



SOSYAL AĞ HARİTASI

TWITTER KULLANIM RAPORU

II. Araştırma Dönemi
Nisan 2021





GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Üyelik Süresi	7
Grafik 2: Günlük Ortalama Twitter Kullanımı	8
Grafik 3: Takip Sayısı	9
Grafik 4: Takipçi Sayısı	10
Grafik 5: Takip Edilen İçerikler	11
Grafik 6: Kullanım Amacı	12
Grafik 7: Tweet Paylaşım Sıklığı	13
Grafik 8: Tweet İçerikleri	14
Grafik 9: Hikayeler Bölümü	15
Grafik 10: Hikaye Paylaşma Sıklığı	16



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.

"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 vb.) 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. Araştırma kapsamında Twitter kullandığını belirten 2.135 kişiden, 2.062'si Twitter için hazırlanan anket formunu cevaplandırmıştır.

*İstatistikî 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, dükkan 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.

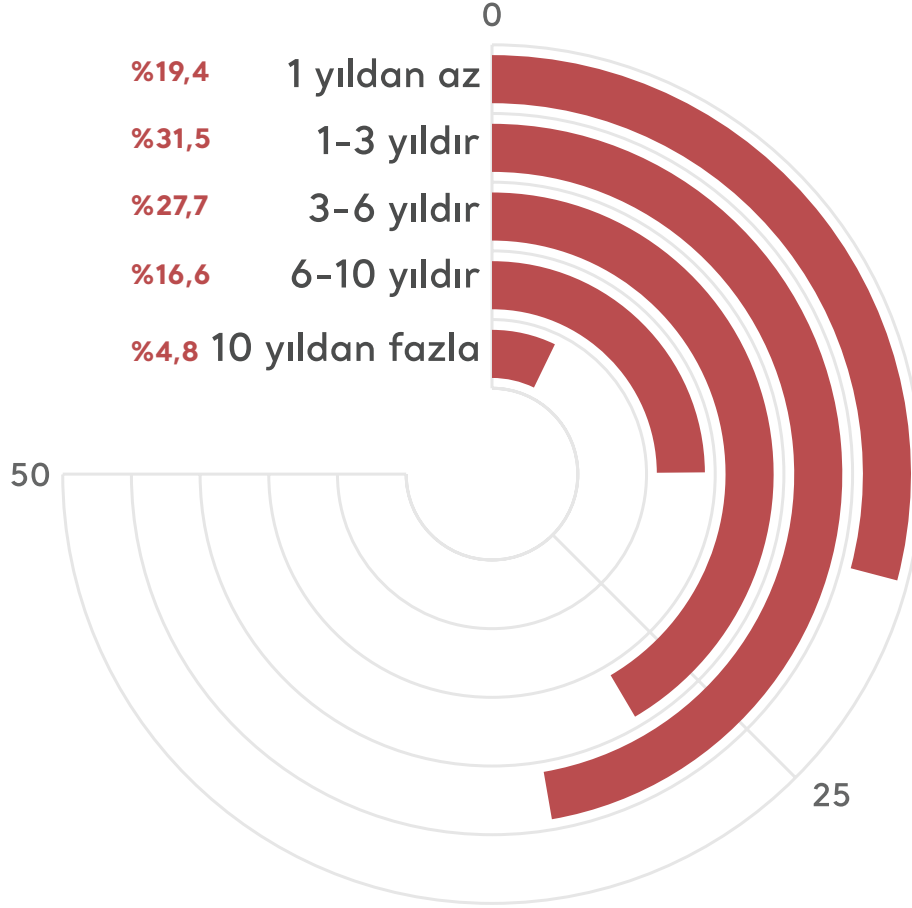
Sosyal Ağ Haritası 7-20 Nisan 2021 araştırmasına katılan bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 14,7'si A grubu, yüzde 17,1'i B grubu, yüzde 23,2'si C1 grubu, yüzde 24,9'u C2 grubu, yüzde 13,4'ü D grubu ve yüzde 6,9'u E grubu şeklindedir.

