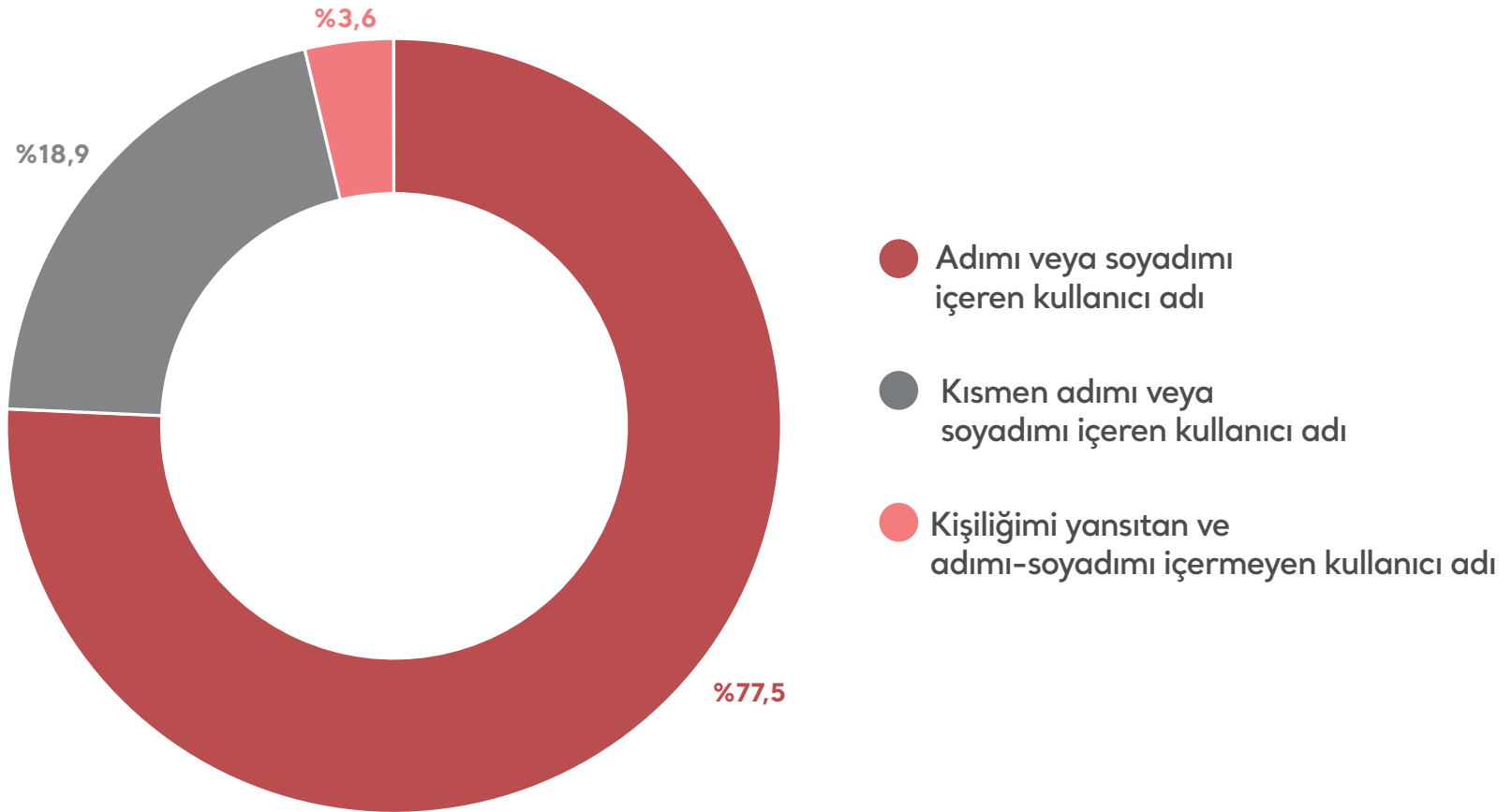
## GÖNDERİ PAYLAŞIM SIKLIĞI

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



