



# SOSYAL AĞ HARİTASI

## SOSYAL AĞ KULLANIMI

I. Araştırma Dönemi  
*Ocak-Şubat 2021*





## GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Sosyal Ağ Kullanımı .....	5
Grafik 2: Sosyal Ağ Tercihleri .....	6
Grafik 3: Günlük Ortalama Sosyal Ağ Kullanımı .....	7
Grafik 4: Sosyal Ağ Kullanım Sıklığındaki Değişiklikler .....	8
Grafik 5: Sosyal Ağ Kullanımının Artışının Sebepleri .....	8
Grafik 6: Sosyal Ağ Kullanımının Azalmasının Sebepleri.....	8
Grafik 7: Sosyal Ağlarda Cihaz Tercihi.....	9
Grafik 8: Sosyal Ağlar ve Kişisel Verilerin Güvenliği .....	10
Grafik 9: WhatsApp Kullanıcı Sözleşmesinin Güncellemesi .....	11
Grafik 10: Tercih Edilecek Uygulama .....	12
Grafik 11: Sosyal Ağların Bilgi Kaynağı Niteliği.....	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 Ocak-Şubat 2021 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.

"Sosyal Ağ Kullanımı Raporu"nun ana temasını sosyal ağ kullanım oranları, sosyal ağ tercihleri, günlük ortalama sosyal ağlarda geçirdiği süre, sosyal ağ kullanım sıklığındaki değişiklikler, cihaz tercihi ve sosyal ağların denetimine bakış açısı oluşturmaktadır. Aynı zamanda raporda sunulan verilerin demografik değişkenlere göre dağılımına da yer verilmiştir. 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 24 Ocak-8 Şubat tarihleri arasında yürütülen I. dönem araştırması, İBBS\* düzey 2 kapsamında 26 ilde yapılmıştır. Araştırma, başlangıç tarihi itibarıyla 18 yaşından gün almış 4.956 kişi ile yüz yüze anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir.

### Katılımcıların Demografik Bilgileri

Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 41,4'ü kadın, yüzde 58,6'sı erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında; yüzde 16,2'si 18-24 yaş grubu, yüzde 20'si 25-34 yaş grubu, yüzde 20,3'ü 35-44 yaş grubu, yüzde 20,7'si 45-54 yaş grubu, yüzde 17,6'sı 55-64 yaş grubu, yüzde 5,2'si 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında; yüzde 1,7'si okuryazar olmayan, yüzde 25,2'si ilkokul, yüzde 16,4'ü ortaokul, yüzde 37,6'sı lise, yüzde 5,1'i ön lisans, yüzde 12,7'si lisans ve yüzde 1,2'si lisansüstü mezundur. Katılımcıların yüzde 14,4'ü emekli, yüzde 27,2'si çalışmayan, yüzde 57,9'u çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 64,1'i evli, yüzde 35,9'u bekârdır. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 34,6'sı metropolde, yüzde 50,2'si kentte ve yüzde 15,3'ü kırsalda yaşamaktadır.

\*İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması

## 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 düzeyindedir. Yarıya yakın kısmı ücretli çalışan, nitelikli uzman (avukat, doktor, mühendis vb.), beyaz yakalıyken, bir kısmı da irili ufaklı işyeri sahibidir.

B grubu: Geneli üniversite ve lisansüstü mezunu, bir kısmı da lise mezunudur. Yarıya yakını memur, teknik personel ve uzman olan bireylerdir.

C1 grubu: Yarisından fazlası lise mezunu, bir kısmı da yüksekokul ve üstü eğitim düzeyine sahiptir. Meslekleri ise esnaf, dükkân sahibi, memur, teknik eleman ve 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/bölümü emekli, ev hanımı ve çoğunlukla parça başı çalışmaktadır.