*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-statü-2012>



ÜYELİK SÜRESİ

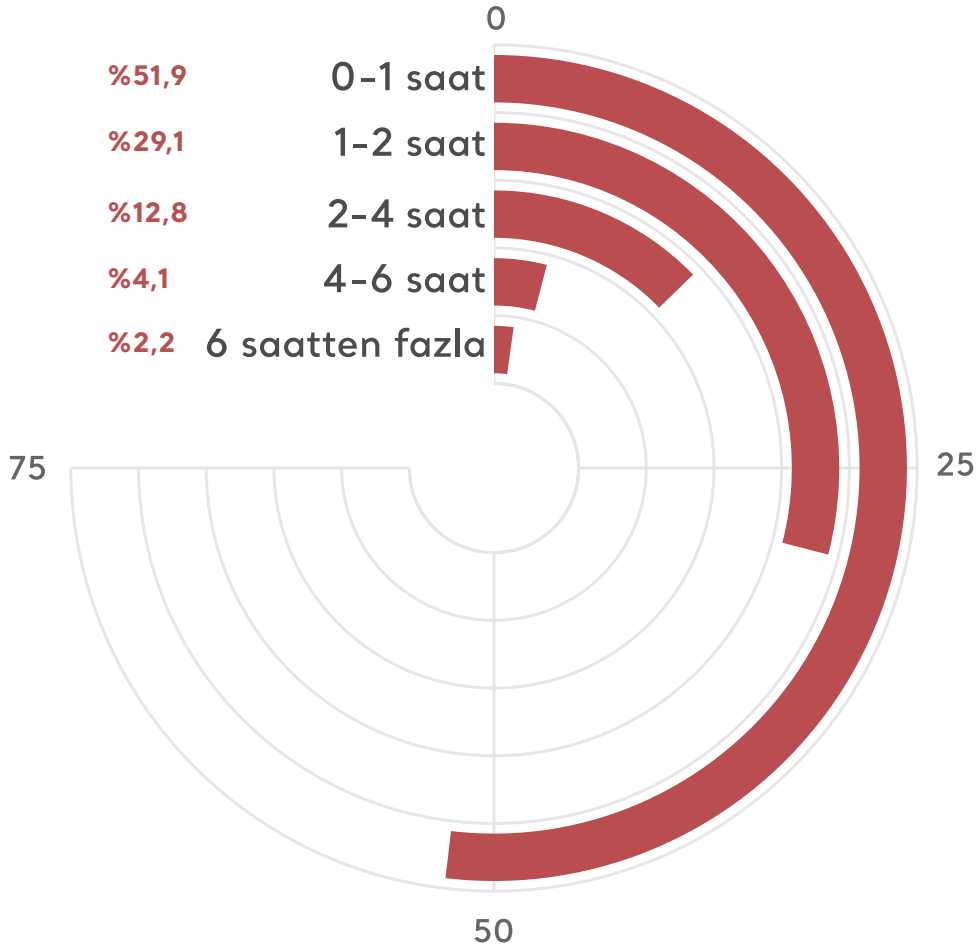
Grafik 1: Üyelik Süresi



*Twitter kullanıcısı olduğunu ifade eden katılımcılara, "Twitter'a ne zamandan beri üye oldukları" sorulmuştur.

