

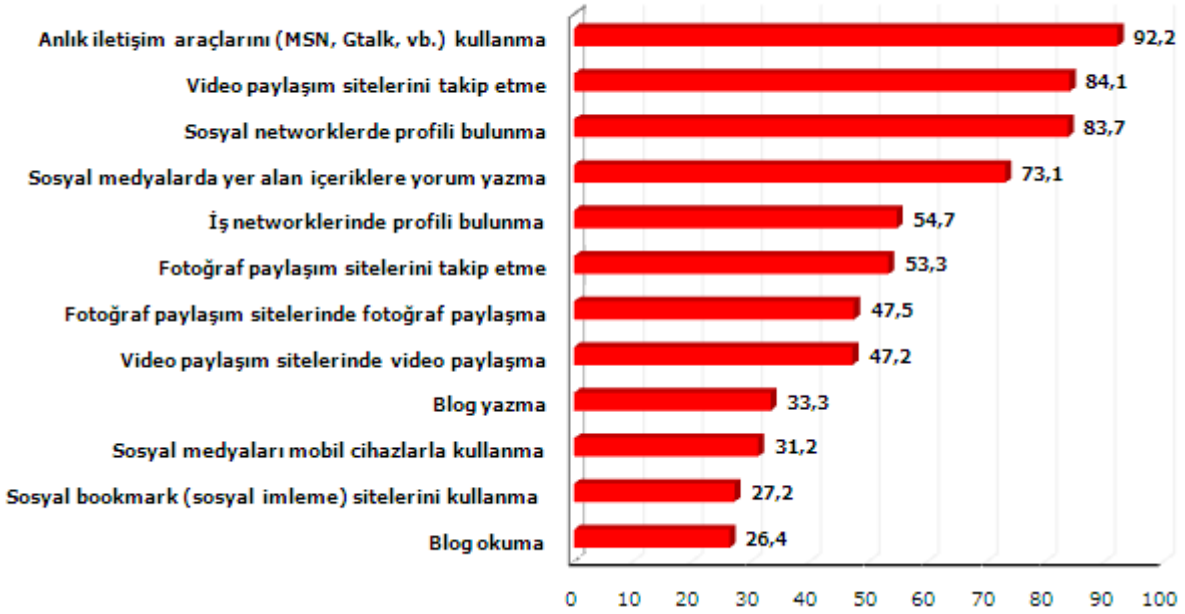
## -SOSYAL MEDYA ARAŞTIRMASI-

**Pazarlamadünyasi.com**'un **Vodaco Agency** işbirliği ile **04 Ağustos – 30 Eylül 2009** tarihleri arasında gerçekleştirdiği "*Sosyal Medya*" araştırması sonuçlandı.

"*İnternet kullanıcıları sosyal medyalarda ne kadar etkin?*" sorusunun cevabının arandığı araştırma ile blogların, anlık iletişim araçlarının, sosyal imleme sitelerinin, video paylaşım sitelerinin, fotoğraf paylaşım sitelerinin, sosyal ve iş networklerinin kimler tarafından ne şekilde kullanıldığı belirlendi.

***En çok anlık iletişim araçlarını kullanıyoruz...***

**Sosyal Medyaların Kullanım Oranları - Genel / %**



Araştırmaya katılanların en çok kullandıkları sosyal medya kullanımının başında yüzde 92,2 ile **MSN, Gtalk** gibi *anlık iletişim araçlarını kullanma* geliyor. Anlık iletişim araçlarını yüzde 84,1 ile *video paylaşım sitelerini takip etme* ve yüzde 83,7 ile **Facebook, MySpace** gibi *sosyal networklerde profile sahip olma* takip ediyor.

*Sosyal networklerde profile sahip olma* oranı yüzde 83,7 iken bu oran **LinkedIn, Xing** gibi *iş networklerinde profile sahip olma* da 54,7'ye düşüyor.

*Video paylaşım sitelerini takip etme* oranı yüzde 84,1 iken, *video paylaşım sitelerinde video paylaşma* oranı 42,7.

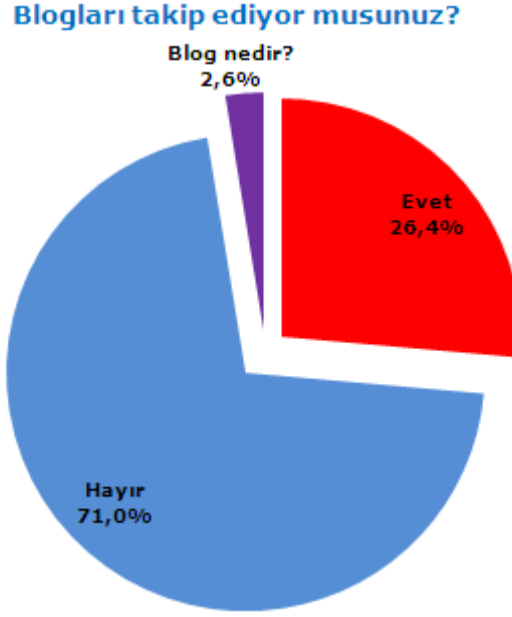
*Sosyal medyalarda yorum yazma* oranı yüzde 73,1, sosyal medyaları *mobil cihazlar ile kullanma* oranı ise yüzde 31,2.

