



# **YOUTUBE** **KULLANIM RAPORU**

**II. Araştırma Dönemi**  
**Mayıs 2022**

## İÇİNDEKİLER

GRAFİK LİSTESİ.....	3
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	4
SOSYAL AĞ TERCİHLERİ .....	7
ÜYELİK/KULLANIM SÜRESİ.....	8
GÜNLÜK ORTALAMA YOUTUBE KULLANIMI .....	9
KULLANIM AMACI.....	10
TAKİP EDİLEN İÇERİKLER .....	11
YOUTUBE REKLAMLARI .....	12
YOUTUBE PREMIUM.....	13

## GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız? .....	7
Grafik 2: YouTube'u ne zamandan beri kullanıyorsunuz?.....	8
Grafik 3: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, YouTube'u günde ortalama kaç saat kullanırsınız?.....	9
Grafik 4: YouTube'u hangi amaçla kullanırsınız?.....	10
Grafik 5: YouTube'u hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?.....	11
Grafik 6: YouTube reklamlarından rahatsız oluyor musunuz?.....	12
Grafik 7: YouTube Premium üyesi misiniz? .....	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 Mayıs 2022 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.

"YouTube Kullanım Raporu"nun ana temasını YouTube kullanıcılarının genel kullanım alışkanlıklarına dair veriler (kullanıcıların üyelik/kullanım 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 11-22 Mayıs tarihleri arasında yürütülen II. dönem araştırması, İBBS\* düzey 2 kapsamında 26 ilde yapılmıştır. Araştırma, başlangıç tarihi itibarıyla 15 yaşından gün almış 2.521 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. Araştırma kapsamında sosyal ağ kullandığını belirten 2.347 kişiden, 1.215'i YouTube için hazırlanan anket formunu cevaplandırmıştır.

\*İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması

## Katılımcıların Demografik Bilgileri

Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 47,4'ü kadın, yüzde 52,6'sı erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 4,6'sı 15-17 yaş grubu, yüzde 19,7'si 18-24 yaş grubu, yüzde 22,5'i 25-34 yaş grubu, yüzde 21'i 35-44 yaş grubu, yüzde 16,5'i 45-54 yaş grubu, yüzde 10,3'ü 55-64 yaş grubu, yüzde 5,4'ü 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 0,4'ü okuryazar olmayan, yüzde 1,4'ü okuryazar, yüzde 13,6'sı ilkokul, yüzde 14,8'i ortaokul, yüzde 42,9'u lise, yüzde 6,2'si ön lisans, yüzde 19,6'sı lisans ve yüzde 1,1'i lisansüstü mezunudur. Katılımcıların yüzde 4,6'sı emekli, yüzde 30,5'i çalışmayan, yüzde 64,9'u çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 52,2'si evli, yüzde 47,4'ü bekarken, yüzde 0,4'ü bu soruya cevap vermeyenlerdir. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 34,8'i metropolde, yüzde 57,2'si kentte ve yüzde 7,9'u kırsalda yaşadığını ifade etmiştir.

## YouTube Kullanıcılarının Demografik Bilgileri

YouTube kullanıcısı olduğunu ifade eden bireylerin yüzde 43,9'u kadın, yüzde 56,1'i erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında yüzde 5,3'ü 15-17 yaş grubu, yüzde 22,8'i 18-24 yaş grubu, yüzde 27,2'si 25-34 yaş grubu, yüzde 22,1'i 35-44 yaş grubu, yüzde 15,5'i 45-54 yaş grubu, yüzde 5'i 55-64 yaş grubu, yüzde 2,1'i 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Katılımcılar eğitim düzeyine göre sınıflandırıldığında yüzde 10,5'i ilkokul, yüzde 12,7'si ortaokul, yüzde 47,1'i lise, yüzde 7,5'i ön lisans, yüzde 20,7'si lisans ve yüzde 1'i lisansüstü mezunudur. Katılımcıların yüzde 2,7'si emekli, yüzde 26,1'i çalışmayan, yüzde 71,2'si çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin yüzde 47,3'ü evli, yüzde 52,3'ü bekarıdır. Yaşanılan bölgeye göre dağılımlarına bakıldığında yüzde 29,8'i metropolde, yüzde 62,5'i kentte ve yüzde 7,7'si kırsalda yaşadığını ifade etmiştir. YouTube kullanıcılarının sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 6,2'si A grubu, yüzde 19,1'i B grubu, yüzde 45,8'i C1 grubu, yüzde 25,2'si C2 grubu, yüzde 2,9'u D grubu ve yüzde 0,8'i E grubu şeklindedir.