GÜNLÜK ORTALAMA TWITTER KULLANIMI

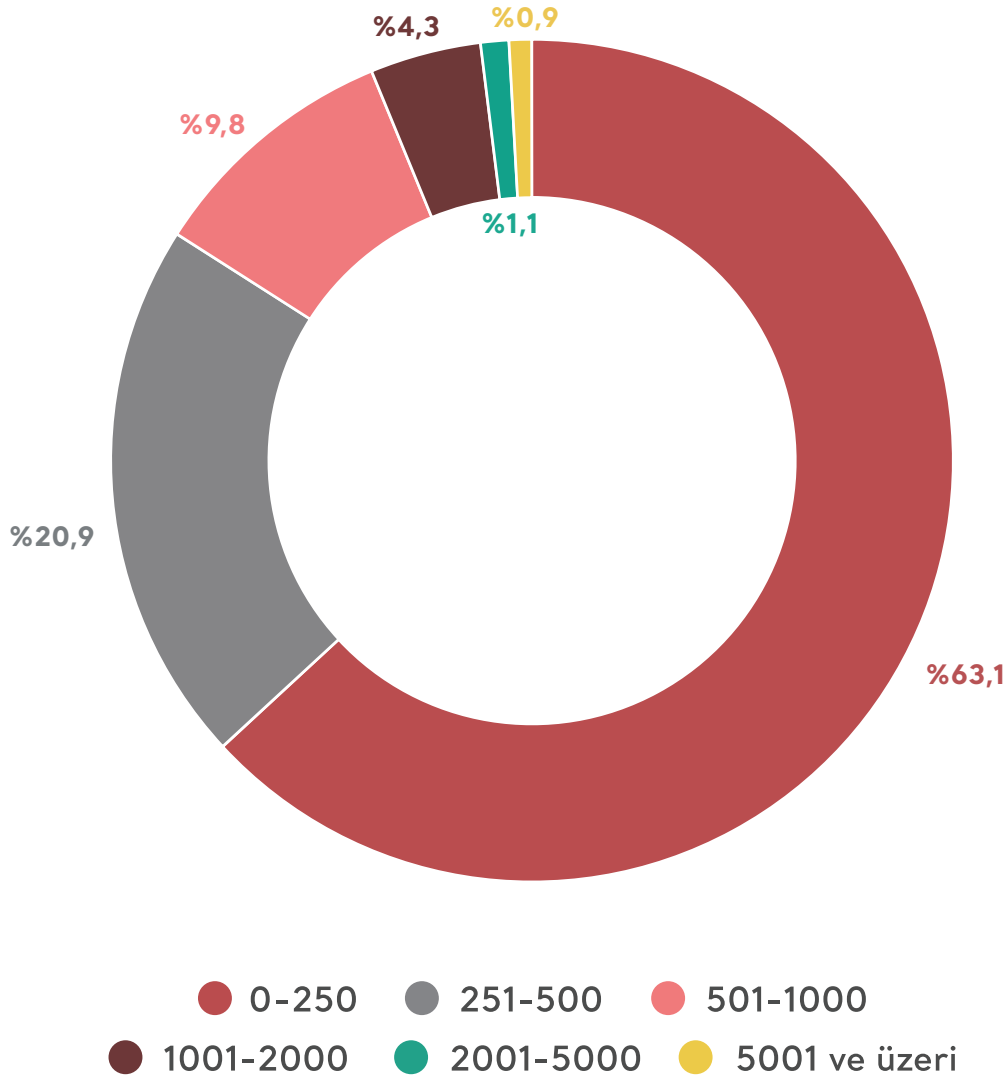
Grafik 2: Günlük Ortalama Twitter Kullanımı



*Twitter kullanıcısı olduğunu ifade eden katılımcılara, "günlük ortalama Twitter'da geçirdikleri süre" sorulmuştur.

