



TWITTER KULLANIM RAPORU

I. Araştırma Dönemi
Mart 2023



İÇİNDEKİLER

GRAFİK LİSTESİ.....	3
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	4
SOSYAL AĞ TERCİHLERİ	7
ÜYELİK SÜRESİ.....	8
GÜNLÜK ORTALAMA TWITTER KULLANIMI	9
TAKİP SAYISI.....	10
TAKİPÇİ SAYISI.	11
TAKİP EDİLEN İÇERİKLER	12
KULLANIM AMACI.....	13
TWEET PAYLAŞIM SIKLIĞI	14
TWEET İÇERİKLERİ	15
HASHTAG KULLANIMI	16
KULLANICI ADI BELİRLEME	17

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız?	7
Grafik 2: Twitter'a ne zamandan beri üyesiniz?	8
Grafik 3: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Twitter'ı günde ortalama kaç saat kullanırsınız?.....	9
Grafik 4: Twitter'da ortalama kaç kişiyi takip ediyorsunuz?.....	10
Grafik 5: Twitter'da ortalama kaç kişi (takipçi) sizi takip ediyor?	11
Grafik 6: Twitter'ı hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?	12
Grafik 7: Twitter'ı hangi amaçla kullanırsınız?	13
Grafik 8: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Twitter'da hangi sıklıkla aksiyon gösterirsiniz?.....	14
Grafik 9: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, hangi içeriklerdeki tweetleri/retweetleri paylaştınız?.....	15
Grafik 10: Twitter paylaşımlarınızda hashtag (#) kullanıyor musunuz?	16
Grafik 11: Twitter'daki kullanıcı adınızı (nickname-username) aşağıdaki seçeneklerden hangisindeki gibi oluşturmayı tercih edersiniz?.....	17

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.

"Twitter Kullanım Raporu"nun ana temasını Twitter kullanıcılarının genel kullanım alışkanlıklarına dair veriler (kullanıcıların üyelik süresi, platformda günlük ortalama geçirdikleri süre, kullanım amaçları, takip ettikleri içerikler, hikayeler bölümü kullanımı 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 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, 651'i Twitter 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.

Twitter Kullanıcılarının Demografik Bilgileri

Twitter kullanıcısı olduğunu ifade eden bireylerin yüzde 35,9'u kadın, yüzde 64,1'i erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 32,4'ü 18-24 yaş grubu, yüzde 30,1'i 25-34 yaş grubu, yüzde 19,8'i 35-44 yaş grubu, yüzde 10,6'sı 45-54 yaş grubu, yüzde 5,7'si 55-64 yaş grubu, yüzde 1,4'ü 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 0,5'i okuryazar, yüzde 5,7'si ilkokul, yüzde 7,4'ü ortaokul, yüzde 47'si lise, yüzde 5,5'i ön lisans, yüzde 31,3'ü lisans ve yüzde 2,6'sı lisansüstü mezundur. Katılımcıların yüzde 5,1'i emekli, yüzde 20,6'sı çalışmayan, yüzde 74,3'ü çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 39'u evli, yüzde 61'i bekar. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 43,2'si metropolde, yüzde 54,7'si kentte ve yüzde 2,2'si kırsalda yaşadığını ifade etmiştir. Twitter kullanıcılarının sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 9,2'si A grubu, yüzde 24,9'u B grubu, yüzde 40,7'si C1 grubu, yüzde 20'si C2 grubu, yüzde 4,6'sı D grubu ve yüzde 0,6'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 ilkokul mezunu veya ilkokul terktir. Bireylerin bir kısmı emekli, ev hanımı ve çoğunlukla parça başı çalışmaktadır.

