



SOSYAL AĞ HARİTASI

SOSYAL AĞ KULLANIMI

II. Araştırma Dönemi
Nisan 2021



GRAFİK LİSTESİ

| | |
|---|----|
| Grafik 1: Sosyal Ağ Kullanımı | 7 |
| Grafik 2: Sosyal Ağ Tercihleri | 8 |
| Grafik 3: Günlük Ortalama Sosyal Ağ Kullanımı | 9 |
| Grafik 4: Sosyal Ağ Kullanım Sıklığındaki Değişiklikler | 10 |
| Grafik 5: Sosyal Ağ Kullanımının Artışının Sebepleri..... | 11 |
| Grafik 6: Sosyal Ağ Kullanımının Azalmasının Sebepleri..... | 12 |
| Grafik 7: Sosyal Ağlarda Cihaz Tercihi..... | 13 |
| Grafik 8: Sosyal Ağların Denetimi..... | 14 |
| Grafik 9: Sosyal Ağların Denetlenme Sebepleri..... | 15 |
| Grafik 10: Sosyal Ağların Denetlenmeme Sebepleri..... | 16 |
| Grafik 11: Sosyal Ağlar ve Kişisel Verilerin Güvenliği..... | 17 |
| Grafik 12: Sosyal Ağların Bilgi Kaynağı Niteliği..... | 18 |



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 Nisan 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 Kullanım 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 7-20 Nisan tarihleri arasında yürütülen II. dönem araştırması, İBBS* düzey 2 kapsamında 26 ilde yapılmıştır. Araştırma başlangıç tarihi itibarıyla 15 yaşından gün almış 6.000 kişi ile yüz yüze anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Sosyal Ağ Haritası II. 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.

*İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması

Katılımcıların Demografik Bilgileri

Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 46,3'ü kadın, yüzde 53,7'si erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 5,1'i 15-17 yaş grubu, yüzde 17,2'si 18-24 yaş grubu, yüzde 21,8'i 25-34 yaş grubu, yüzde 21,5'i 35-44 yaş grubu, yüzde 15,4'ü 45-54 yaş grubu, yüzde 12,3'ü 55-64 yaş grubu, yüzde 6,7'si 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 2,9'u okuryazar olmayan, yüzde 4,4'ü okuryazar, yüzde 9'u ilkokul, yüzde 17,8'i ortaokul, yüzde 31,3'ü lise, yüzde 7,4'ü ön lisans, yüzde 23,6'sı lisans ve yüzde 3,8'i lisansüstü mezunudur. Katılımcıların yüzde 10'u emekli, yüzde 44'ü çalışmayan, yüzde 46,1'i çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 46,5'i evli, yüzde 48,7'si bekarken, yüzde 4,8'i bu soruya cevap vermeyenlerdir. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 26,7'si metropolde, yüzde 63'ü kentte ve yüzde 10,4'ü kırsalda yaşamaktadır.

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 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, 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 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.

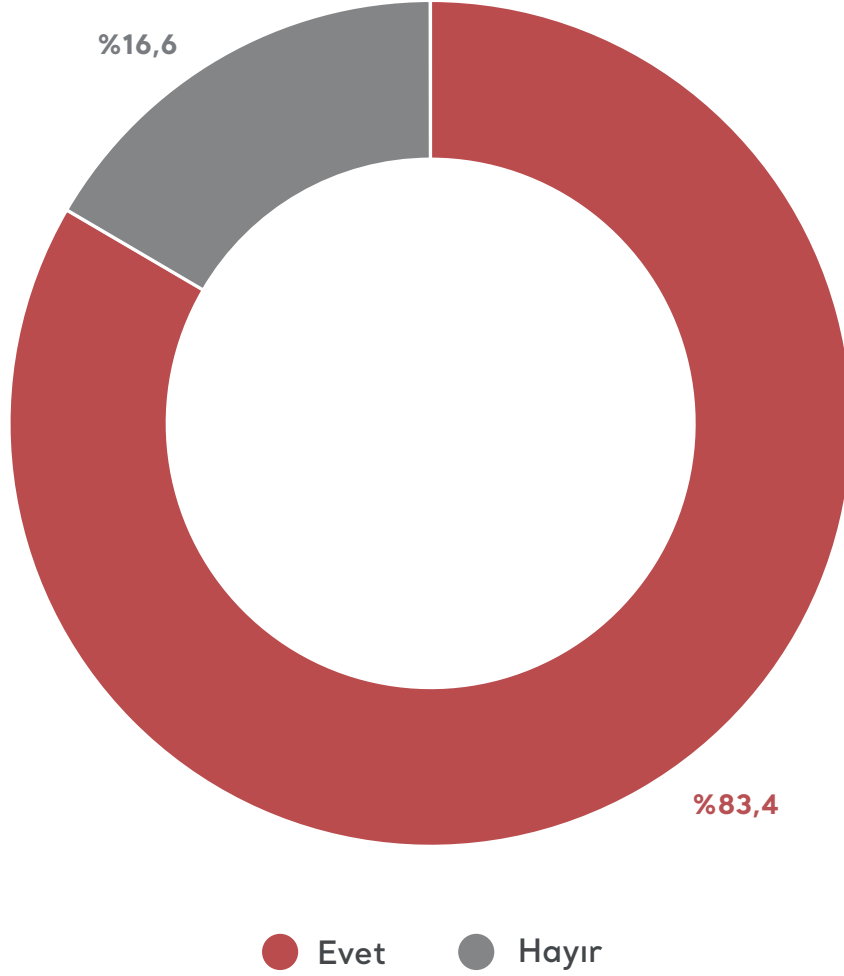
Sosyal Ağ Haritası 7-20 Nisan 2021 araştırmasına katılan bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 14,7'si A grubu, yüzde 17,1'i B grubu, yüzde 23,2'si C1 grubu, yüzde 24,9'u C2 grubu, yüzde 13,4'ü D grubu ve yüzde 6,9'u E grubu şeklindedir.

