



SOSYAL AĞ
HARİTASI

INSTAGRAM KULLANIM **RAPORU**

II. Araştırma Dönemi
Nisan 2021



GRAFİK LİSTESİ

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

"Instagram Kullanım Raporu"nun ana temasını Instagram 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 6000 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 Instagram kullandığını belirten 3.773 kişiden, 3.276'sı Instagram için hazırlanan anket formunu cevaplandırmıştır.

*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 mezundur. 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 bekârken, 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. 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.

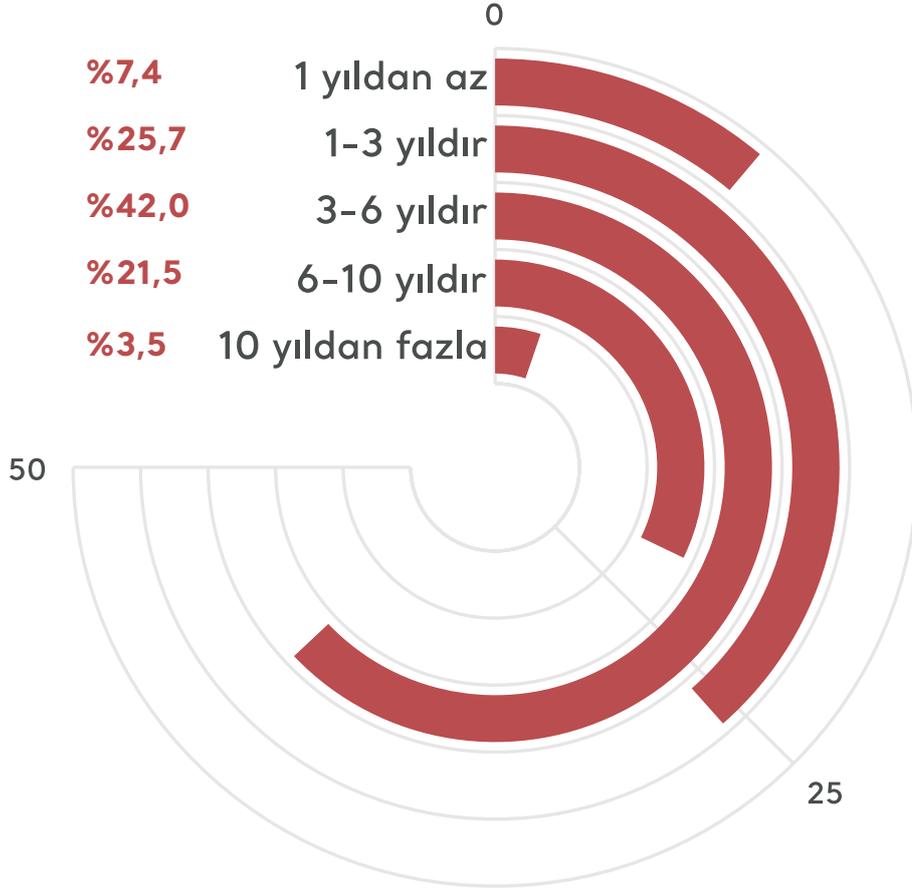
E grubu: Neredeyse tamamı ilkokul mezunu veya ilkokul terktir. Bireyler emekli/çalışan, emekli/çalışmayan, ev kadını ve işsizdir.

Sosyal Ağ Haritası kapsamında 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

