



SOSYAL AĞ HARİTASI

INSTAGRAM KULLANIM RAPORU

III. Araştırma Dönemi
Temmuz 2021



İÇİNDEKİLER

| | |
|--|----|
| GRAFİK LİSTESİ..... | 2 |
| ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ..... | 3 |
| ÜYELİK SÜRESİ..... | 7 |
| GÜNLÜK ORTALAMA INSTAGRAM KULLANIMI..... | 8 |
| TAKİP SAYISI | 9 |
| TAKİPÇİ SAYISI | 10 |
| TAKİP EDİLEN İÇERİKLER..... | 11 |
| KULLANIM AMACI..... | 12 |
| REKLAM DAVRANIŞI..... | 13 |
| INSTAGRAM ALIŞVERİŞİ | 14 |
| HİKAYELER BÖLÜMÜ..... | 15 |
| HİKAYE PAYLAŞMA SIKLIĞI..... | 16 |
| HİKAYE İÇERİKLERİ..... | 17 |
| GÖNDERİ PAYLAŞIM SIKLIĞI..... | 18 |

GRAFİK LİSTESİ

| | |
|---|----|
| Grafik 1: Instagram'a ne zamandan beri üyesiniz? | 7 |
| Grafik 2: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'ı günde ortalama kaç saat kullanırsınız? | 8 |
| Grafik 3: Instagram'da ortalama kaç kişiyi takip ediyorsunuz? | 9 |
| Grafik 4: Instagram'da ortalama kaç kişi (takipçi) sizi takip ediyor? | 10 |
| Grafik 5: Instagram'ı hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz? | 11 |
| Grafik 6: Instagram'ı hangi amaçla kullanırsınız? | 12 |
| Grafik 7: Instagram'daki sponsorlu reklamlar alışveriş davranışınızı etkiler mi? | 13 |
| Grafik 8: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde Instagram üzerinden alışveriş yaptınız mı? | 14 |
| Grafik 9: Instagram'ın hikaye bölümünü kullanıyor musunuz? | 15 |
| Grafik 10: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da hikaye paylaşma sıklığınız nedir? | 16 |
| Grafik 11: Instagram hikayelerinde hangi türk içerikleri paylaşırsınız? | 17 |
| Grafik 12: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da post-gönderi paylaşma sıklığınız nedir? | 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 Temmuz 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 Kullanımı 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. 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 1-15 Temmuz tarihleri arasında yürütülen III. dönem araştırması, İBBS* düzey 2 kapsamında 26 ilde yapılmıştır. Araştırma, başlangıç tarihi itibarıyla 15 yaşından gün almış 5.558 kişi ile yüz yüze anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Sosyal Ağ Haritası III. 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 sosyal ağ kullandığını belirten 4.250 kişiden, 3.122'si Instagram için hazırlanan anket formunu cevaplandırmıştır.

*İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması

Katılımcıların Demografik Bilgileri

Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 47,2'si kadın, yüzde 52,8'i erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 4,7'si 15-17 yaş grubu, yüzde 18,5'i 18-24 yaş grubu, yüzde 21,5'i 25-34 yaş grubu, yüzde 22'si 35-44 yaş grubu, yüzde 15,3'ü 45-54 yaş grubu, yüzde 12,1'i 55-64 yaş grubu, yüzde 5,9'u 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 2,1'i okuryazar olmayan, yüzde 3,1'i okuryazar, yüzde 7,5'i ilkokul, yüzde 18'i ortaokul, yüzde 30,2'si lise, yüzde 9,3'ü ön lisans, yüzde 27'si lisans ve yüzde 2,8'i lisansüstü mezunudur. Katılımcıların yüzde 9,5'i emekli, yüzde 40,3'ü çalışmayan, yüzde 50,2'si çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 47,2'si evli, yüzde 48,7'si bekarken, yüzde 4'ü bu soruya cevap vermeyenlerdir. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 21,6'sı metropolde, yüzde 71,8'i kentte ve yüzde 6,6'sı kırsalda yaşadığını ifade etmiştir.

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 elemanken 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 da 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.