*Fotoğraf paylaşım sitelerini takip etme* oranı *video paylaşım sitelerini takip etme* oranına göre oldukça düşük seviyede (yüzde 53,3) kalırken, *fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşma* oranı (yüzde 47,5) *video paylaşım sitelerinde video paylaşma* oranından yüzde 0,3 daha yüksek.

Sosyal medyalarda en az yapılan etkinliklerin başında ise yüzde 26,4 ile *blog okuma* yer alıyor. Blog okuma oranının düşüklüğüne rağmen *blog yazma* oranının daha yüksek (yüzde 33,3) olması ilginç bir durum.

Sosyal imleme (sosyal bookmark) sitelerini kullanma oranı yüzde 27,2.

## Blog'ları takip edenlerin oranı sadece yüzde 26,4...



Araştırmaya katılanları sadece yüzde 26,4'ü blogları takip ederken, blogları takip etmediğini ifade edenlerin oranı yüzde 71,0. Blogun ne olduğunu bilmeyenlerin oranı ise yüzde 2,6.

### Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre blogları takip edenlerin dağılımı

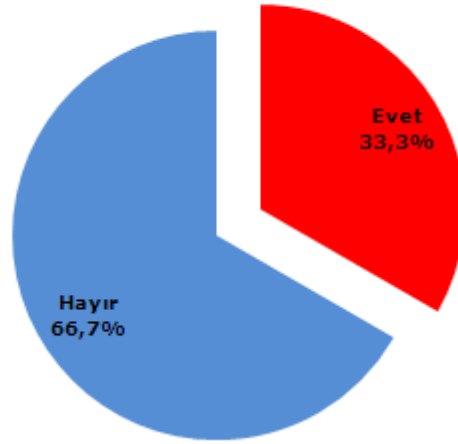
Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	204	30,0
Kadın	124	22,1
Yaş	n	yüzde
15 - 20	33	32,4
21 - 25	102	31,7
26 - 30	109	27,7
31 - 35	45	21,2
36 - 40	21	19,4
41 - 45	8	18,2
46 - 50	6	17,1
51 ve üzeri	4	15,4
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	8	19,0
Lise	99	25,5
Üniversite / Yüksekokul	169	27,0
Yüksek Lisans / Doktora	52	27,8
Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	41	19,9
3 - 5 saat	81	18,8
6 - 8 saat	100	29,3
9 saat ve üzeri	106	40,0

- Erkeklerin yüzde 30,0'u blogları takip ederken, bu oran kadınlarda yüzde 22,1.
- Yaş büyüdükçe blog okuma oranı düşüyor.
- 15-20 yaş grubunun yüzde 32,4'ü blogları takip ederken, 51 yaş ve üzeri yaş grubunda bu oran 15,4'e geriliyor.
- Yüksek Lisans / Doktora bitirenlerin yüzde 27,8'i blogları takip ederken, ilköğretim mezunlarında blogları takip etme yüzde 19,0'a düşüyor.

- İnternette geçirilen süre artıka blog takip etme oranı artıyor. Günde 9 saatin üzerinde internet kullananların yüzde 40,0'ı blogları takip ederken, 0 - 2 saat arasında internet kullananlar da bu oran 19, 9'a düşüyor.

### **Blog yazmayı blog okumaktan daha çok seviyoruz...**

#### **Sürekli olarak yazdığınız bir "blog"unuz var mı?**



Araştırmaya katılanların yüzde 33,3'ünün sürekli yazdığı bir blogları bulunurken, blog yazmayanların oranı ise yüzde 66,7.

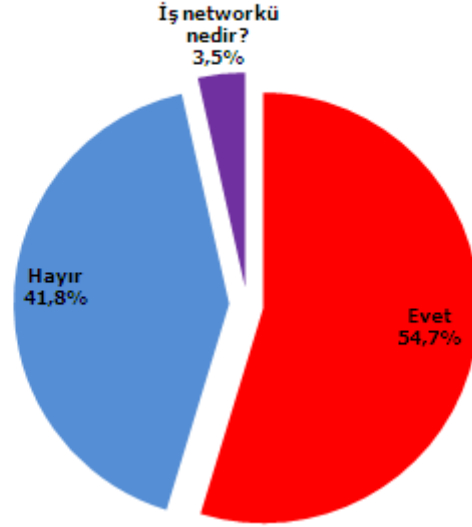
#### **Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre blog yazanların dağılımı**

Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	243	35,7
Kadın	171	30,4
Yaş	n	yüzde
15 - 20	31	30,4
21 - 25	115	35,7
26 - 30	136	34,5
31 - 35	76	35,8
36 - 40	27	25,0
41 - 45	13	29,5
46 - 50	10	28,6
51 ve üzeri	6	23,1
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	12	28,6
Lise	115	29,6
Üniversite / Yüksekokul	225	35,9
Yüksek Lisans / Doktora	62	33,2
Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	65	31,6
3 - 5 saat	137	31,8
6 - 8 saat	112	32,8
9 saat ve üzeri	100	37,7

- Erkeklerin yüzde 35,7'si sürekli blog yazdığını ifade ederken, bu oran kadınlarda yüzde 30,4.
- 31 - 35 yaş grubunun yüzde 35,8 ile sürekli blog yazıyor. Bu yaş grubunu yüzde 35,7 ile 20 - 25 yaş grubu takip ediyor.
- Üniversite / Yüksekokul mezunlarının yüzde 35,9'u blog yazıyor.
- İnternette daha çok vakit geçirenlerin blog yazma oranı artıyor.