## 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 elemanlar 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.

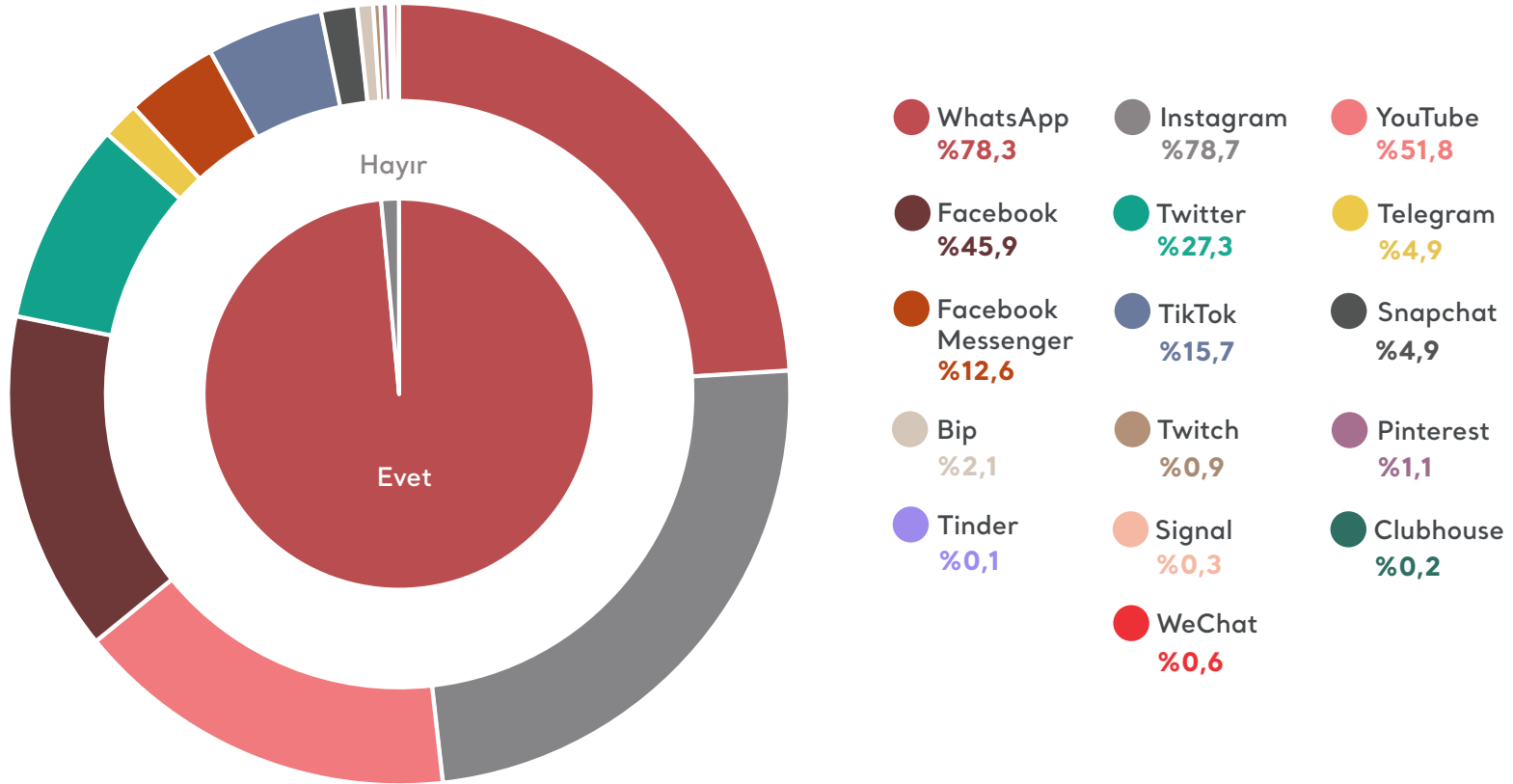
E grubu: Neredeyse tamamı ilkokul mezunu veya ilkokul terktir. Bireyler emekli/çalışan, emekli/çalışmayan, ev kadını ve işsizdir.