TAKİP SAYISI

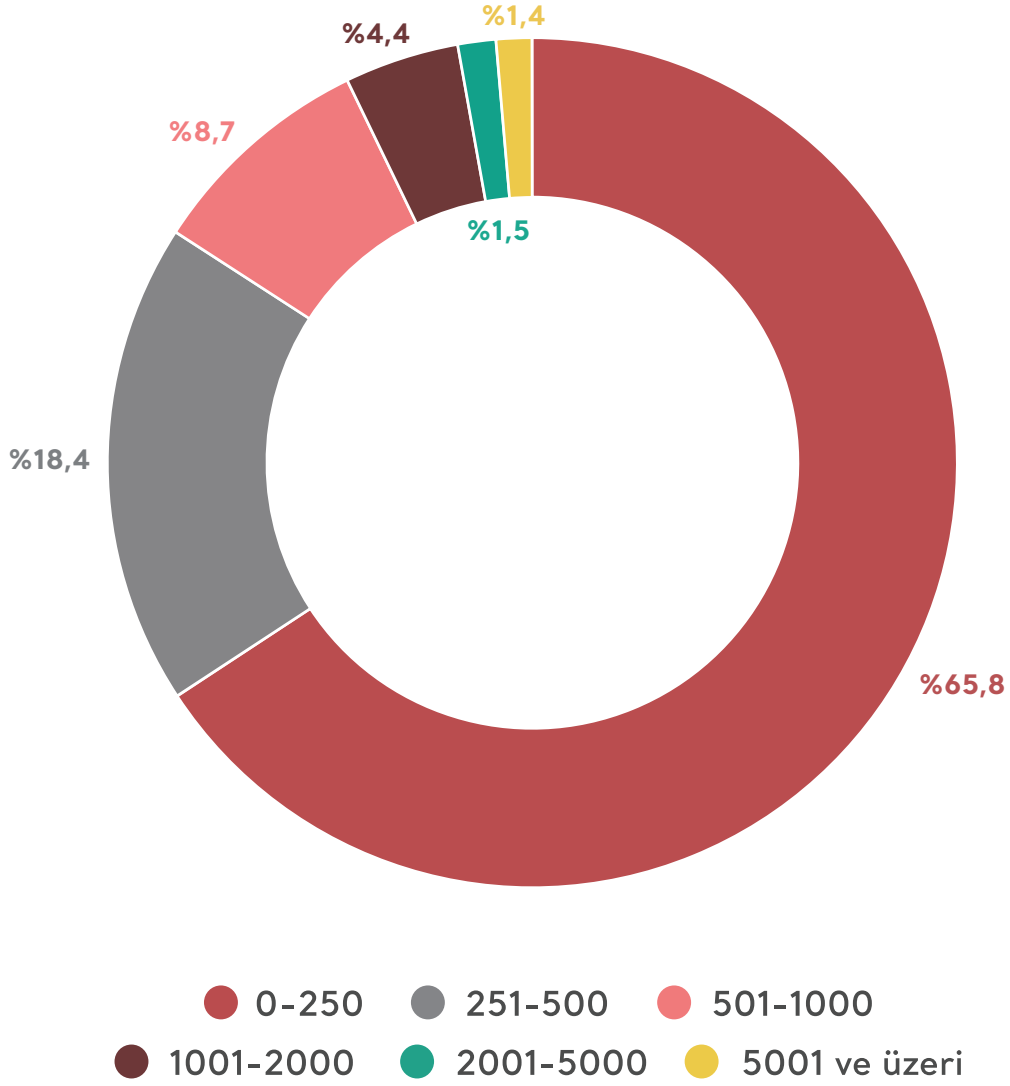
Grafik 3: Takip Sayısı



*Twitter kullanıcısı olduğunu ifade eden katılımcılara, "ortalama takip sayısı" sorulmuştur.

