



# YOUTUBE KULLANIM RAPORU

I. Araştırma Dönemi  
Mart 2023



## İÇİNDEKİLER

GRAFİK LİSTESİ.....	3
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	4
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 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.

"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 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, 1.229'u YouTube 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.

## YouTube Kullanıcılarının Demografik Bilgileri

YouTube kullanıcısı olduğunu ifade eden bireylerin yüzde 45'i kadın, yüzde 55'i erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 25,4'ü 18-24 yaş grubu, yüzde 26,8'i 25-34 yaş grubu, yüzde 23,8'i 35-44 yaş grubu, yüzde 13'ü 45-54 yaş grubu, yüzde 7,5'i 55-64 yaş grubu, yüzde 3,6'sı 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 0,2'si okuryazar değil, yüzde 0,6'sı okuryazar, yüzde 11,3'ü ilkokul, yüzde 13,2'si ortaokul, yüzde 46,9'u lise, yüzde 5'i ön lisans, yüzde 21,6'sı lisans ve yüzde 1,2'si lisansüstü mezundur. Katılımcıların yüzde 4,5'i emekli, yüzde 31'i çalışmayan, yüzde 64,5'i çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 51'i evli, yüzde 49'u bekar. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 46,1'i metropolde, yüzde 52,1'i kentte ve yüzde 1,8'i kırsalda yaşadığını ifade etmiştir. YouTube kullanıcılarının sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 6,8'i A grubu, yüzde 16,8'i B grubu, yüzde 45,3'ü C1 grubu, yüzde 25,1'i C2 grubu, yüzde 5,4'ü D grubu ve yüzde 0,7'si 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.

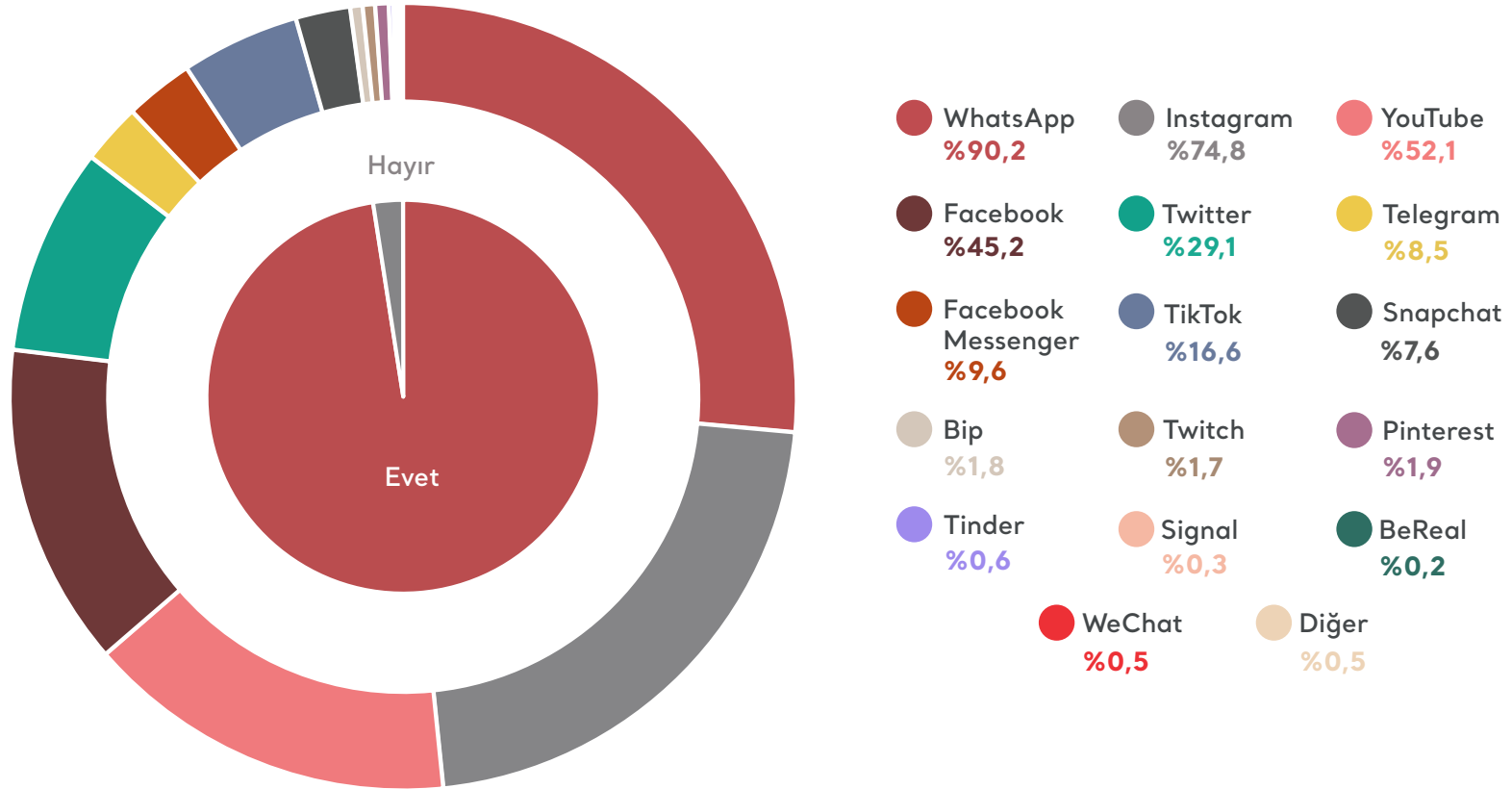
E grubu: Neredeyse tamamı ilkokul mezunu veya ilkokul terktir. Bireyler emekli/çalışan, emekli/çalışmayan, ev kadını ve işsizdir.