*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

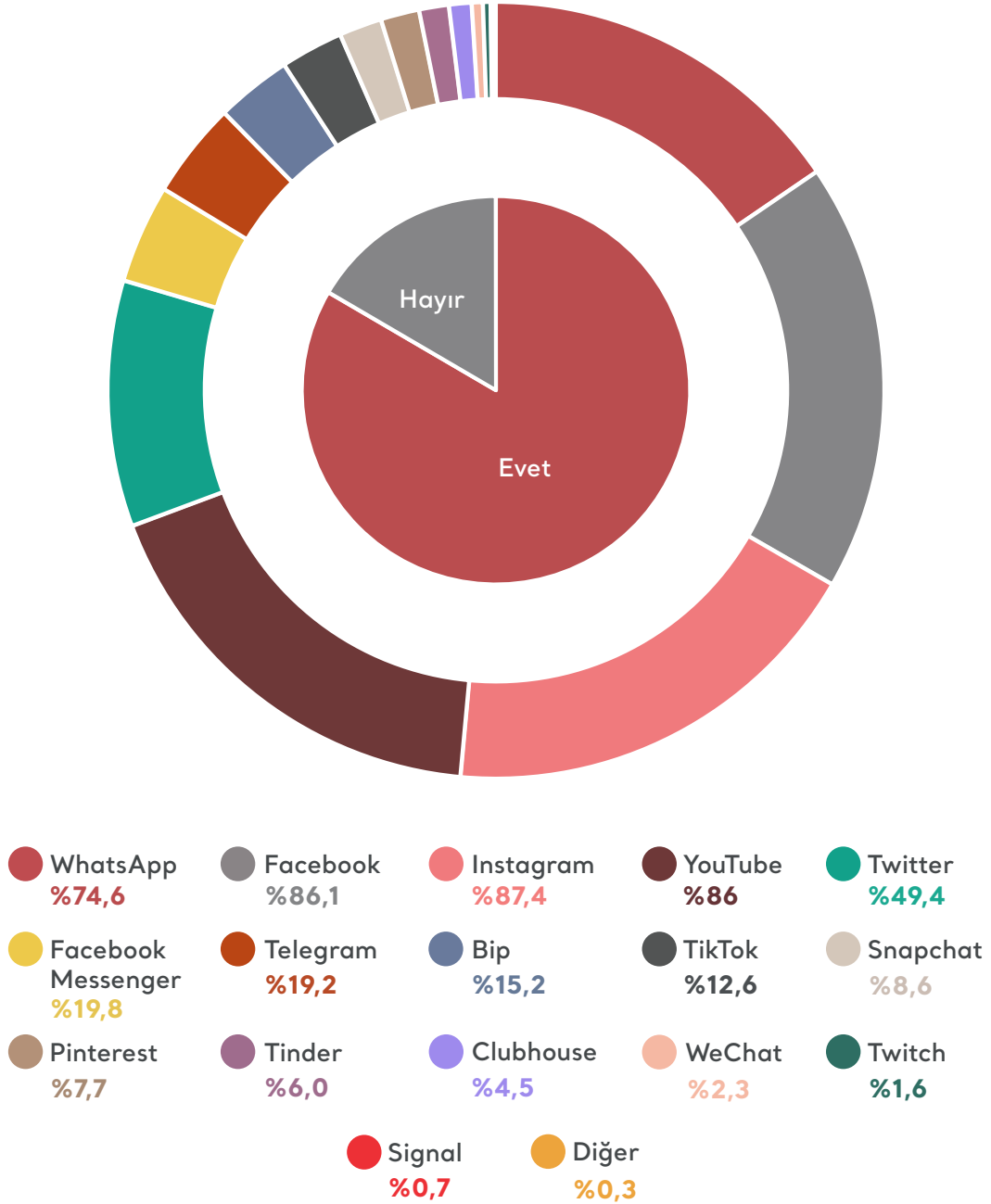
Grafik 1: Sosyal Ağ Kullanımı



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

SOSYAL AĞ TERCİHLERİ

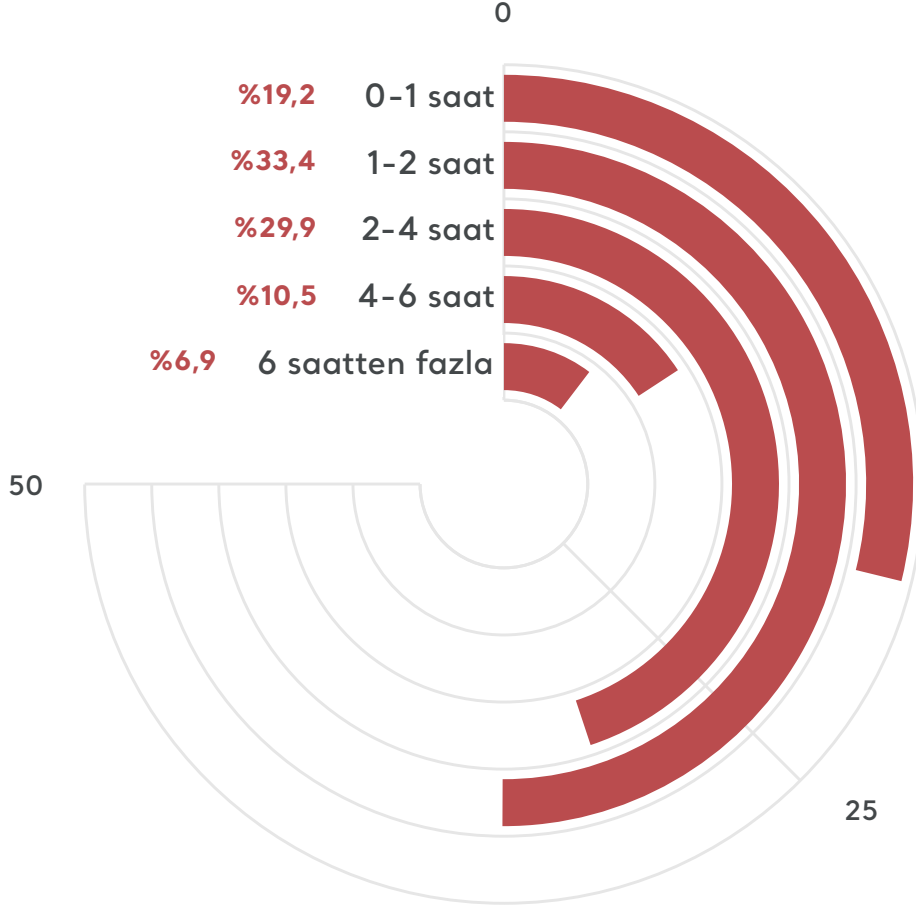