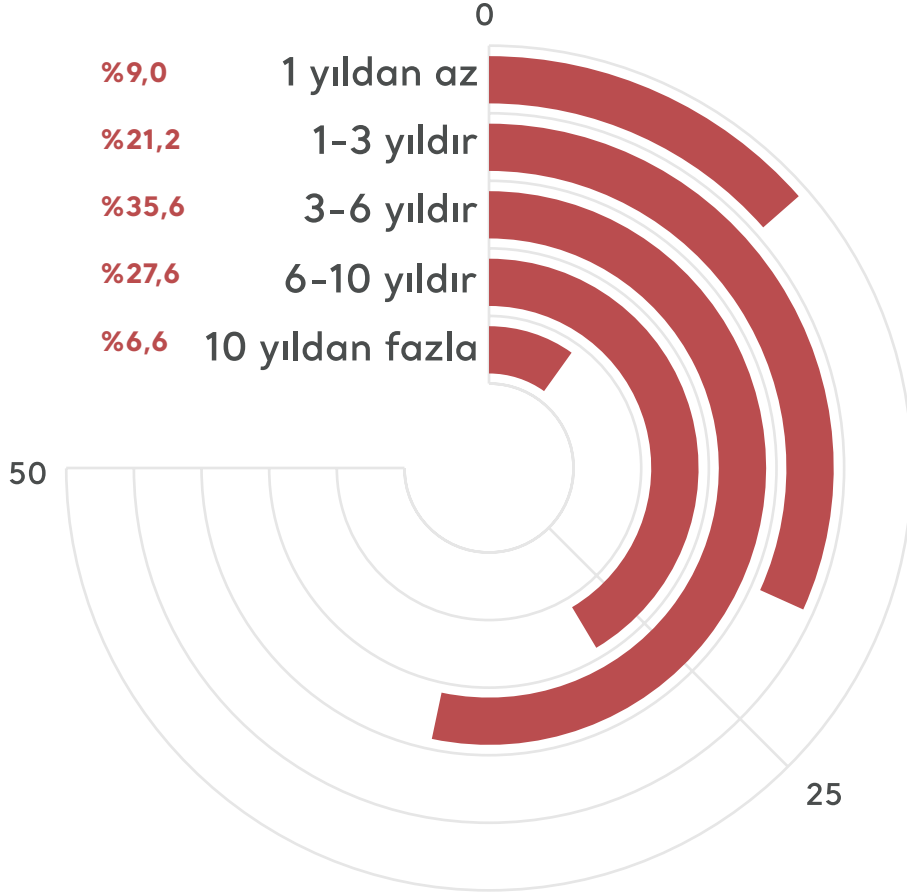
Sosyal Ağ Haritası Temmuz 2021 araştırmasına katılan bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 15,7'si A grubu, yüzde 20,3'ü B grubu, yüzde 24,6'sı C1 grubu, yüzde 22'si C2 grubu, yüzde 12,8'i D grubu ve yüzde 4,6'sı E grubu şeklindedir.