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

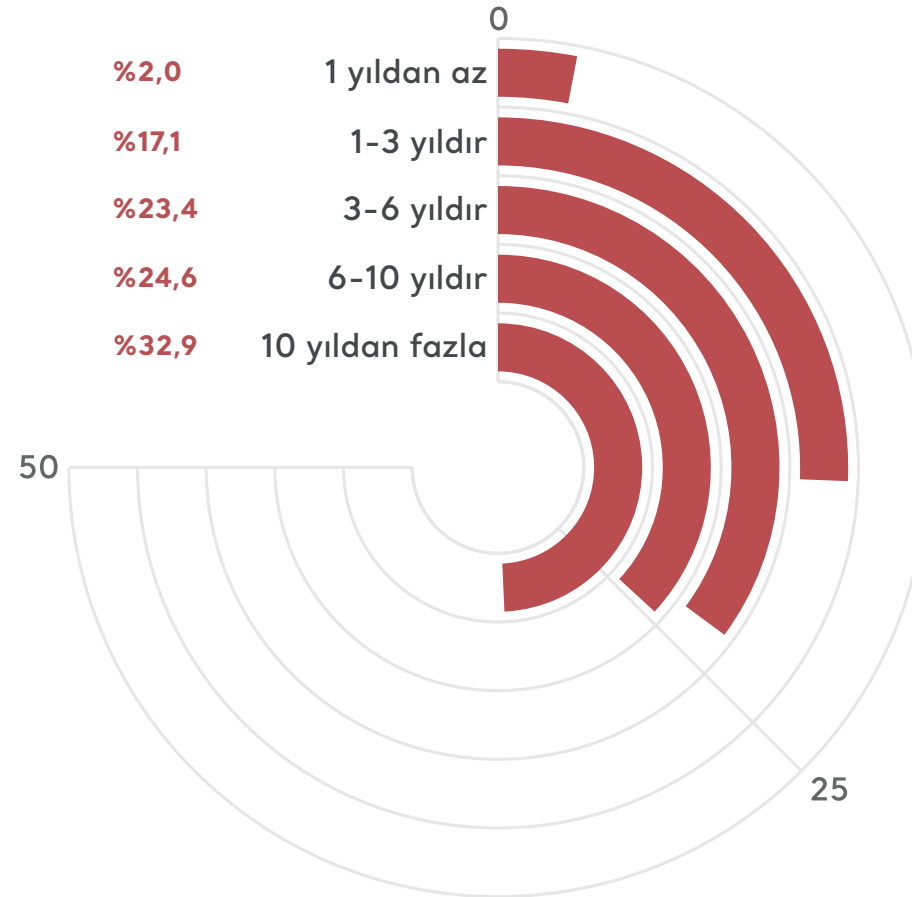
Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız?\*