Grafik 2: Sosyal Ağ Tercihleri



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

GÜNLÜK ORTALAMA SOSYAL AĞ KULLANIMI

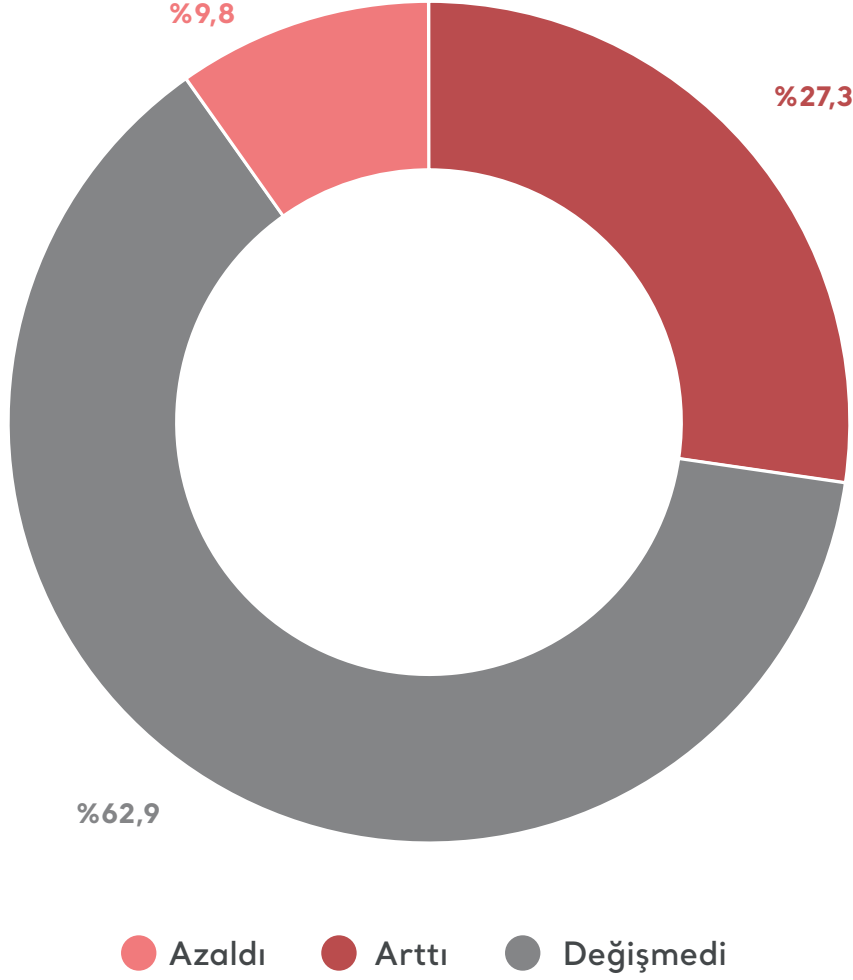
Grafik 3: Günlük Ortalama Sosyal Ağ Kullanımı



