



GENÇLİK ARAŞTIRMALARI

HABER BÜLTENİ

Yeni Ne Var?

DÜNYA ÜLKELERİ

SOSYAL MEDYA VE

İNTERNET KULLANIMI

AMAÇ

Bu raporda, dünya üzerinde en çok gençler tarafından kullanıldığı bilinen internet ve sosyal medyanın kavramsal anlamda tanımlanması, günümüzde internetin ve sosyal medyanın istatistiksel veriler ışığında Dünya ülkeleri ve Türkiye’de kullanım oranlarının karşılaştırılması, bu anlamda ülkeler arasında dijital alanlardaki farklılıkların ortaya konulması, Türkiye’nin internet ve başta sosyal medya olmak üzere dijital platformları kullanımı açısından Dünya ülkeleri arasındaki konumunun belirlenmesi ve sosyal medya mecralarının özellikle gençler arasında yaygınlaşmasının altında yatan nedenlerin teorik olarak incelenmesi amaçlanmıştır.

KAPSAM

Raporda öncelikle internet ve sosyal medya ile ilgili tanımlara yer verilmiş, bunların özellikleri, yaygınlaşma süreçleri, kullanım amaçları ve kullanımının daha çok gençler arasında yaygınlaşma nedenleri ele alınmıştır. Ardından başta Türkiye olmak üzere Asya ülkelerinden Rusya, Çin, Hindistan, Azerbaycan ve Japonya; Afrika ülkelerinden Güney Afrika, Nijerya ve Mısır; Avustralya ülkelerinden Avustralya ve Yeni Zelanda; Amerika ülkelerinden ABD, Kanada, Brezilya ve Arjantin; Ortadoğu ülkelerinden Suudi Arabistan ve İran; Avrupa ülkelerinden İngiltere, Fransa, Hollanda, Almanya ve İtalya’da internet ve sosyal medya kullanım oranları istatistiksel veriler ışığında ortaya konulmuş ve söz konusu ülkelerde aktif sosyal medya ve internet kullanımları konusundaki farklılıklar incelenmiştir.

GENEL BİLGİLENDİRME

Bilindiği üzere haberleşme yani diğer adıyla iletişim tarih boyunca insanlığın temel ve önem düzeyi yüksek ihtiyaçlarından biri olmuştur. Bu bağlamda insanoğlu tarihin her devrinde iletişimle ilgili yeni şeyler keşfetmiş ve bu alanda giderek artan bu keşifler sayesinde iletişim, günümüzdeki halini alarak yaşadığımız döneme iletişim çağı adı verilmiştir. Günümüzde en gelişmiş ve en yaygın iletişim aracı olarak interneti görmekteyiz. Zira internet, hemen herkes için hem ucuz ve kolay erişilebilir bir araçtır hem de dünyanın her yerindeki insanlarla kolaylıkla iletişimi sağlayabilmektedir. Ortaya çıkışı savunma amaçlı hazırlanan bir projeye dayanan internet teknolojisi bahsedilen özellikleri nedeniyle günümüz iletişim dünyası için bir devrim olarak nitelendirilmektedir (Eroğlu, 2012:1).

İnternet; bilgisayar ağlarının birbirine bağlanması sonucu ortaya çıkan, herhangi bir sınırlaması ve yöneticisi olmayan uluslararası bilgi iletişim ağı ya da dünya çapında yaygın olarak kullanılan ve sürekli büyüyen, birden çok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu iletişim ağı şeklinde tanımlanabilir (Gençer, 2011: 10).

Teknolojik bir devrim olan internet, etki mekanizmaları ve araçları ile beraber kitle iletişiminde de köklü değişikliklere sebep olmuştur. Geleneksel medya araçları ile yarışır durumda olan günümüz sosyal medya araçları edilgen durumda olan izleyicileri, etken hâle getirmiştir (Özpolat, 2014: 46).

Sosyal medya insanların sosyalleşmek için kullandıkları medya türü; birbirinden bağımsız olarak gelişmiş ve tüketicilerin kendi içeriklerini yansıtabilmelerini ve başkalarıyla paylaşmalarını sağlayan çevrimiçi uygulamalar olarak tanımlanabilir.

Sosyal medyanın en önemli özelliği kullanıcıların kullanım kontrolüne sahip olmaları ve bunu yaparken de sifıra yakın bir maliyete katlanmalarındır. Yer unsurunu ortadan kaldırarak coğrafik anlamda sınırları aşma imkânı yaratan sosyal medya, sanal ortamda her türlü paylaşıma çoklu ortamlarla imkân vermesi ve devamlı güncellenebilmesi özellikleri ile ön plana çıkmaktadır. Akranlar arası bir iletişim ortamı olarak da değerlendirilebilecek sosyal medya uygulamaları bu sayede ortak iletişimsel tecrübe alanlarının oluşturulmasına imkân vererek adeta iletişim toplulukları yaratmaktadır. Sosyal medya kullanıcı ara yüzleri de bu toplulukların oluşması ve

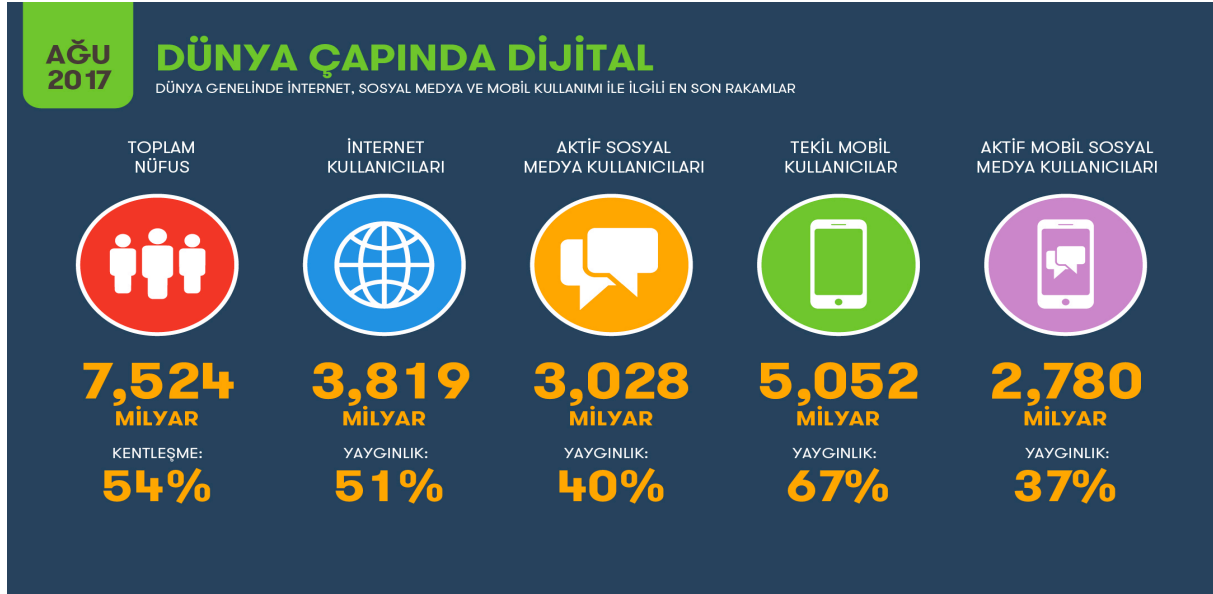
iletişimin etkinliğini sağlamak amaçları doğrultusunda planlanmaktadır. Birçok sosyal medya uygulamasında favoriler, kategoriler, arama seçenekleri, gruplar gibi unsurlar yer almaktadır. Sosyal medya uygulamalarının kullanıcılarına kişisel üyelik ya da hesapları ile diğer kullanıcılarla etkileşime geçebilmeleri imkânı vermesi ve neredeyse tüm güncelleme hakkını kullanıcılarına vermesi sosyal medyanın anahtar özelliklerinden biridir (Koçak, 2012: 31-32).

Günümüzde sosyal medya platformlarının en çok gençler tarafından kullanılıyor olduğu istatistiklerle aşikârdır. Genç kitlelerin sosyal medyayı bu denli tercih ediyor olmalarındaki en önemli etken, tamamen bağımsız ve kısıtlama olmadan hareket edebilecekleri bir ortamı sağlıyor olmasıdır. Sosyal medya yapısı gereği iletişimin kontrolünü tamamen kullanıcıya veren; gençlerin istedikleri gibi düşünüp davranabildikleri; iletişimin tüm süreçlerini kendilerinin inşa edip sürdürdükleri; kimlerle, hangi zaman aralığında ve hangi koşullarda iletişime geçeceklerine özgürce karar verdikleri bir ortam sunmaktadır (Durmuş, 2014: 131-134).

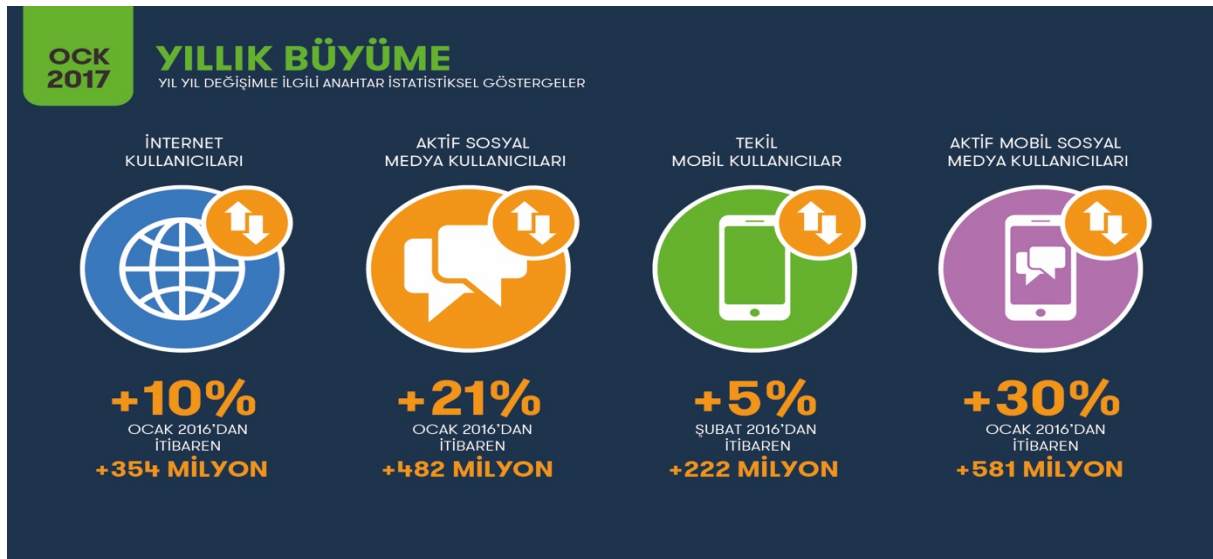
Yukarıda da bahsedildiği üzere ulaşım ve kullanım kolaylığı, fikirlerin kolaylıkla ve kısıtlama olmaksızın paylaşılabildiği bir alan olması, dünyanın her yerindeki insanlarla kolaylıkla fikir alışverişinde bulunmayı sağlaması ve benzeri nedenlerle internet ve sosyal medyanın kullanımı dünyanın her yerinde gün geçtikçe artmaktadır. Söz konusu artışı, 2017 yılında Dijital pazarlama ajansı We Are Social, Hootsuite tarafından hazırlanan “Digital in 2017 Global Overview” raporundan görmek mümkündür.