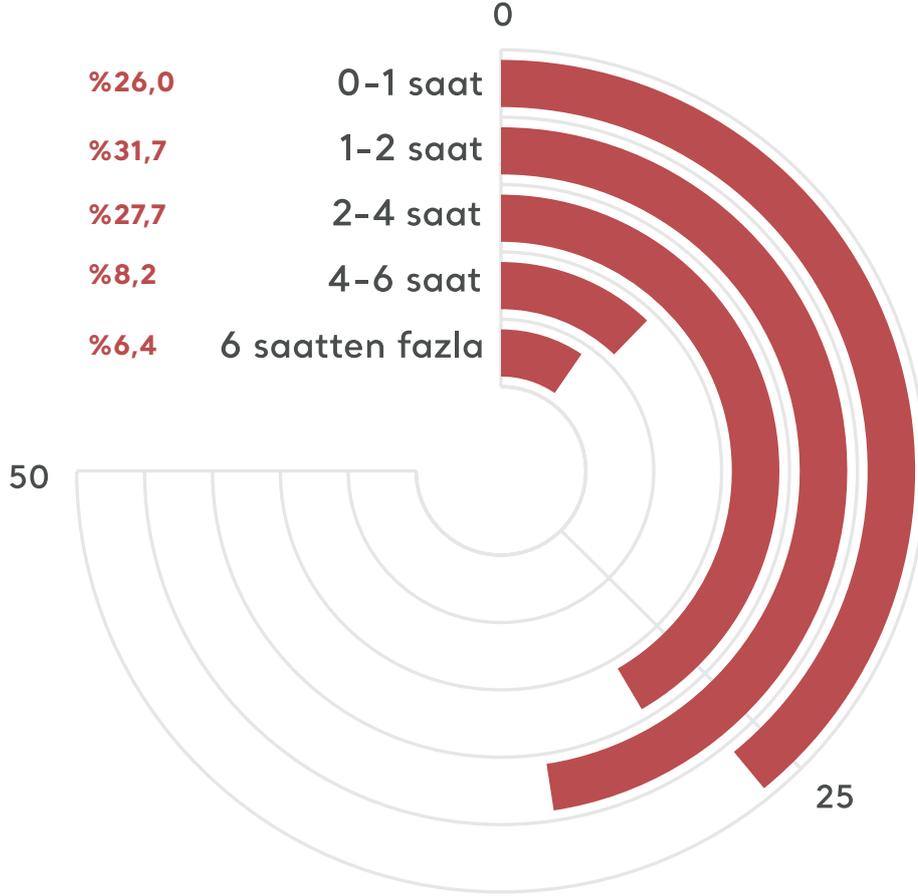
Grafik 1: Üyelik Süresi



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

GÜNLÜK ORTALAMA INSTAGRAM KULLANIMI

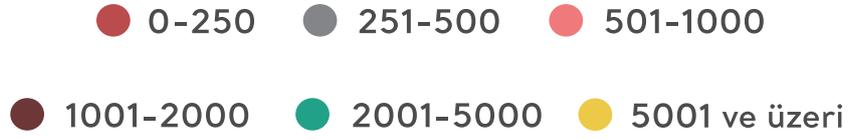
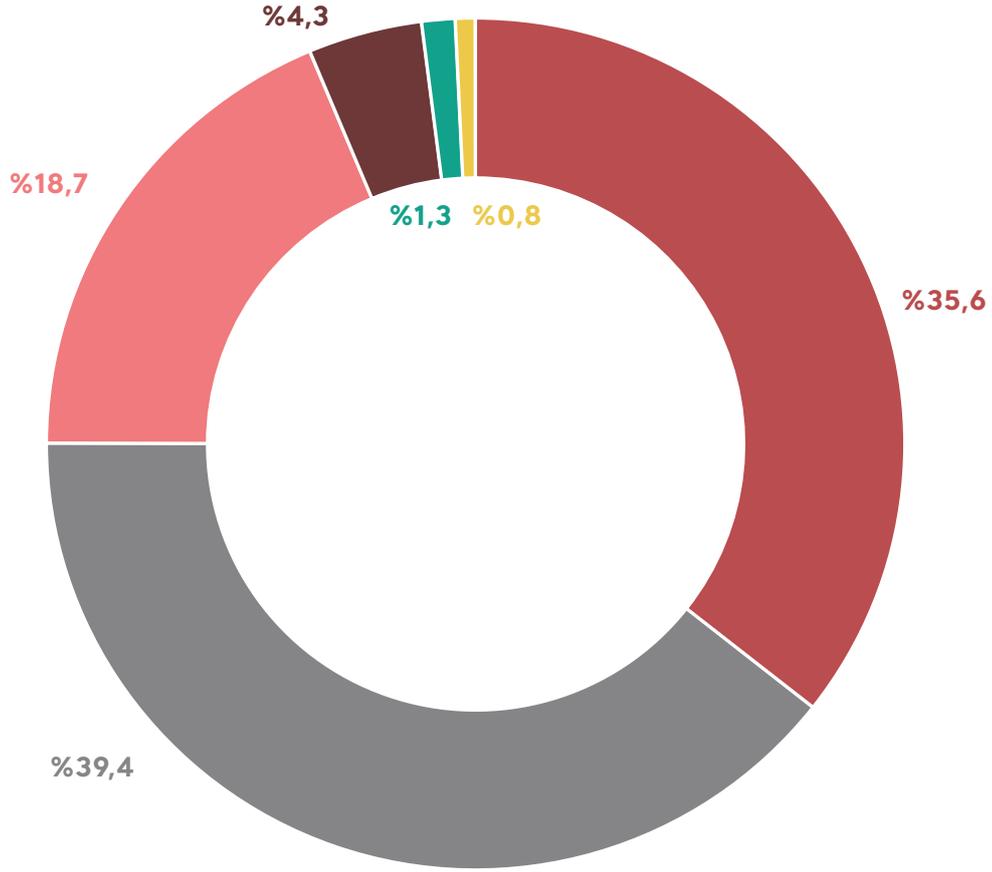
Grafik 2: Günlük Ortalama Instagram Kullanımı