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

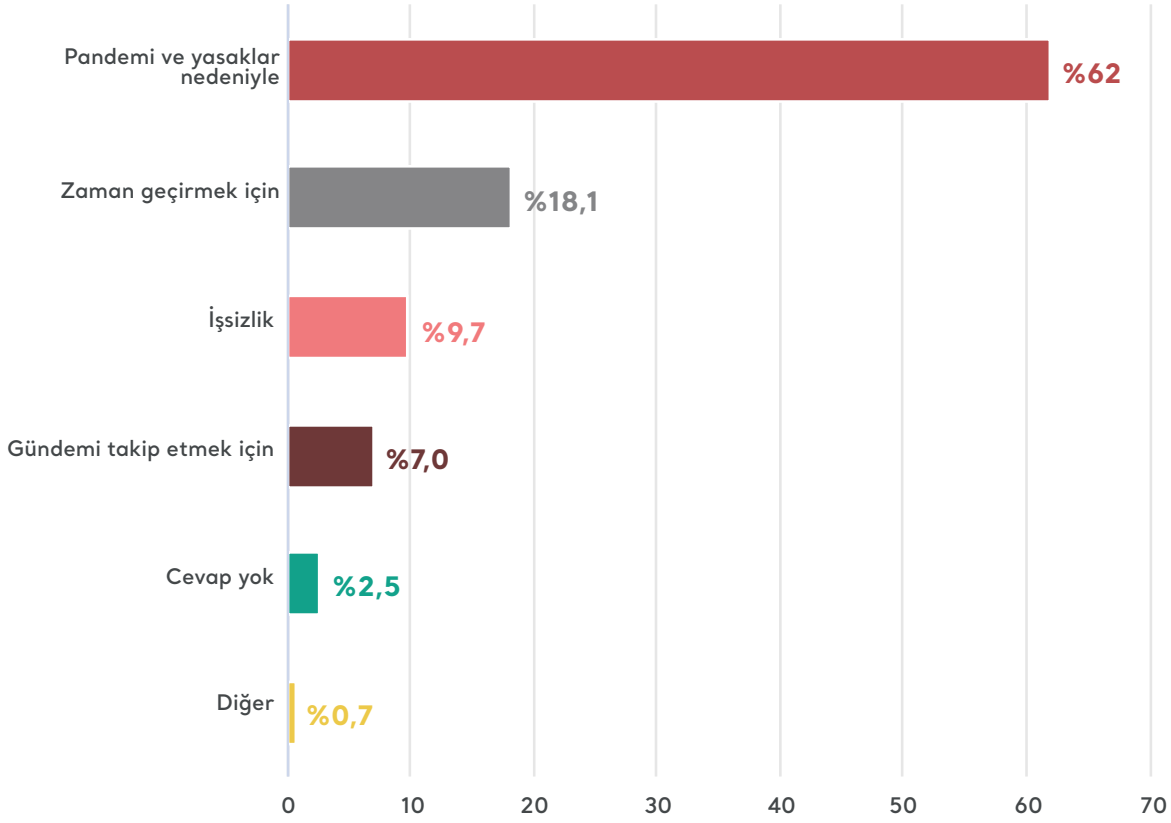
SOSYAL AĞ KULLANIM SIKLIĞINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER