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## ÜYELİK/KULLANIM SÜRESİ

Grafik 2: YouTube'u ne zamandan beri kullanıyorsunuz?\*

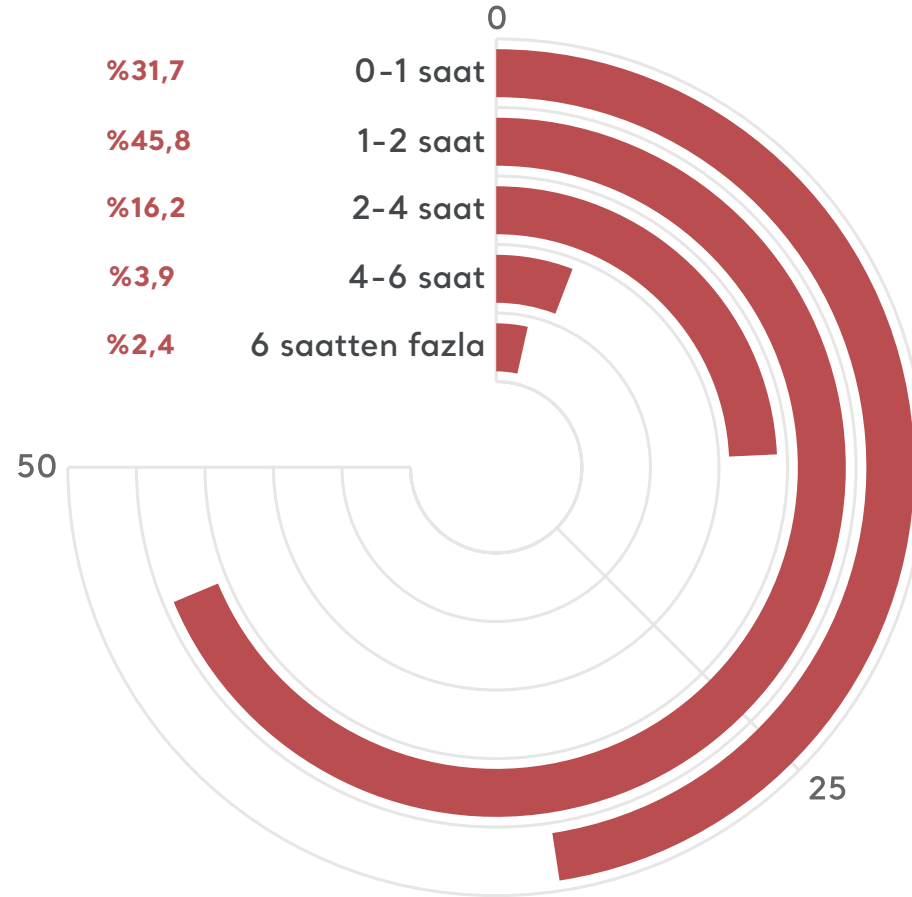


\*YouTube kullanabilmek için üye olmaya gerek olmadığından, bu soru temelde YouTube'a hem üye olma hem de üye olmama durumunda ne zamandan beri kullanıldığını kapsamaktadır.