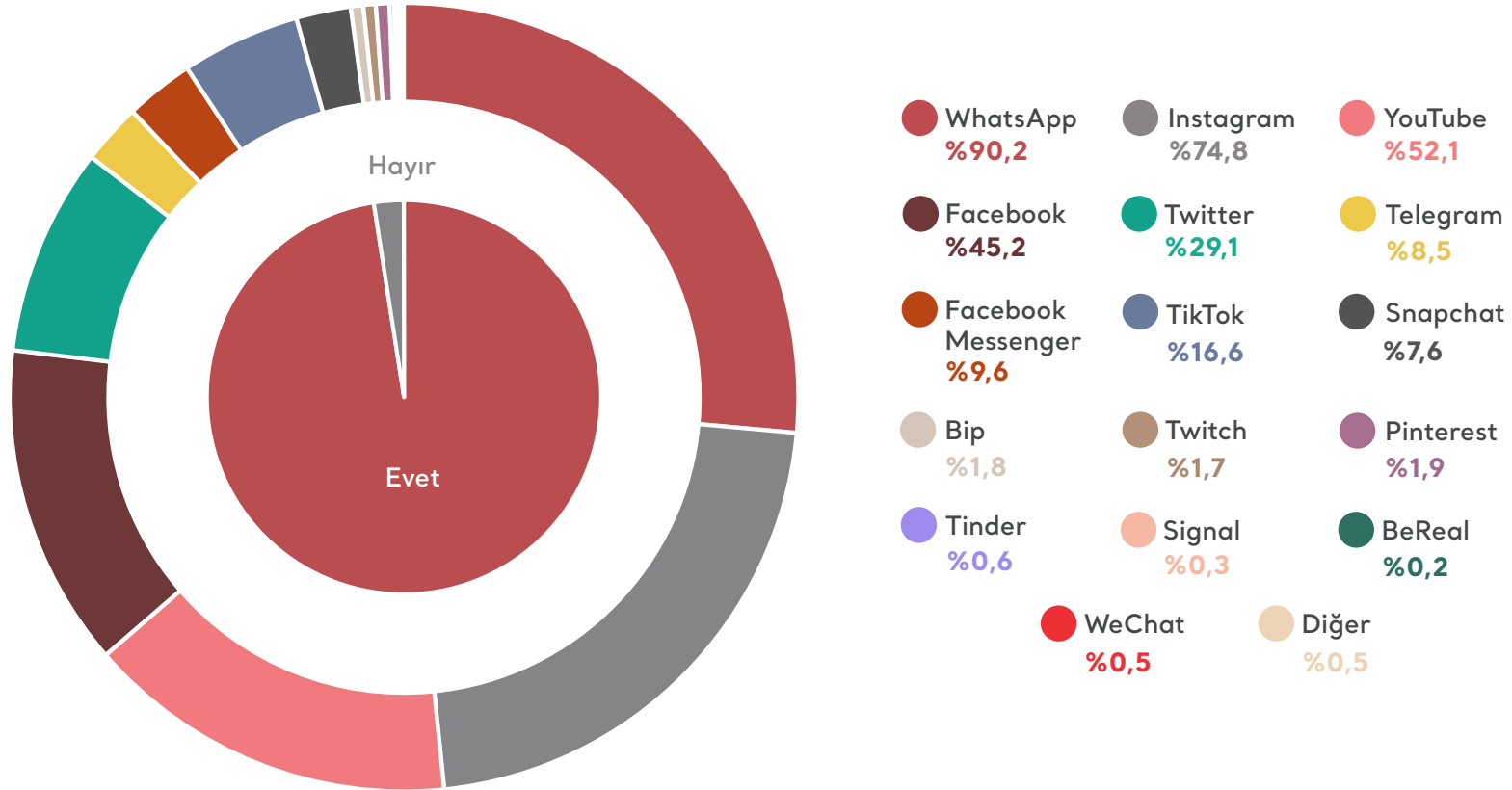
E grubu: Neredeyse tamamı ilkokul mezunu veya ilkokul terktir. Bireyler emekli/çalışan, emekli/çalışmayan, ev kadını ve işsizdir.