Sosyal Ağ Haritası Mayıs 2022 araştırmasına katılan bireylerin sosyo-ekonomik statü gruplarına göre dağılımı yüzde 6,9'u A grubu, yüzde 17,1'i B grubu, yüzde 41,8'i C1 grubu, yüzde 27,4'ü C2 grubu, yüzde 5,4'ü D grubu ve yüzde 1,4'ü 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 TERCİHLERİ

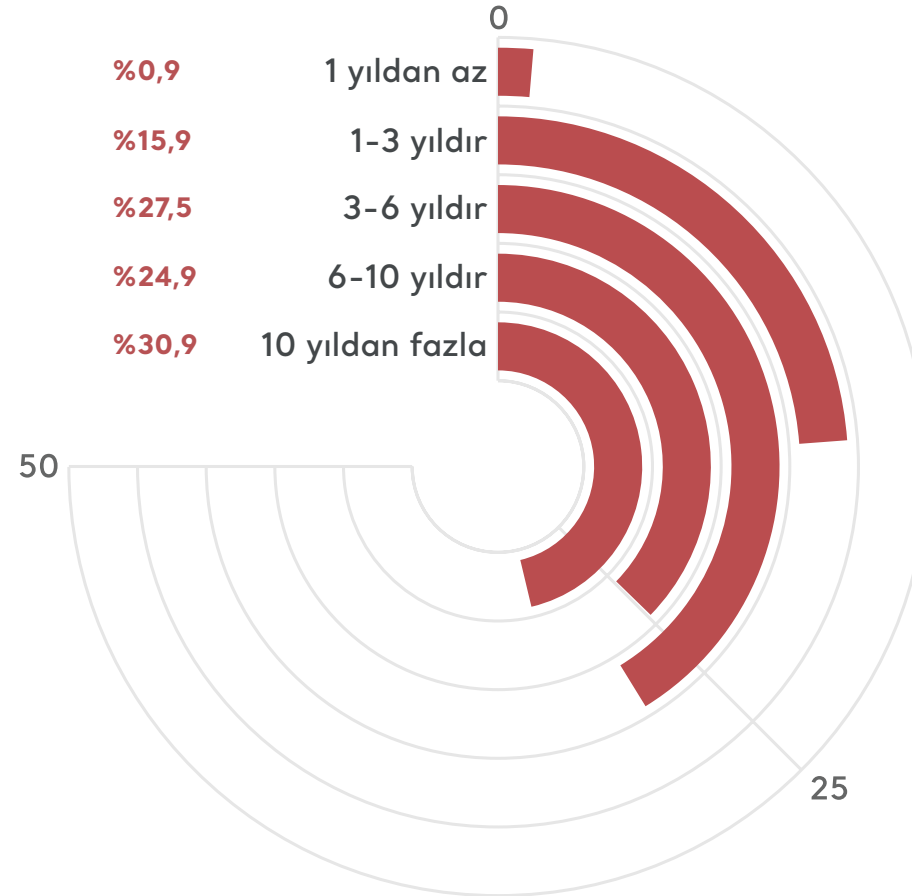
Grafik 1: Hangi sosyal ağları kullanırsınız?\*



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## ÜYELİK/KULLANIM SÜRESİ

Grafik 2: YouTube'u ne zamandan beri kullanıyorsunuz?