TAKİPÇİ SAYISI

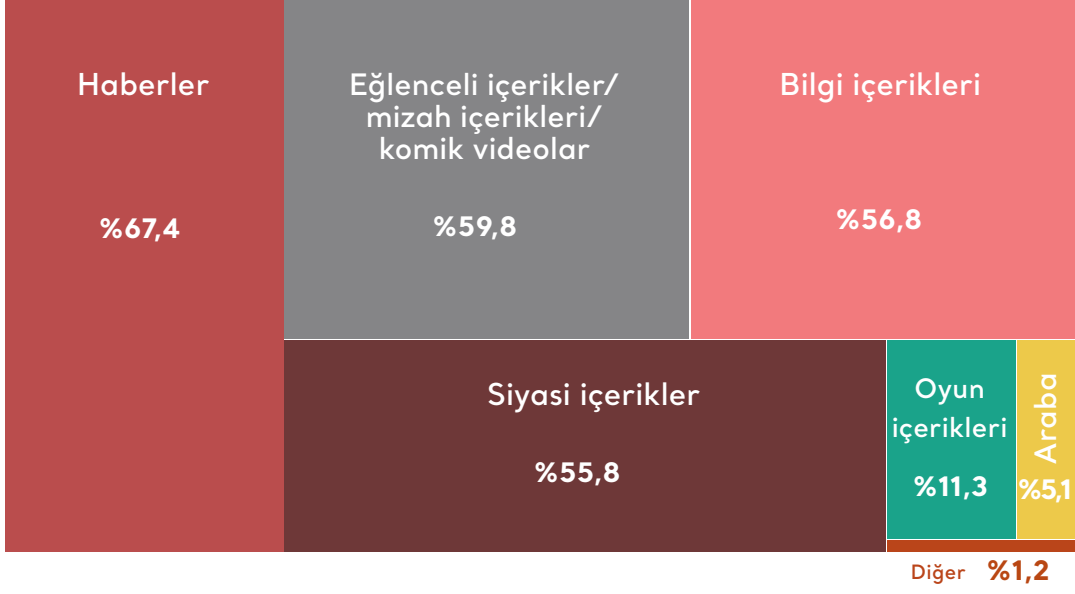
Grafik 4: Takipçi Sayısı



*Twitter kullanıcısı olduğunu ifade eden katılımcılara, "ortalama takipçi sayısı" sorulmuştur.

TAKİP EDİLEN İÇERİKLER

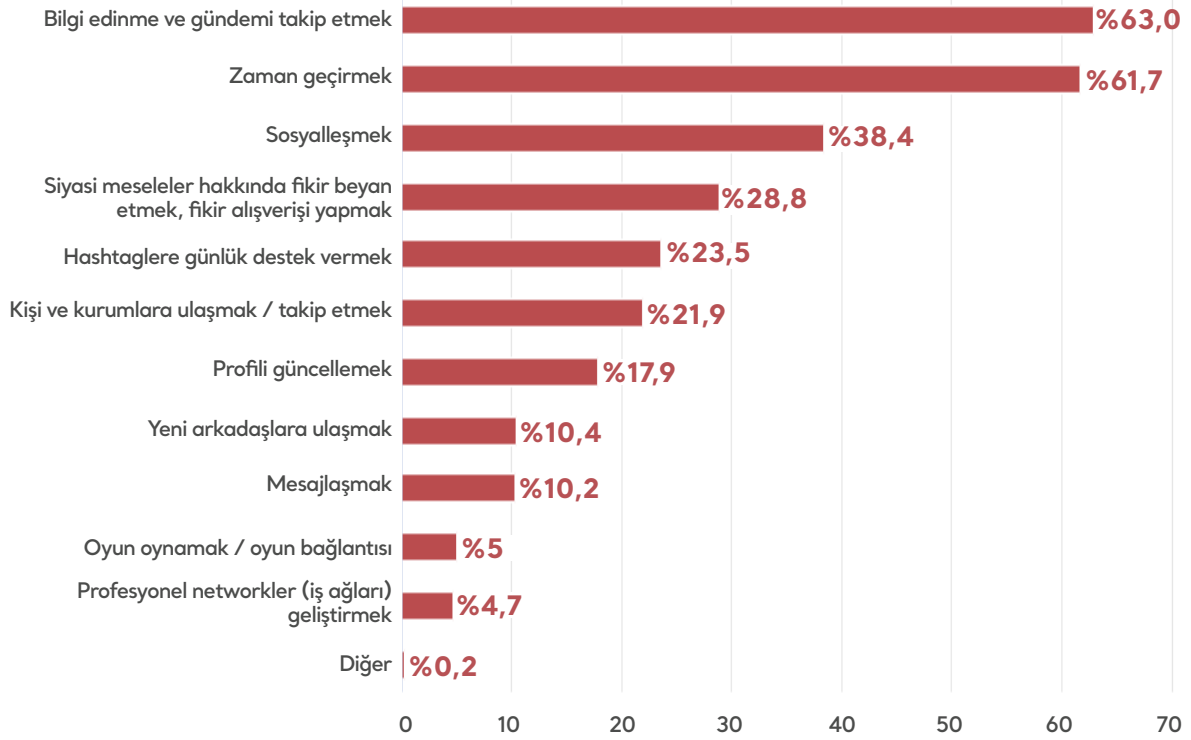
Grafik 5: Takip Edilen İçerikler



*Twitter kullanıcısı olduğunu ifade eden katılımcılara "Twitter'da hangi tür içerikleri takip ettiği" sorulmuştur. Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkânı sunulmuştur.