### **İş networklerine yavaş yavaş alışıyoruz...**

#### **İş networklerinin (LinkedIn, Xing, Pronected, vb.) herhangi birinde profiliniz var mı?**



Araştırmaya katılanların yüzde 54,7'sinin **LinkedIn, Xing** gibi iş networklerinden herhangi birinde profili bulunurken yüzde 41,8'nin herhangi bir iş networkünde profili bulunmamaktadır.

Araştırmaya katılanların yüzde 3,5'i iş networkü kavramını bilmiyor.

#### **Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre herhangi bir iş networkünde profili olanların dağılımı**

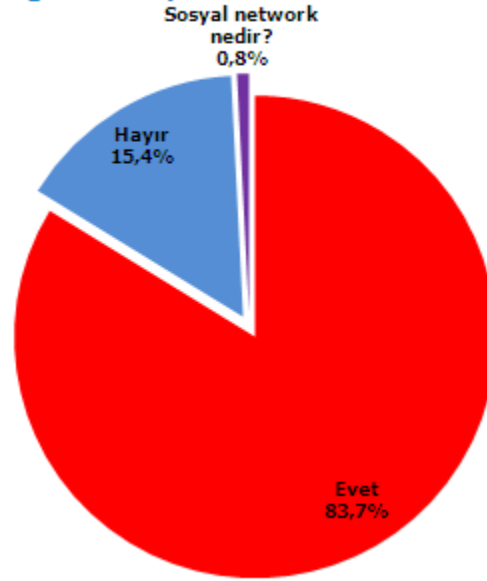
Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	383	56,2
Kadın	297	52,8
Yaş	n	yüzde
15 - 20	34	33,3
21 - 25	183	56,8
26 - 30	230	58,4
31 - 35	121	57,1
36 - 40	60	55,6
41 - 45	23	52,3
46 - 50	18	51,4
51 ve üzeri	11	42,3
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	11	26,2
Lise	168	43,3

Üniversite / Yüksekokul	376	60,1
Yüksek Lisans / Doktora	125	66,8
<b>Günlük internet kullanımı</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
0 - 2 saat	88	42,7
3 - 5 saat	209	48,5
6 - 8 saat	205	60,1
9 saat ve üzeri	178	67,2

- Erkeklerin yüzde 56,2'sinin herhangi bir iş networkünde profili bulunuyor. Kadınların ise yüzde 52,8'inin herhangi bir iş networkünde profili bulunuyor.
- 26 - 30 yaş grubunun yüzde 58,4'ünün herhangi bir iş networkünde profili bulunurken, bu yaş grubunu yüzde 57,1 ile 31 - 35 yaş grubu takip ediyor.
- 15 - 20 yaş grubunun sadece yüzde 33,3'ünün herhangi bir iş networkünde profili bulunuyor.
- Yüksek Lisans / Doktora yapanların yüzde 66,8'nin herhangi bir iş networkünde profili bulunurken, bu oran ilköğretim mezunlarında yüzde 26,2'ye düşüyor.

### **Sosyal networklerde profile sahip olma oranı yüzde 83,7...**

#### **Sosyal networklerin (Facebook, Netlog, Myspace, Orkut vb.) herhangi birinde profiliniz var mı?**



Araştırmaya katılanların yüzde 83,7'sinin **Facebook, Netlog, Myspace** gibi sosyal networklerin herhangi birinde profili bulunurken, yüzde 1,4'ünün herhangi bir sosyal networkte profili bulunmamaktadır.

Araştırmaya katılanların yüzde 0,8'i sosyal networklerin ne o olduğunu bilmemektedir.

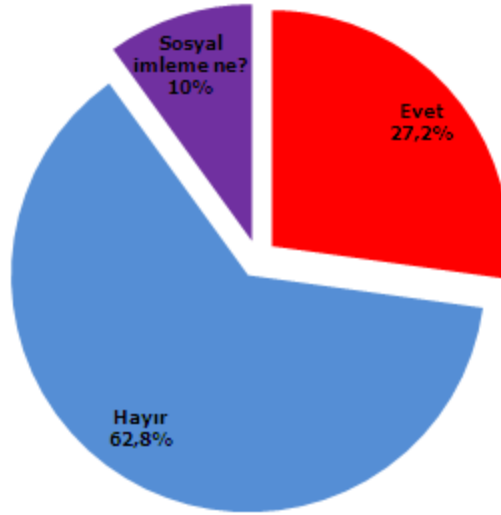
**Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre herhangi bir sosyal networkte profili olanların dağılımı**