*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>



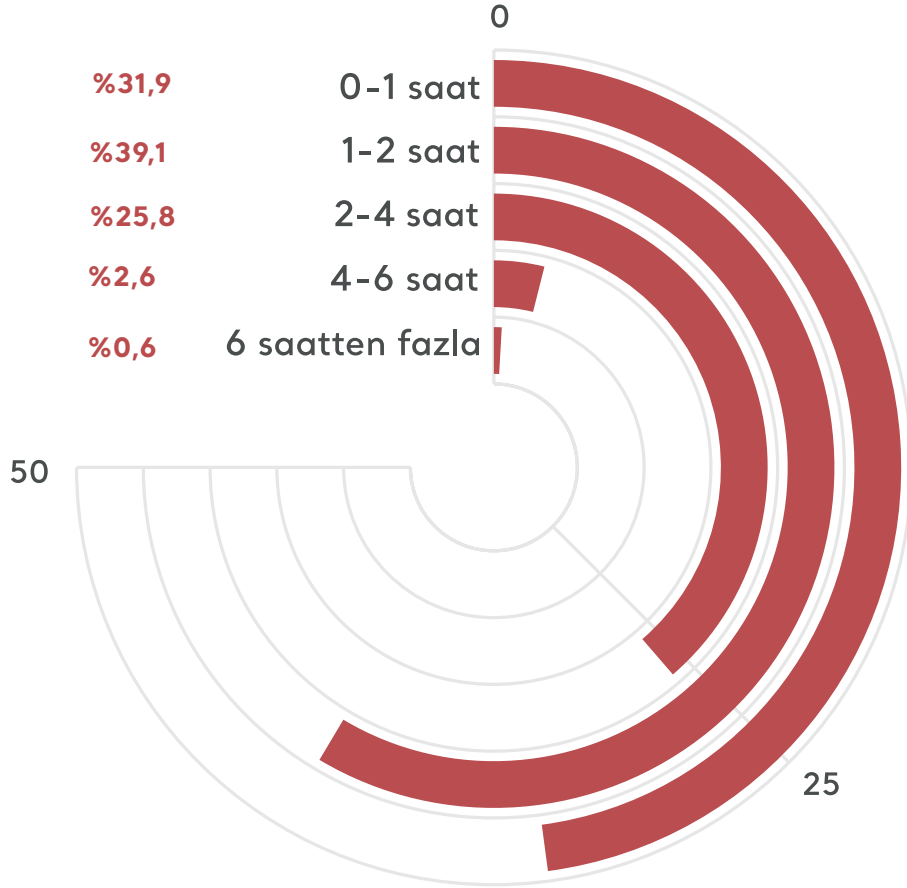
ÜYELİK SÜRESİ

Grafik 1: Instagram'a ne zamandan beri üyesiniz?



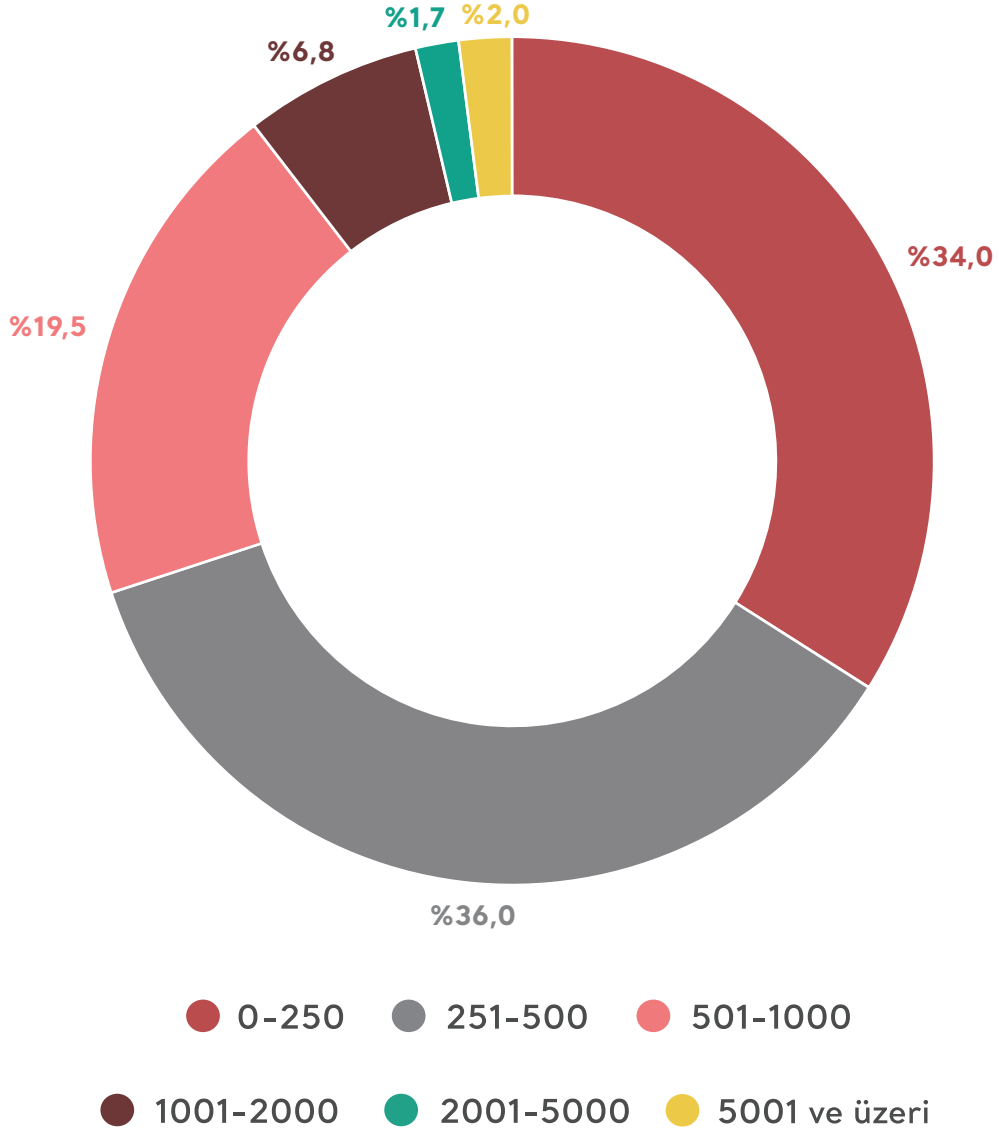
GÜNLÜK ORTALAMA INSTAGRAM KULLANIMI

Grafik 2: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'ı günde ortalama kaç saat kullanırsınız?