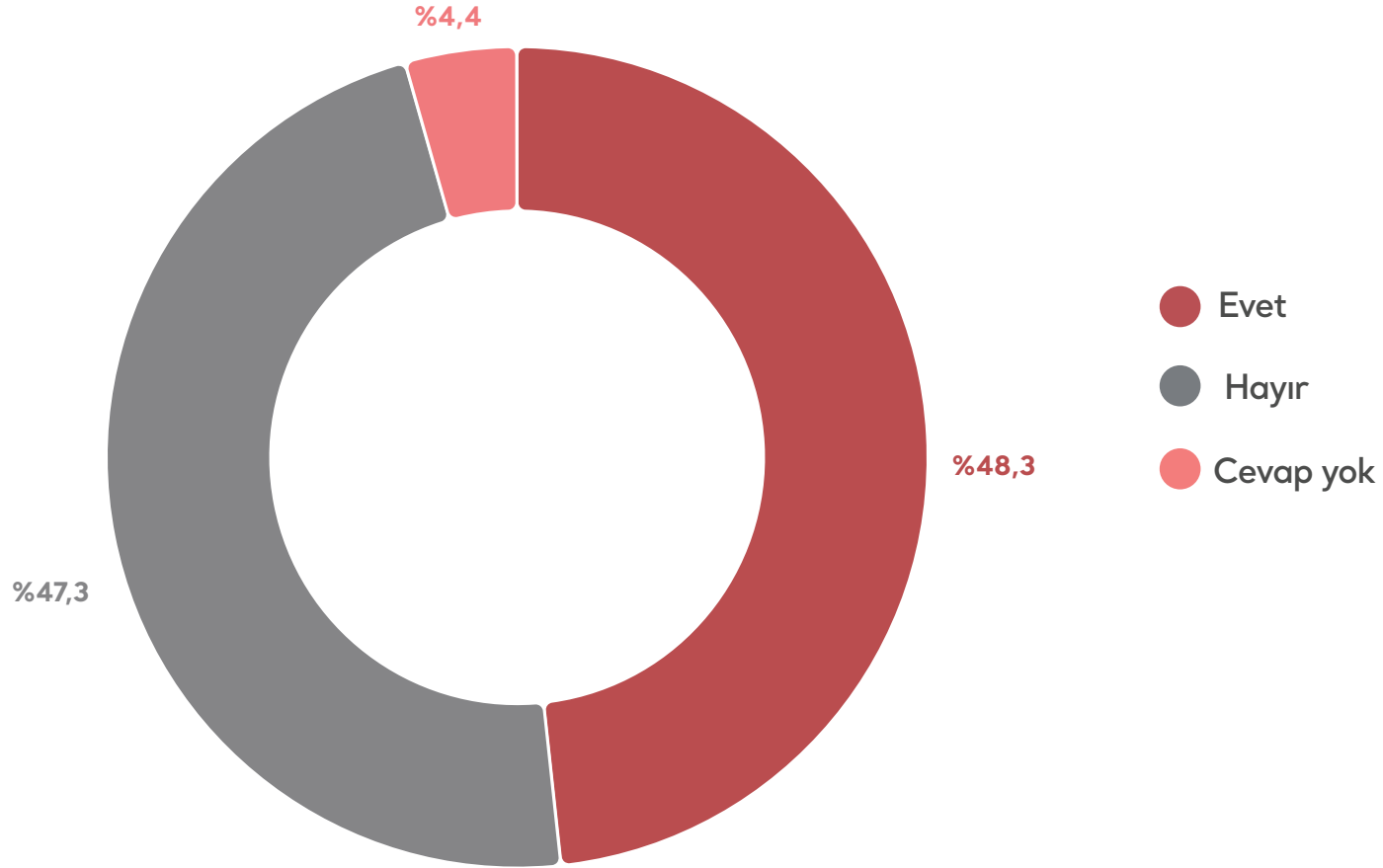
## KULLANICI ADI BELİRLEME

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