İSTATİSTİKLER

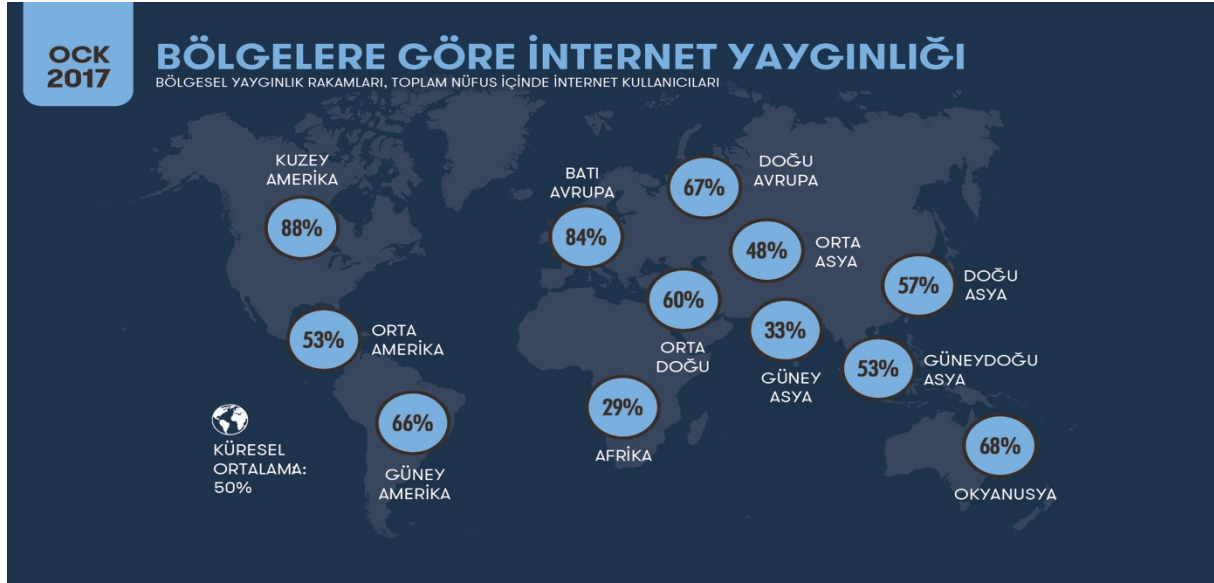
1. Global Düzeyde Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı



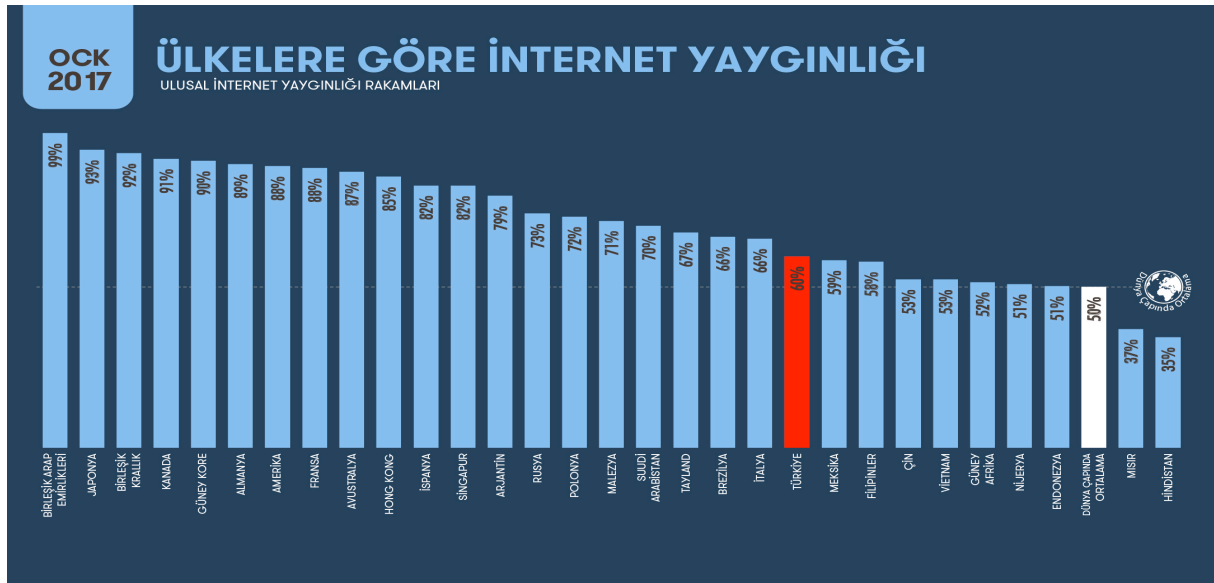
Dünya nüfusu 7,5 milyar olmakla birlikte şehirleşme oranı %54'tür. 3.82 milyar internet kullanıcı sayısına bakarak dünya nüfusunun yaklaşık olarak yarısının internet erişimi olduğu söylenebilir. Aktif olarak sosyal medyayı kullanan 3.02 milyar kişiden 2,8 milyarı sosyal medyaya telefon üzerinden erişim sağlamaktadır. Genel nüfus içerisinde %67'lik oranla 5.05 milyar kişi cep telefonu kullanmaktadır.



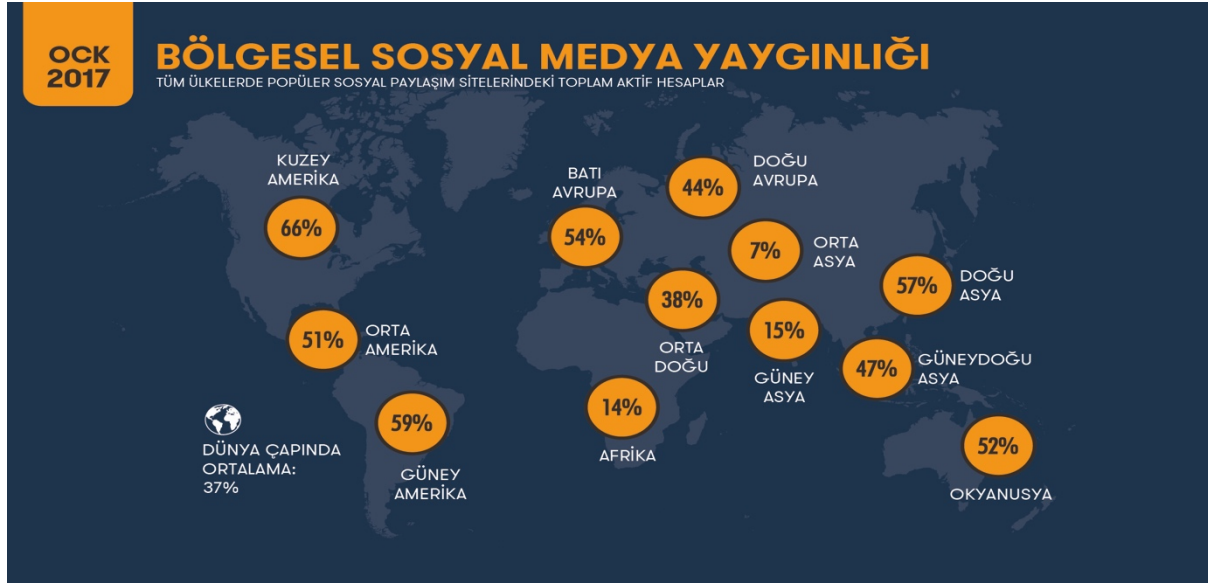
2016 yılında İnternet kullanıcı sayısı 2015 yılına kıyasla %10 büyüme ile 354 milyon; aktif sosyal medya kullanıcı sayısı %21 büyüme ile 482 milyona artmıştır. Tekil mobil kullanıcılar son 12 ayda %5 büyürken, mobil sosyal medya kullanıcılarında %30 artış görülmektedir.



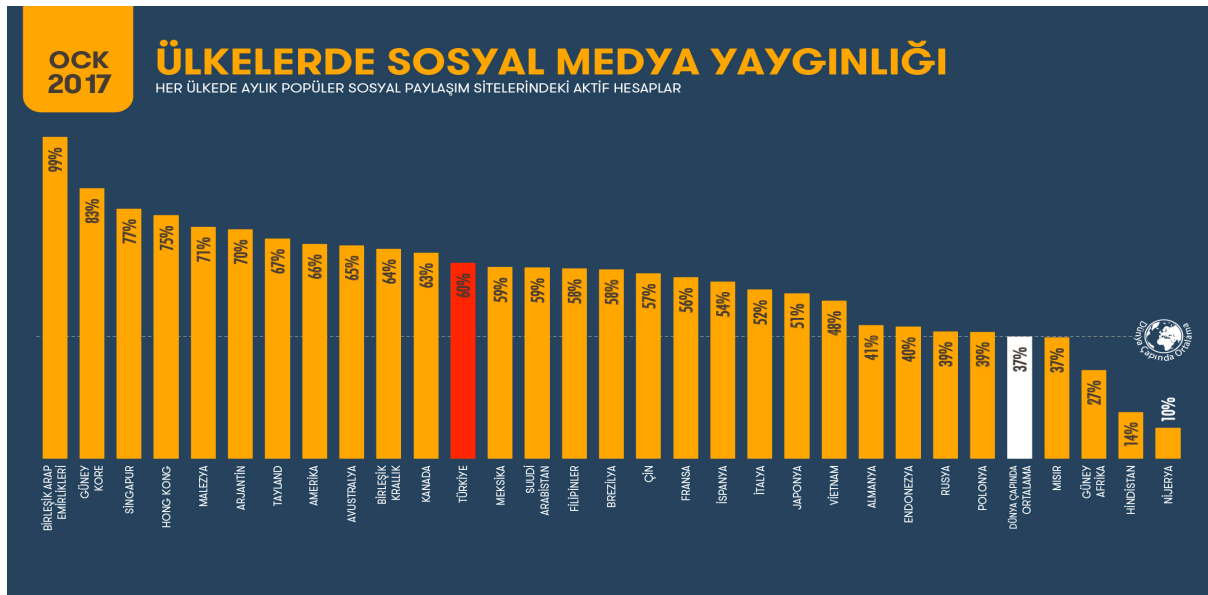
İnternetin en yaygın kullanıldığı kıta %88 oranında internet kullanıcısı ile Kuzey Amerika'dır. İnternet kullanımının en az olduğu kıtalar ise %33 ile Dünya'nın en kalabalık bölgesi olan Güney Asya ve %29 ile Afrika'dır.



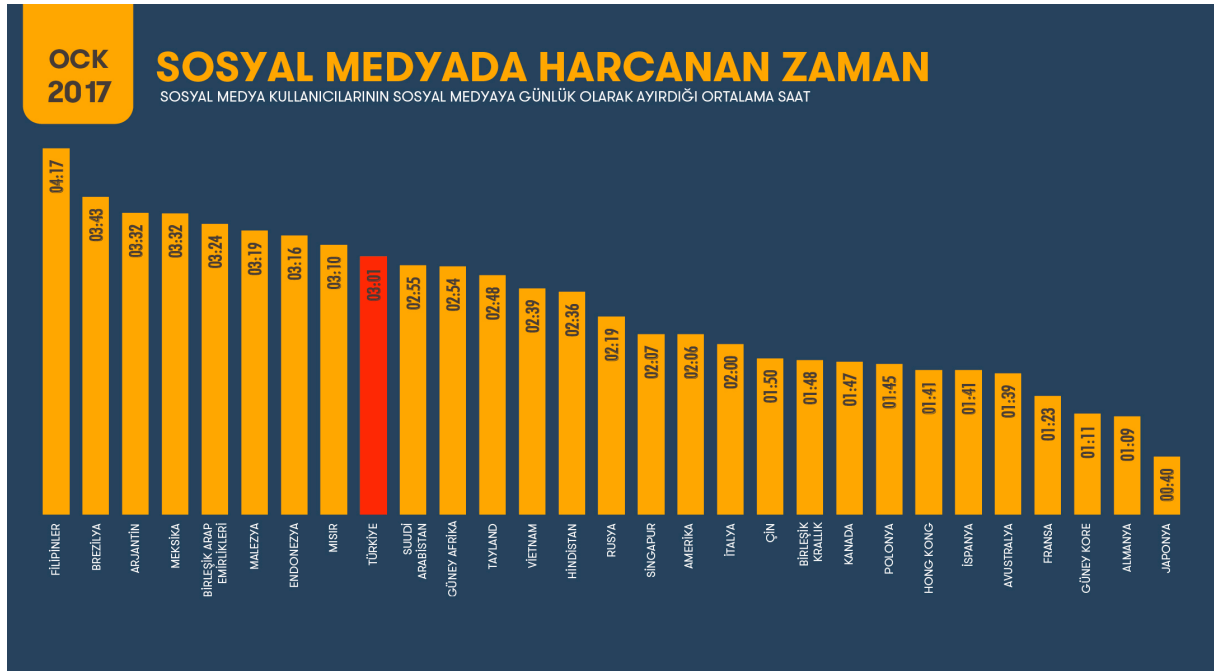
Ülkeler arasında internet kullanımı yaygınlığına bakıldığında son sırada Afrika ülkelerinin yer aldığı görülmektedir. İnternetin en yaygın kullanıldığı ülke ise %100'e yakın bir oranla Birleşik Arap Emirlikleri'dir. Bunu yakın bir şekilde %93 ile Japonya ve %92 ile Birleşik Krallık takip etmektedir. Ülkemizde internet yaygınlığına bakıldığında %60 gibi bir oranla ortalamanın üstünde olduğu görülmektedir.