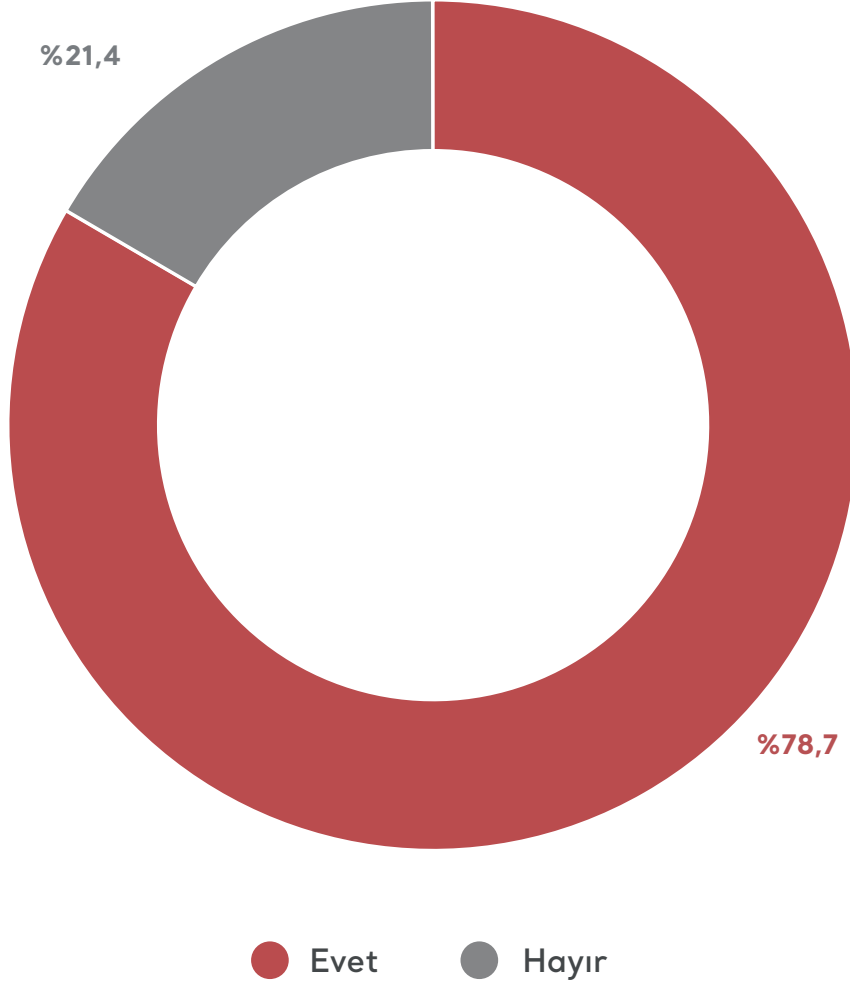
E grubu: Neredeyse tamamı ilkokul mezunu veya ilkokul terktir. Bireyler emekli/çalışan, emekli/çalışmayan, ev kadını ve işsizdir.

Sosyal Ağ Haritası Ocak-Şubat 2021 araştırmasına katılan bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı; yüzde 4,7 A grubu, yüzde 9,7 B grubu, yüzde 30,3 C1 grubu, yüzde 29,1 C2 grubu, yüzde 20,3 D grubu ve yüzde 5,8 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 KULLANIMI