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

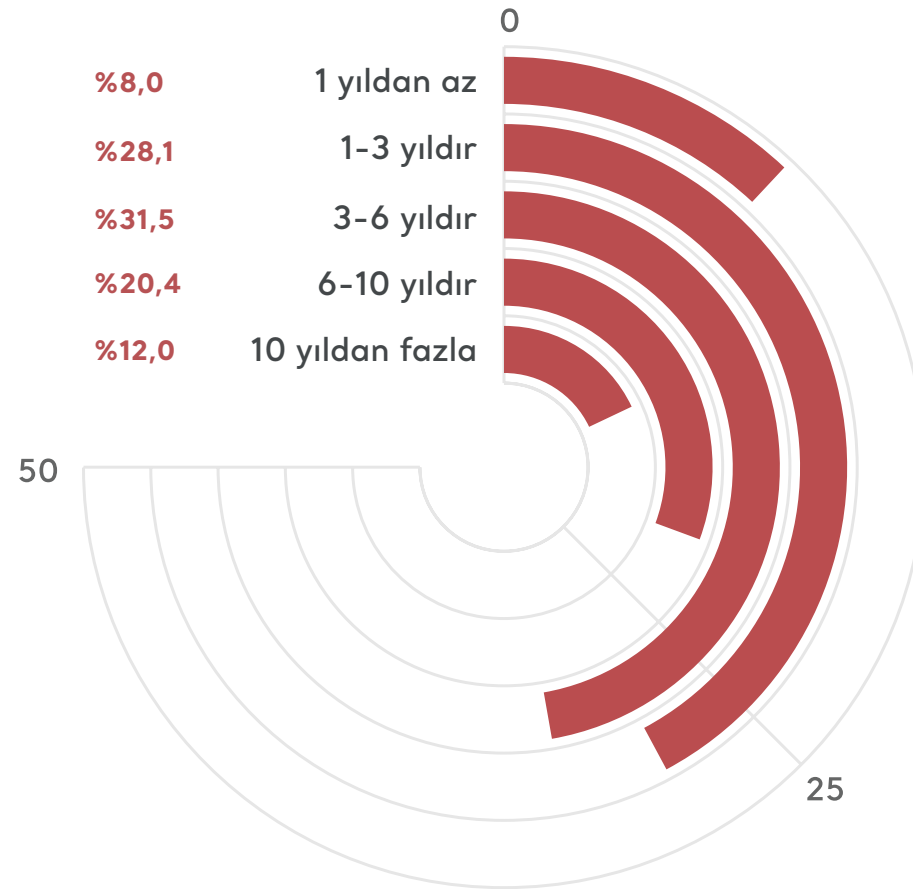
Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız?*



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

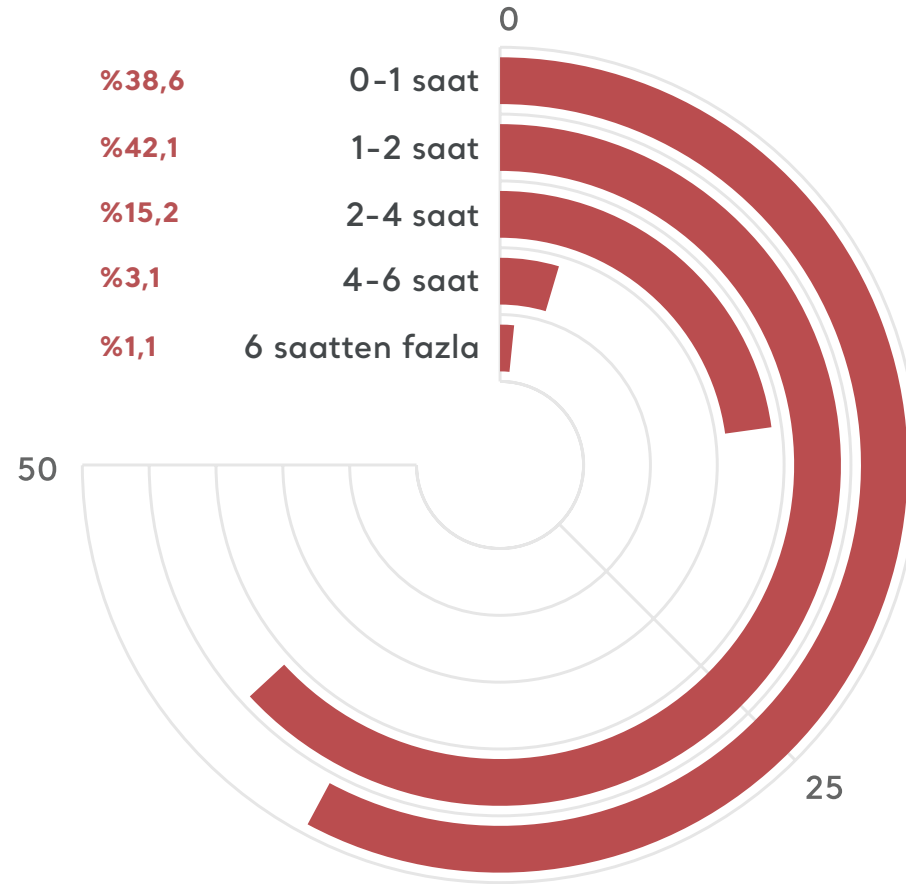
ÜYELİK SÜRESİ

Grafik 2: Twitter'a ne zamandan beri üyesiniz?