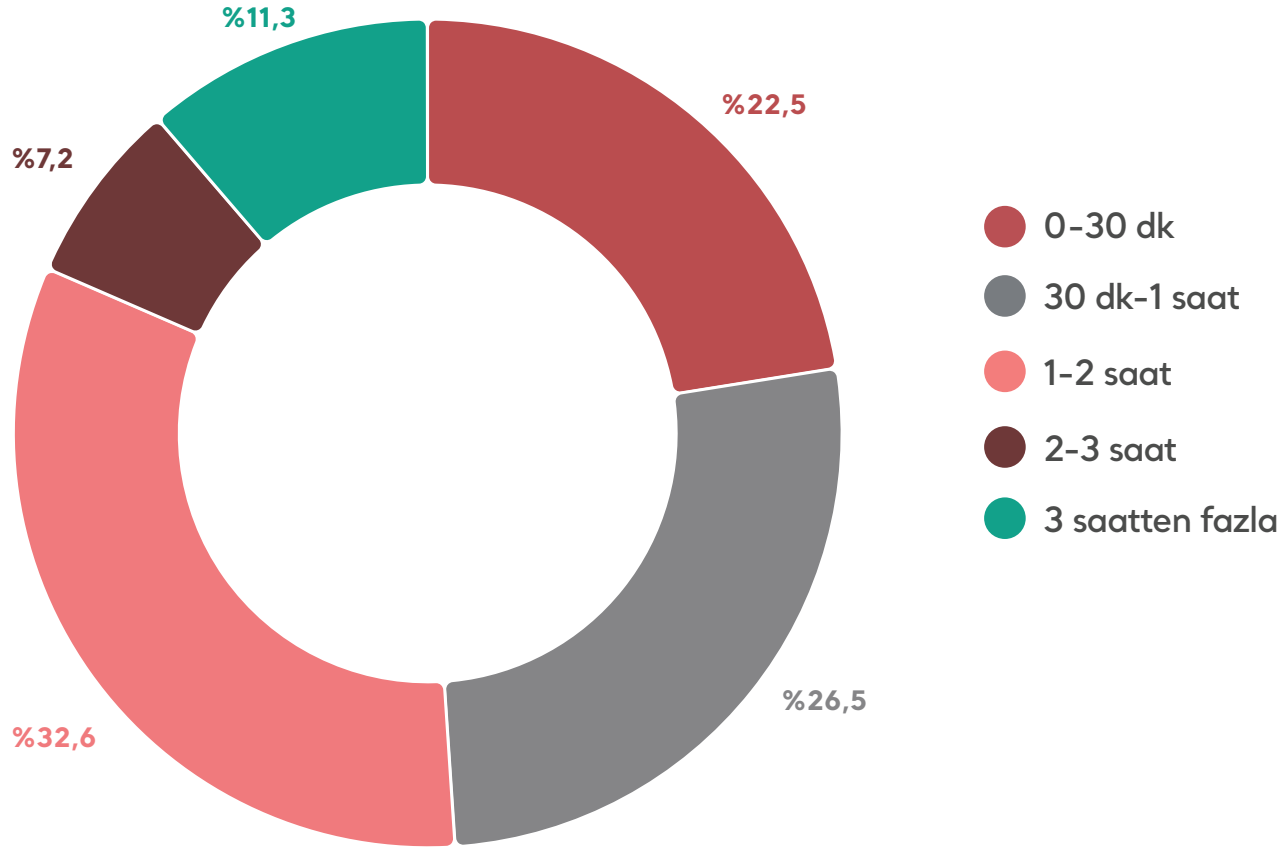
## REELS BÖLÜMÜ

Grafik 15: Instagram'da reels bölümünü kullanır mısınız?