Grafik 4: Sosyal Ağ Kullanım Sıklığındaki Değişiklikler

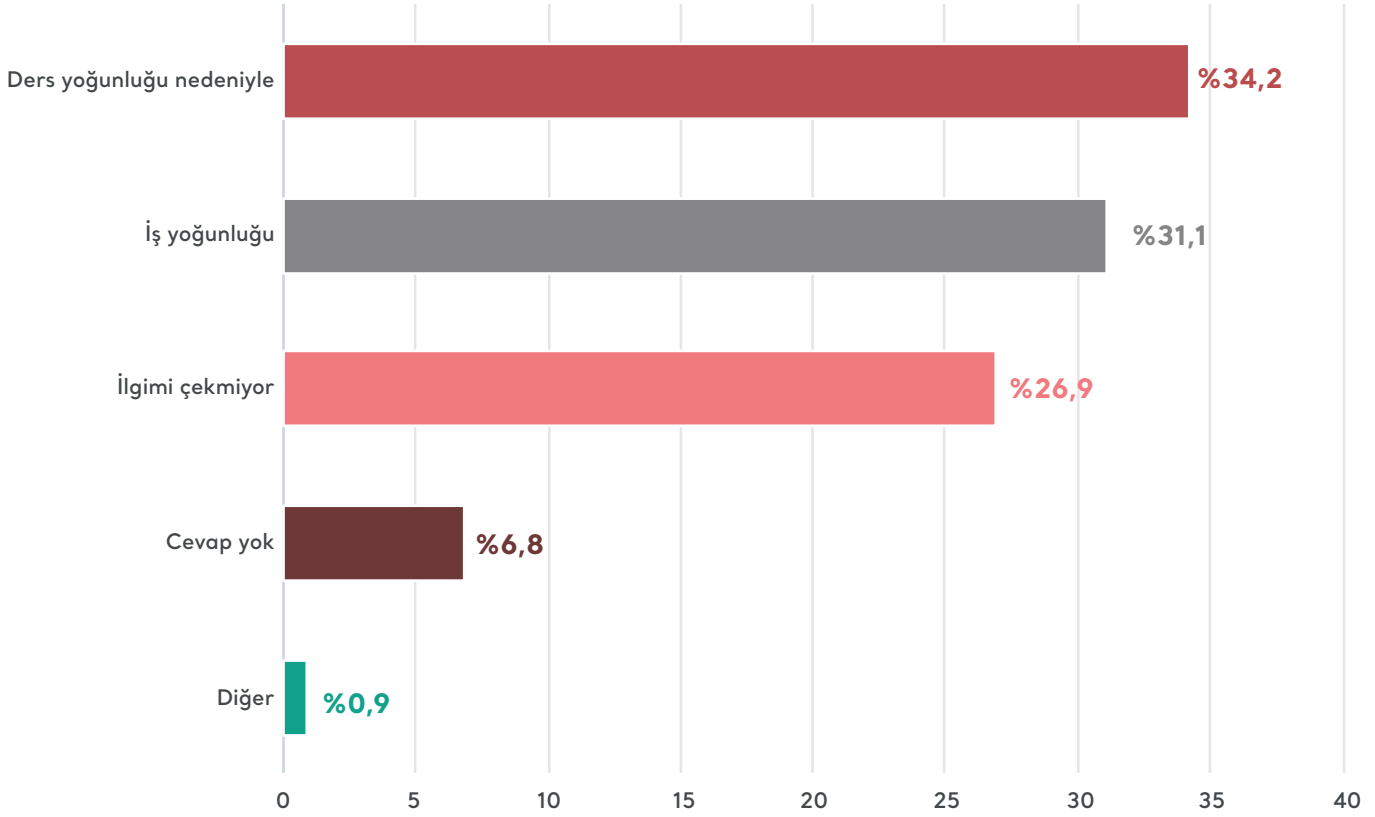


*Katılımcıların sosyal ağ kullanım sıklığındaki olası değişimleri belirlemek amacıyla "Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde sosyal ağ kullanım sıklığınızda bir değişiklik (artma/azalma) oldu mu?" sorusuna yanıt vermeleri istenmiştir.