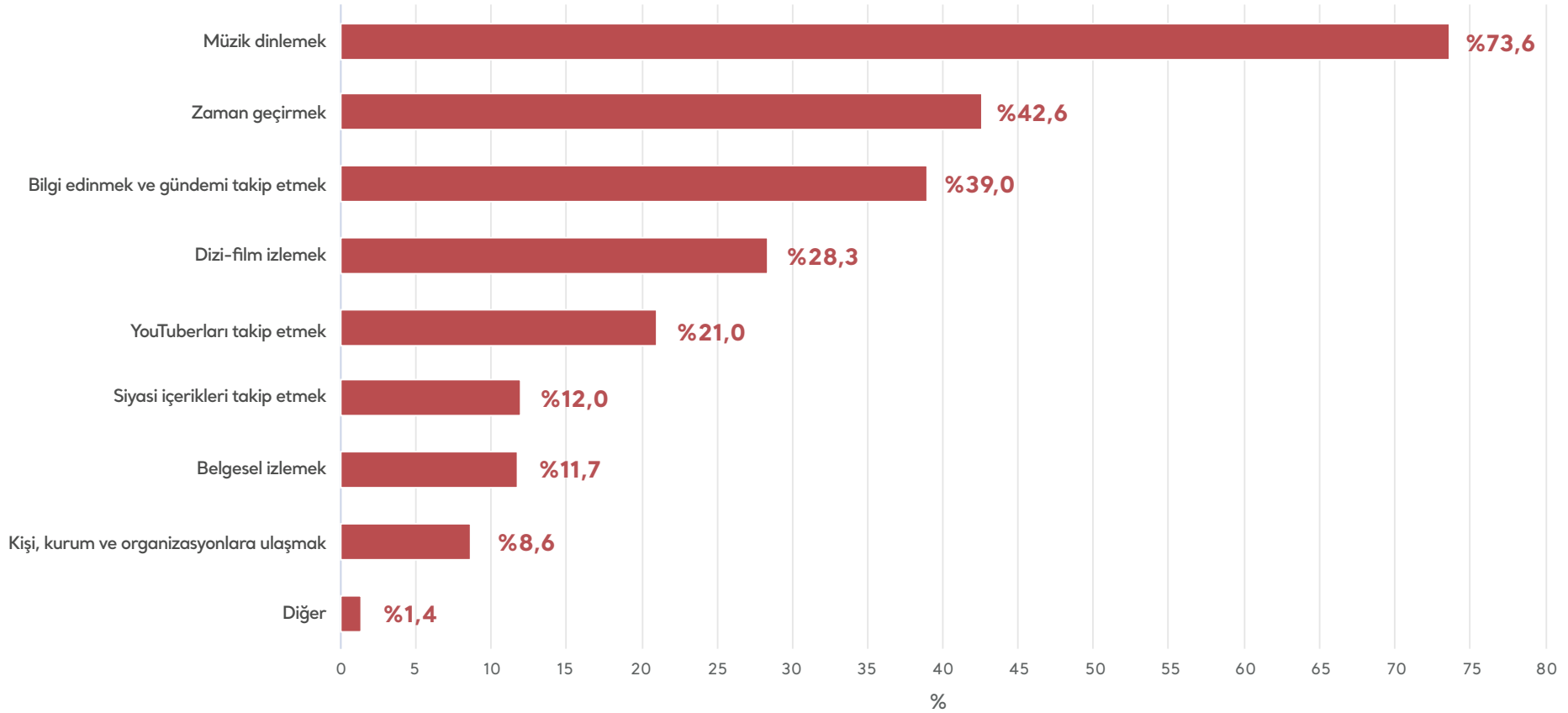
## GÜNLÜK ORTALAMA YOUTUBE KULLANIMI

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



## KULLANIM AMACI

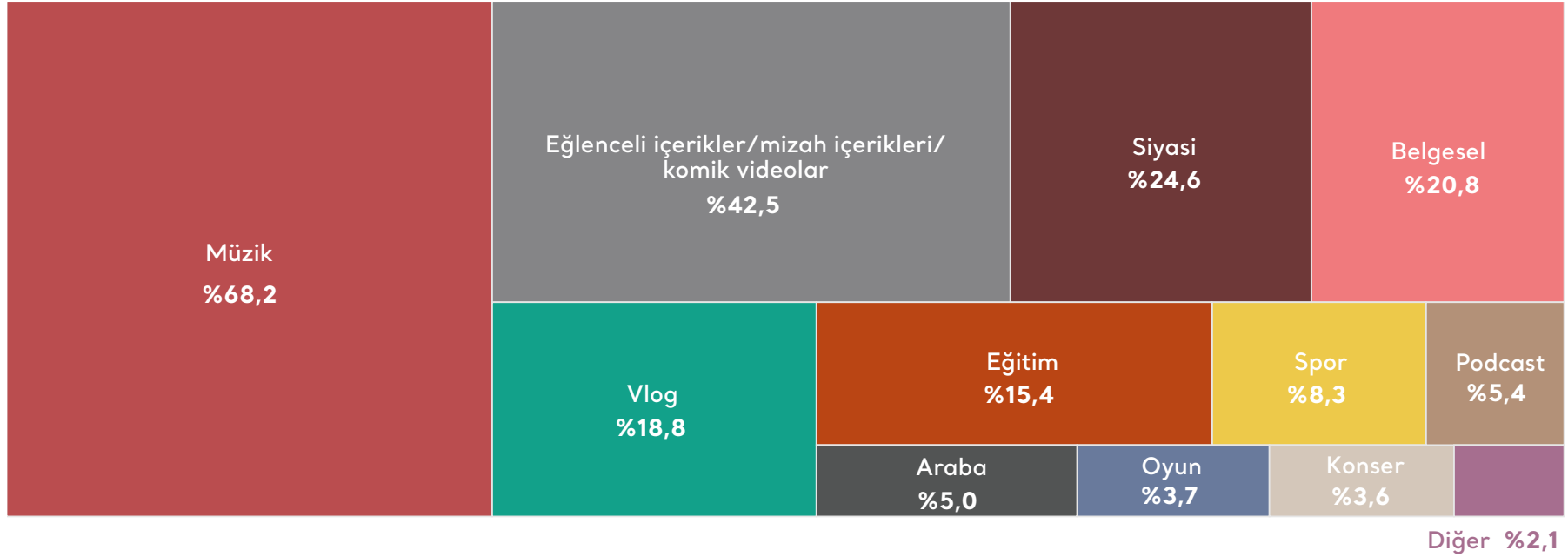
Grafik 4: YouTube'u hangi amaçla kullanırsınız?\*