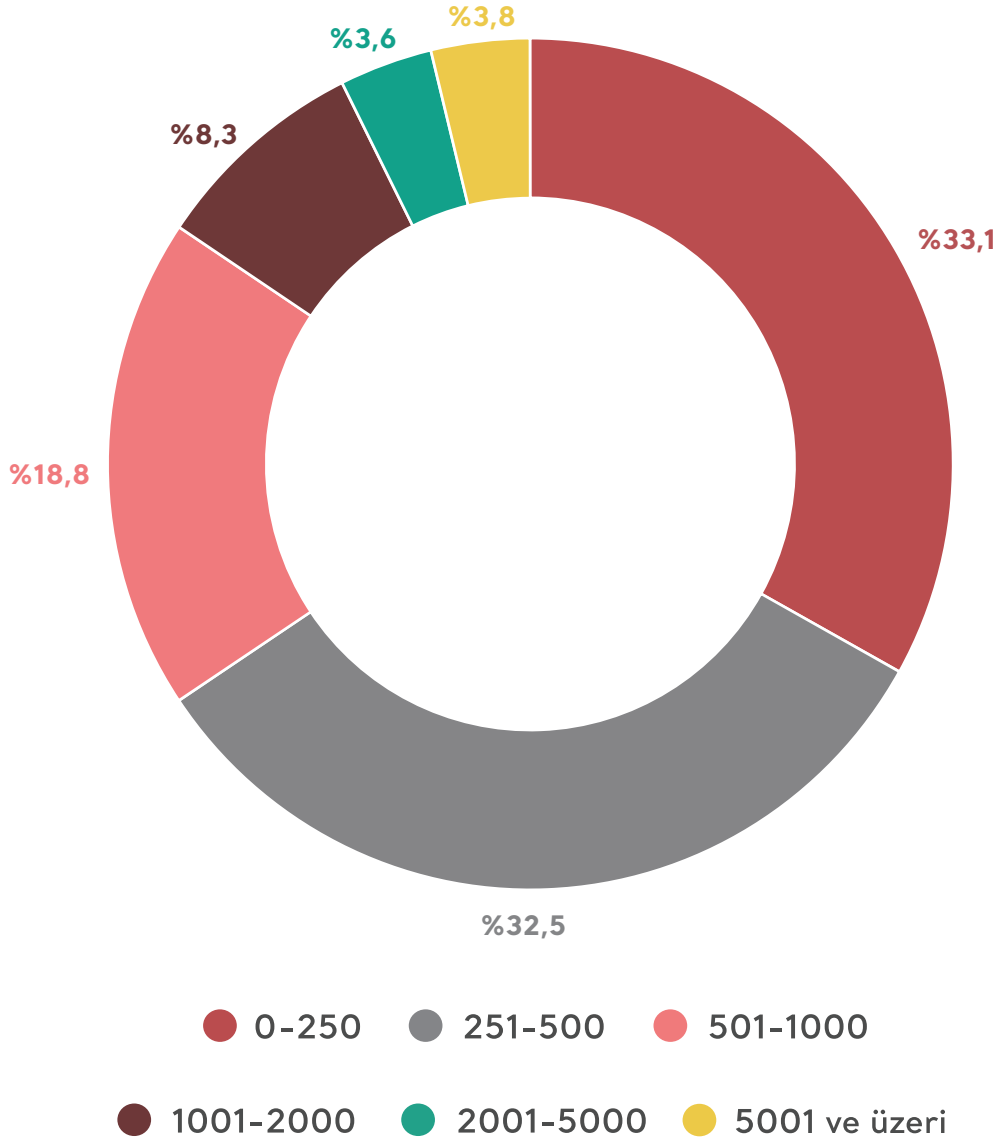
TAKİP SAYISI

Grafik 3: Instagram'da ortalama kaç kişiyi takip ediyorsunuz?



TAKİPÇİ SAYISI

Grafik 4: Instagram'da ortalama kaç kişi (takipçi) sizi takip ediyor?