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

TAKİP SAYISI

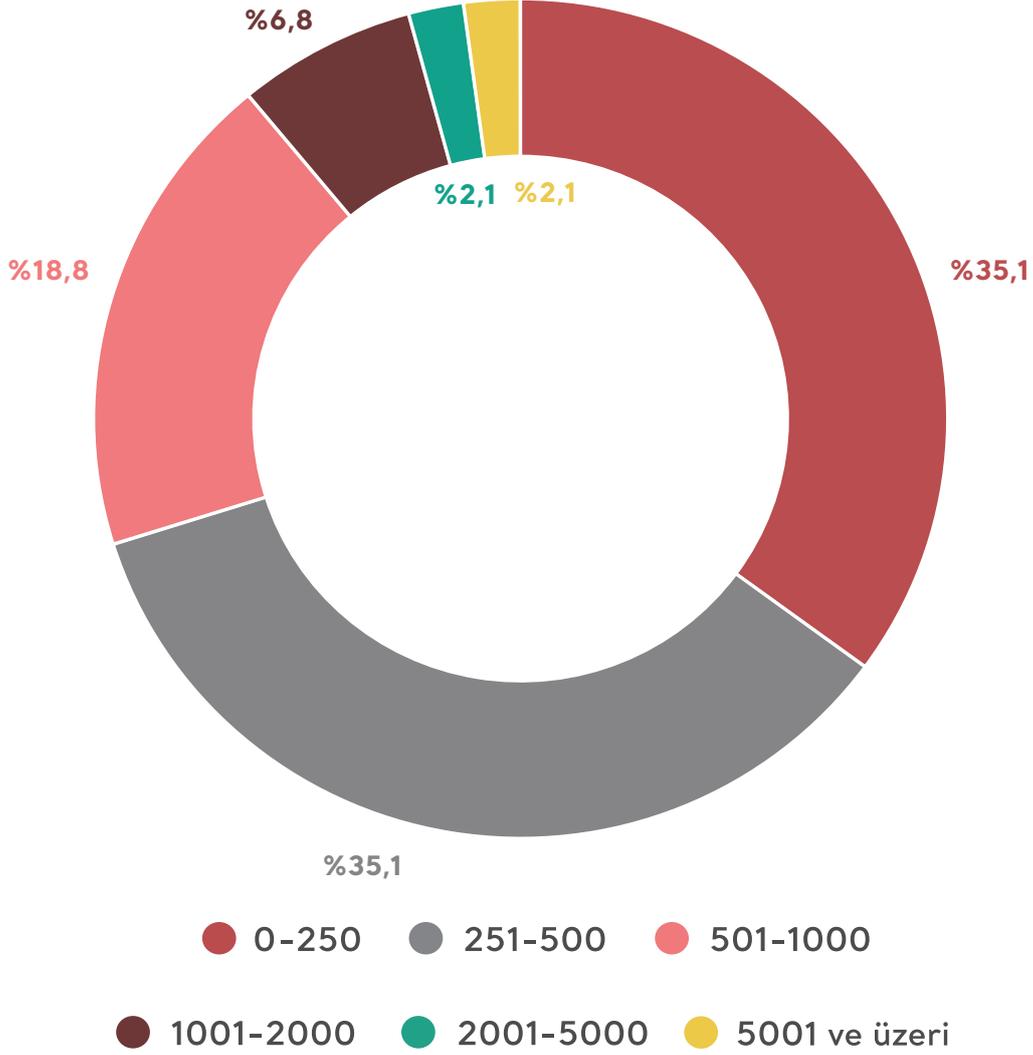
Grafik 3: Takip Sayısı



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

TAKİPÇİ SAYISI

Grafik 4: Takipçi Sayısı



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