Grafik 5: Sosyal Ağ Kullanımının Artışının Sebepleri

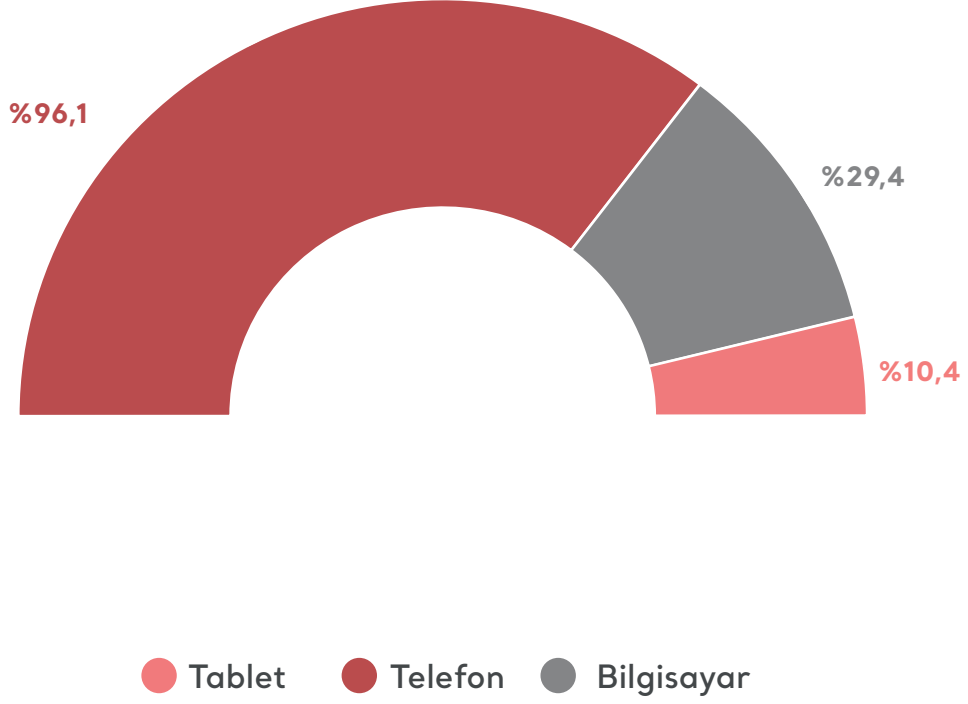


Grafik 6: Sosyal Ağ Kullanımının Azalmasının Sebepleri



SOSYAL AĞLARDA CİHAZ TERCİHİ

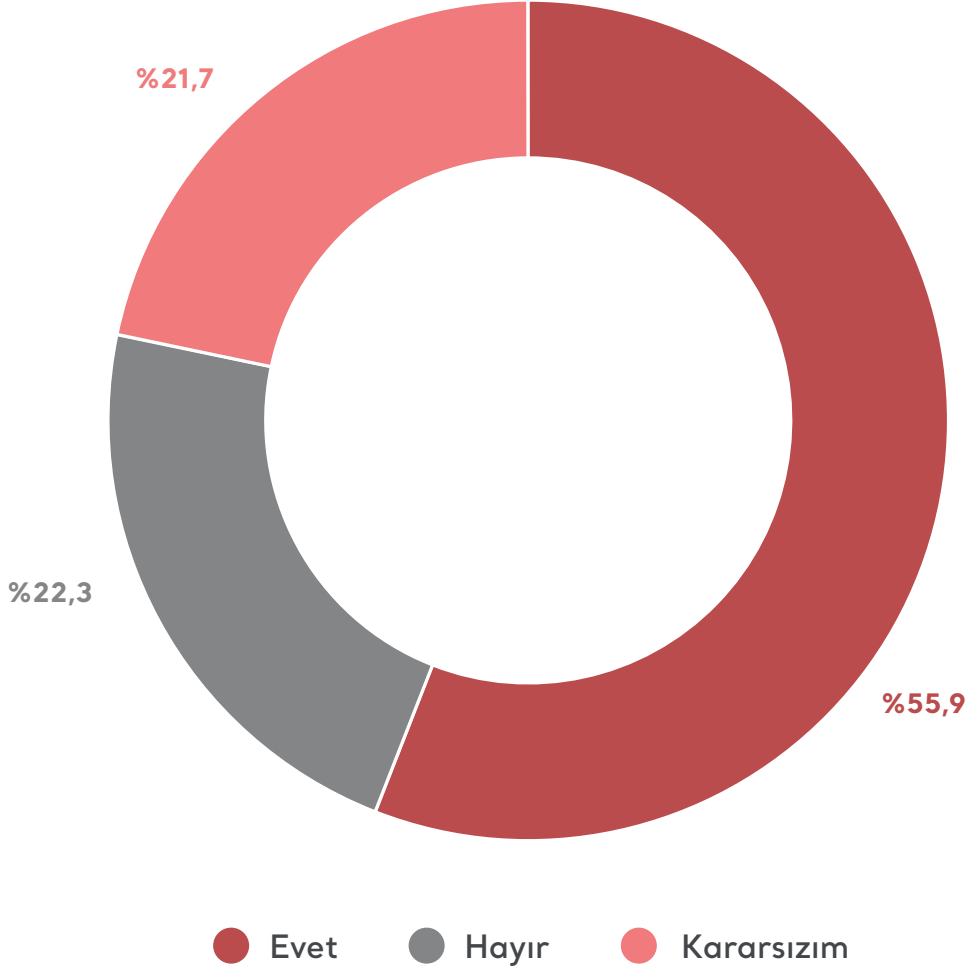
Grafik 7: Sosyal Ağlarda Cihaz Tercihî



*Sosyal ağ kullanıcılarına "hangi cihazlar üzerinden sosyal ağlara bağlanmayı tercih ettiği" sorulmuştur. Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

SOSYAL AĞLARIN DENETİMİ

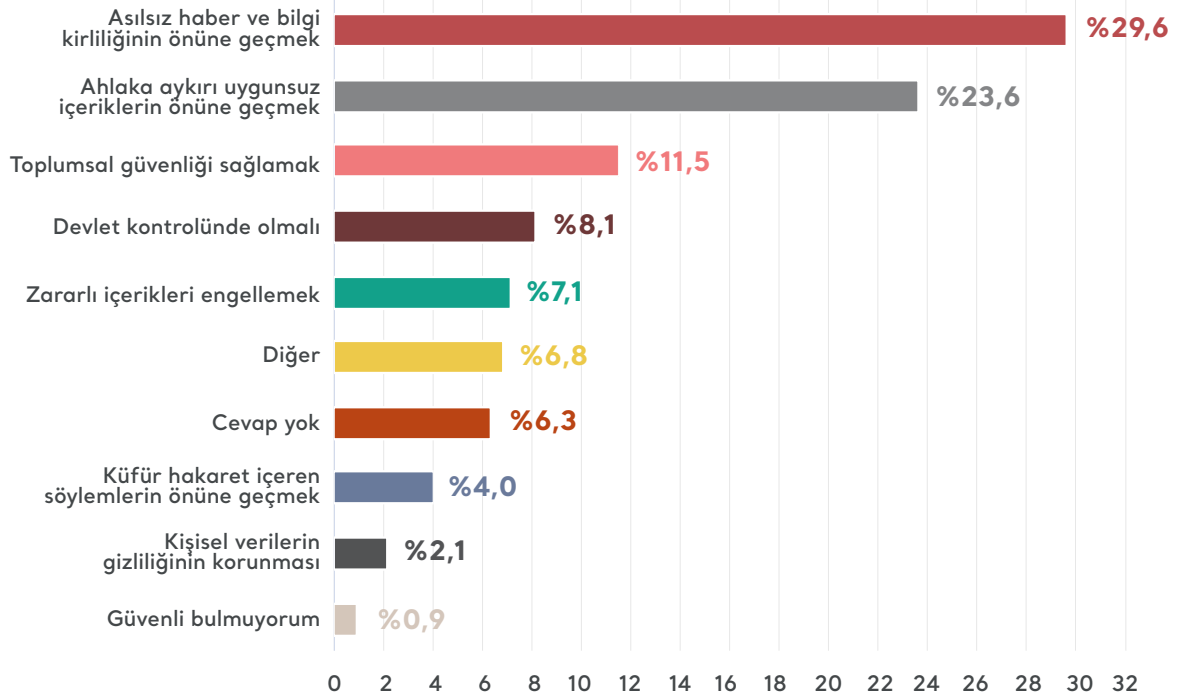
Grafik 8: Sosyal Ağların Denetimi



*Sosyal ağların denetimi ile ilgili düşüncelerini tespit etmek amacıyla sosyal ağ kullanıcılarına "Sosyal ağların denetlenmesi gerektiğini düşünüyor musunuz?" sorusu yöneltilmiştir.