TAKİP EDİLEN İÇERİKLER

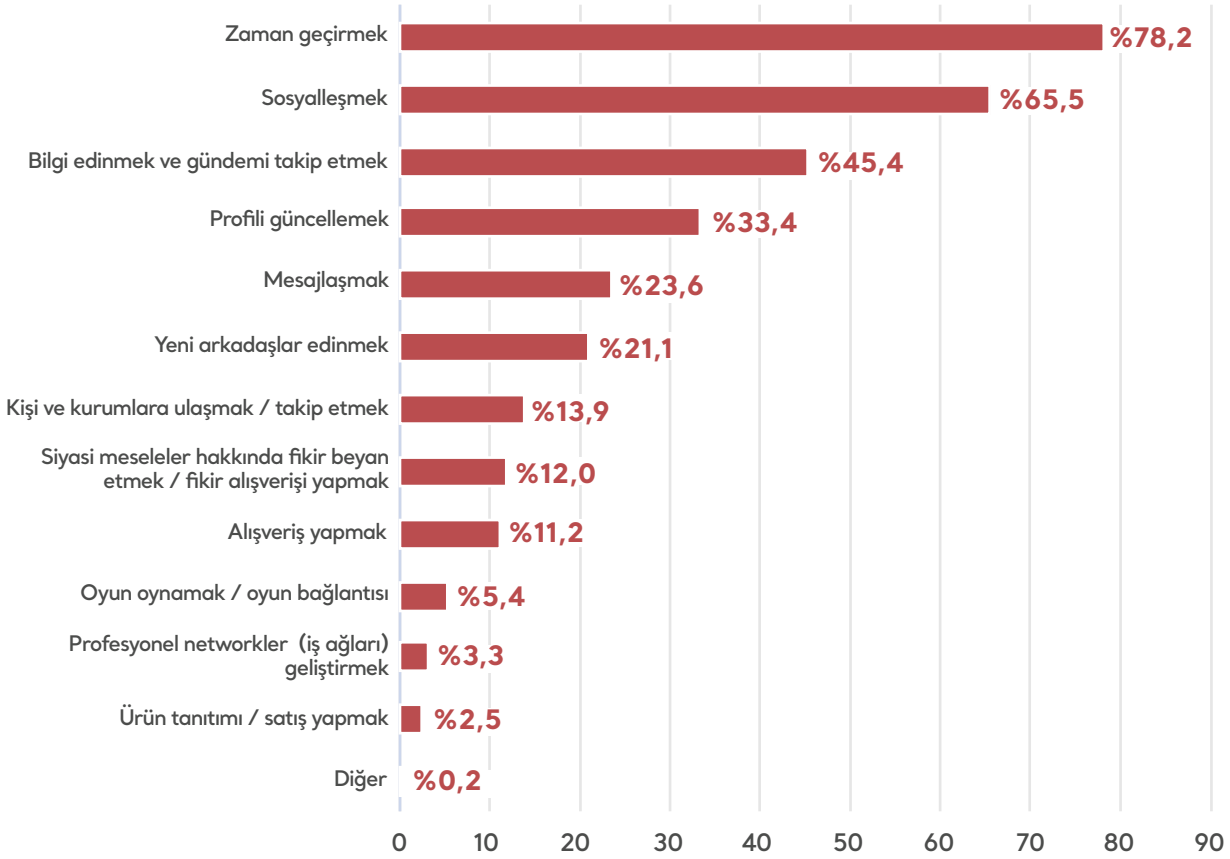
Grafik 5: Instagram'ı hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