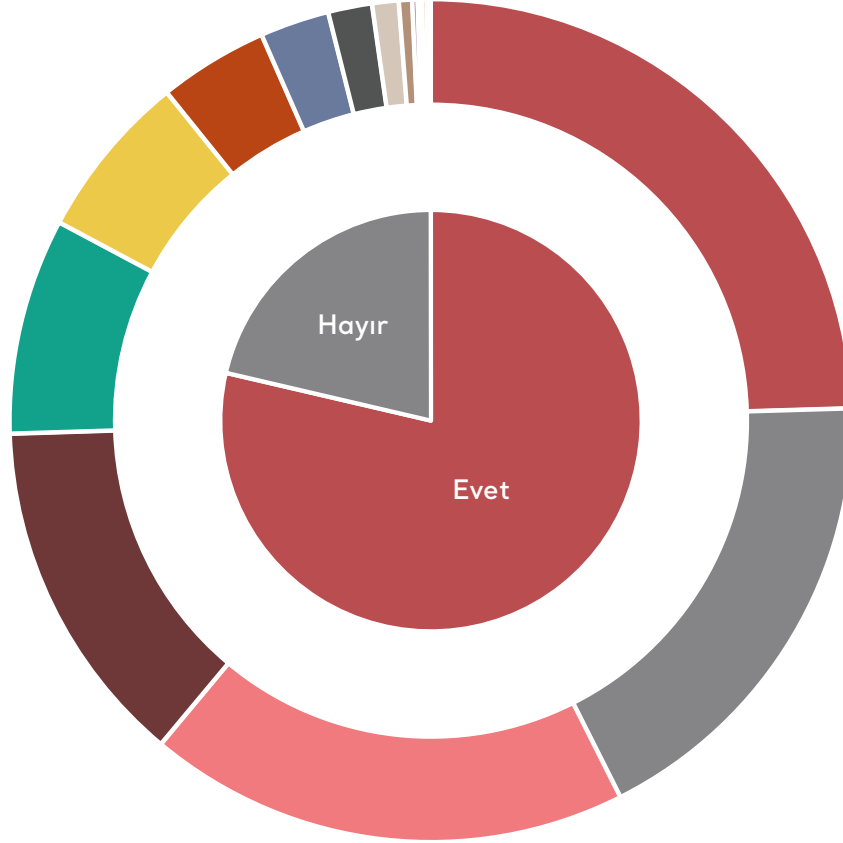
Grafik 1: Sosyal Ağ Kullanımı



\*İnternete erişimi olduğunu ifade eden katılımcılara, "sosyal ağ kullanıp kullanmadıkları" sorulmuştur.

## SOSYAL AĞ TERCİHLERİ

Grafik 2: Sosyal Ağ Tercihleri



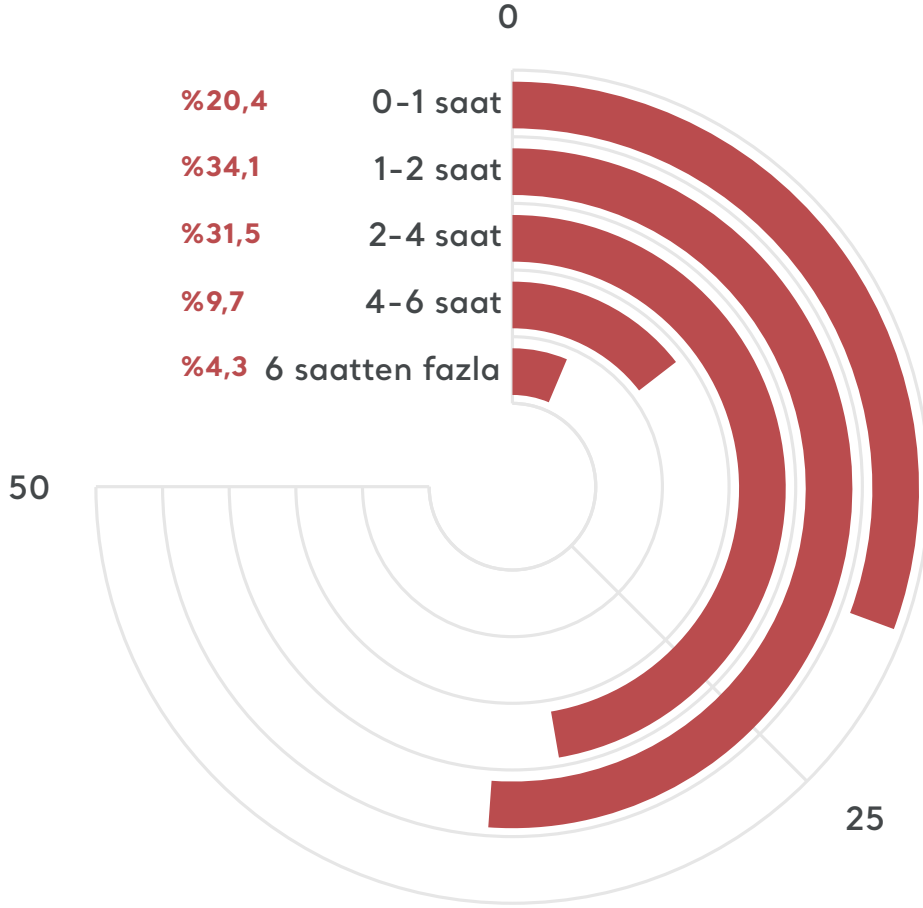
<b>WhatsApp</b> %81,0	<b>Facebook</b> %59,6	<b>Instagram</b> %61,1	<b>YouTube</b> %44,3	<b>Twitter</b> %27,4
<b>Facebook Messenger</b> %21,1	<b>Telegram</b> %13,9	<b>Bip</b> %8,8	<b>TikTok</b> %5,6	<b>Snapchat</b> %3,4
<b>Pinterest</b> %1,7	<b>Tinder</b> %0,6	<b>WeChat</b> %0,5	<b>Signal</b> %0,7	<b>Diğer</b> %0,5