TAKİP EDİLEN İÇERİKLER

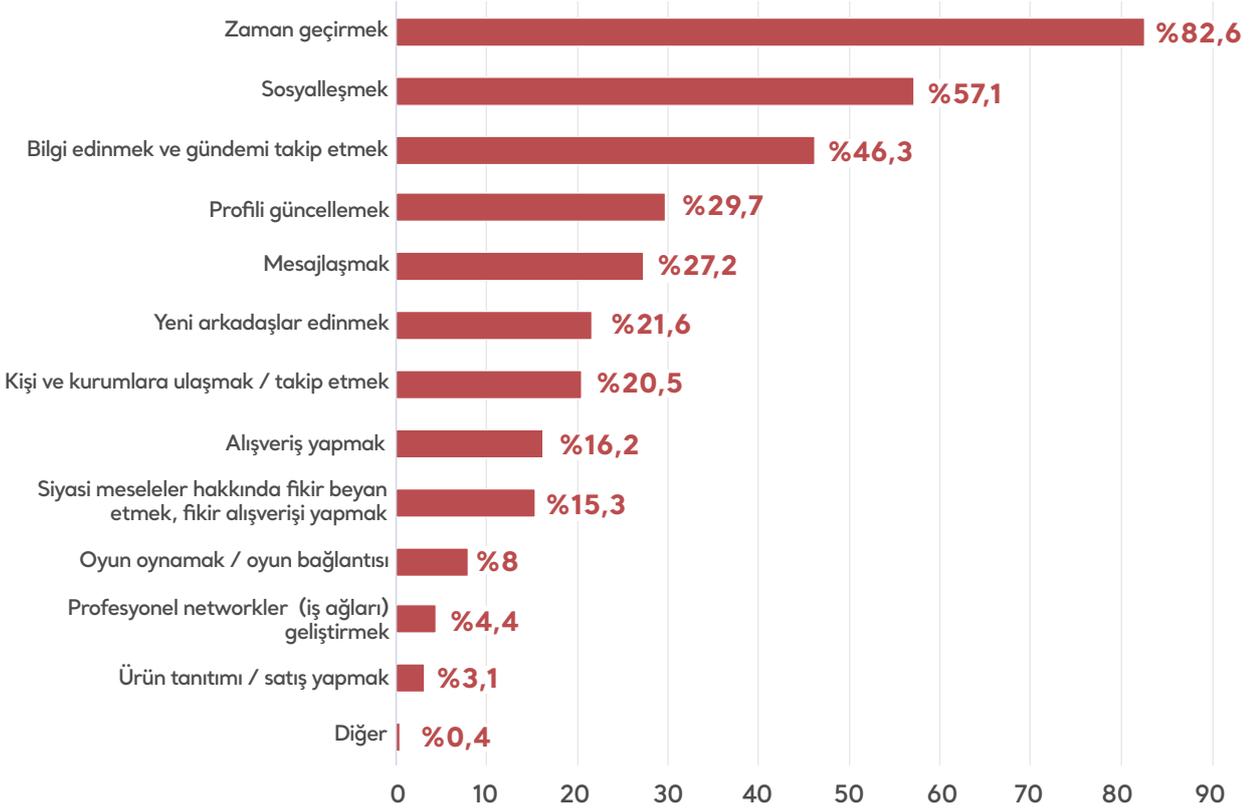
Grafik 5: Takip Edilen İçerikler



*Instagram kullanıcısı olduğunu ifade eden katılımcılara "Instagram'da hangi tür içerikleri takip ettiğini" sorulmuştur. Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