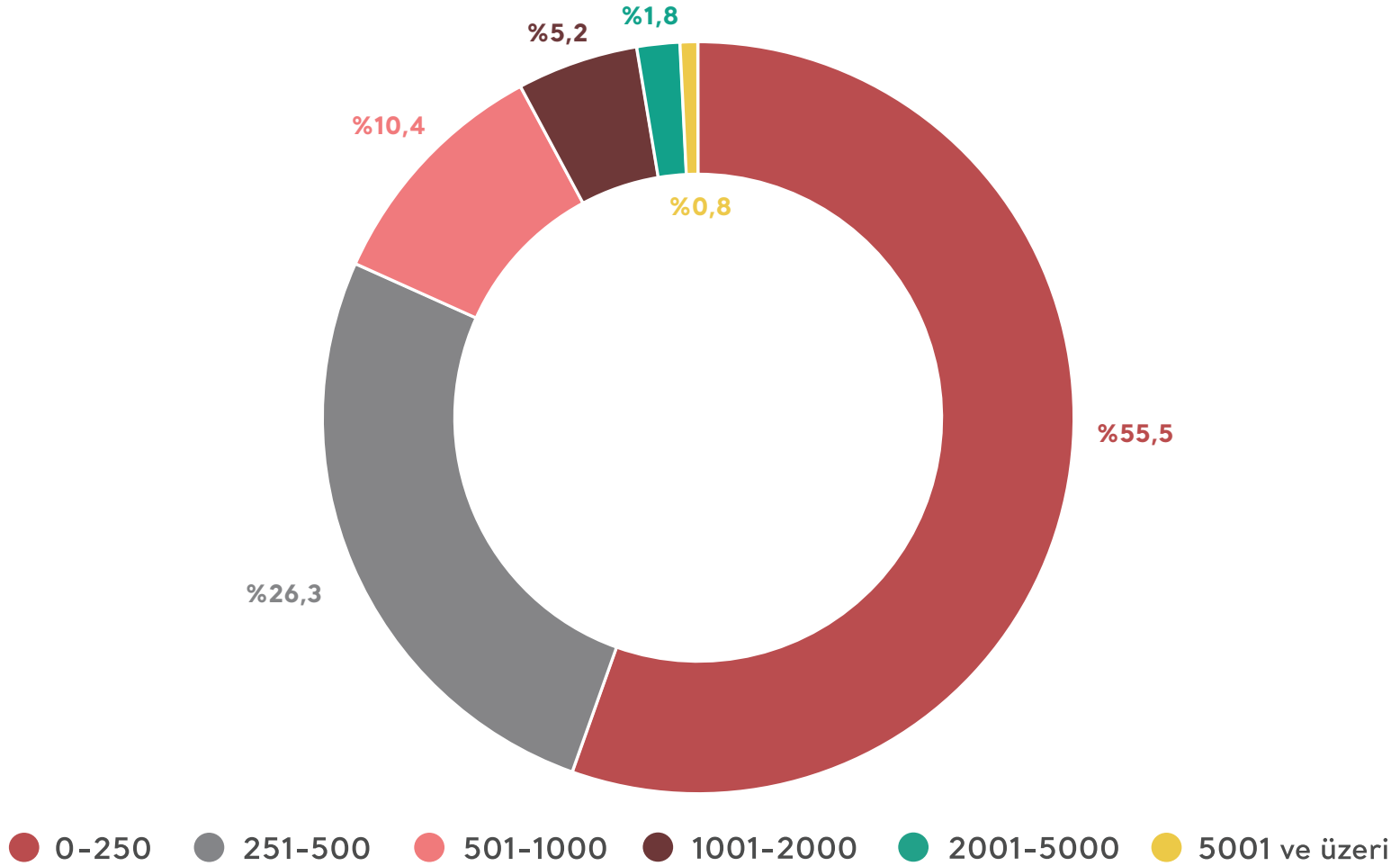
GÜNLÜK ORTALAMA TWITTER KULLANIMI

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



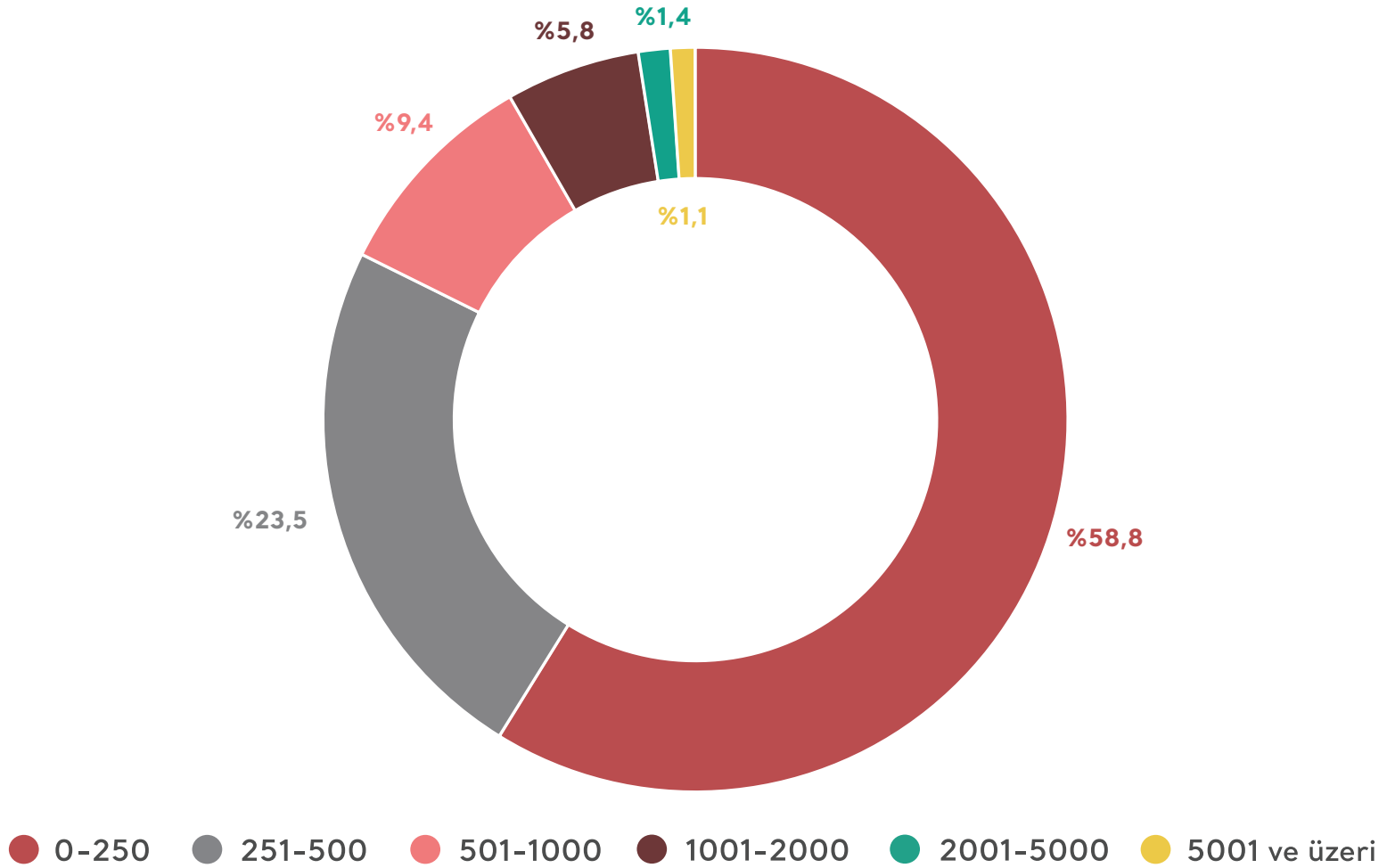