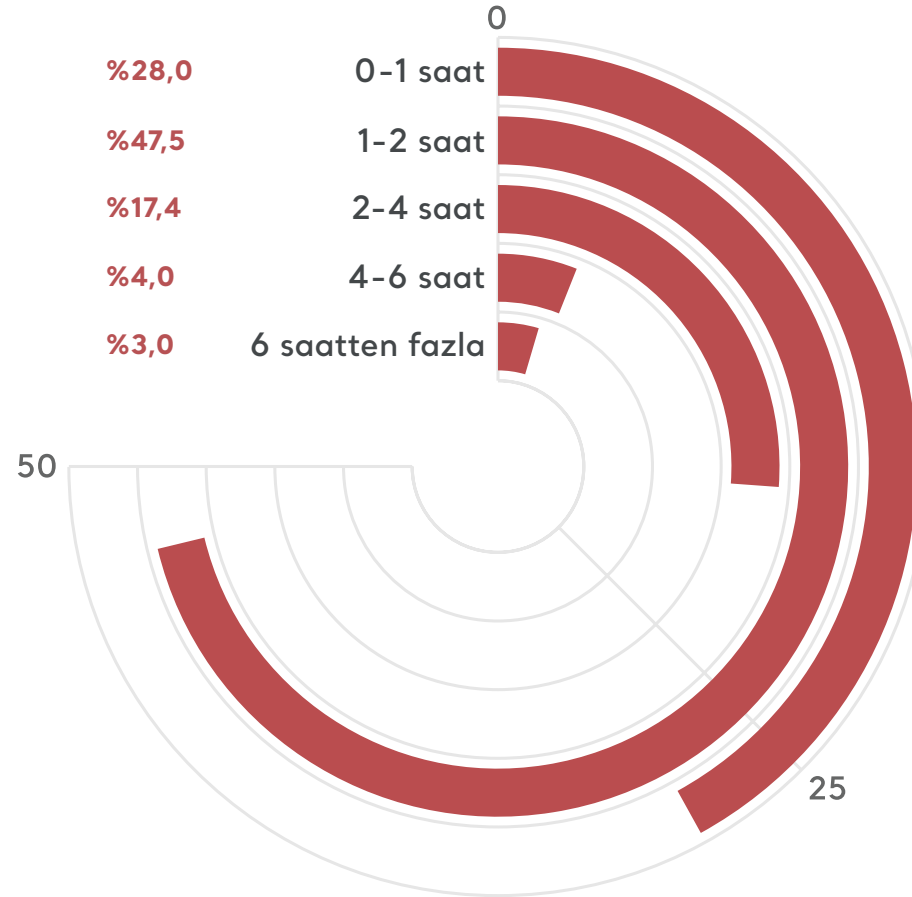


\*YouTube kullanabilmek için üye olmaya gerek olmadığından, bu soru temelde YouTube'a hem üye olma hem de üye olmama durumunda ne zamandan beri kullanıldığını kapsamaktadır.