<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
Erkek	577	84,7
Kadın	464	82,6
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
15 - 20	91	89,2
21 - 25	281	87,3
26 - 30	341	86,5
31 - 35	175	82,5
36 - 40	87	80,6
41 - 45	31	70,5
46 - 50	22	62,9
51 ve üzeri	13	50,0
<b>Eğitim</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
İlköğretim	31	73,8
Lise	326	84,0
Üniversite / Yüksekokul	526	84,0
Yüksek Lisans / Doktora	158	84,5
<b>Günlük internet kullanımı</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
0 - 2 saat	164	79,6
3 - 5 saat	347	80,5
6 - 8 saat	290	85,0
9 saat ve üzeri	240	90,6

- Erkeklerin yüzde 84,7'sinin herhangi bir sosyal networkte profili bulunurken bu oran kadınlarda yüzde 82,6.
- Yaş düştükçe sosyal networklerin kullanımı artıyor. 15 – 20 yaş grubunun yüzde 89,2'sinin herhangi bir sosyal networkte profili bulunurken, bu oran 51 yaş üstü yaş grubunda yüzde 50,02ye düşüyor.
- Eğitim ve günlük internet kullanım süresi arttıkça sosyal networklerde profil sahibi olma oranı artıyor.

## Her 10 kişiden 1'i sosyal imleme sitesinin ne olduğunu bilmiyor...

### Sosyal imleme (sosyal bookmark) sitelerini kullanıyor musunuz?



Araştırmaya katılanların sadece yüzde 27,2'si sosyal imleme sitelerini kullanırken, kullanmayanların oranı yüzde 62,8'dir.

Araştırmaya katılan her 10 kişiden 1'i sosyal imleme sitesinin ne olduğunu bilmemektedir.

### Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre sosyal imleme (sosyal bookmark) sitelerini kullananların dağılımı

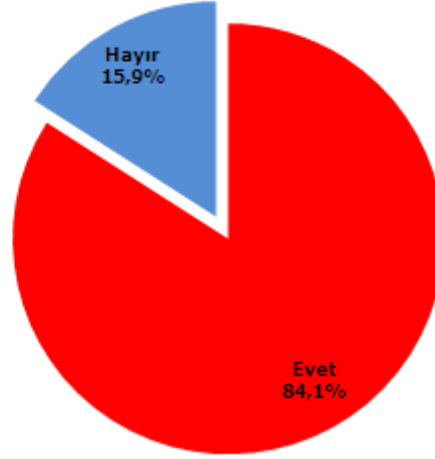
Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	215	31,6
Kadın	123	21,9
Yaş	n	yüzde
15 - 20	41	40,2
21 - 25	92	28,6
26 - 30	113	28,7
31 - 35	51	24,1
36 - 40	25	23,1
41 - 45	7	15,9
46 - 50	6	17,1
51 ve üzeri	3	11,5
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	10	23,8
Lise	104	26,8
Üniversite / Yüksekokul	180	28,8
Yüksek Lisans / Doktora	44	23,5
Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	40	19,4
3 - 5 saat	86	20,0
6 - 8 saat	99	29,0
9 saat ve üzeri	113	42,6

- Erkeklerin yüzde 31,9'u sosyal imleme sitelerini kullanırken bu oran kadınlarda sadece 21,9.
- 15 - 20 yaş grubunun yüzde 40,2'si sosyal imleme sitelerini kullanıyor.

- Yaş büyüdükçe sosyal imleme sitelerinin kullanımı düşüyor.
- Üniversite / Yüksekokul mezunlarının yüzde 28,8'i sosyal imleme sitelerini kullanıyor.
- Sosyal imleme sitelerinin kullanım ile internette geçirilen zamanın doğrudan ilişkisi var. İnternette daha uzun vakit geçirenler sosyal imleme sitelerini daha çok kullanıyorlar.

### **Video paylaşım siteleri internet hayatımızın ayrılmaz bir parçası...**

#### **Video paylaşım sitelerini takip edip video izler misiniz?**



Araştırmaya katılanların yüzde 84,1'i video paylaşım sitelerini takip edip video izlerken, yüzde 15,9'u video paylaşım sitelerini takip etmemektedir.

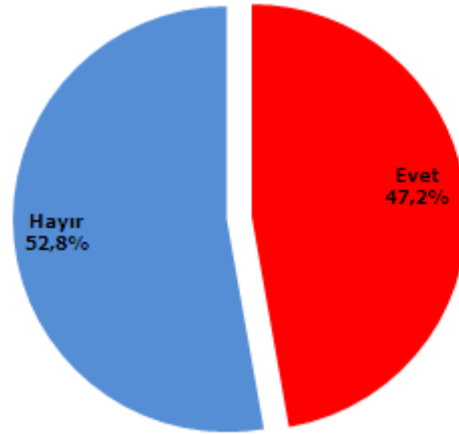
#### **Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre video paylaşım sitelerini takip edenlerin dağılımı**

Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	583	85,6
Kadın	462	82,2
Yaş	n	yüzde
15 - 20	90	88,2
21 - 25	291	90,4
26 - 30	332	84,3
31 - 35	178	84,0
36 - 40	83	76,9
41 - 45	30	68,2
46 - 50	23	65,7
51 ve üzeri	18	69,2
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	27	64,3
Lise	327	84,3
Üniversite / Yüksekokul	536	85,6
Yüksek Lisans / Doktora	155	82,9
Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	165	80,1
3 - 5 saat	358	83,1
6 - 8 saat	288	84,5
9 saat ve üzeri	234	88,3