KULLANIM AMACI

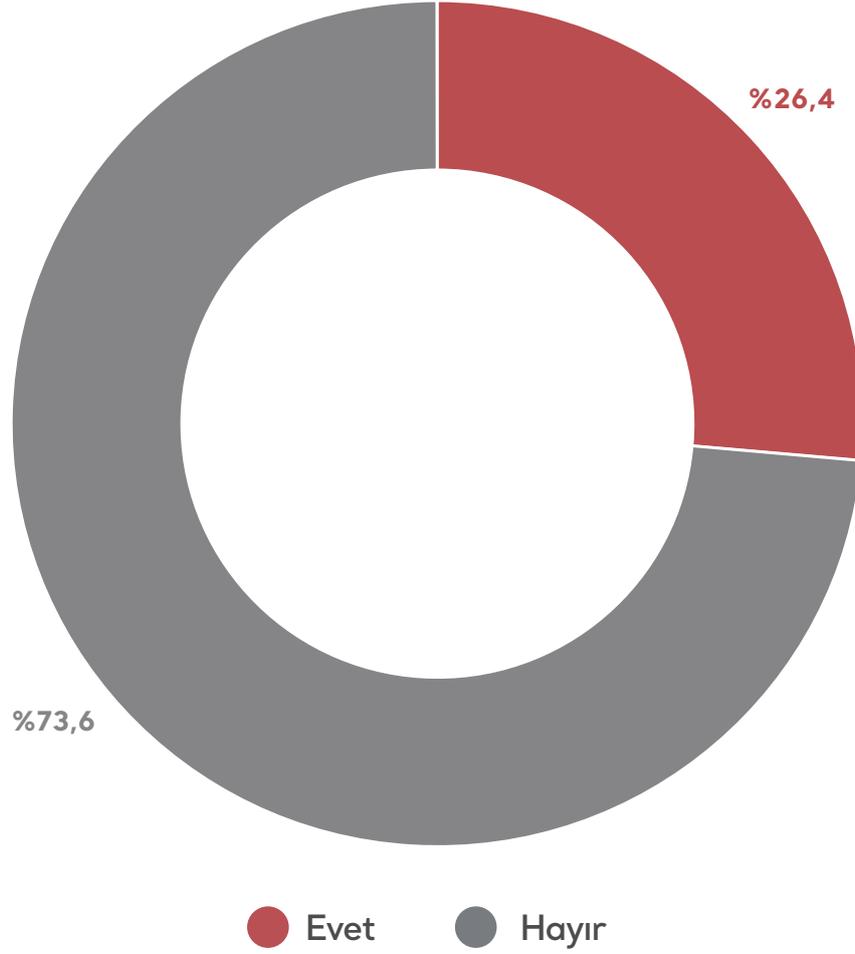
Grafik 6: Kullanım Amacı



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

REKLAM DAVRANIŞI

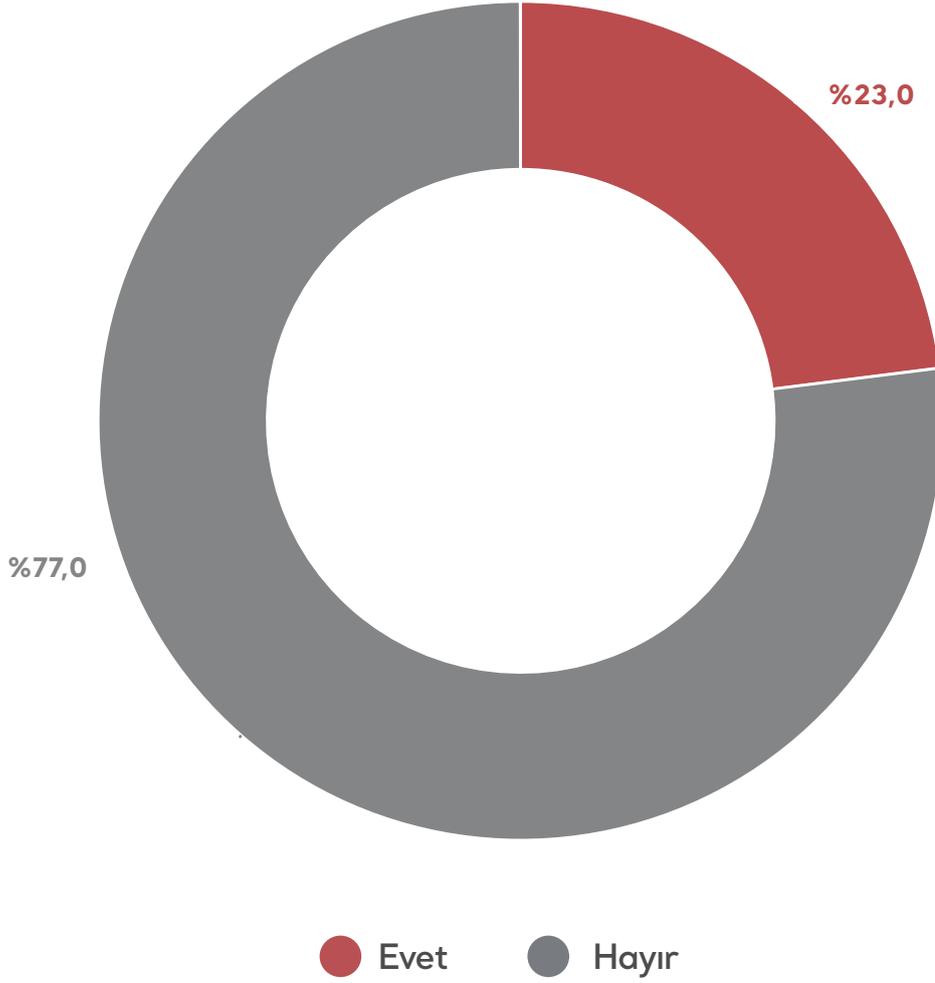
Grafik 7: Reklam Davranışı



*Sponsorlu reklam davranışının katılımcılar üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla "Instagram'daki sponsorlu reklamlar alışveriş davranışınızı etkiler mi?" sorusu yöneltilmiştir.