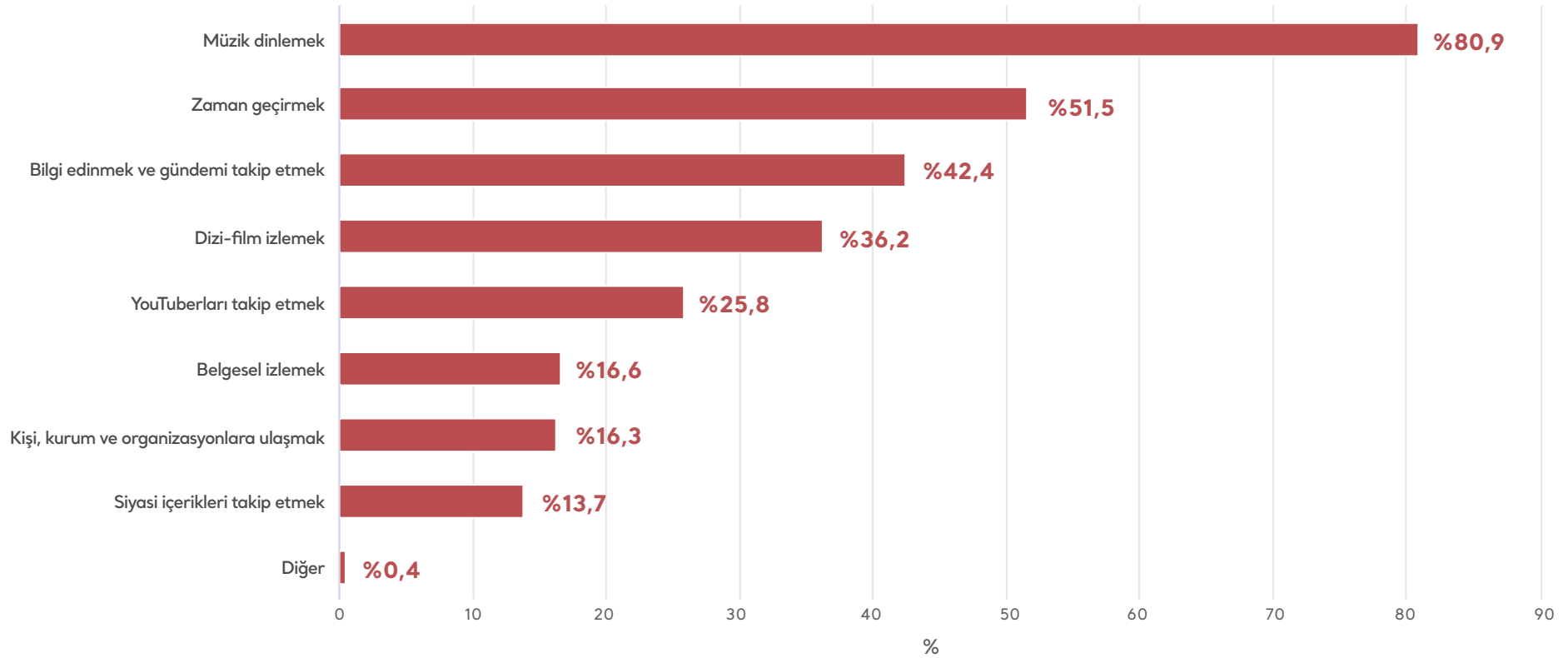
## GÜNLÜK ORTALAMA YOUTUBE KULLANIMI

Grafik 3: Son 1 ayınızı değerlendirdiğinizde, YouTube'u günde ortalama kaç saat kullanırsınız?