\*Sosyal ağ kullanıcısı olduğunu ifade eden katılımcılara, "hangi sosyal ağları kullandıkları" sorulmuştur. Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.



## GÜNLÜK ORTALAMA SOSYAL AĞ KULLANIMI

Grafik 3: Günlük Ortalama Sosyal Ağ Kullanımı



\*Sosyal ağ kullanıcısı olduğunu ifade eden katılımcılara, "günlük ortalama sosyal ağlarda geçirdikleri süre" sorulmuştur

## SOSYAL AĞ KULLANIM SIKLIĞINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER

*Grafik 4: Sosyal Ağ Kullanım Sıklığındaki Değişiklikler*

	Yüzde
Arttı	8,2
Değişmedi	85,6
Azaldı	6,2

*Grafik 5: Sosyal Ağ Kullanımının Artışının Sebepleri*

	Yüzde
İşsizlik	6,6
Pandemi ve yasaklar nedeniyle	60,2
Zaman geçirmek için	13,1
Gündemi takip etmek için	3,7
Diğer	7,8
Cevap yok/Fikri yok	8,2

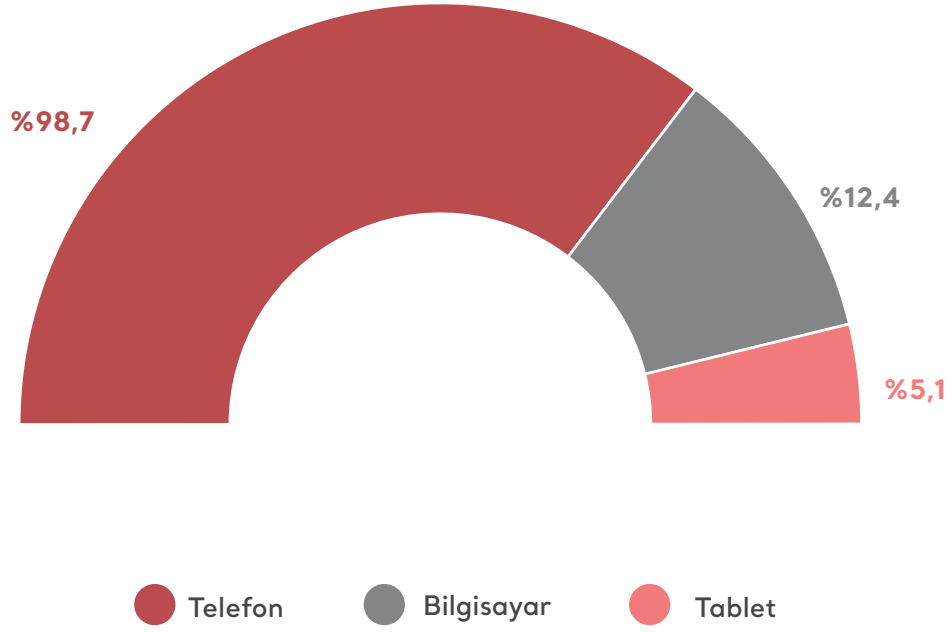
*Grafik 6: Sosyal Ağ Kullanımının Azalmasının Sebepleri*

	Yüzde
İş yoğunluğu	17,4
İlgimi çekmiyor	14,7
Ders yoğunluğu nedeniyle	4,3
Diğer	8,7
Cevap yok/Fikri yok	54,9

\*Katılımcıların sosyal ağ kullanım sıklığındaki olası değişimleri belirlemek amacıyla "Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde sosyal ağ kullanım sıklığınızda bir değişiklik (artma/azalma) oldu mu?" sorusuna yanıt vermeleri istenmiştir.