TAKİP SAYISI

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



TAKİPÇİ SAYISI

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



TAKİP EDİLEN İÇERİKLER

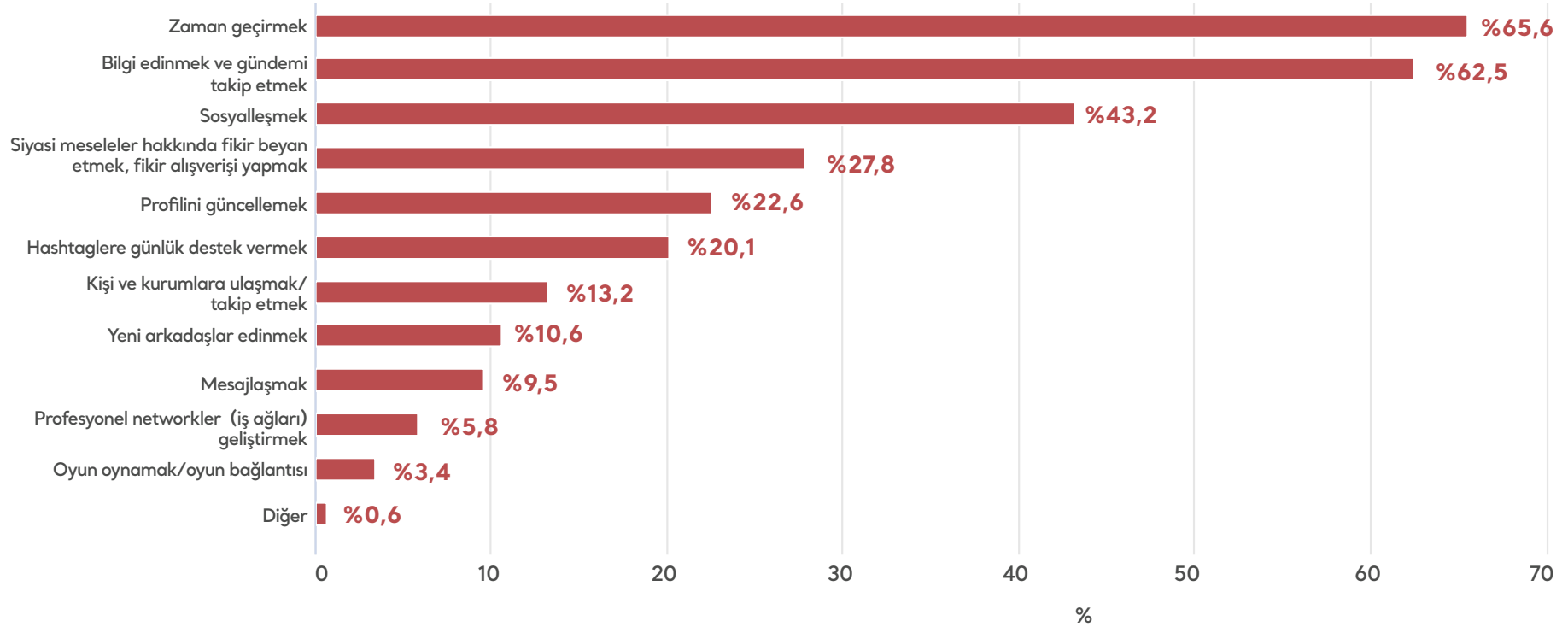
Grafik 6: Twitter'ı hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?*