KULLANIM AMACI

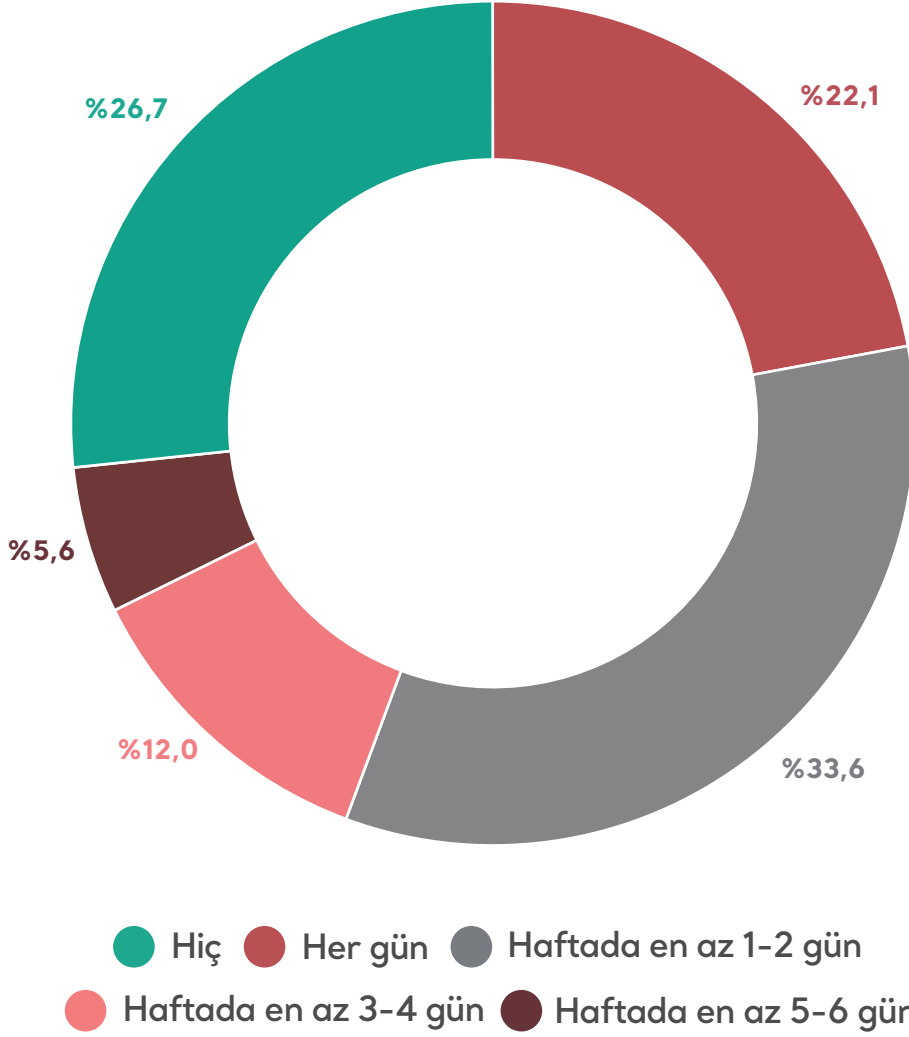
Grafik 6: Kullanım Amacı



*Twitter kullanıcısı olduğunu ifade eden katılımcılara "Twitter kullanım amaçları" sorulmuştur. Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkânı sunulmuştur.