- Erkeklerin yüzde 85,6'sı video paylaşım sitelerini takip edip video izlerken, bu oran kadınlarda yüzde 82,22ye düşüyor.
- 21 – 25 yaş grubunun yüzde 90,4'ü video paylaşım sitelerini takip ediyor.
- 44 yaş ve üzeri internet kullanıcılarının video paylaşım sitelerini takip etme oranı yüzde 65'i geçiyor. Bunu video paylaşım sitelerinde TV'de kaçırılan dizilerin izlenmesi bu sitelerde izleniyor olmasına bağlamak mümkün.
- Üniversite / Yüksek okul mezunlarının yüzde 85,6'ı video paylaşım sitelerini takip edip video izlerken, bu eğitim grubunu yüzde 84,3 ile lise mezunları takip ediyor.
- Video paylaşım sitelerini en az takip edenler yüzde 64,3 ile ilköğretim mezunları.
- Diğer sosyal medya kanallarında olduğu gibi internette geçirilen süre arttıkça video paylaşım sitelerinin takip edilme oranı artıyor.

### **Çok video izliyor, az paylaşıyoruz...**

#### **Video paylaşım sitelerinde video paylaşır mısınız?**



Araştırmaya katılanların yüzde 47,2'si video paylaşım sitelerinde paylaşımda bulunurken, video paylaşmayanların oranı yüzde 52,8'dir.

#### **Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre video paylaşım sitelerinde video paylaşanların dağılımı**

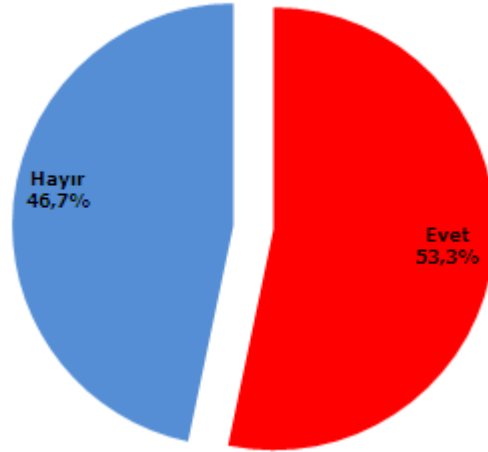
Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	349	51,2
Kadın	238	42,3
Yaş	n	yüzde
15 - 20	69	67,6
21 - 25	171	53,1
26 - 30	178	45,2
31 - 35	98	46,2
36 - 40	42	38,9
41 - 45	14	31,8
46 - 50	9	25,7
51 ve üzeri	6	23,1
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	15	35,7
Lise	204	52,6
Üniversite / Yüksekokul	286	45,7
Yüksek Lisans / Doktora	82	43,9

Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	86	41,7
3 - 5 saat	183	42,5
6 - 8 saat	169	49,6
9 saat ve üzeri	149	56,2

- Erkeklerin yüzde 51,2'si video paylaşımında bulunurken, kadınların yüzde 42,3'ü video paylaşımında bulunuyor.
- 15 -20 yaş grubunun yüzde 67,6'sı video paylaşım sitelerinde video paylaşımında bulunurken, 51 yaş ve üzeri yaş grubunda bu oran yüzde 23,1'e geriliyor.
- Lise mezunları yüzde 52,6 ile video paylaşım sitelerinde video paylaşıyor.
- Günlük 9 saat ve üzerinde internet kullananların video paylaşım sitelerinde video paylaşma oranı yüzde 56,2.

### **Fotoğraf paylaşım sitelerinin takip edilme oranı yüzde 53, 3...**

#### **Fotoğraf paylaşım sitelerini takip eder misiniz?**



Araştırmaya katılanların yüzde 53,3'ü fotoğraf paylaşım sitelerini takip ediyor. Fotoğraf paylaşım sitelerini takip etmeyenlerin oranı yüzde 46,7.

#### **Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre fotoğraf paylaşım sitelerini takip edenlerin dağılımı**

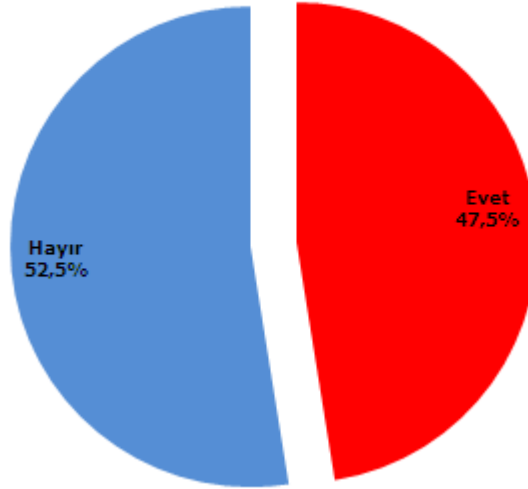
Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	363	53,3
Kadın	303	53,9
Yaş	n	yüzde
15 - 20	64	62,7
21 - 25	192	59,6
26 - 30	209	53,0
31 - 35	112	52,8
36 - 40	55	50,9
41 - 45	16	36,4
46 - 50	11	31,4
51 ve üzeri	7	26,9
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	16	38,1
Lise	214	55,2
Üniversite / Yüksekokul	340	54,3