SOSYAL AĞLARIN DENETLENME SEBEPLERİ

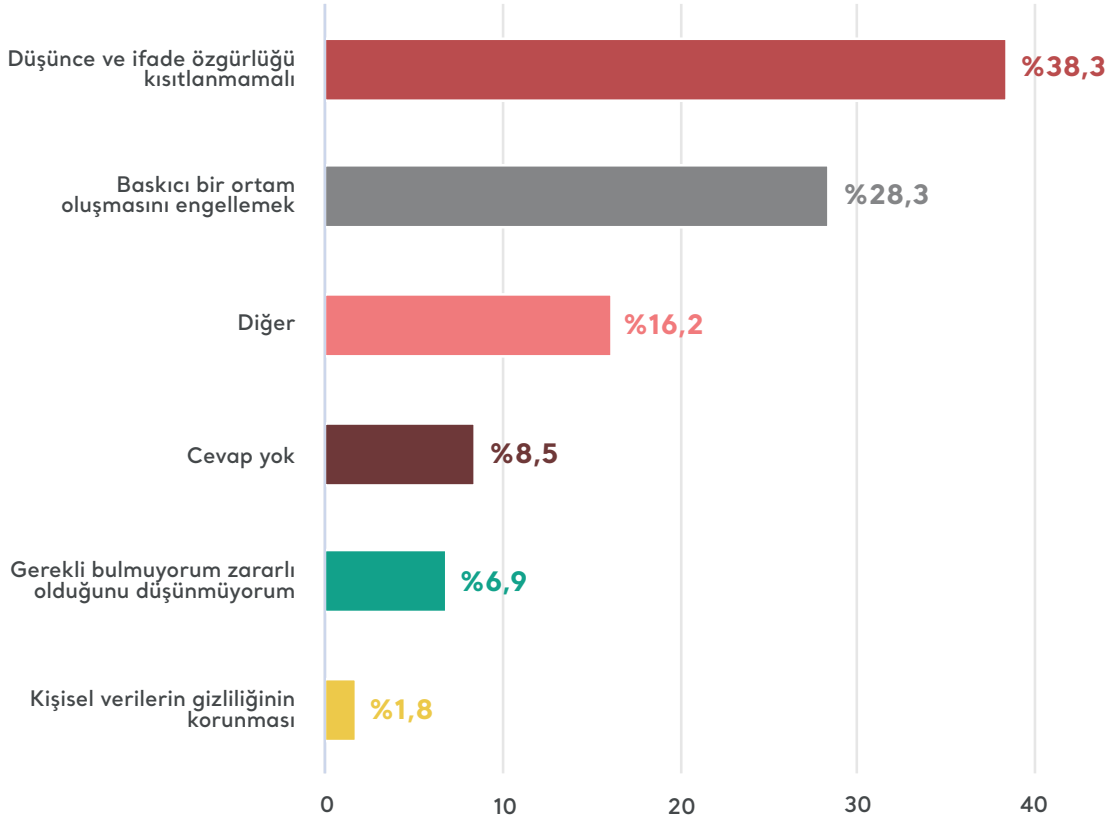
Grafik 9: Sosyal Ağların Denetlenme Sebepleri



*"Sosyal ağların denetlenmesi gerektiğini düşünüyor musunuz?" sorusuna "Evet" yanıtı verenlere sosyal ağların neden denetlenmesi gerektiği sorulmuştur.