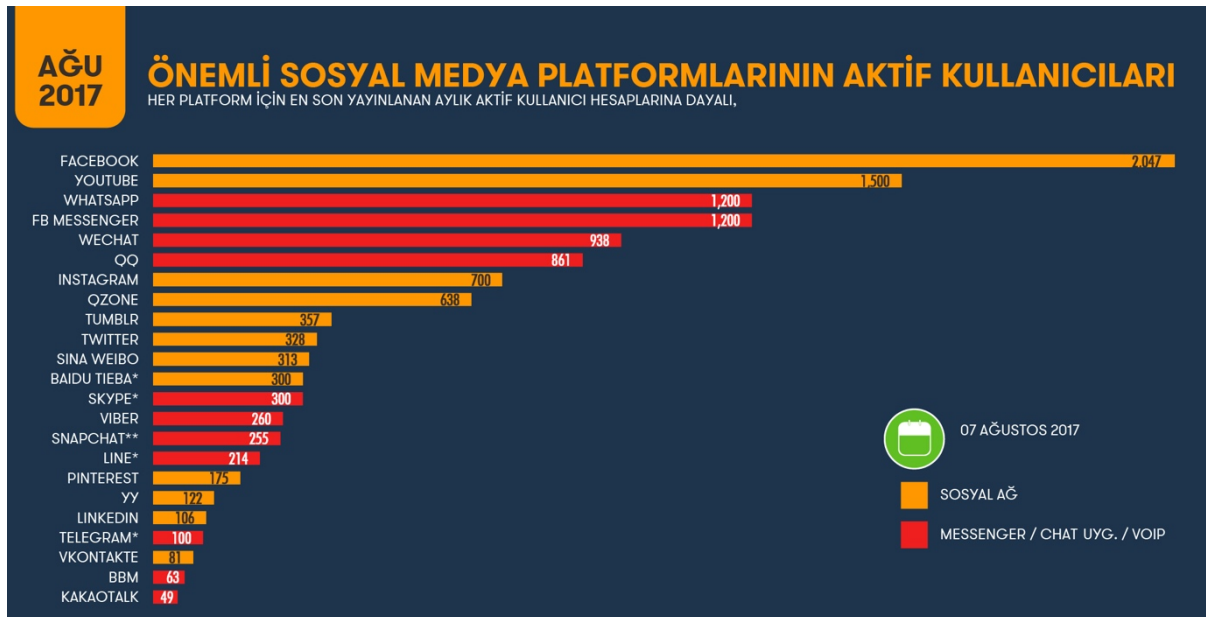
Sosyal medya kullanım yaygınlığına bakıldığında Kuzey Amerika nüfusun yaklaşık üçte ikisi oranında sosyal medya kullanıcısı ile ilk sırada yer almaktadır. Bunu %59 ile Güney Amerika ve %54 ile Batı Avrupa takip etmektedir. Son sırada ise %7 sosyal medya kullanım oranı ile Orta Asya yer almaktadır.



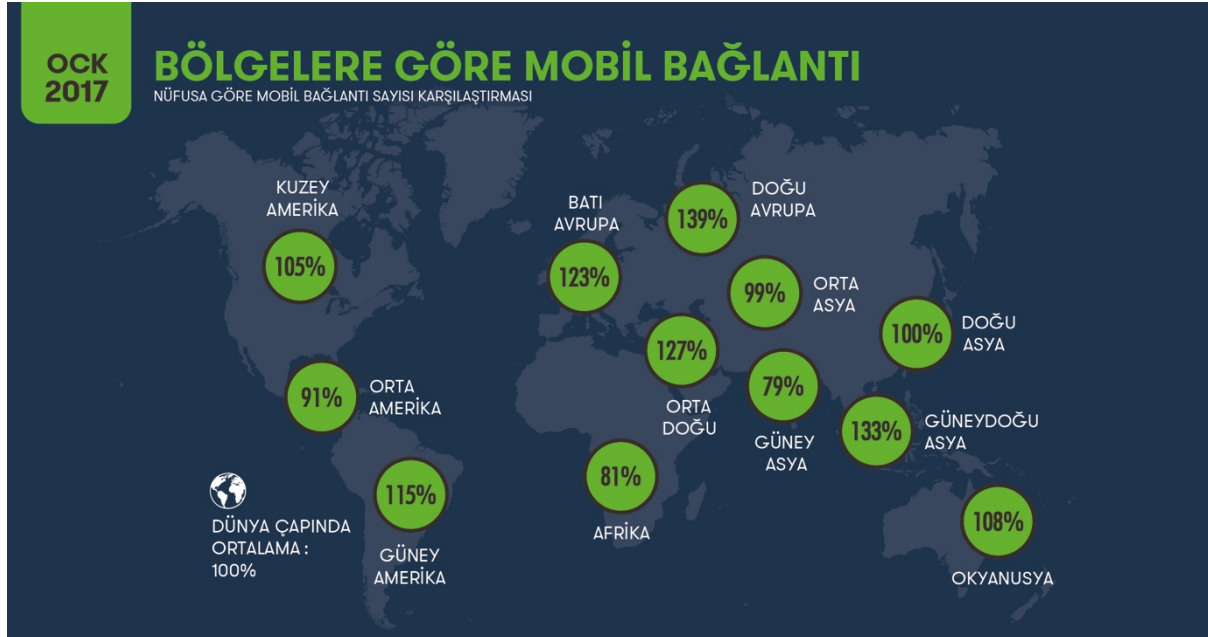
En çok kullanılan sosyal medya platformlarındaki aktif hesaplar temel alınarak sosyal medya yaygınlığına bakıldığında ilk sırada %99 gibi büyük bir oranla Birleşik Arap Emirlikleri gelmektedir. Bunu %83 ile Güney Kore ve %77 ile Singapur takip etmektedir. Son sıralarda ise %10 ile Nijerya ve %14 ile Hindistan yer almaktadır. Ülkemizde sosyal medya yaygınlığına bakıldığında %60 gibi bir oranla ortalamanın çok üstünde olduğu görülmektedir.



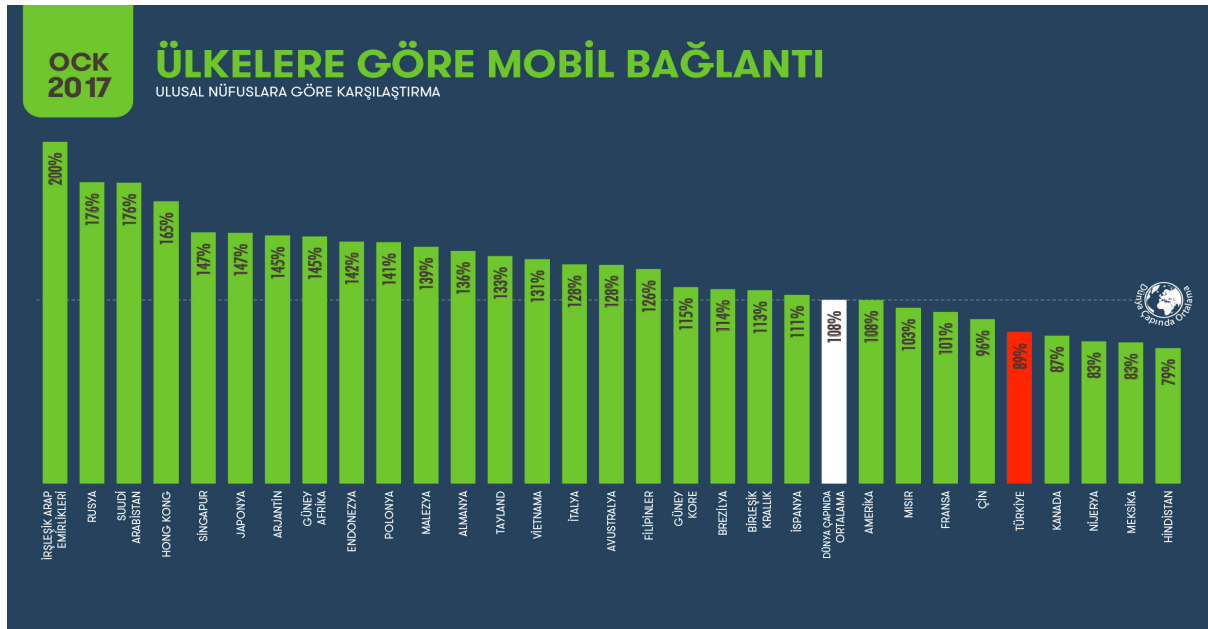
Günlük olarak ortalama sosyal medyaya ayrılan zamanlara bakıldığında ilk sırada yaklaşık 4 saat ile Filipinler yer almaktadır. Filipinler'i yaklaşık değerlerle Brezilya ve Arjantin takip etmektedir. Son sırada ise 40 dakika ile Japonya yer almaktadır. Ülkemizde ise sosyal medyaya ayrılan ortalama zaman 3 saattir.



Dünya genelinde en aktif kullanılan sosyal platform 2,05 milyar aktif kullanıcı sayısı ile Facebook olmuştur. Facebook'u 1,5 milyar aktif kullanıcı ile Youtube ve 1,2 milyar aktif kullanıcı ile Whatsapp takip etmektedir.



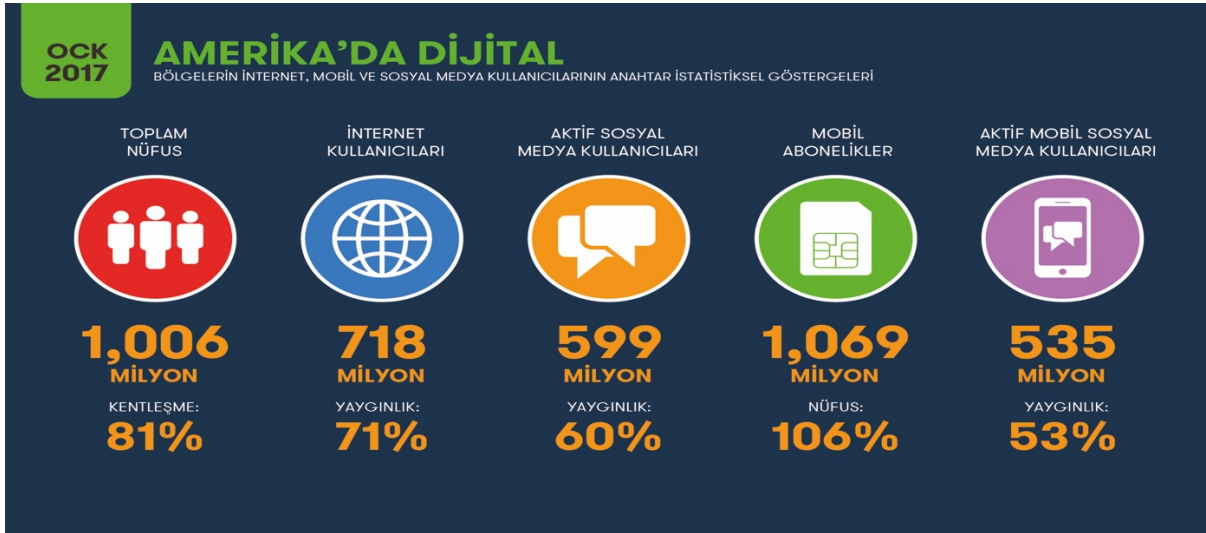
İstatistiklerden de görüleceği üzere mobil bağlantının bölgeler arası dağılımı internet ve sosyal medya yaygınlığı ile paralellik göstermektedir. Mobil kullanımının en düşük seviyede olduğu bölgeler Güney Asya ve Afrika, en yüksek seviyede olduğu bölge %139 ile Doğu Avrupa'dır.



Mobil kullanımı ülkeler düzeyinde incelendiğinde ilk sırada %200 mobil abonelik ile Birleşik Arap Emirlikleri gelmektedir. Bunu sırasıyla Rusya ve Suudi Arabistan takip etmektedir. Son sıralarda ise %83 ile Nijerya ve Meksika, %79 ile Hindistan yer almaktadır. Ülkemizdeki mobil abonelik oranı ise %89'dur ve dünya ortalamasının altındadır.