Yüksek Lisans / Doktora	96	51,3
Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	81	39,3
3 - 5 saat	218	50,6
6 - 8 saat	185	54,3
9 saat ve üzeri	182	68,7

- Kadınların yüzde 53, 9'u fotoğraf paylaşım sitelerini takip ederken, bu oran erkeklerde yüzde 53,3'dür.
- 15 -20 yaş grubunun yüzde 62,7'si fotoğraf paylaşım sitelerini takip ederken, 51 yaş ve üzeri yaş grubunda bu oran 26,9'a düşüyor.
- Yaş büyüdükçe fotoğraf paylaşım sitelerini takip etme oranı azalıyor.
- Lise mezunları yüzde 55,2'lik oranla fotoğraf paylaşım sitelerini takip ediyor. İlköğretim mezunlarının ise yüzde 38,1'i fotoğraf paylaşım sitelerini takip ediyor.
- İnternette geçirilen süre arttıkça fotoğraf paylaşım sitelerinin takip etme oranı artıyor.

### **Fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşma oranı yüzde 47, 5...**

**Fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşmısınız?**



Araştırmaya katılanların yüzde 47,5'i fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşımında bulunurken, fotoğraf paylaşımında bulunmayanların oranı yüzde 52,5'dir.

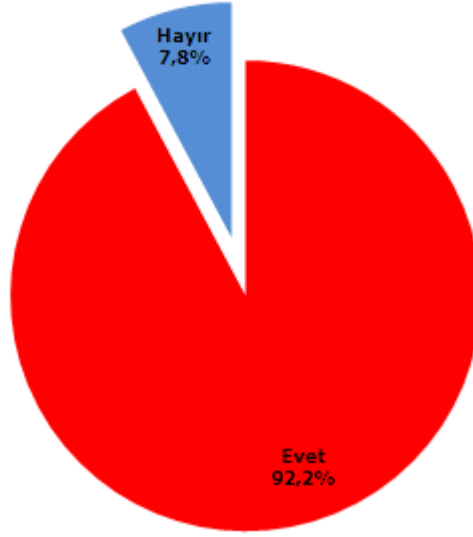
## Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşanların dağılımı

Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	332	48,8
Kadın	258	45,9
Yaş	n	yüzde
15 - 20	59	57,8
21 - 25	175	54,3
26 - 30	183	46,4
31 - 35	96	45,3
36 - 40	46	42,6
41 - 45	15	34,1
46 - 50	10	28,6
51 ve üzeri	6	23,1
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	18	42,9
Lise	186	47,9
Üniversite / Yüksekokul	300	47,9
Yüksek Lisans / Doktora	86	46,0
Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	78	37,9
3 - 5 saat	195	45,2
6 - 8 saat	160	46,9
9 saat ve üzeri	157	59,2

- Kadınlar fotoğraf paylaşım sitelerini takip etmede erkeklerin önünde olmalarına karşın, paylaşımda erkeklerin gerisinde kalıyor. Kadınların yüzde 45,9'u fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşıırken, bu oran erkeklerde yüzde 48,8.
- Yaş büyüdükçe fotoğraf paylaşım sitelerinde paylaşımda bulunma oranı düşüyor.
- Lise ve Üniversite / Yüksekokul mezunlarının yüzde 47,9'u fotoğraf paylaşım sitelerinde paylaşımda bulunuyor.
- İnternette vakit geçirme zamanı arttıkça fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşma oranı artıyor.

## Kadınların yüzde 94,5'i anlık iletişim araçlarını kullanıyor...

Anlık iletişim araçlarından (MSN, GTalk, Yahoo Messenger, vb.) herhangi birini birini kullanıyor musunuz?



Araştırmaya katılanların yüzde 92,2'si **MSN GTalk** gibi anlık iletişim araçlarını kullanırken, anlık iletişim araçlarının kullanmayanların oranı yüzde 7,8'dir.

### Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre anlık iletişim araçlarından herhangi birini kullananların dağılımı

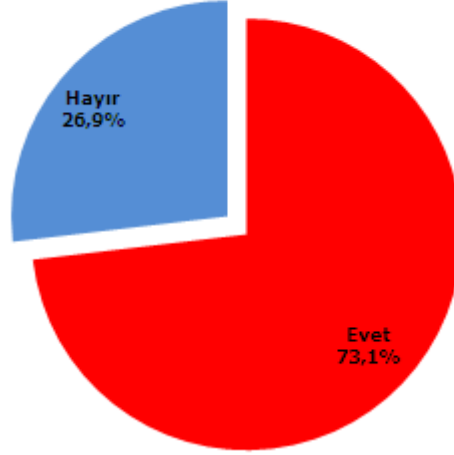
Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	615	90,3
Kadın	531	94,5
Yaş	n	yüzde
15 - 20	91	89,2
21 - 25	307	95,3
26 - 30	363	92,1
31 - 35	194	91,5
36 - 40	99	91,7
41 - 45	40	90,9
46 - 50	32	91,4
51 ve üzeri	20	76,9
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	34	81,0
Lise	355	91,5
Üniversite / Yüksekokul	582	93,0
Yüksek Lisans / Doktora	175	93,6
Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	182	88,3
3 - 5 saat	397	92,1
6 - 8 saat	319	93,5
9 saat ve üzeri	248	93,6