INSTAGRAM ALIŞVERİŞİ

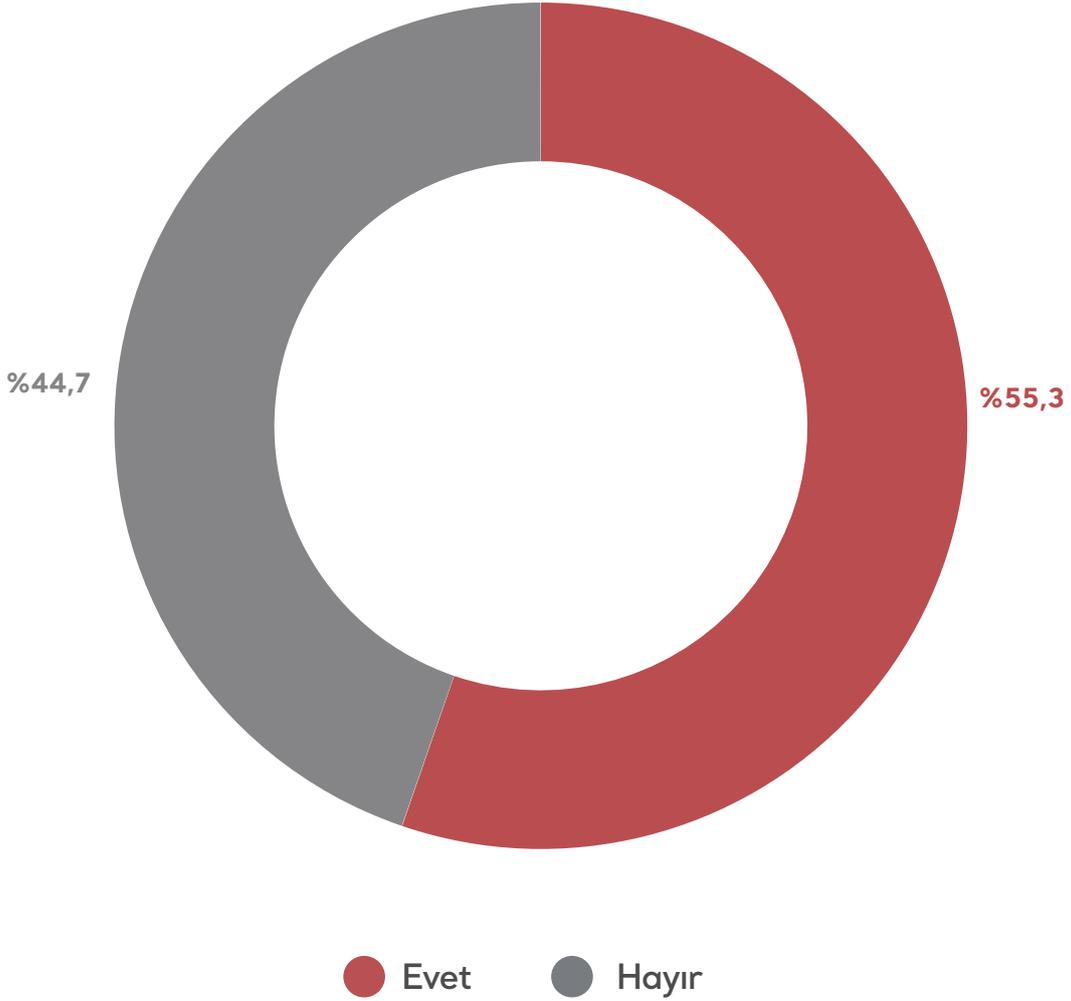
Grafik 8: Instagram Alışverişi



*Instagram kullanıcılarının Instagram üzerinden alışveriş yapma durumunu belirlemek amacıyla "Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde Instagram üzerinden alışveriş yaptınız mı?" sorusu yöneltilmiştir.

HİKAYELER BÖLÜMÜ

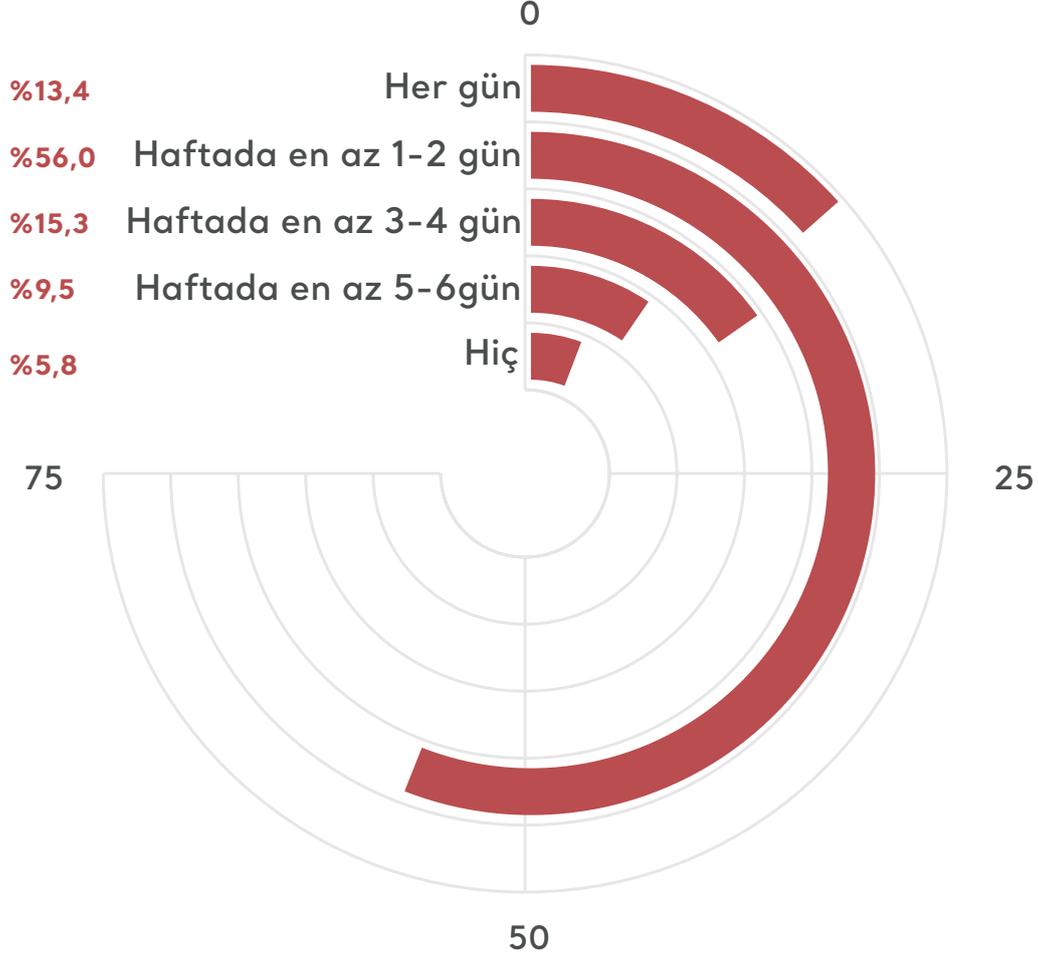
Grafik 9: Hikayeler Bölümü



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

HİKAYE PAYLAŞMA SIKLIĞI

Grafik 10: Hikaye Paylaşma Sıklığı



*Instagram'ın hikayeler bölümünü kullanan kullanıcılarının hikaye paylaşım sıklığını tespit etmek amacıyla "Son 1 ayınızı düşündüğünüzde Instagram'ın hikayeler bölümünü kullanıyorsanız, hikaye paylaşma sıklığınız nedir?" sorusu yöneltilmiştir.