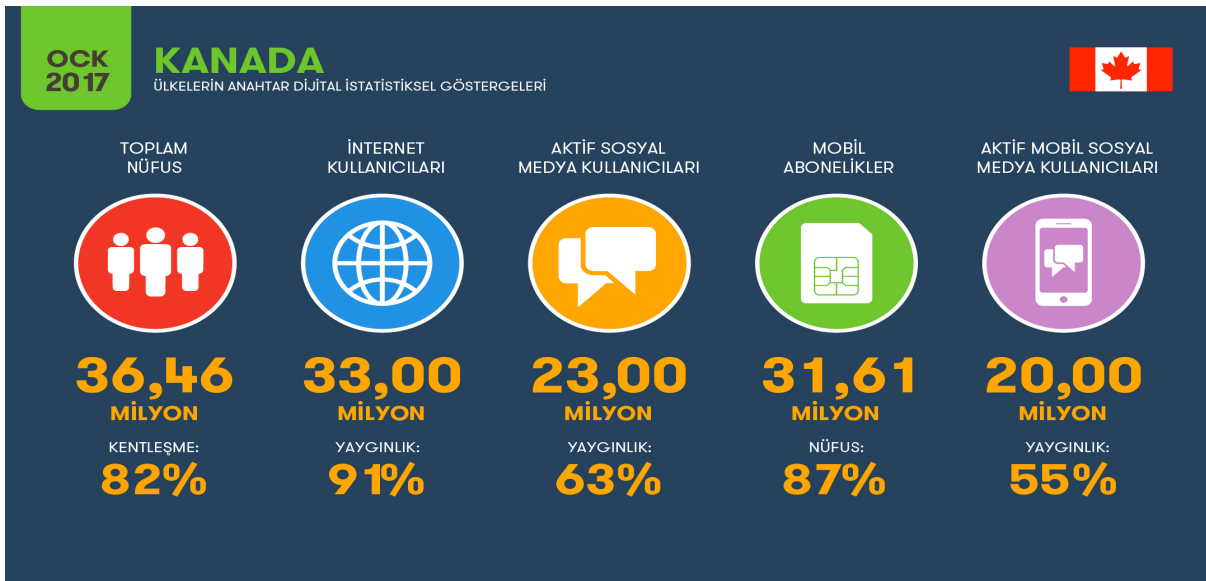
2. Dünya Ülkeleri Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı

2.1. Amerika Ülkeleri Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı



Amerika kıtasında 1 milyar 6 milyonluk nüfusun %71'inin internet kullanıcısı olduğu ve %60'ının aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 1 milyar 69 milyon mobil abonelik olduğu ve %53'ünün aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

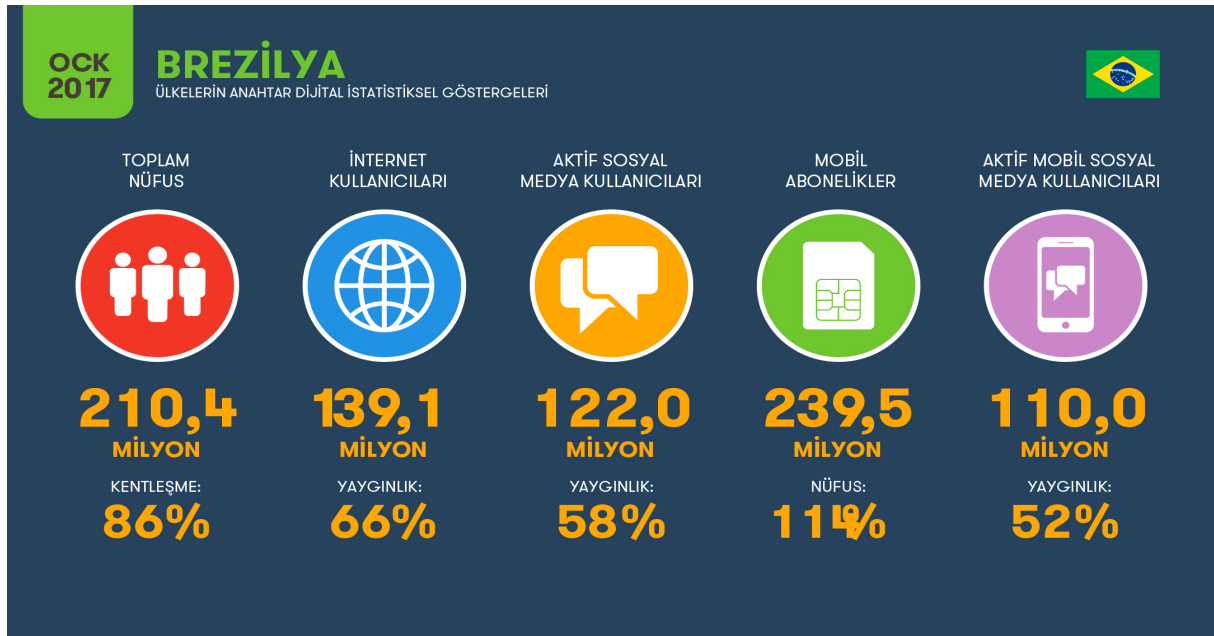
Son 1 yılda 53 milyon yeni internet kullanıcısı ile internet kullanımında %8 oranında artış olmuştur. Bu büyümede Orta ve Güney Amerika'nın büyük payı bulunmaktadır. Geçen yıla oranla Amerika kıtası genelinde mobil bağlantı sayısında azalma görülmektedir



Kuzey Amerika kıtasında Kanada 33 milyon kişi ile nüfusun %91'inin internet kullanıcısı olduğu ve %63'ünün aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 37 milyon mobil abonelik olduğu ve %55'inin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.



Amerika Birleşik Devletleri 325 milyonluk nüfusun %88'inin internet kullanıcısı olduğu ve %66'sının aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 350 milyon mobil abonelik olduğu ve %58'inin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

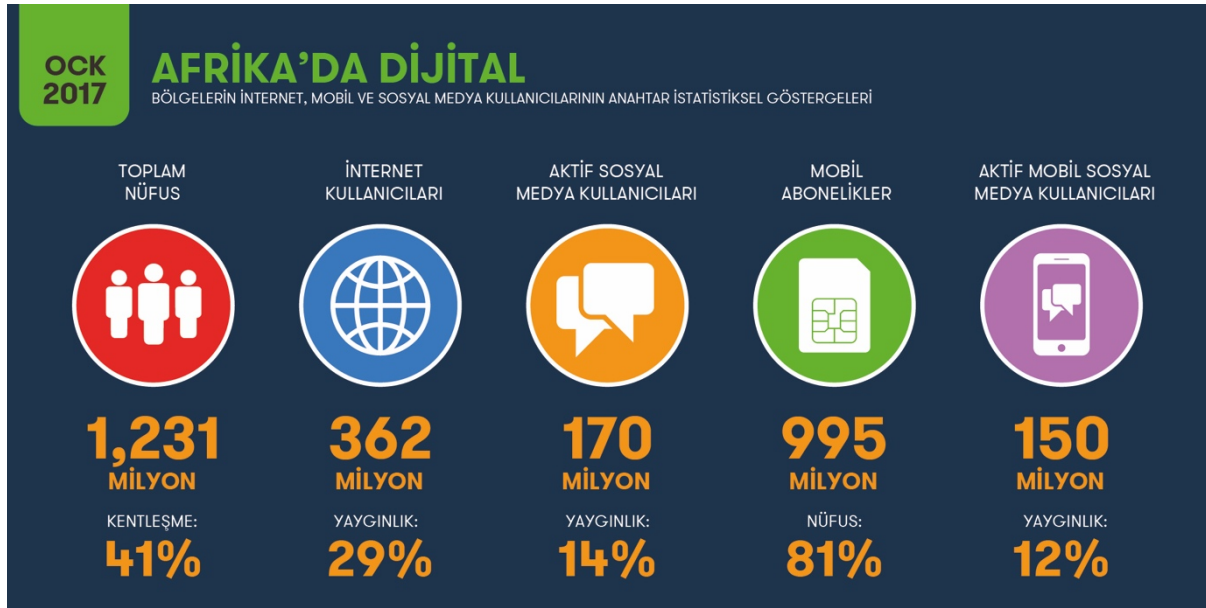


Güney Amerika kıtasında Brezilya 210 milyonluk nüfusun %66'sının internet kullanıcısı olduğu ve %58'inin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 239 milyon mobil abonelik olduğu ve %52'sinin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.



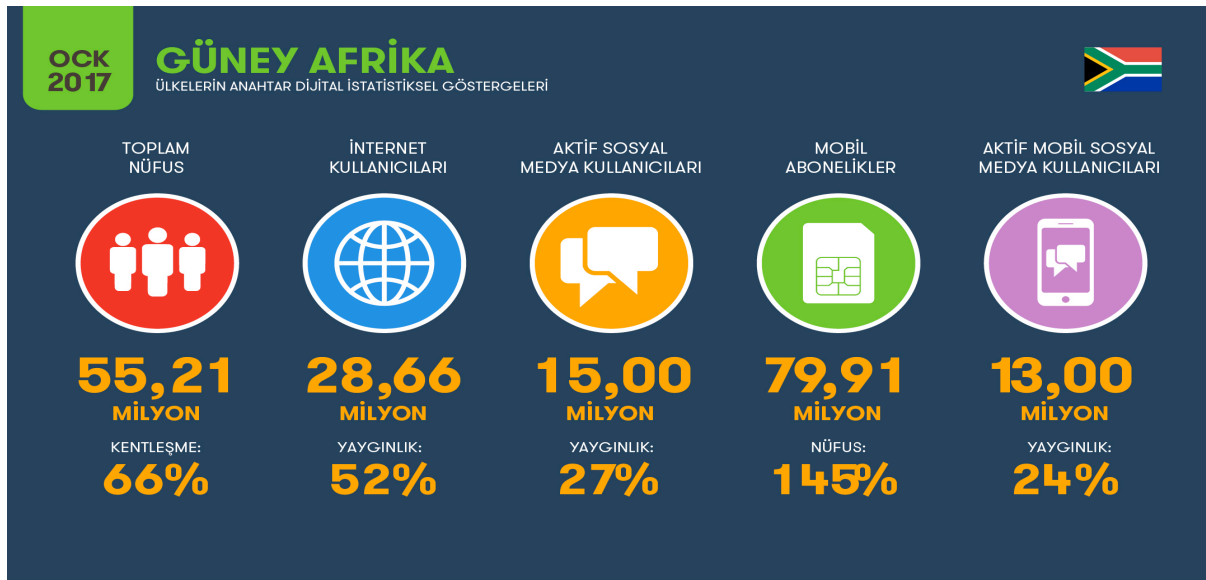
Güney Amerika kıtasında Arjantin 45 milyonluk nüfusun %79'unun internet kullanıcısı olduğu ve %70'inin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 64 milyon mobil abonelik olduğu ve %61'inin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

2.2. Afrika Ülkeleri Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı



Afrika kıtasında 1 milyar 231 milyonluk nüfusun %29'un internet kullanıcısı olduğu ve %14'ün aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 995 milyon mobil abonelik olduğu ve %12'sinin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

2016 yılında Afrika'da mobil sosyal medya kullanımı yaklaşık olarak %50 oranında artış göstermesine rağmen şu an aktif mobil sosyal medya kullanıcı oranı %12'de kalmıştır.



Afrika kıtasında Güney Afrika 55 milyonluk nüfusun %52'sinin internet kullanıcısı olduğu ve %27'sinin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 80 milyon mobil abonelik olduğu ve %24'ünün aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.