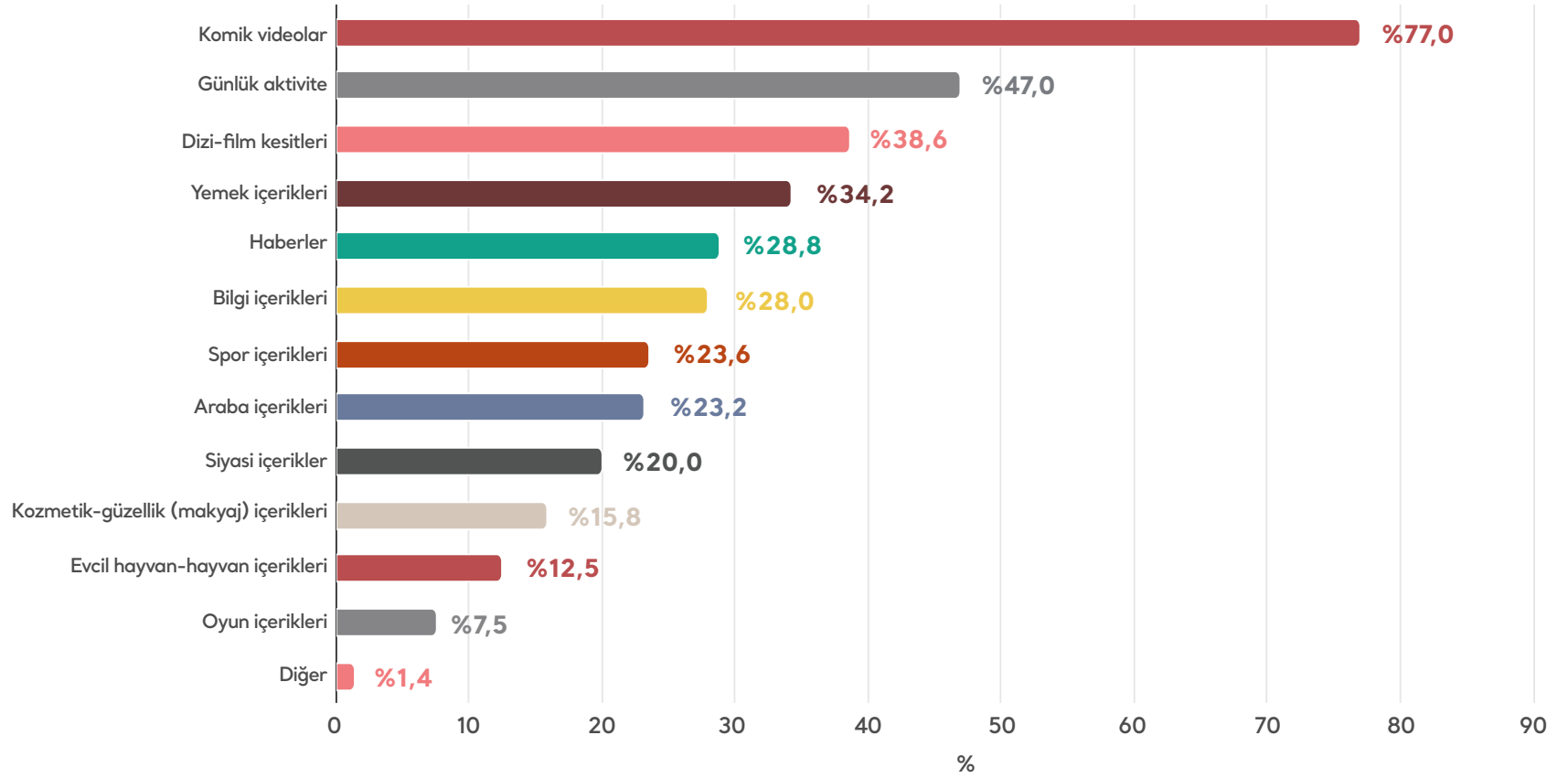
## REELS İZLEME SIKLIĞI

Grafik 16: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, günde ortalama kaç saat reels videosu izlersiniz?