## KULLANIM AMACI

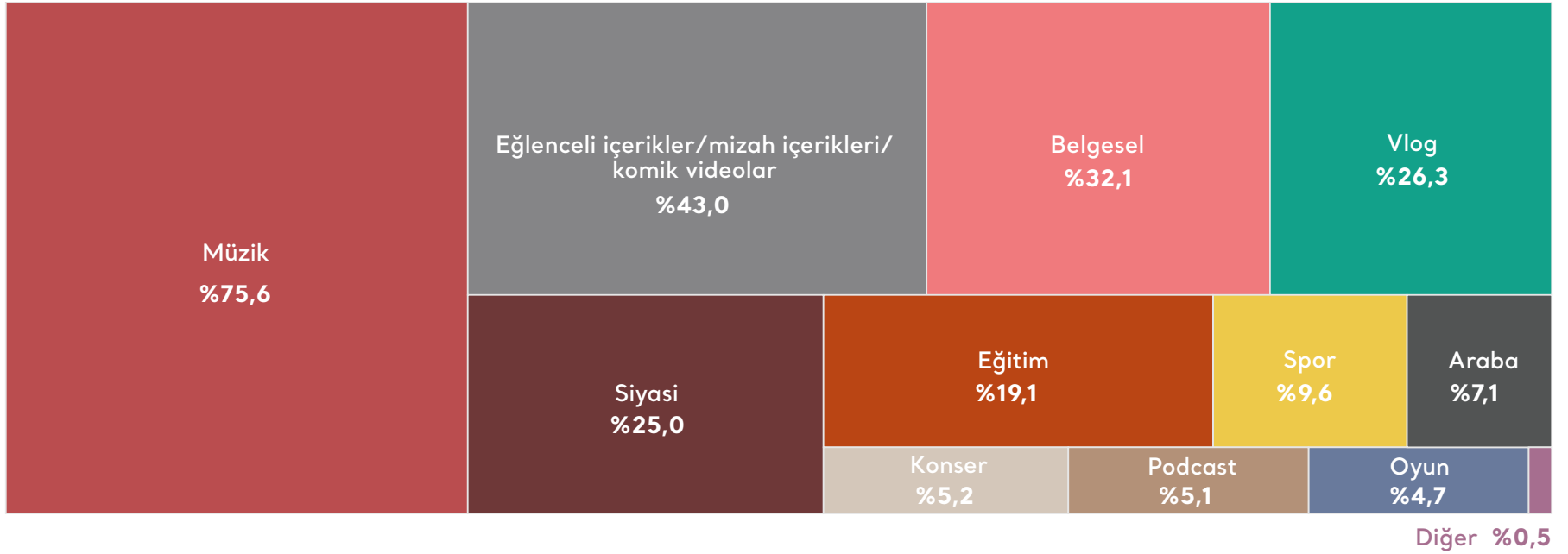
*Grafik 4: YouTube'u hangi amaçla kullanırsınız?*



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

## TAKİP EDİLEN İÇERİKLER

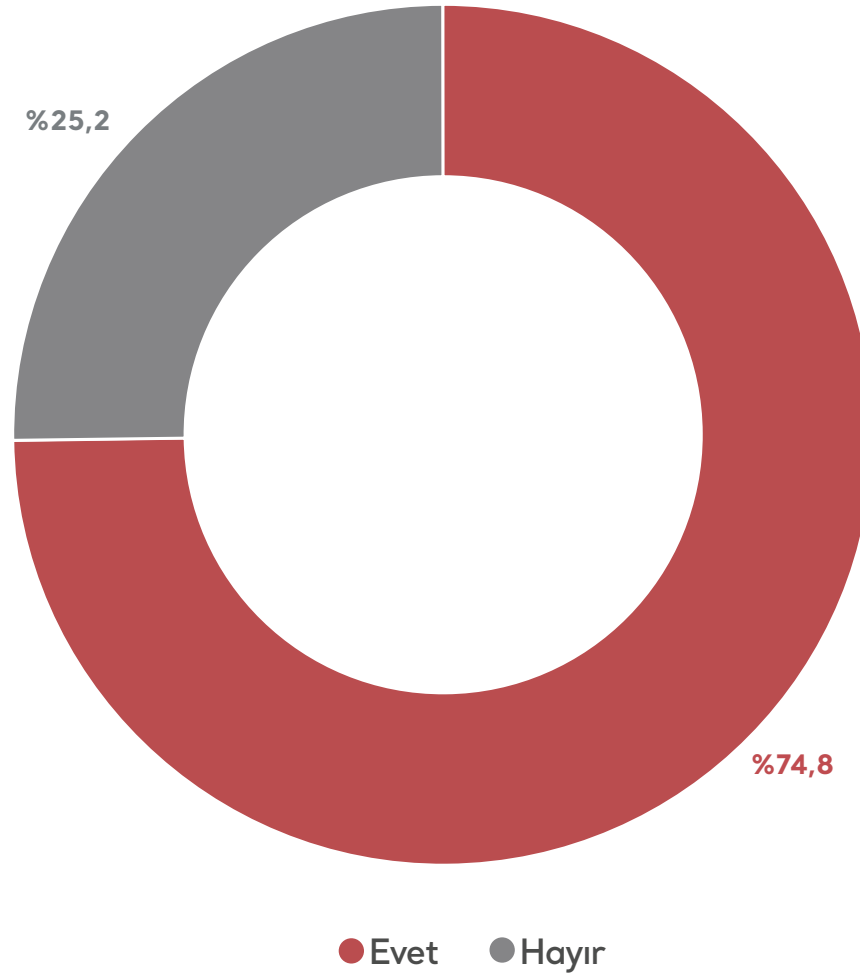
Grafik 5: YouTube’u hangi içerikleri takip etmek için kullanıyorsunuz?