Afrika kıtasında Nijerya 189 milyonluk nüfusun %51'inin internet kullanıcısı olduğu ve %10'unun aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 158 milyon mobil abonelik olduğu ve %8'inin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

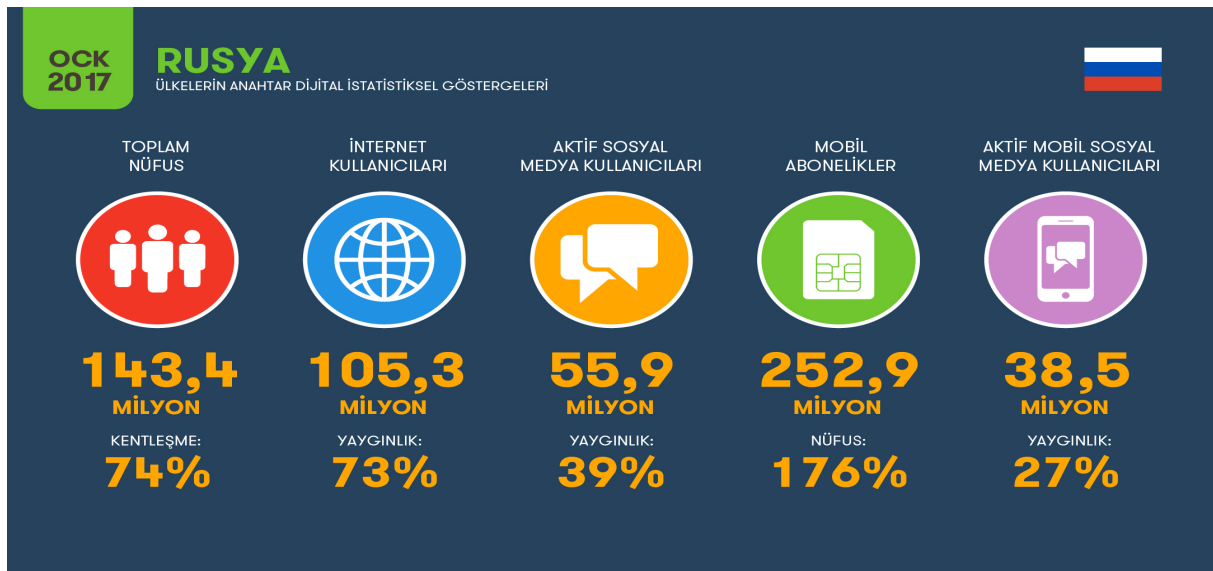


Afrika kıtasında Mısır 94 milyonluk nüfusun %37'sinin internet ve aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 97 milyon mobil abonelik olduğu ve %33'ünün aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

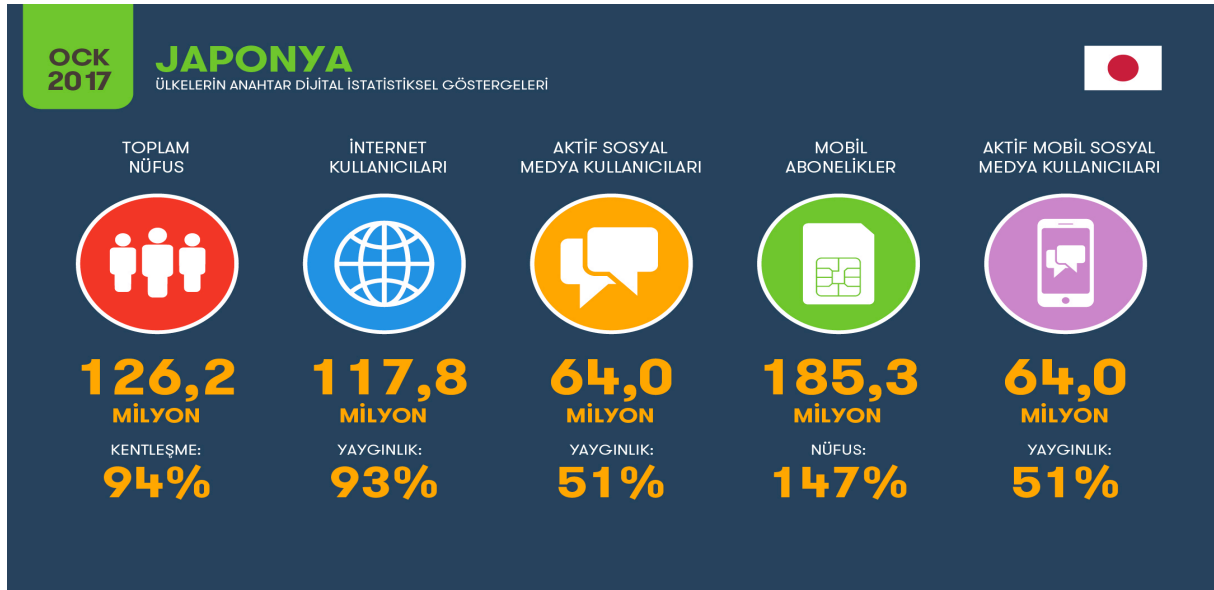
2.3. Asya Ülkeleri Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı



Asya-Pasifik kıtasında 4 milyar 153 milyonluk nüfusun %46'sının internet kullanıcısı olduğu ve %36'sının aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 4 milyar mobil abonelik olduğu ve %35'inin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir. 2016 yılında internet kullanıcı sayısı geçen yıla oranla %15 artarak 1,9 milyarı geçmiş ve sosyal medya kullanıcısı yaklaşık %50 oranında artmıştır.



Asya kıtasında Rusya Federasyonu 143 milyonluk nüfusun %73'ünün internet kullanıcısı olduğu ve %39'unun aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 253 milyon mobil abonelik olduğu ve %27'sinin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.



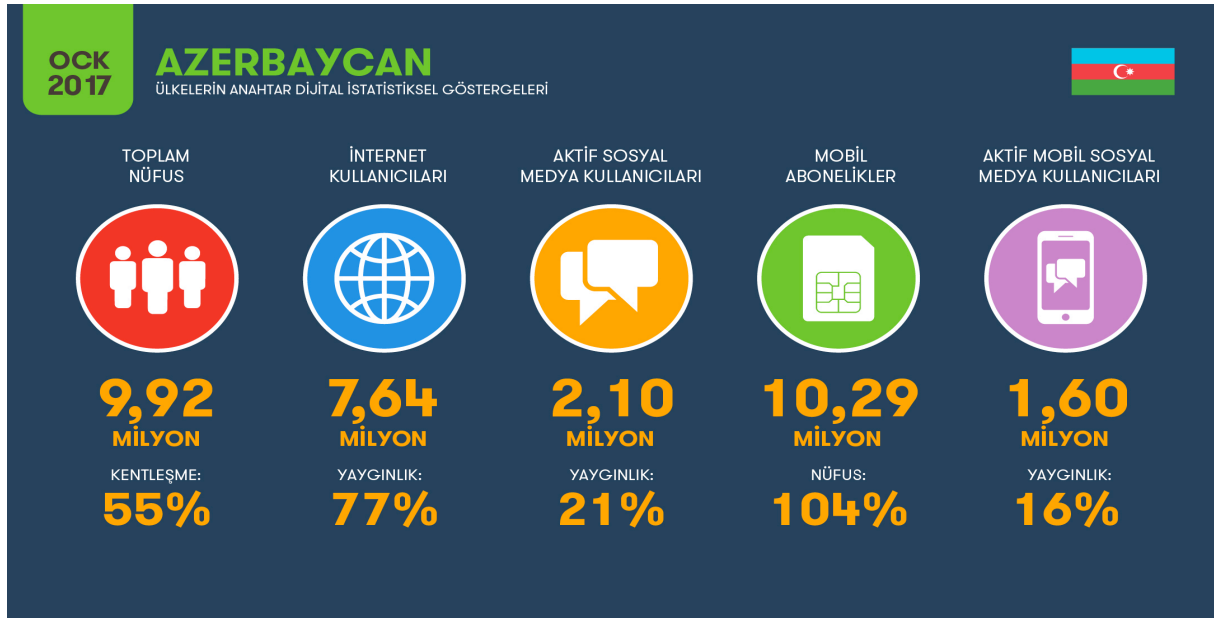
Asya kıtasında Japonya 126 milyonluk nüfusun %93'ünün internet kullanıcısı olduğu ve %51'inin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 185 milyon mobil abonelik olduğu ve %64'ünün aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.



Asya kıtasında Çin 1 milyar 385 milyonluk nüfusun %53'ünün internet kullanıcısı olduğu ve %57'sinin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 1 milyar 332 milyon mobil abonelik olduğu ve %57'sinin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

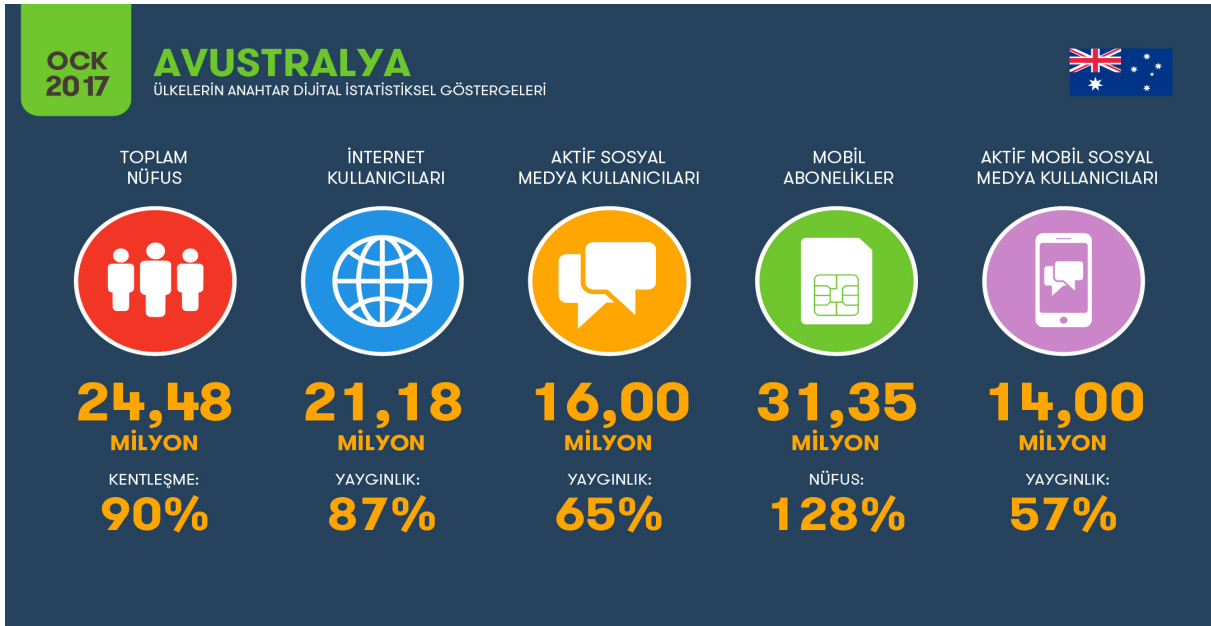


Asya kıtasında Hindistan 1 milyar 335 milyonluk nüfusun %35'inin internet kullanıcısı olduğu ve %14'ünün aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 1 milyar 59 milyon mobil abonelik olduğu ve %13'ünün aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

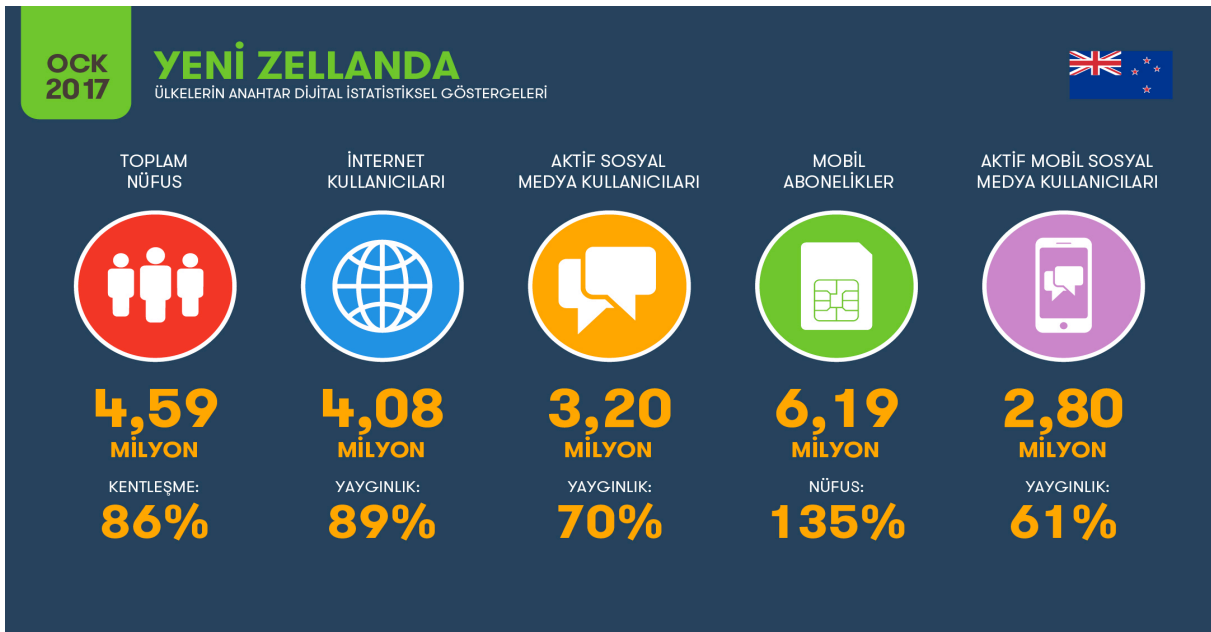


Asya kıtasında Azerbaycan 10 milyonluk nüfusun %77'sinin internet kullanıcısı olduğu ve %21'inin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 10 milyon mobil abonelik olduğu ve %16'sının aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