KULLANIM AMACI

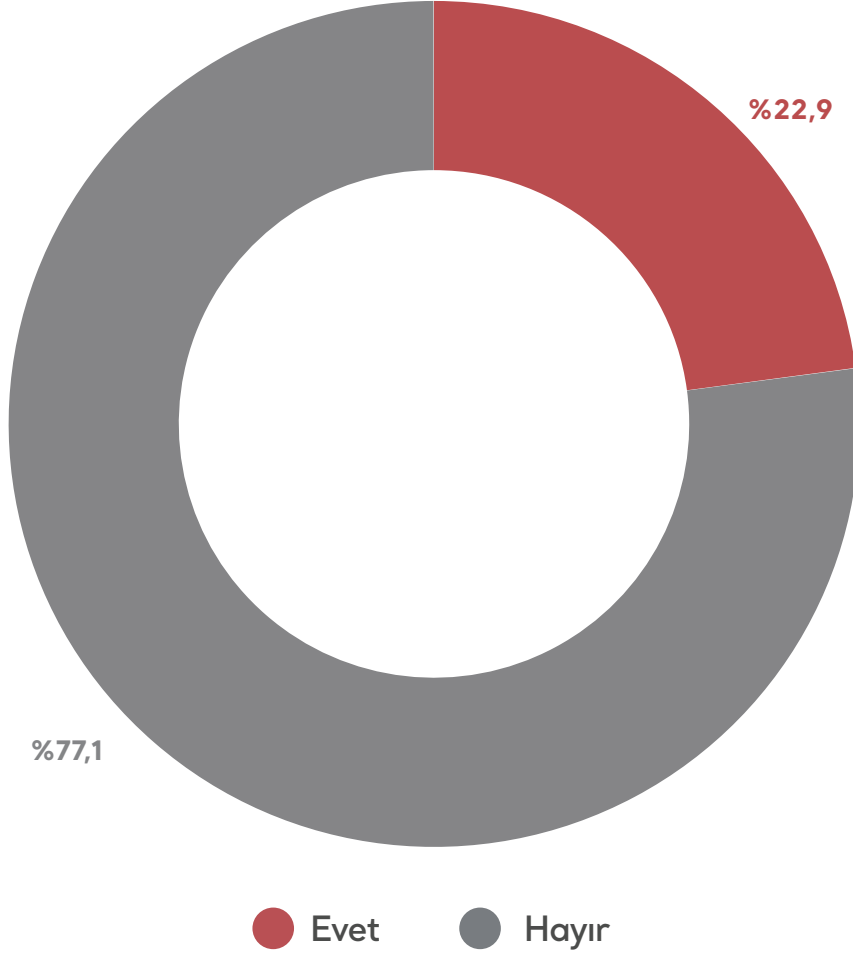
Grafik 6: Instagram'ı hangi amaçla kullanırsınız?



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

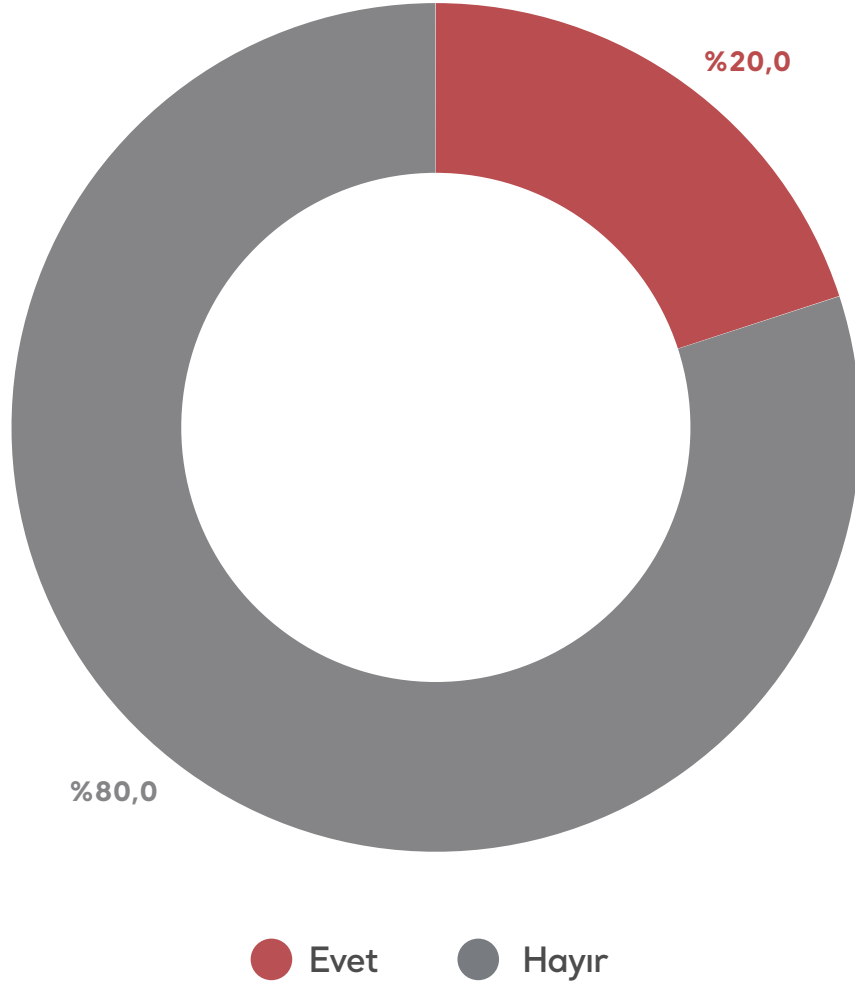
REKLAM DAVRANIŞI

Grafik 7: Instagram'daki sponsorlu reklamlar alışveriş davranışınızı etkiler mi?