HİKAYE İÇERİKLERİ

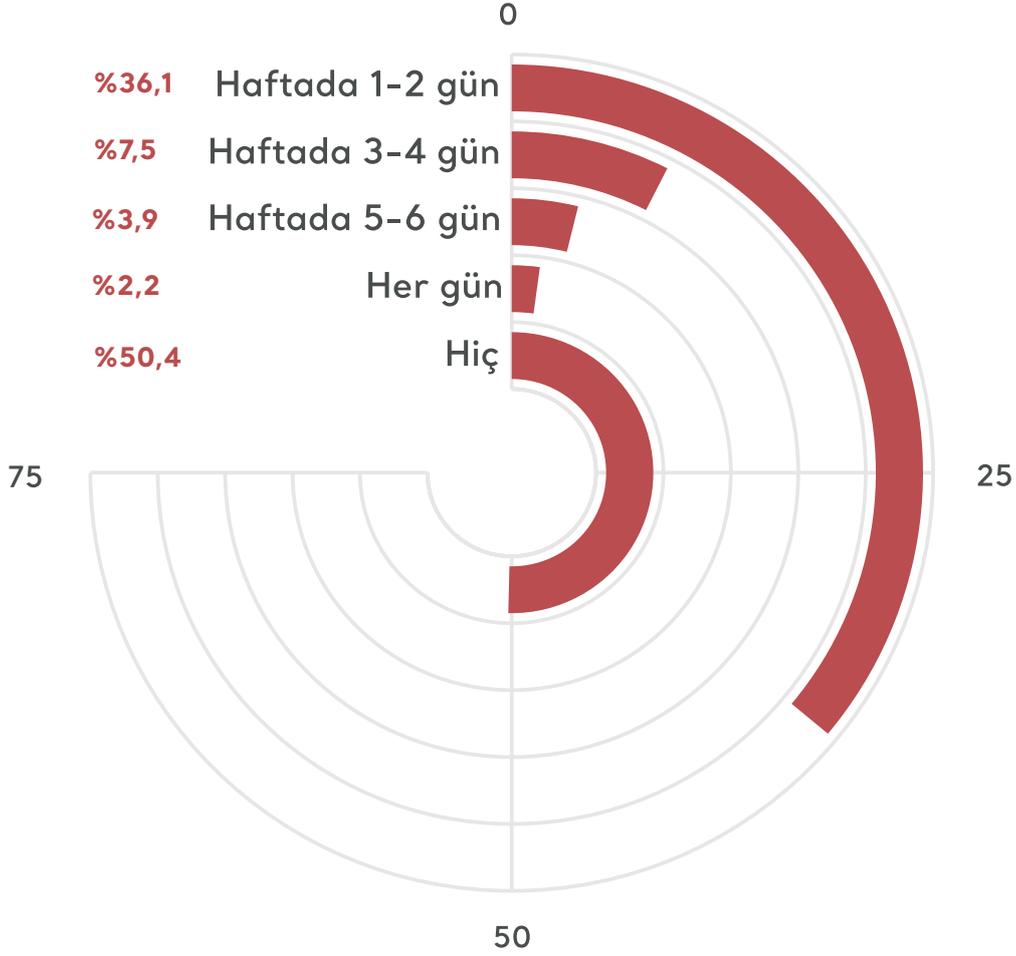
Grafik 11: Hikaye İçerikleri



*Instagram'ın hikayeler bölümünü kullanan kullanıcılarının hangi tür içerikleri paylaştığını tespit etmek amacıyla "Instagram hikayelerinde hangi tür içerikleri paylaşırsınız?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

GÖNDERİ PAYLAŞIM SIKLIĞI

Grafik 12: Gönderi Paylaşım Sıklığı



*Instagram kullanıcılarının gönderi paylaşım sıklığını tespit etmek amacıyla "Son 1 ayınızı düşündüğünüzde Instagram'da gönderi/post paylaşma sıklığınız nedir?" sorusu yöneltilmiştir.