## REELS İÇERİKLERİ

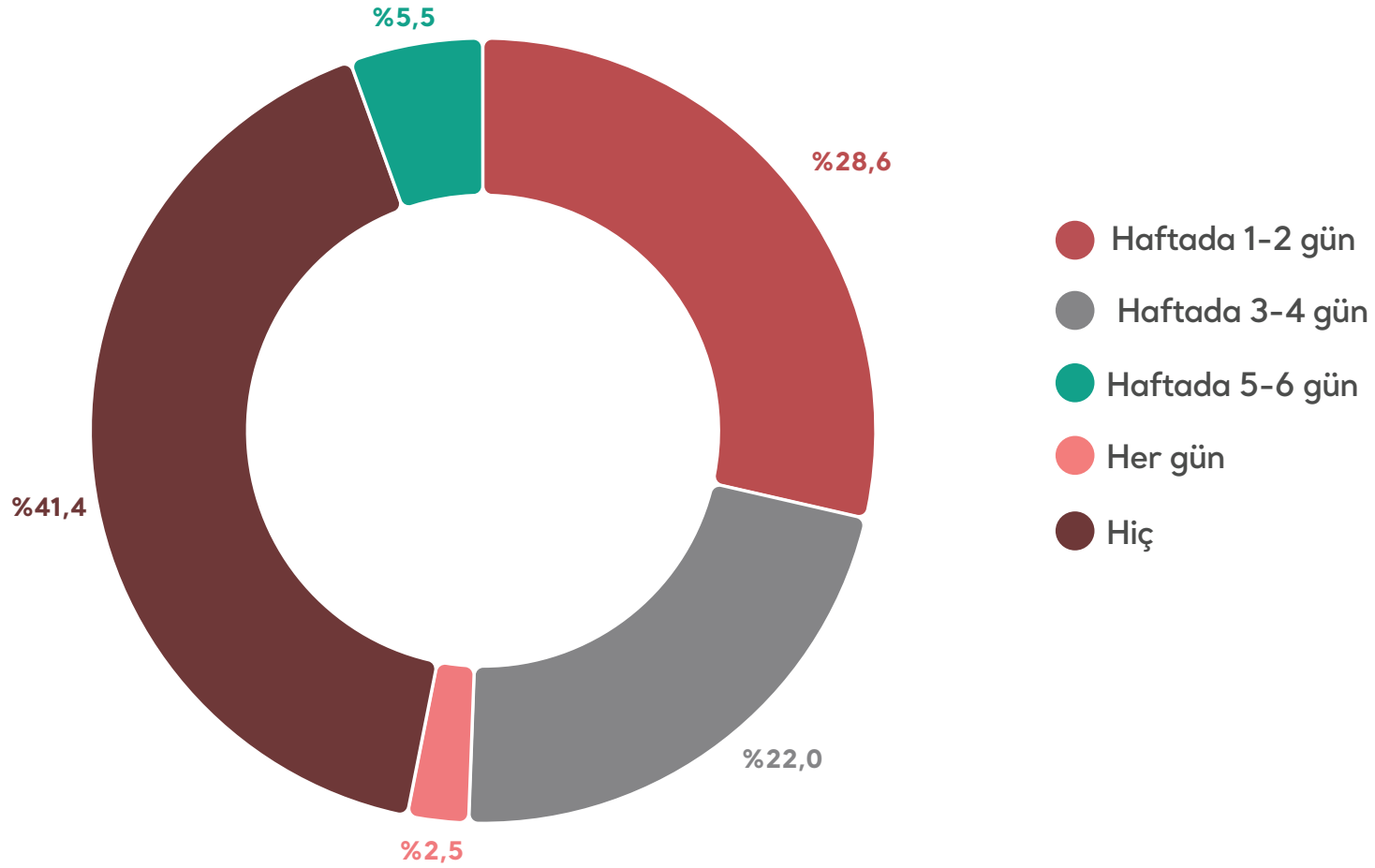
*Grafik 17: Ana sayfanızda hangi içeriklerde reels videoları gösterilir?\**



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## REELS PAYLAŞIM SIKLIĞI

*Grafik 18: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da reels paylaşıyorsanız, paylaşma sıklığınız nedir?*







 **SOSYAL AĞ**  
**HARİTASI**