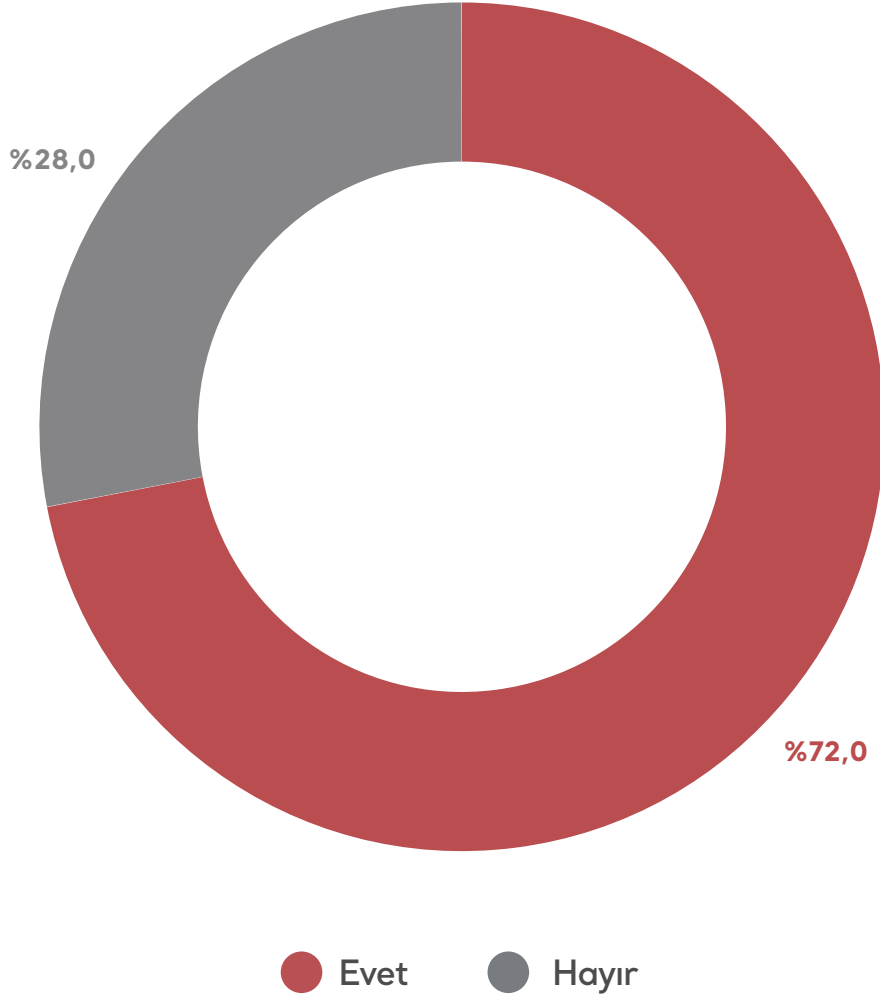
INSTAGRAM ALIŞVERİŞİ

Grafik 8: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde Instagram üzerinden alışveriş yaptınız mı?