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

KULLANIM AMACI

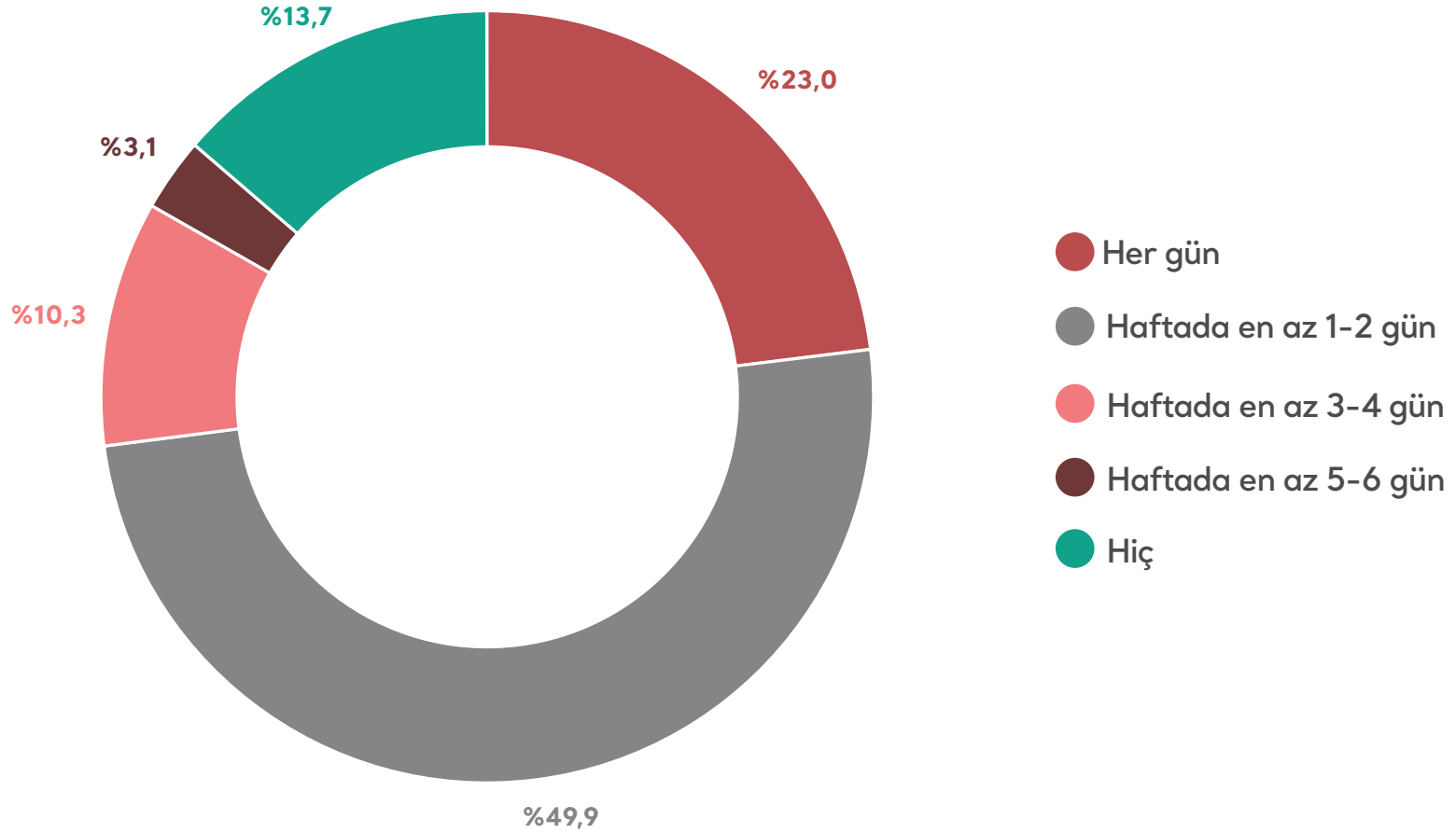
Grafik 7: Twitter'ı hangi amaçla kullanırsınız?*