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## TAKİP EDİLEN İÇERİKLER

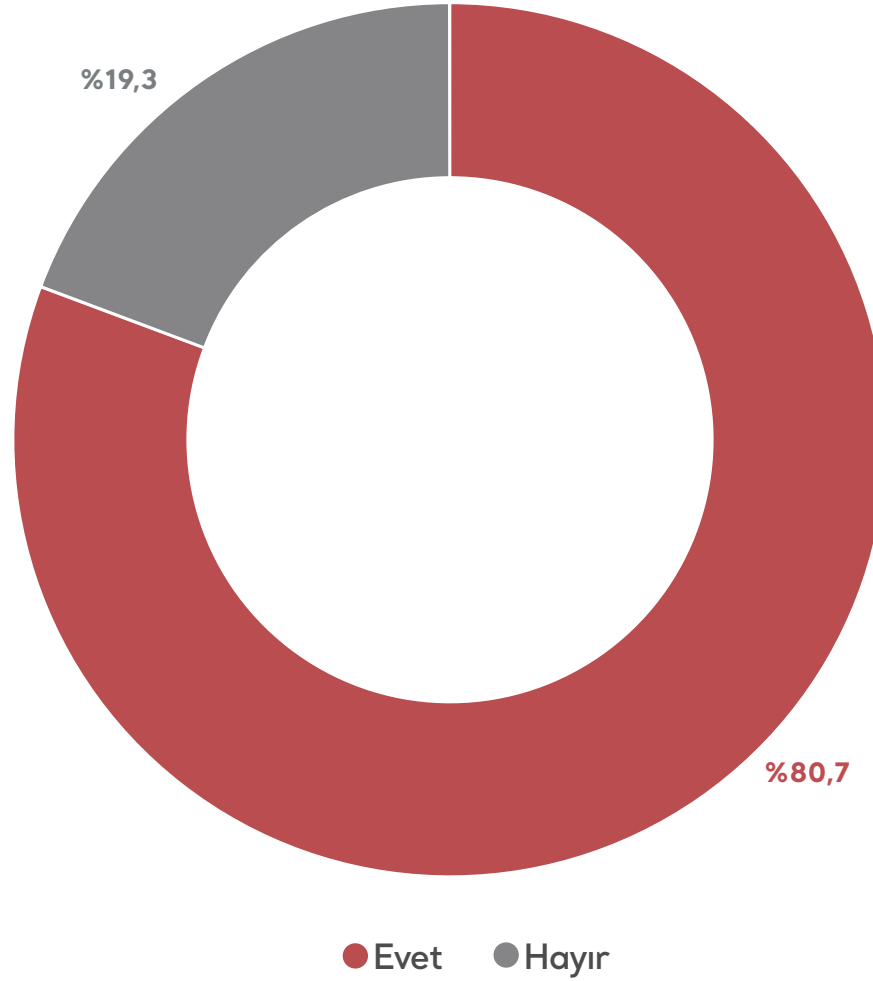
Grafik 5: YouTube'u hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?\*