2.4. Avustralya Ülkeleri Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı

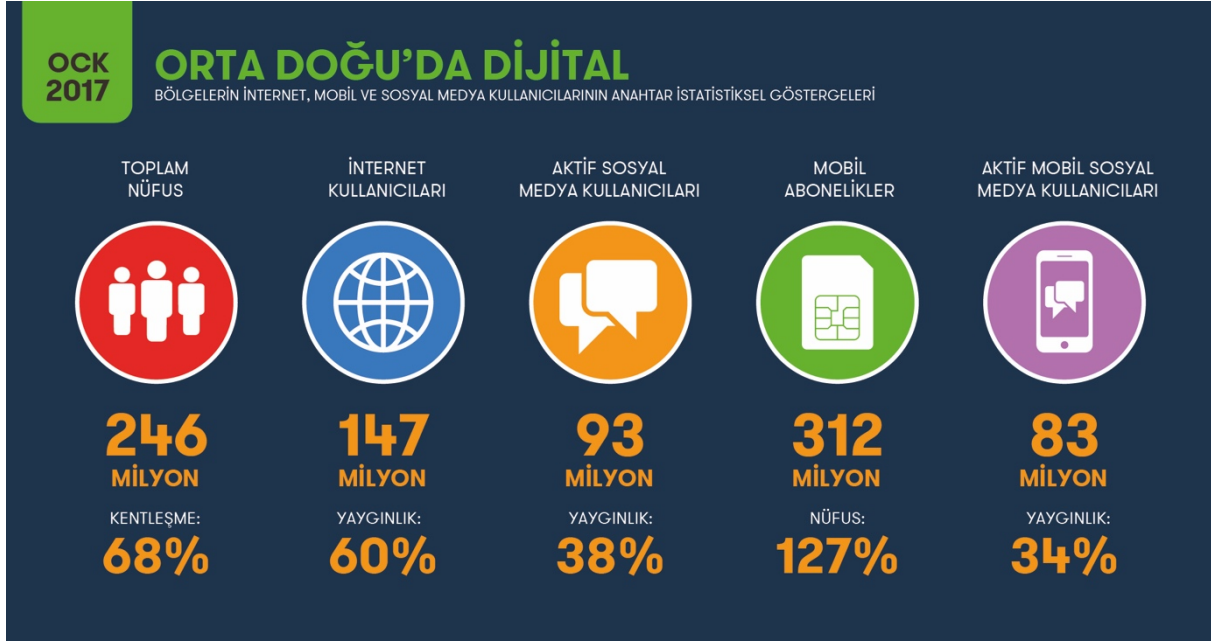


Avustralya 24 milyonluk nüfusun %90'ının internet kullanıcısı olduğu ve %65'inin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 31 milyon mobil abonelik olduğu ve %57'sinin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.



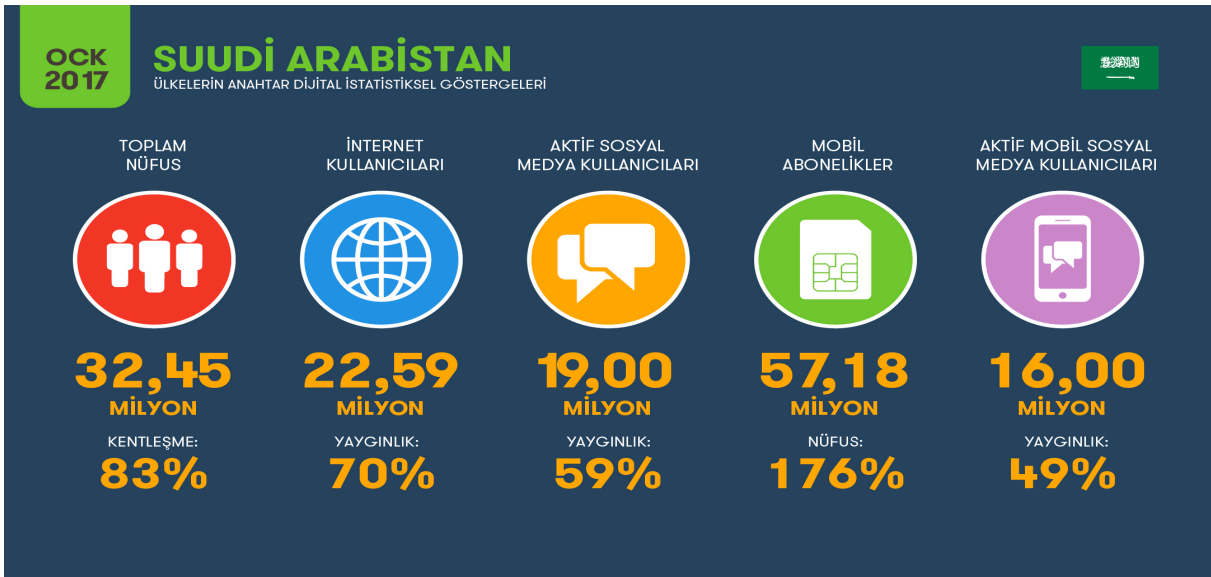
Avustralya kıtasında Yeni Zelanda 6 milyonluk nüfusun %86'sının internet kullanıcısı olduğu ve %89'unun aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 6 milyon mobil abonelik olduğu ve %61'inin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

2.5. Ortadoğu Ülkeleri Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı

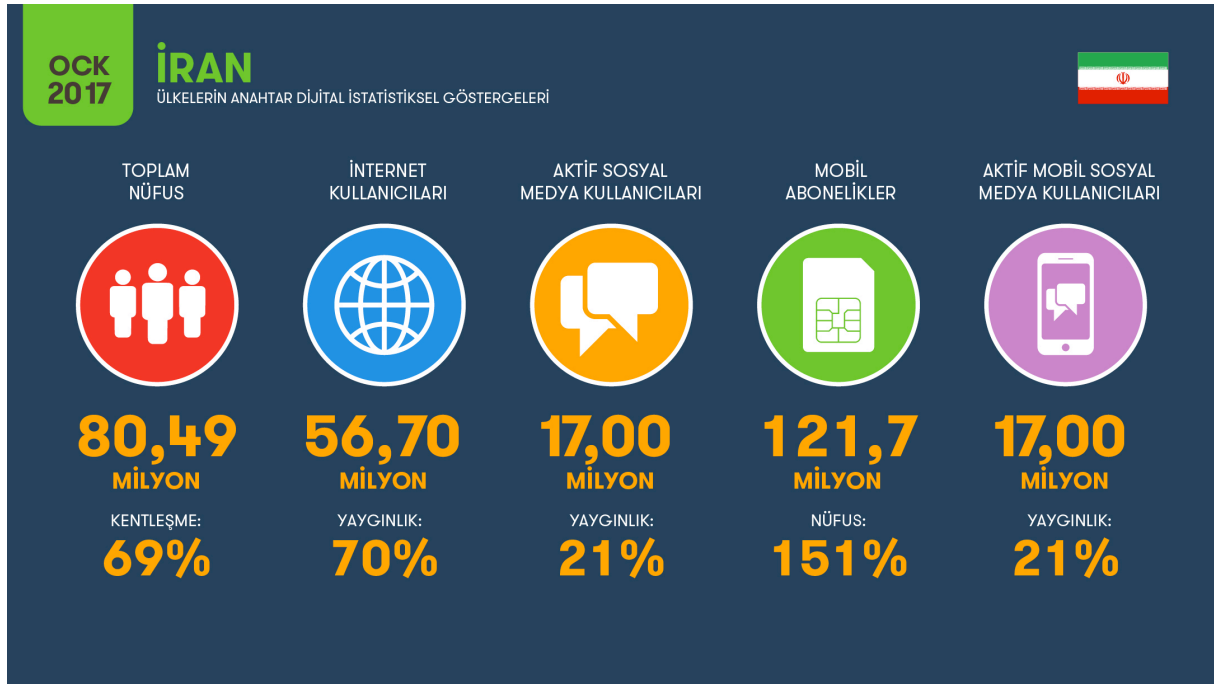


Ortadoğu bölgesinde 246 milyonluk nüfusun %60'ının internet kullanıcısı olduğu ve %38'inin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 312 milyon mobil abonelik olduğu ve %34'ünün aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

2016 yılında internet kullanıcı sayısı geçen yıla kıyasla %15 artarak 150 milyona yaklaşmış olup sosyal medya kullanımı %47 artmıştır.

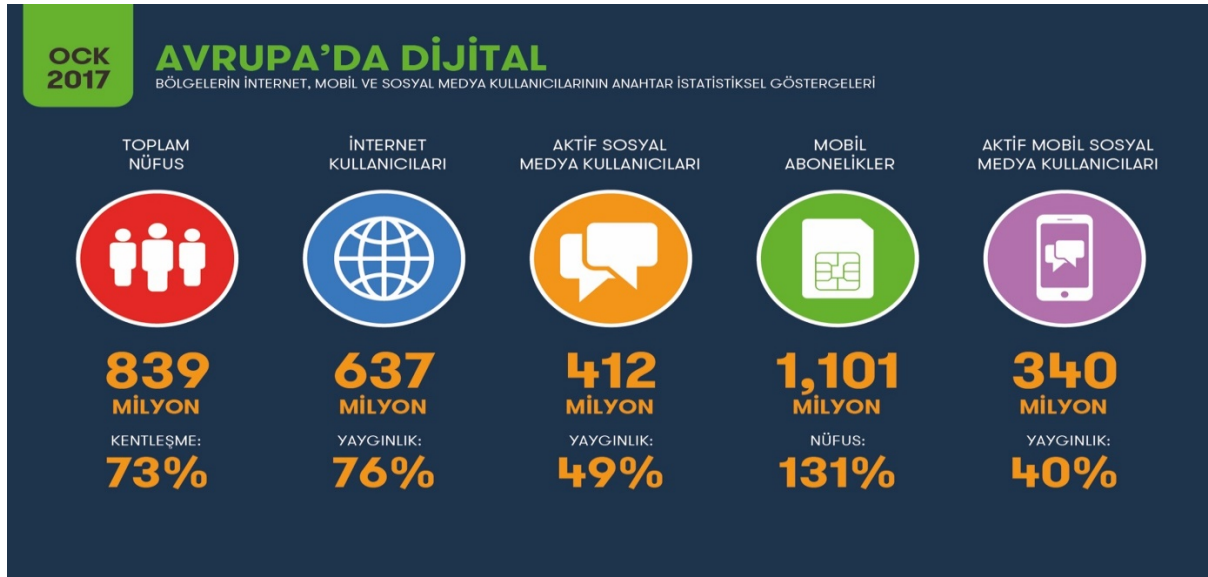


Ortadoğu bölgesinde Suudi Arabistan 32 milyonluk nüfusun %70'inin internet kullanıcısı olduğu ve %59'unun aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 57 milyon mobil abonelik olduğu ve %49'unun aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.