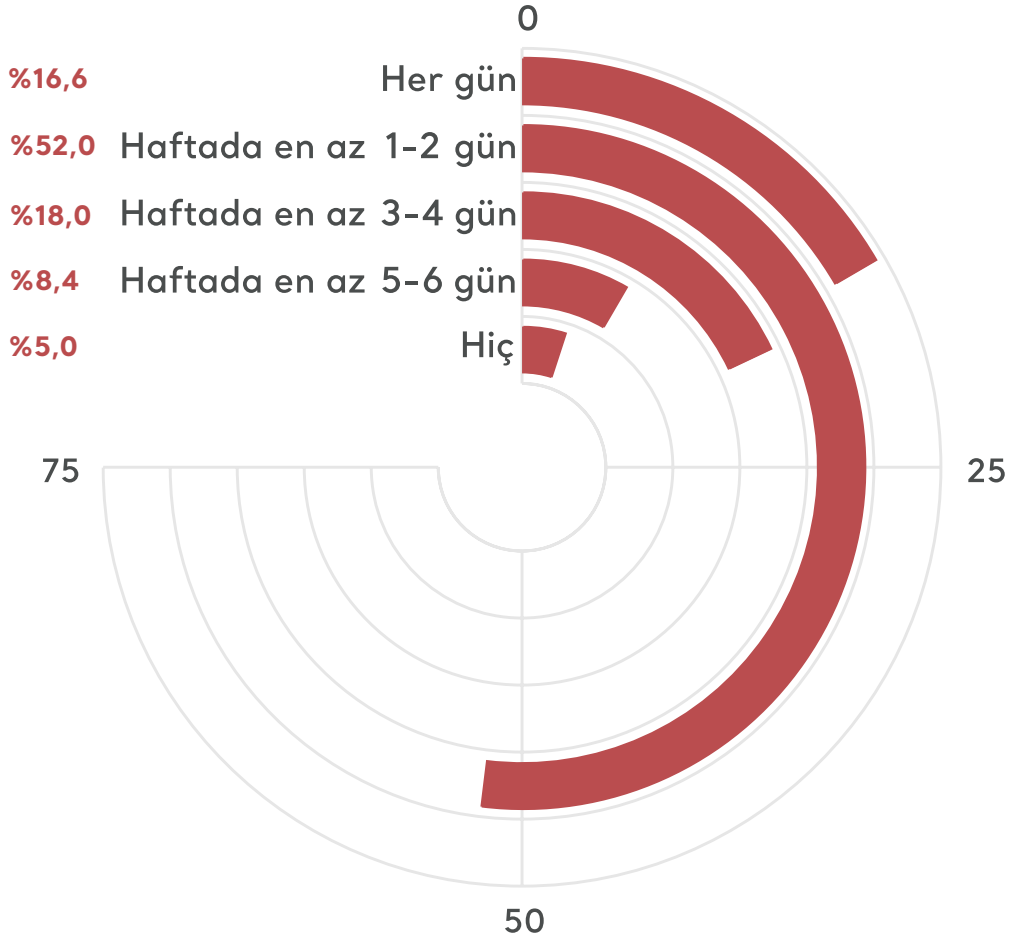
HİKAYELER BÖLÜMÜ

Grafik 9: Instagram'ın hikaye bölümünü kullanıyor musunuz?



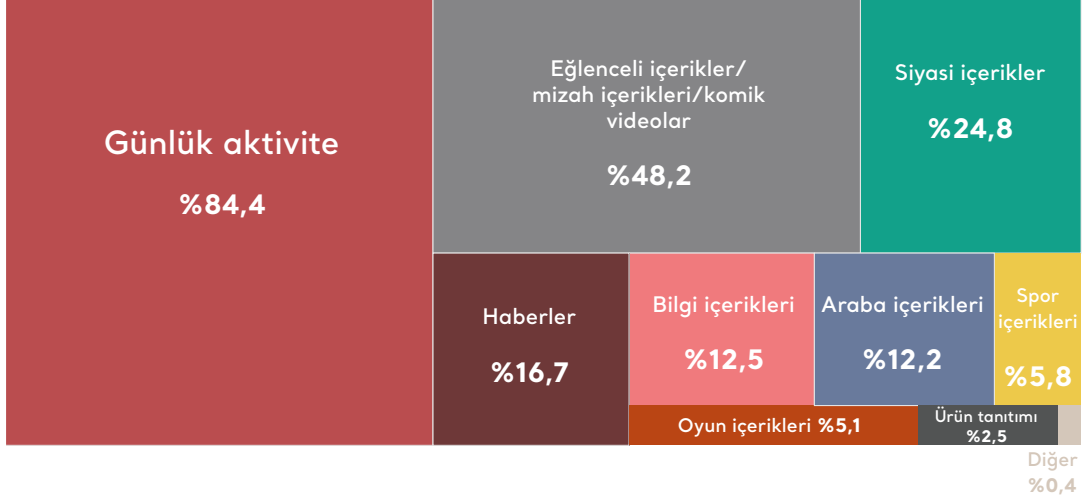
HİKAYE PAYLAŞMA SIKLIĞI

Grafik 10: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da hikaye paylaşma sıklığınız nedir?



HİKAYE İÇERİKLERİ

Grafik 11: Instagram hikayelerinde hangi tür içerikleri paylaşırsınız?



*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

GÖNDERİ PAYLAŞIM SIKLIĞI

Grafik 12: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, Instagram'da post-gönderi paylaşma sıklığınız nedir?