- Kadınların yüzde 94,5'i anlık iletişim araçlarını kullanırken, erkekler de bu oran yüzde 90,3'dür.
- 21 -25 yaş grubunun yüzde 95,3'ü anlık iletişim araçlarını kullanırken, 51 yaş ve üzeri yaş grubunda bu oran yüzde 76,9'a düşüyor.

- Yüksek Lisans / Doktora yapanlar anlık iletişim araçlarını en çok kullanan grup. (yüzde93,6)
- Günlük 9 saat ve üzerinde internette olanların yüzde 93,6'ı anlık iletişim araçlarını kullanıyorlar.

### **Her 100 kişiden 73'ü sosyal medyalarda yorumda bulunuyor...**

#### **Sosyal medyalarda yer alan içeriklere yorum (comment) yazar mısınız?**



Araştırmaya katılanların yüzde 73,1'i sosyal medyalarda yer alan içeriklere yorum yapıyor. Sosyal medyadaki içeriklere yorum yapmayanların oranı yüzde26,9.

#### **Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre sosyal medyalarda yer alan içeriklere yorum yazanların dağılımı**

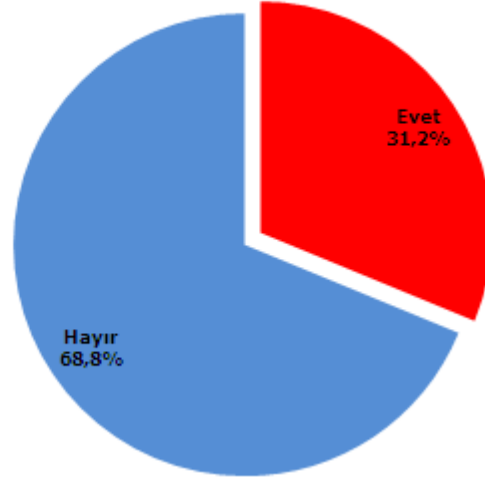
Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	485	71,2
Kadın	424	75,4
Yaş	n	yüzde
15 - 20	72	70,6
21 - 25	252	78,3
26 - 30	298	75,6
31 - 35	151	71,2
36 - 40	73	67,6
41 - 45	30	68,2
46 - 50	20	57,1
51 ve üzeri	13	50,0
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	24	57,1
Lise	280	72,2
Üniversite / Yüksekokul	460	73,5
Yüksek Lisans / Doktora	145	77,5
Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	143	69,4
3 - 5 saat	300	69,6
6 - 8 saat	251	73,6
9 saat ve üzeri	215	81,1

- Kadınları yüzde 75,4'ü sosyal medyalarda yer alan içeriklere yorum yazarken, bu oran erkeklerde yüzde 71,2.

- 21-25 yaş grubunun 78,3'ü sosyal medyalarda yer alan içeriklere yorum yazarken, 51 yaş ve üzeri yaş grubunda bu oran yüzde 50,0'ye düşüyor.
- Yüksek Lisans / Doktora yapanların sosyal medyalarda yer alan içeriklere yorum yazma oranı yüzde 77,5. İlköğretim mezunu olanların ise yüzde 57,1'i sosyal medyalarda yorum yazıyor.
- İnternette geçirilen süre artıkcça sosyal medyalarda yorum yazma oranı artıyor.

### **Her 10 kişiden 1'i sosyal medyaları mobil cihazlarla kullanıyor...**

#### **Sosyal medyaları mobil cihazlarla (iPhone, BlackBerry, vb.) kullanıyor musunuz?**



Araştırmaya katılanların yüzde 31,2'si sosyal medyaları mobil cihazlar ile kullanırken, sosyal medyaları mobil cihazlar ile kullanmayanların oranı yüzde 68,8.

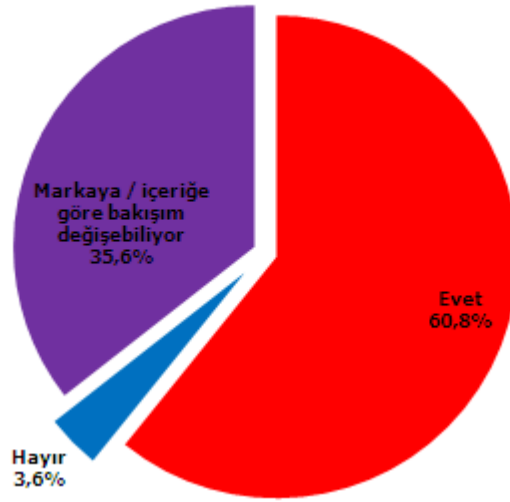
#### **Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre sosyal medyaları mobil cihazlarla kullananların dağılımı**

Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	233	34,2
Kadın	155	27,6
Yaş	n	yüzde
15 - 20	24	23,5
21 - 25	99	30,7
26 - 30	124	31,5
31 - 35	79	37,3
36 - 40	39	36,1
41 - 45	15	34,1
46 - 50	5	14,3
51 ve üzeri	3	11,5
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	7	16,7
Lise	115	29,6
Üniversite / Yüksekokul	193	30,8
Yüksek Lisans / Doktora	73	39,0
Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	59	28,6
3 - 5 saat	133	30,9
6 - 8 saat	116	34,0
9 saat ve üzeri	110	41,5

- Erkeklerin yüzde 34,2'si sosyal medyaları mobil cihazlar ile kullanırken bu oran kadınlarda yüzde 27,6.
- Mobil cihazlarla sosyal medya kullanımı 21 yaştan 45 yaşa kadar bir artış trendi izliyor.
- Yüksek Lisans / doktora yapanların yüzde 39,0'u sosyal medyaları mobil cihazlarla da kullanıyor.
- Günde 9 saatten fazla internette olanların sosyal medyaları mobil cihazlarla da kullanım oranları yüzde 41,5.

### **Sosyal medyalarda markalar ile ilgili yorumlar markaya bakışımıza yön veriyor...**

**Sosyal medyalarda markalarla ilgili içerikler, yorumlar o markaya bakışınızda bir değişiklik yaratıyor mu?**



Araştırmaya katılanların yüzde 60,8'i sosyal medyalarda yer alan markalar ile ilgili içeriklerin markalara bakışlarını etkilediğini ifade ederken, sosyal medyadaki içeriklerin markaya bakışlarını değiştirmedini ifade edenlerin oranı yüzde 3,6'dır.

Araştırmaya katılanların yüzde 35,6'sı sosyal medyada yer alan içeriğin markaya ve içeriğe göre markaya olan bakışını değiştirdiğini ifade etmiştir.

**Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre sosyal medyada markalarla ilgili içerikler, yorumlar doğrultusunda markaya bakışları değişenlerin dağılımı**

Cinsiyet	n	yüzde
Erkek	434	63,7
Kadın	322	57,3
Yaş	n	yüzde
15 - 20	59	57,8
21 - 25	196	60,9
26 - 30	239	60,4
31 - 35	143	70,8
36 - 40	63	58,3
41 - 45	23	52,3
46 - 50	17	48,6
51 ve üzeri	16	61,5
Eğitim	n	yüzde
İlköğretim	28	66,7
Lise	240	61,9
Üniversite / Yüksekokul	387	61,8
Yüksek Lisans / Doktora	101	54,0
Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	113	54,9
3 - 5 saat	252	58,5
6 - 8 saat	209	61,3
9 saat ve üzeri	182	68,7

- Erkeklerin yüzde63,7'si sosyal medyada yer alan içeriklerin markaya bakışlarını değiştirdiğini ifade ederken, kadınlarda bu oran yüzde 57,3.
- 31 -35 yaş grubunun yüzde 70,8'inin sosyal medyada yer alan içerikler doğrultusunda markaya bakışları değişiyor.
- 46 -50 yaş gurubunda sosyal medyada yer alan içerikler doğrultusunda markaya bakışlarının değiştiğini ifade edenlerin oranı yüzde 48,6.
- 21 – 35 yaş aralığında yer alan kişilerin sosyal medyada yer alan içeriklerden etkilenme oranı yüksek seyrederken 41 – 50 yaş aralığındakilerde bu oran düşüyor.
- Eğitim seviyesi arttıkça markalar doğrultusunda yazılan yorumlardan etkilenme oranı düşüyor.

### **Araştırmanın Künyesi**

- Araştırma **Vodaco Agency** işbirliğiyle **Pazarlamadünyasi.com**'u 1.243 ziyaretçisi ile gerçekleştirilmiştir.
- Araştırmaya katılanların yüzde 54,8'i erkek, yüzde 45,2'si **kadındır**.
- Araştırmaya başta **İstanbul, Ankara ve İzmir** olmak üzere 65 il ile **Bulgaristan** ve **KKTC**'den katılım olmuştur.
- Araştırmaya katılanların yüzde 31,7'si **26 - 30**, 25,9'u **20 – 25**, 17,1'i **31 – 35**, 8,7'si **35 – 40**, 8,2'si **15 - 20**, 3, 5'i **41 - 45**, 2,8'i **46 – 50** ve 2,1'i **51 yaş ve üzeri** yaş grubunda yer almaktadır.

- Araştırmaya katılanların yüzde 50,4'ü **Üniversite / Yüksekokul**, yüzde 31,2'si **Lise** (*Lise mezunlarının %58,5'i şuan Yüksekokul / Üniversite öğrenimi görmektedir.*) , yüzde 15,0'i **Yüksek Lisans / Doktora** ve yüzde3,4'ü ise **İlköğretim** eğitimi almıştır.
- Araştırmaya **pazarlama, satış, finans / muhasebe, bilişim / internet, halkla ilişkiler, reklam ve eğitim** başta olmak üzere 31 farklı alanda çalışanlar ile **öğrenciler** katılmıştır.