\*Katılımcılara birden fazla seçenek işaretleme imkanı sunulmuştur.

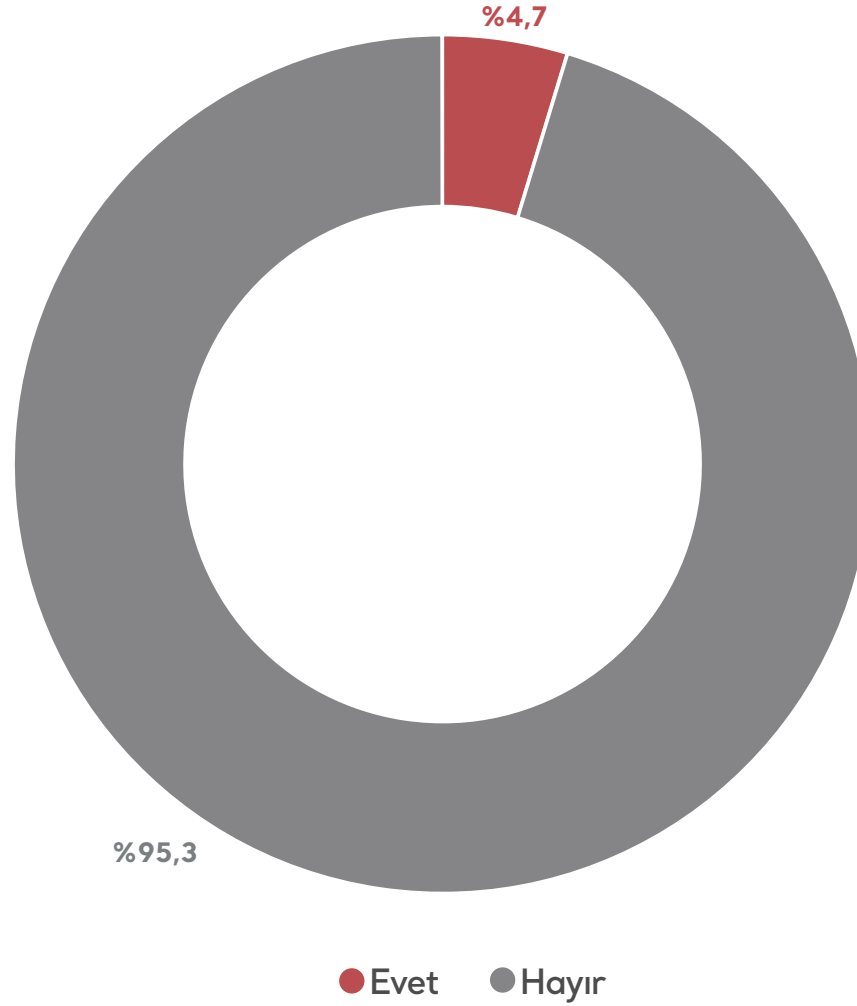
## YOUTUBE REKLAMLARI

*Grafik 6: YouTube reklamlarından rahatsız oluyor musunuz?*



## YOUTUBE PREMIUM

Grafik 7: YouTube Premium üyesi misiniz?





**SOSYAL AĞ**  
**HARİTASI**