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

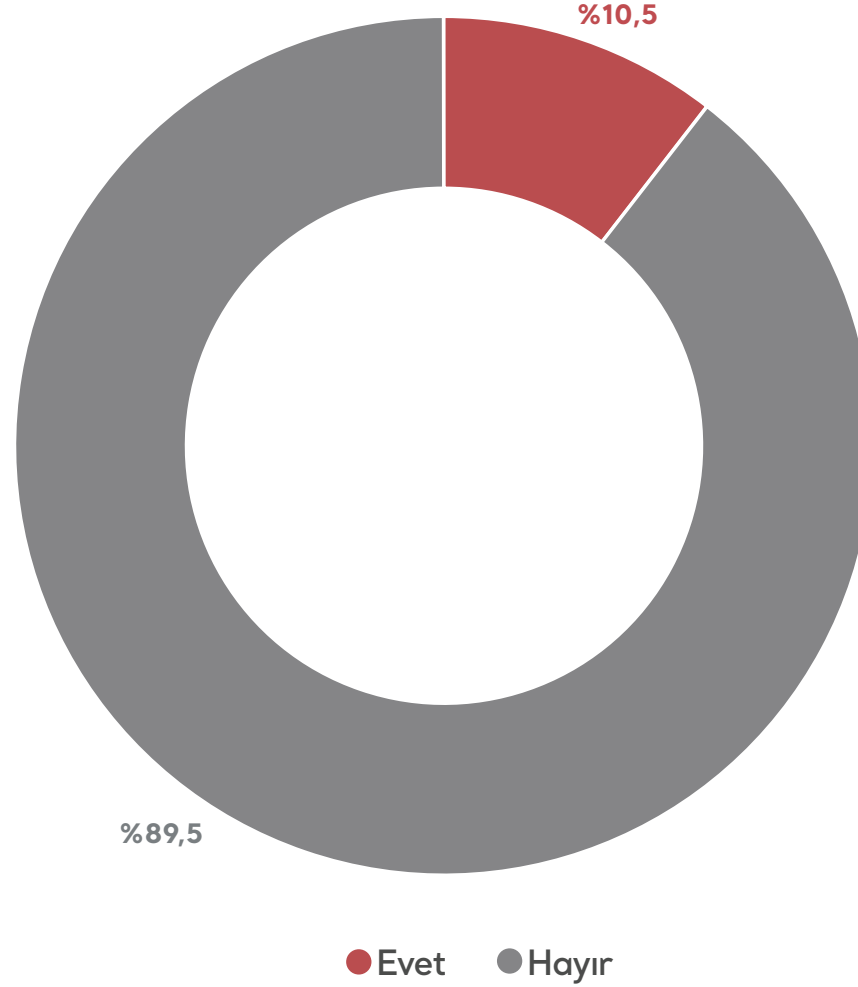
## YOUTUBE REKLAMLARI

Grafik 6: YouTube reklamlarından rahatsız oluyor musunuz?



## YOUTUBE PREMIUM

Grafik 7: YouTube Premium üyesi misiniz?





**SOSYAL AĞ**  
**HARİTASI**