## SOSYAL AĞLARDA CİHAZ TERCİHİ

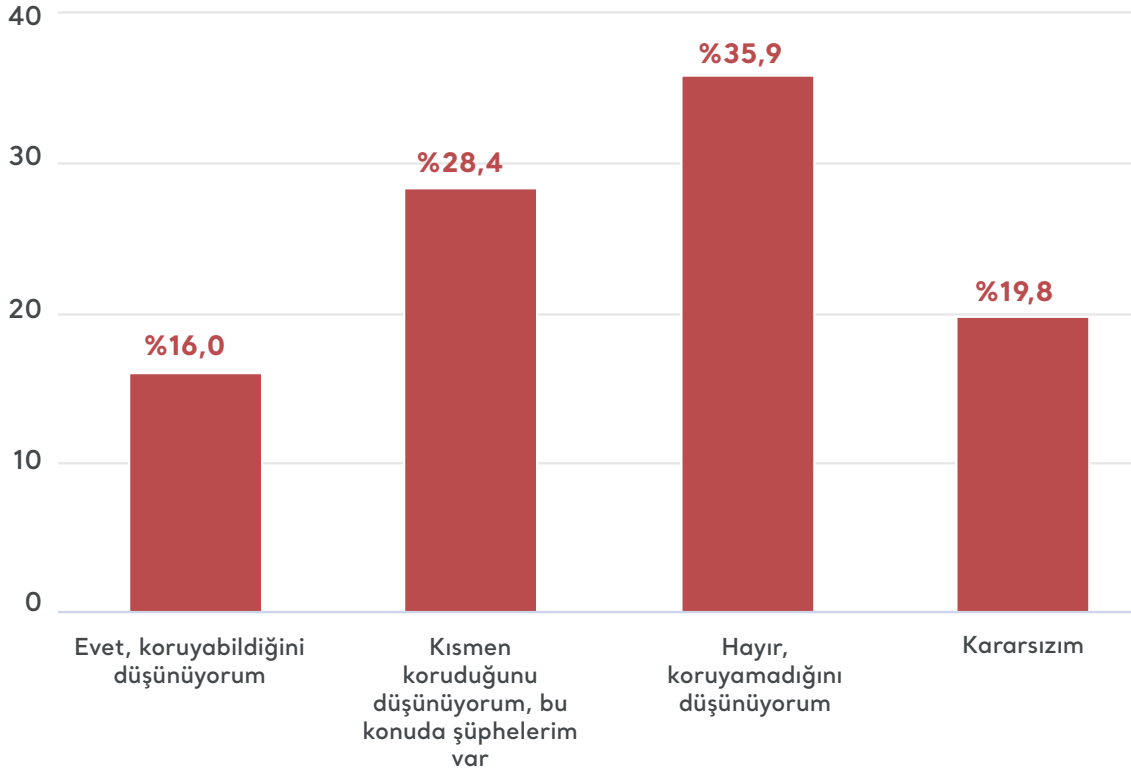
Grafik 7: Sosyal Ağlarda Cihaz Tercihii



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## SOSYAL AĞLAR VE KİŞİSEL VERİLERİN GÜVENLİĞİ

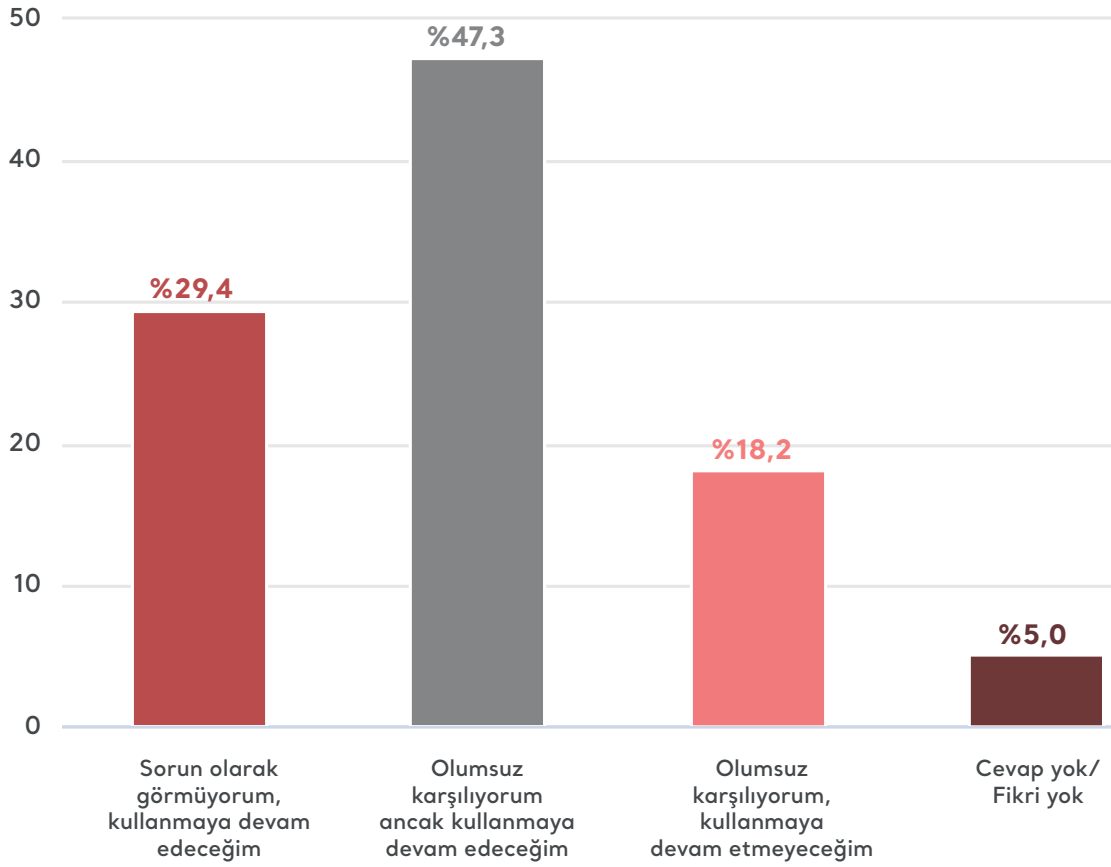