TWEET PAYLAŞIM SIKLIĞI

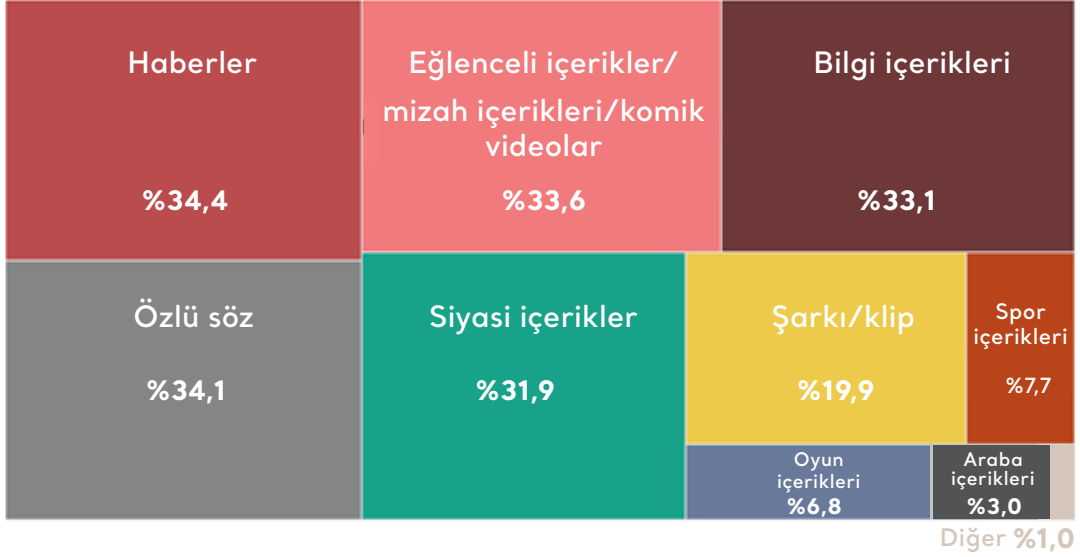
Grafik 7: Tweet Paylaşım Sıklığı



*Twitter kullanıcılarının, tweet paylaşım sıklığını tespit etmek amacıyla "Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde Twitter'da hangi sıklıkla aksiyon gösterirsiniz?" sorusu yöneltilmiştir.

TWEET İÇERİKLERİ

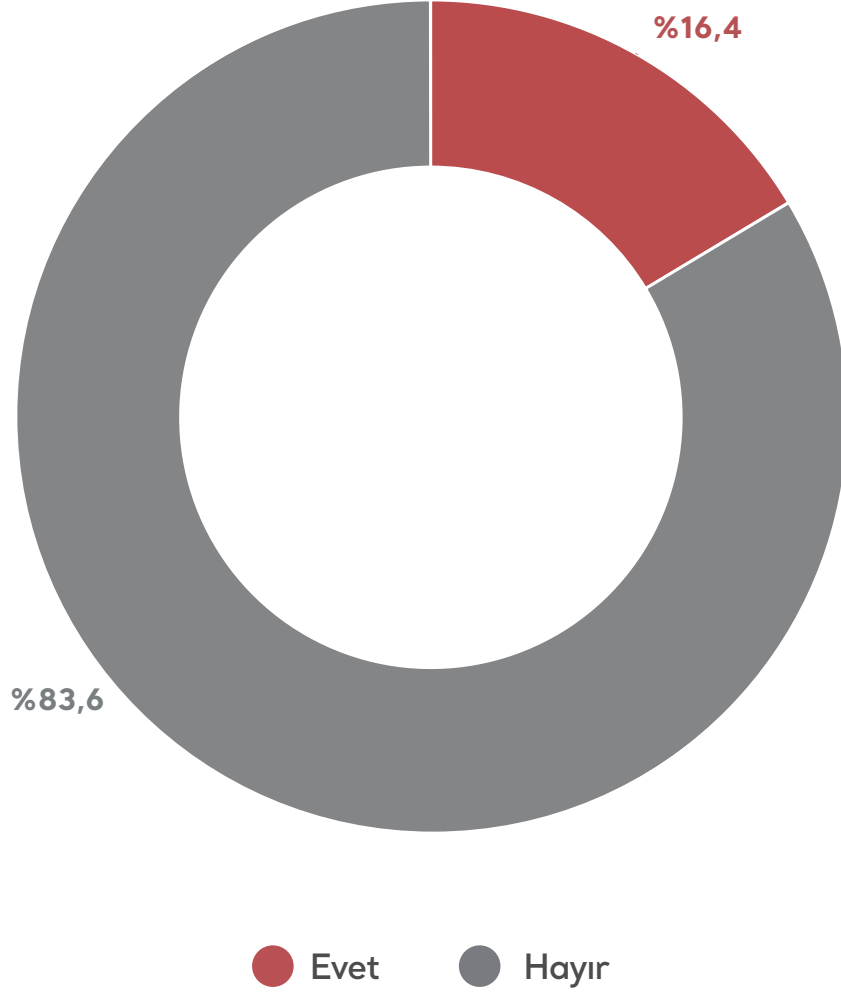
Grafik 8: Tweet İçerikleri



*Twitter kullanıcısı olduğunu ifade eden katılımcılara, "Son 1 ayınızı düşündüğünüzde hangi içeriklerdeki tweetleri/retweetleri paylaştınız?" sorulmuştur. Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkânı sunulmuştur.