SOSYAL AĞLARIN DENETLENMEME SEBEPLERİ

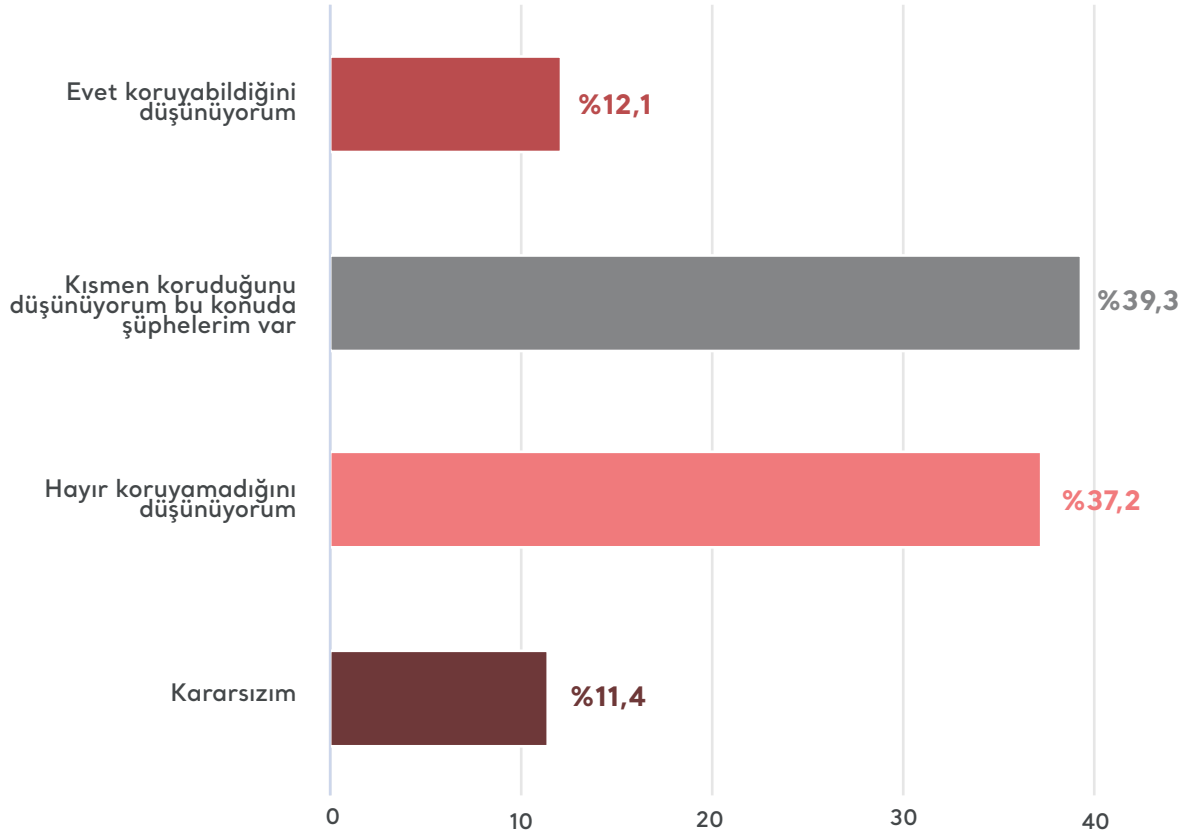
Grafik 10: Sosyal Ağların Denetlenmeme Sebepleri



*"Sosyal ağların denetlenmesi gerektiğini düşünüyor musunuz?" sorusuna "Hayır" yanıtı verenlere sosyal ağların neden denetlenmesine gerek olmadığı sorulmuştur.

SOSYAL AĞLAR VE KİŞİSEL VERİLERİN GÜVENLİĞİ

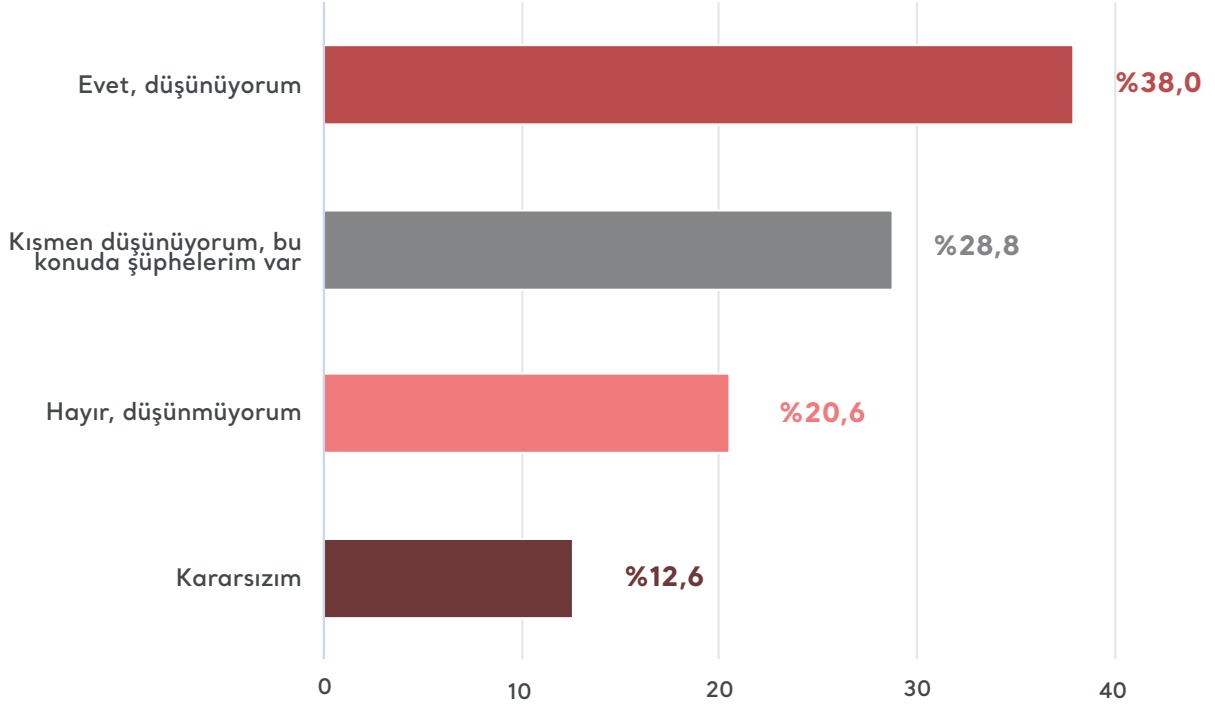
Grafik 11: Sosyal Ağlar ve Kişisel Verilerin Güvenliği



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

SOSYAL AĞLARIN BİLGİ KAYNAĞI NİTELİĞİ

Grafik 12: 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.