*Grafik 8: Sosyal Ağlar ve Kişisel Verilerin Güvenliği*



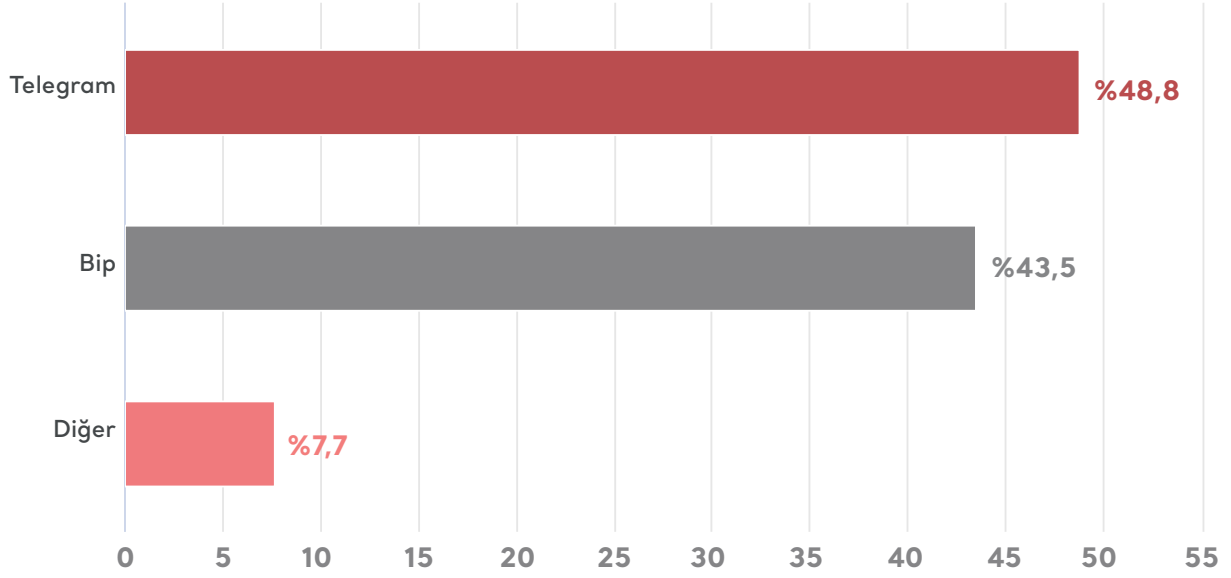
\*Sosyal ağların kişisel verilerin güvenliğini sağlaması konusundaki düşüncelerini öğrenmek amacıyla "Sosyal ağların kişisel verilerinizi koruyabildiğini düşünüyor musunuz?" sorusu yöneltilmiştir.