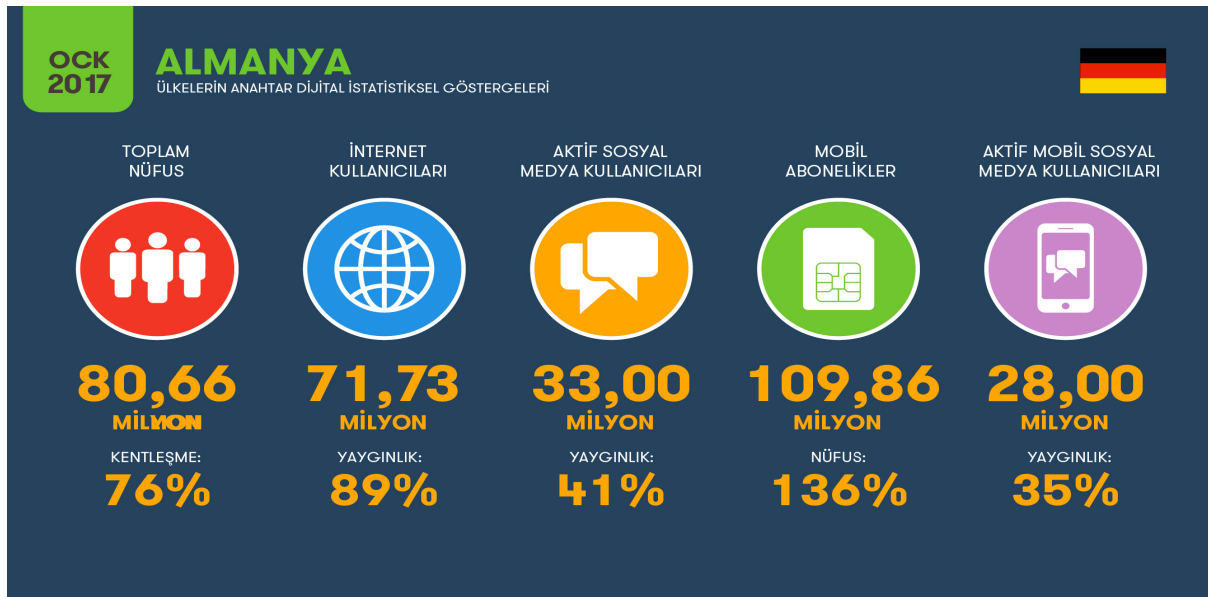
Ortadoğu bölgesinde İran 80 milyonluk nüfusun %70'inin internet kullanıcısı olduğu ve %21'inin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 122 milyon mobil abonelik olduğu ve % 21'inin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

2.6. Avrupa Ülkeleri Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı

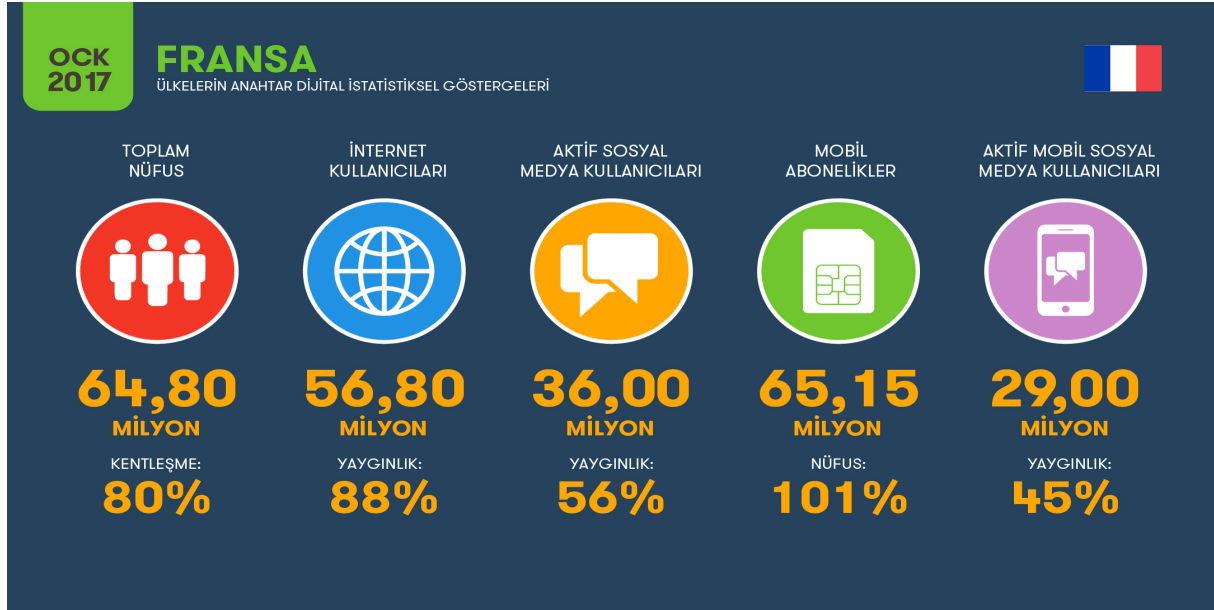


Avrupa kıtasında 839 milyonluk nüfusun %76'sının internet kullanıcısı olduğu ve %49'unun aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 1 milyar 101 milyon mobil abonelik olduğu ve %40'ının aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

2016'da Avrupa yıllık dijital gelişim açısından diğer bölgelere kıyasla daha az gelişim göstermiştir. İnternet kullanıcı sayısı %3 artarak 637 milyona, sosyal medya kullanıcı sayısı %5 artarak 412 milyona ulaşmıştır.



Avrupa kıtasında Almanya 81 milyonluk nüfusun %89'unun internet kullanıcısı olduğu ve %41'inin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 110 milyon mobil abonelik olduğu ve %35'inin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.



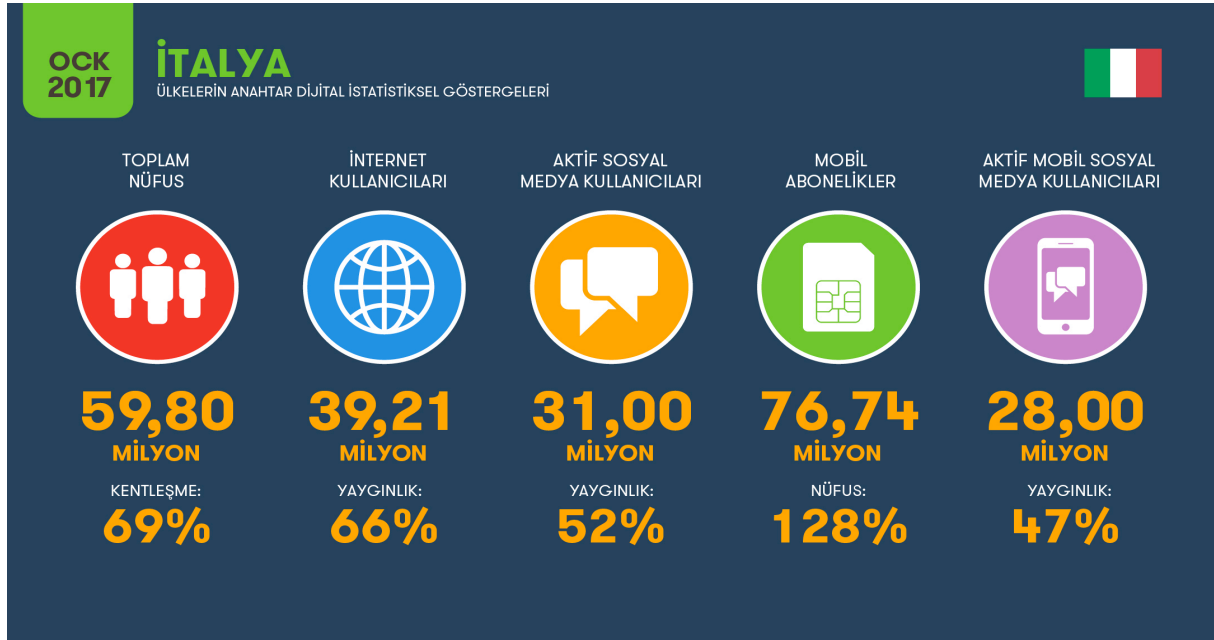
Avrupa kıtasında Fransa 65 milyonluk nüfusun %88'inin internet kullanıcısı olduğu ve %56'sının aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 65 milyon mobil abonelik olduğu ve %45'inin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.



Avrupa kıtasında Hollanda 17 milyonluk nüfusun %95'inin internet kullanıcısı olduğu ve %65'inin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 17 milyon mobil abonelik olduğu ve %55'inin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

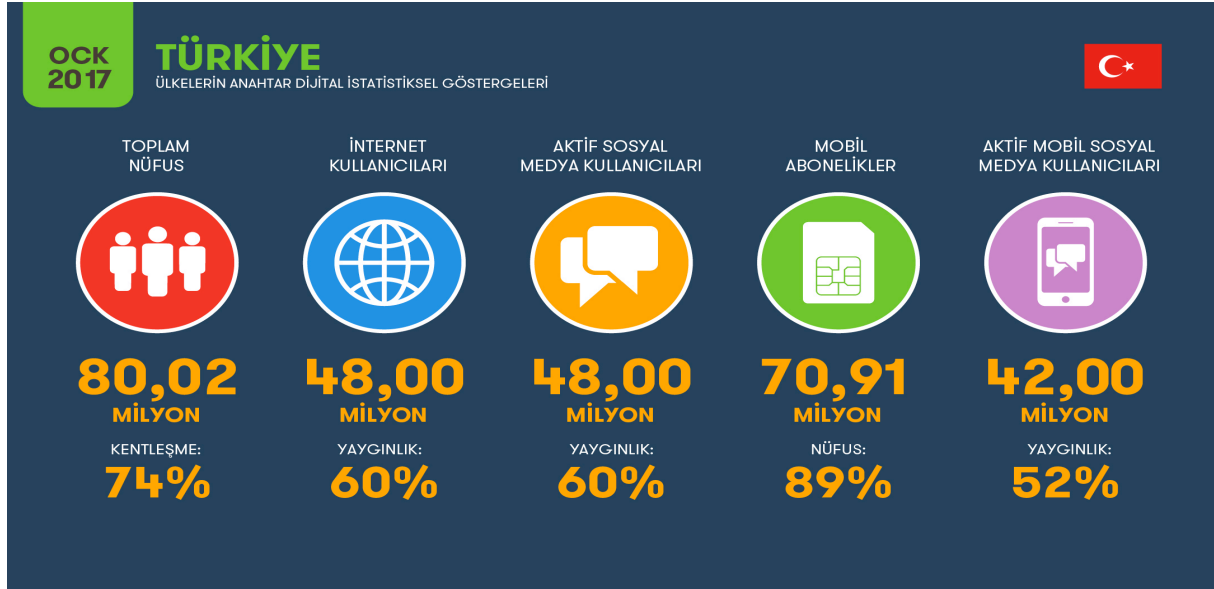


Avrupa kıtasında İngiltere 65 milyonluk nüfusun %92'sinin internet kullanıcısı olduğu ve %64'ünün aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 74 milyon mobil abonelik olduğu ve %57'sinin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

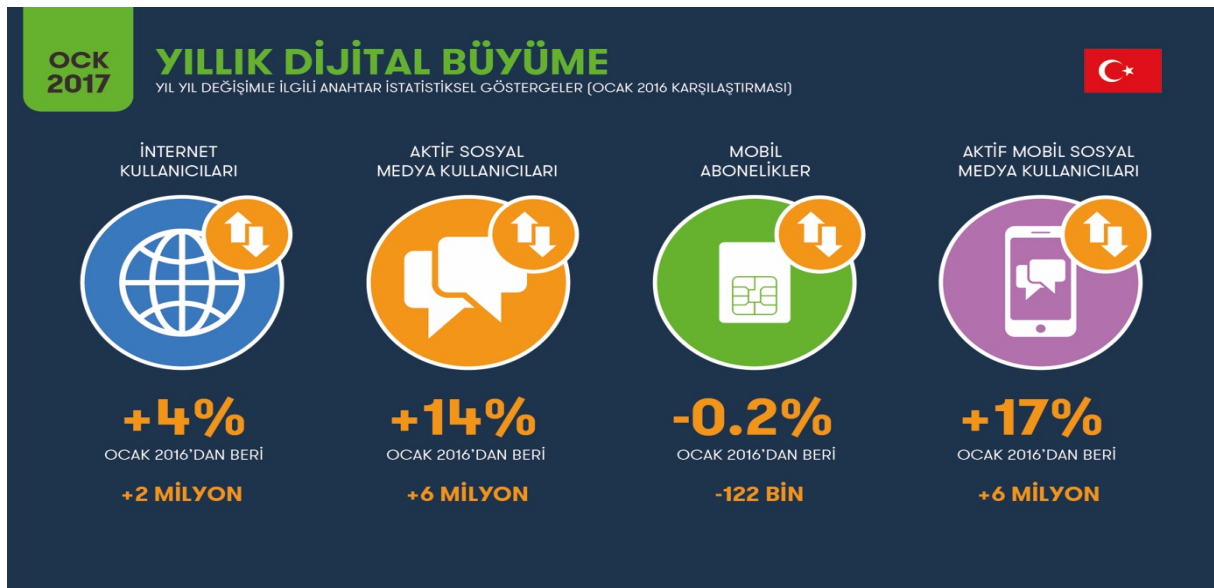


Avrupa kıtasında İtalya 60 milyonluk nüfusun %66'sının internet kullanıcısı olduğu ve %52'sinin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 77 milyon mobil abonelik olduğu ve %47'sinin aktif mobil sosyal kullanıcısı olduğu görülmektedir.