HİKAYELER BÖLÜMÜ

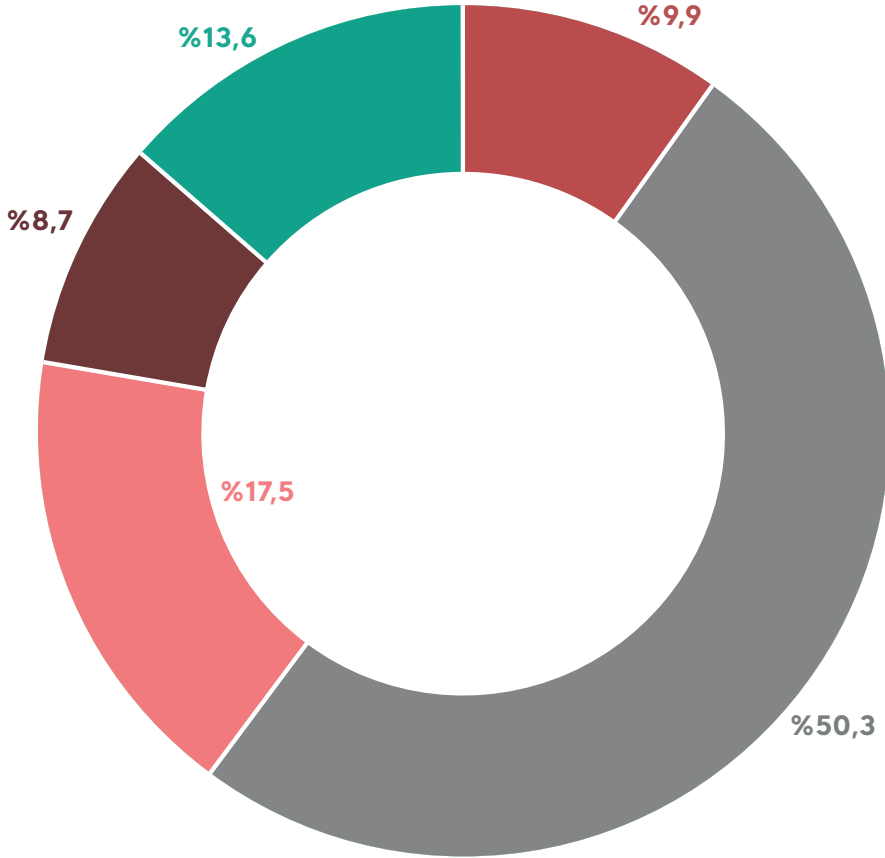
Grafik 9: Hikayeler Bölümü



*Twitter'da hikaye özelliğinin kullanım durumunun tespiti amacıyla katılımcılara "Twitter'ın hikayeler bölümünü kullanıyor musunuz?" sorusu yöneltilmiştir.

HİKAYE PAYLAŞMA SIKLIĞI

Grafik 10: Hikaye Paylaşma Sıklığı



- Hiç
- Her gün
- Haftada en az 1-2 gün
- Haftada en az 3-4 gün
- Haftada en az 5-6 gün

*Twitter'ın hikayeler bölümünü kullanan kullanıcılarının, hikaye paylaşım sıklığını tespit etmek amacıyla "Son 1 ayınızı düşündüğünüzde Twitter'ın hikayeler bölümünü kullanıyorsanız, hikaye paylaşma sıklığınız nedir?" sorusu yöneltilmiştir. Hikaye bölümünü kullanan Twitter kullanıcılarının sayısı, çapraz tablo oluşturmaya yetecek kadar fazla olmadığından, internet sitesinde bu sorunun çapraz tablolarına yer verilmemiştir.