## WHATSAPP KULLANICI SÖZLEŞMESİNİN GÜNCELLENMESİ TARTIŞMALARI

*Grafik 9: WhatsApp Kullanıcı Sözleşmesinin Güncellenmesi*

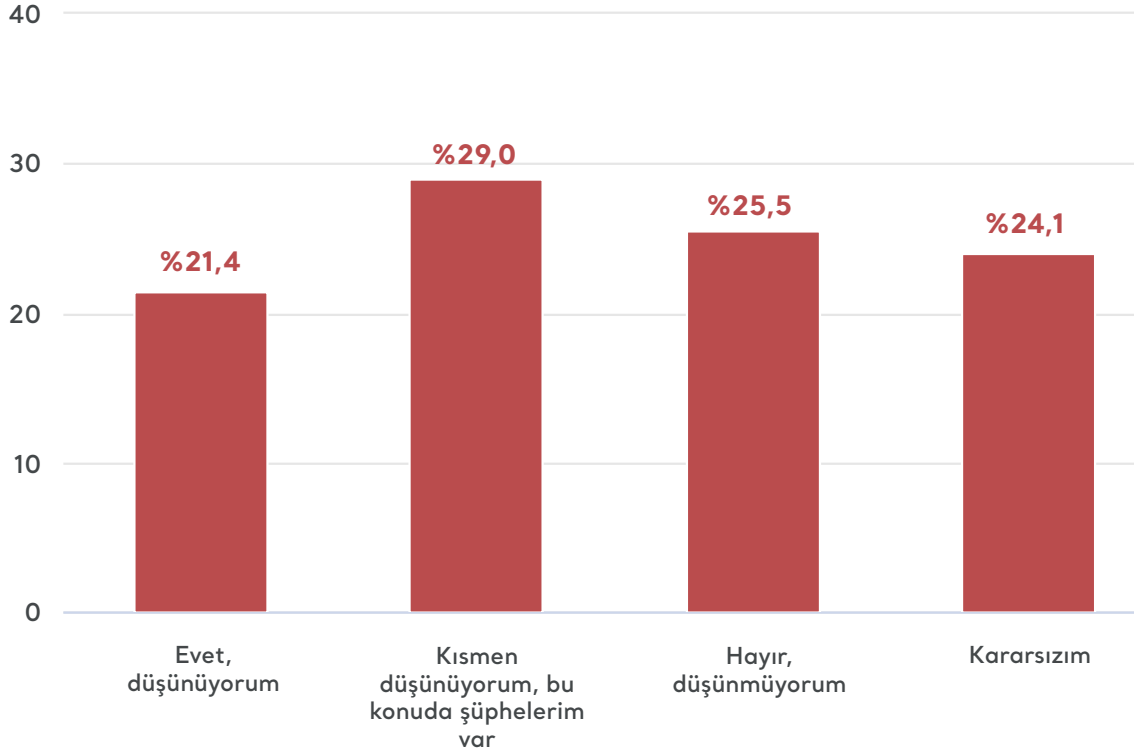


**Grafik 10: Tercih Edilecek Uygulama**



## SOSYAL AĞLARIN BİLGİ KAYNAĞI NİTELİĞİ

*Grafik 11: Sosyal Ağların Bilgi Kaynağı Niteliği*



\*Sosyal ağların bireyler tarafından bilgi kaynağı olarak kabul edilmesi durumunu tespit etmek amacıyla "Sosyal ağların diğer medya platformlarından (TV, radyo, gazeteler vb.) daha iyi bir bilgi kaynağı olduğunu düşünüyor musunuz?" sorusu katılımcılara yöneltilmiştir.