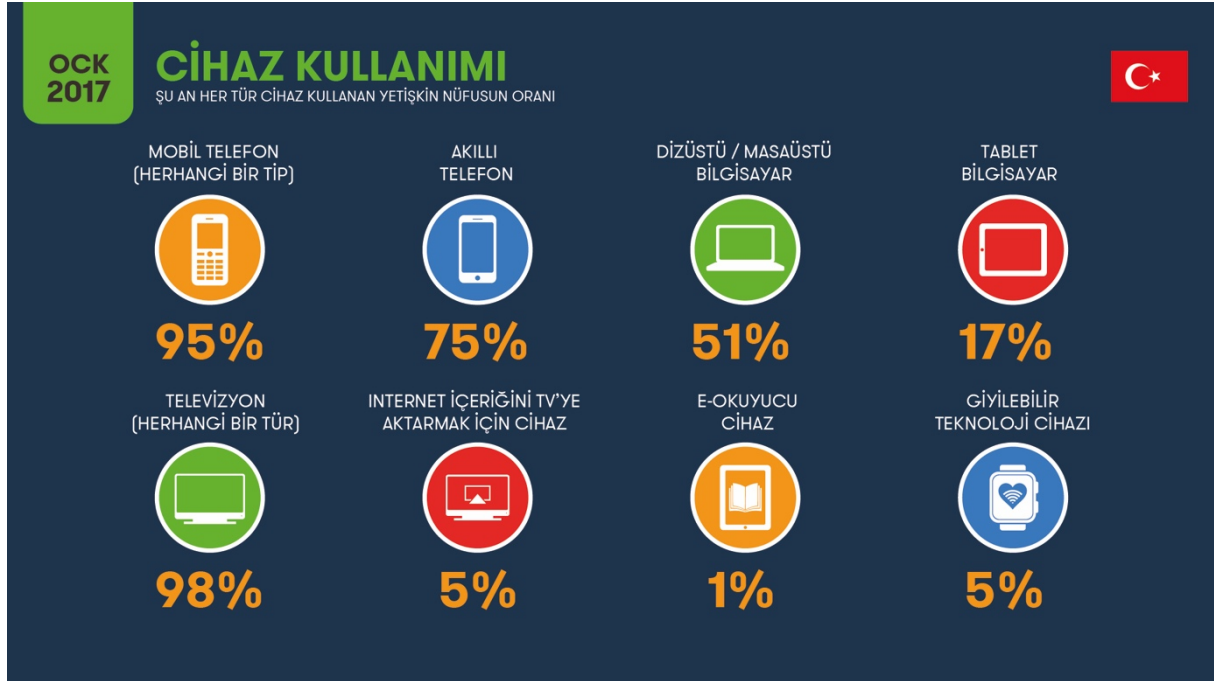
3. Türkiye’de Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı



Türkiye’de nüfusun %60’lık kısmını oluşturan 48 milyon internet ve aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Ayrıca nüfusun %89 gibi büyük bir kısmını oluşturan 71 milyon mobil abonelik bulunmakla birlikte sosyal medyaya mobilden bağlanan kişi sayısı 42 milyondur.



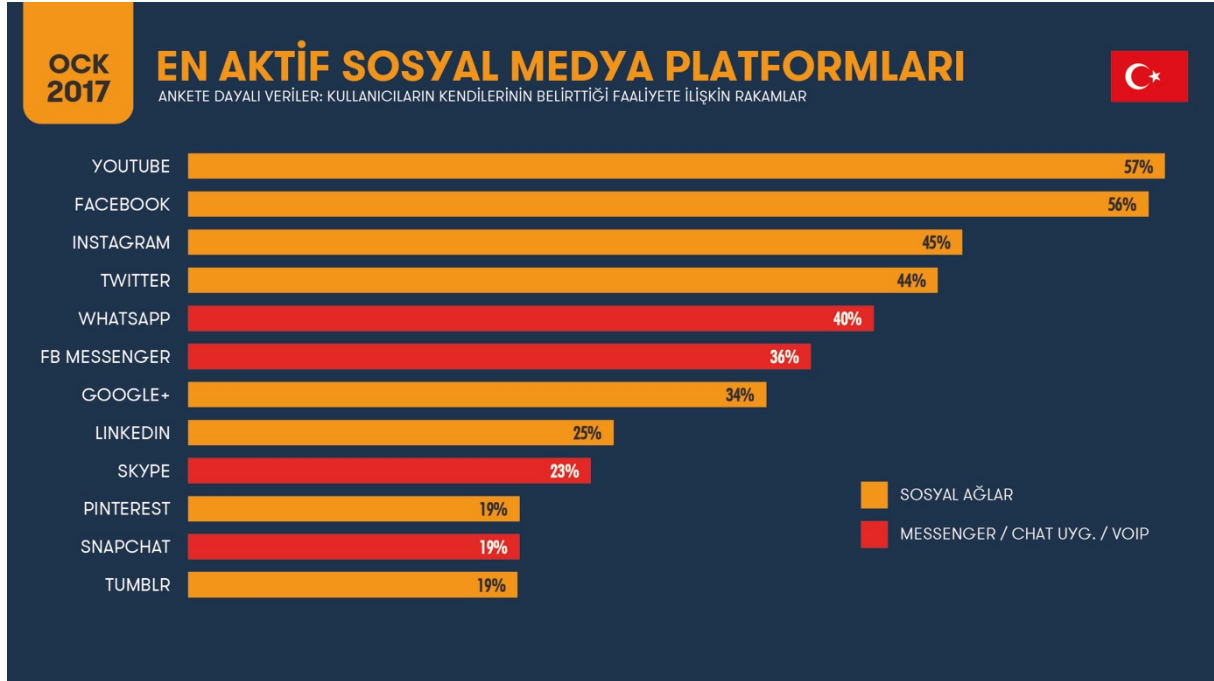
Türkiye’nin yıllık dijital gelişimine bakıldığında 2016 Ocak ayından bu yana internet kullanıcı sayısının %4 oranında büyüyerek 2 milyon, aktif sosyal medya kullanıcı sayısının %14 oranında büyüyerek 6 milyon arttığını görebiliriz.



Türkiye'deki yetişkin nüfusun %95'i cep telefonu ve %75'i akıllı telefon kullanmaktadır. Dizüstü ya da masaüstü bilgisayar kullanım oranı %51 iken tablet kullanım oranı %17'dir.



Türkiye'de bireyler gün içerisinde ortalama 7 saatini bilgisayar başında, 3 saatini telefonla internete bağlanarak ve 3 saatini sosyal medya platformlarında geçirmektedir.



Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformu %57 ile Youtube olmakla birlikte bunu %1’lik bir fark ile Facebook izlemektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İletişim, tarihin hiçbir döneminde insanoğlu için önemini yitirmemiş, aksine bu önem tarih boyunca artmıştır. İletişimin artan bu önemi ile doğru orantılı olarak insanoğlu tarafından iletişim araçları da yeni icat ve teknikler vasıtasıyla geliştirilmiştir. Günümüze gelindiğinde gelişmiş olan iletişim teknolojisinin çağa (İletişim Çağı) adını verecek kadar geliştiği görülmektedir. Günümüzde en önemli ve gelişmiş iletişim aracı olarak interneti görmekteyiz. İnternet, dünya çapında yaygın olarak kullanılan ve kullanımı sürekli artan bilgi iletişim ağıdır. Dünya çapında yaygınlığı, kullanım ve erişim kolaylığının yanı sıra düşük maliyetli bir iletişim aracı olması nedeniyle internet, teknolojik bir devrim olarak nitelendirilmektedir.

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya platformlarının kullanımı da gün geçtikçe artmaktadır. İnternet ve sosyal medya kullanan kitleye bakıldığında bu kitlenin çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu görülmektedir. Sosyal medyanın gençler tarafından yaygın olarak kullanılmasının nedenleri sosyal medyanın gençlere tamamen bağımsız ve herhangi bir sınırlama olmadan hareket edebilecekleri, özgürce düşünüp davranabildikleri ortam sağlaması ve iletişime geçecekleri koşulları özgürce seçebilme imkânı vermesidir.

Günümüzde internet, bireylerin bilgiye ulaşması ve bilgi paylaşımı açısından en yaygın olarak kullanılan iletişim ve bilgi paylaşım aracıdır. İstatistiklere bakıldığında dünya nüfusunun yaklaşık olarak yarısının internet kullandığı anlaşılmaktadır. Bireylerin internet kullanım amaçları incelendiğinde dünya nüfusu içerisinde %40 aktif sosyal medya kullanıcısı olması bize bu amaçlar arasında sosyal medyanın ön sıralarda yer aldığını göstermektedir. Bunun yanı sıra aktif üye sayıları birçok ülkenin nüfusundan fazla olan bazı yeni medya araçları bireylerin sosyalleşme olgularını dahi yeniden inşa etme misyonu edindiğini göstermektedir. Sosyal medya platformları incelendiğinde Facebook'un 2.05 milyar aktif kullanıcı sayısı ile dünya genelinde en yaygın kullanılan sosyal medya ağı olduğu görülmektedir.

İncelenen ülkeler arasında internetin en yaygın kullanıldığı ülke genel nüfus içerisinde %95 internet kullanıcı oranı ile Hollanda'dır. Hollanda'yı %93 ile Japonya takip etmektedir. İnternet kullanımının en az olduğu ülke ise %37 ile Mısır'dır. Sosyal medya kullanımına bakıldığında Yeni Zelanda ve Arjantin %70 aktif sosyal medya kullanıcı sayısı ile ilk sırada yer almaktadır. En son sırada ise %10 aktif sosyal medya kullanıcısı ile Nijerya gelmektedir.

Türkiye’de internet, sosyal medya ve cep telefonu oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır. Türkiye’de toplam nüfusun %60’ını oluşturan 48 milyon internet ve aktif sosyal medya kullanıcısı yer almaktadır. 2016 Ocak ayına kıyasla şu an internet kullanıcı sayısı %4 artışla 2 milyona, aktif sosyal medya kullanıcı sayısı %14 artışla 6 milyona ulaşmıştır. Türkiye’nin yıllık dijital gelişim istatistiklerinden de görülebileceği üzere internet ve sosyal medya kullanımı yıllar içinde artış göstermektedir. İnternet ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte cep telefonu kullanımı da aynı oranda artış göstermektedir. Yetişkin nüfusun %95’i cep telefonu sahibidir ve bu oran bize hemen hemen her yetişkinin cep telefonu kullandığını göstermektedir.

Sosyal medya platformlarına bakıldığında dünya genelinde Facebook’un ilk sırada yer aldığı Türkiye’de ise %57’lik bir oranla Youtube’un ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İnternet ve sosyal medyaya günlük olarak ayrılan süreye bakıldığında Türkiye’de bireylerin gün içerisinde ortalama 7 saatini bilgisayar başında, 3 saatini telefonla internete bağlanarak ve 3 saatini sosyal medya platformlarında geçirdiği görülmektedir. Bu rakamlar bize bireylerin günün büyük bir bölümünü medya araçlarına ayırdığını göstermektedir.

Dünya ülkelerinin internet ve sosyal medya kullanımı istatistikleri incelendiğinde gelişmiş ülkelerde kullanım oranlarının yüksek olduğu Afrika kıtası gibi gelişmemiş bölgelerde ise bireylerin interneti ve sosyal medyayı çok düşük düzeyde kullandıkları göze çarpmaktadır.

Türkiye’nin sosyal medya ve internet kullanım oranının %60 ile Asya kıtası (%46) ve Avrupa kıtasının (%76) arasında ortalama bir değerde olduğu görülmektedir. Türkiye’nin yıllık dijital gelişim istatistiklerinden de görüldüğü üzere yıllar geçtikçe internet ve sosyal medya kullanım düzeyi artmakta olup ileriki dönemlerde Avrupa ve Asya’daki gelişmiş ülkelerin düzeyine ulaşacağı öngörülebilmektedir.

KAYNAKÇA

Dijital pazarlama ajansı We Are Social, Hootsuite işbirliği ile hazırladığı **“Digital in 2017 Global Overview”**. (<https://wearesocial.com/blog/2017/08/three-billion-people-now-use-social-media>)

Durmuş, İbrahim Burak; (16-18 Mayıs 2014). **“Gençliğin Uğrak Mekânı: Sosyal Medya.”** Gençlik ve Kültürel Mirasımız Uluslararası Kongre. Samsun: Ondokuzmayıs Üniversitesi, 131-134.

Eroğlu, Erkan Susran; **“Sanal Topluluklardaki Sosyal Ağlarda Sosyalleşme ve Güven Sorunsalı Ereğli Örneği”**, Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012. s:1.

Gençer, Suzan Lema; **“Ortaöğretim Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Durumlarının İnternet Kullanım Profilleri ve Demografik Özelliklere Göre Farklılıklarının İncelenmesi”**, Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2011. s:10.

Koçak, Gizem N. **“Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının Ve Motivasyonlarının Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir’de Bir Uygulama”**, Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012. s:5-110.

Özpolat, Vahap; (16-18 Mayıs 2014). **“Postmodern Bir Sosyalleşme Mecrası Olarak Sosyal Medya Ve Gençlik.”** Gençlik ve Kültürel Mirasımız Uluslararası Kongre. Samsun: Ondokuzmayıs Üniversitesi, 45-56.