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

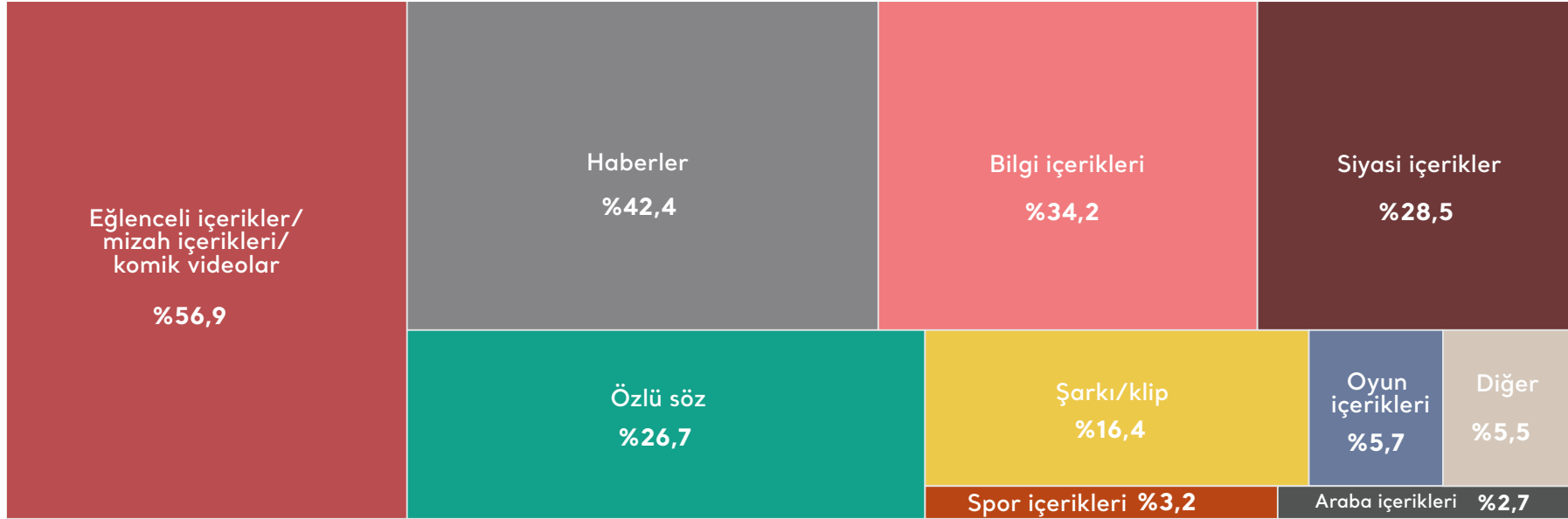
TWEET PAYLAŞIM SIKLIĞI

Grafik 8: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Twitter'da hangi sıklıkla aksiyon gösterirsiniz?



TWEET İÇERİKLERİ

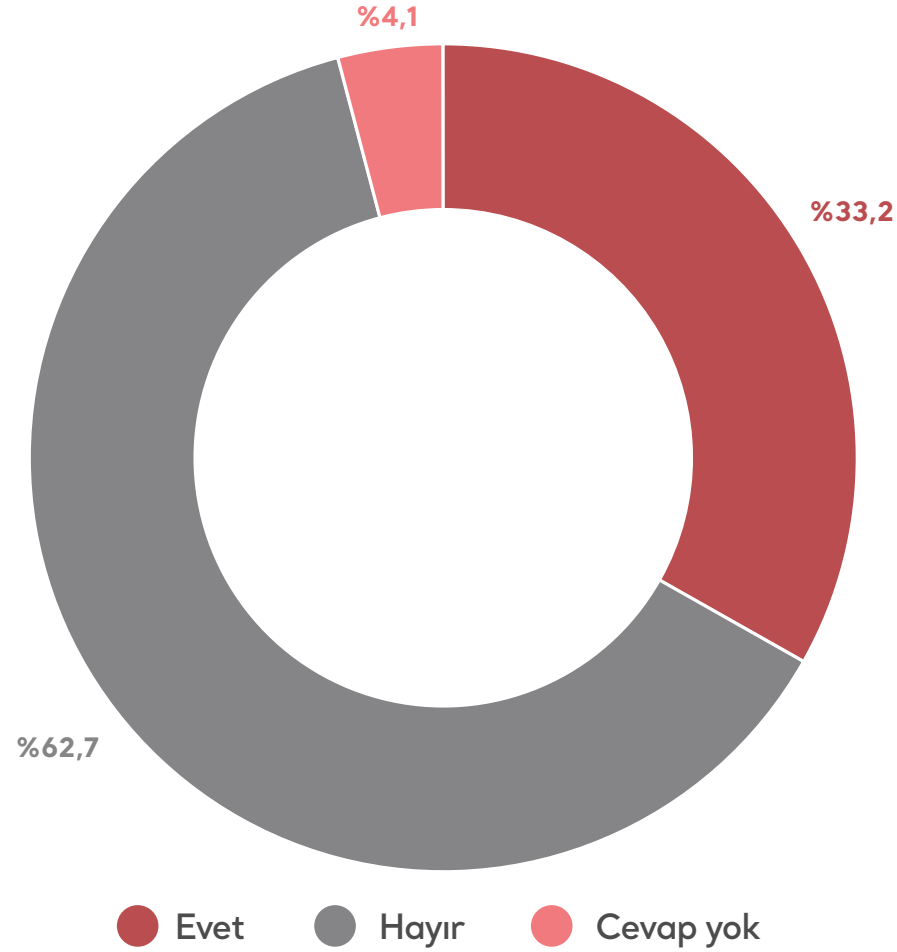
Grafik 9: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, hangi içeriklerdeki tweetleri/retweetleri paylaştınız?*



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

HASHTAG KULLANIMI

Grafik 10: Twitter paylaşımlarınızda hashtag (#) kullanıyor musunuz?



KULLANICI ADI BELİRLEME

Grafik 11: Twitter'daki kullanıcı adınızı (nickname-username) aşağıdaki seçeneklerden hangisindeki gibi oluşturmayı tercih edersiniz?





 **SOSYAL AĞ**
HARİTASI