

İKİNCİ KISIM

İNTERNET KULLANIMININ BİREYSEL VE TOPLUMSAL BOYUTU

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE İNTERNET KULLANIMI

1.1. KULLANICI PROFİLLERİ VE KULLANIM ŞEKİLLERİ

Son yıllarda bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmeler bilgiye doğrudan, güvenli ve hızlı bir biçimde erişebilme ihtiyacının karşılanmasını kolaylaştırmış ve insan yaşamındaki önemini ortaya koymuştur. Bu açıdan bilgi teknolojilerinin en önemli yeniliği olarak çocuklardan yaşlılara her bireyin rahatlıkla kullanabileceği internet, yaşamın tüm alanlarını içine almış, birey, aile ve toplum yaşamını çok yönlü etkileyen bir iletişim aracı haline gelmiştir. Bilgi toplumuna dönüşüm hedefi amacıyla bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımında en önemli göstergelerden biri de bilgi ve iletişim teknolojilerinde hızla ortaya çıkan olanakların toplumun tüm bireylerine ulaştırılması ve vatandaşların günlük ve iş hayatlarında bilgi ve iletişim teknolojilerinden etkin biçimde faydalanmasıdır. Hızla gelişen teknoloji, artan ticari hizmetler (bilgi, haberler, internet alışveriş siteleri ve dijital içerikler) ve e-devlet uygulamaları (bilgi, kayıt sistemi, vergi ödemeleri ve yerel yönetimler), azalan fiyatlar, kullanım kolaylığı ve gençlerin sosyal etkileşim alışkanlıklarının değişmesi gibi birçok neden hane halkının internete erişimini ve kullanımını artırmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından hanelerde bilgi ve iletişim teknolojileri erişimini ve vatandaşların söz konusu teknolojilere ilişkin eğilimlerini saptamak amacıyla yapılan Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, Avrupa Birliği İstatistik Ofisi standartlarına uygun olarak yürütülmektedir.

2004 yılında yapılan ilk Hane Halkı Bilişim Anketi verilerine göre, hanelerin % 7.02'sinin internete erişim imkânı mevcuttur. Bu hanelerin % 83.53'ü internet erişimini kişisel bilgisayar üzerinden sağlamakta olup, en yaygın kullanılan internet

bağlantı türü çevirmeli bağlantıdır. Aynı yılın Nisan-Haziran dönemi itibariyle 16-74 yaş grubundaki hane halkı bireylerinin internet kullanım oranı % 13,25' dir. Cinsiyet ve yaş grupları dikkate alındığında bilgisayar ve internet kullanım oranının en yüksek olduğu yaş grubu ise 16-24 yaş grubudur. Tüm yaş gruplarında bu oranlar erkeklerde daha yüksektir. 2012 yılı Nisan ayında gerçekleştirilen en son Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre Türkiye genelinde hanelerin % 47,2'si evden internete erişim imkânına sahiptir³⁹⁵. Bu oran 2011 yılının aynı ayına göre % 5,7 daha fazla, 2004 yılına göre ise yedi kata kadar yüksektir. En son kullanım zamanına göre bireylerin (16-74 yaş) internet kullanım oranına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 78. En Son Kullanım Zamanına Göre Bireylerin (16-74 Yaş Grubu) İnternet Kullanım Oranı (%)

En son kullanım zamanı		İnternet			
		Toplam	Erkek	Kadın	
İnternet kullananlar	Türkiye	47,4	58,1	37,0	
	Kent	56,6	67,0	46,3	
	Kır	26,4	37,1	16,3	
Son üç ay içinde (Ocak-Mart 2012)	Türkiye	42,7	53,0	32,6	
	Kent	51,4	61,7	41,1	
	Kır	22,7	32,4	13,6	
	Üç ay - bir yıl arasında	Türkiye	2,4	2,8	2,0
		Kent	2,7	3,0	2,4
		Kır	1,7	2,3	1,1
Hiç kullanmayan	Türkiye	52,6	41,9	63,0	
	Kent	43,4	33,0	53,7	

³⁹⁵ Türkiye İstatistik Kurumu Başkanlığı Haber Bülteni, Sayı: 10880, 16.08.2012.

	Kır	73,6	62,9	83,7
--	------------	------	------	------

Kaynak: TÜİK Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, Nisan 2012

Son üç ay içinde internet kullanan bireyler göz önüne alındığında, önceki bulgularla benzer olarak kadınların internet kullanım oranlarında erkeklerin çok gerisinde kaldıkları görülmektedir.

Yine kent yerleşim alanlarında yaşayanların internet kullanımında avantajlı durumu sürmektedir. Aşağıdaki tabloya bakınca kırsal kesimde internet erişimi imkânlarının kentlerden az olduğu sayısal uçurum gerçeğini görebiliriz. Hanelerde internet erişim imkânına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 79. Hanelerde internet erişim imkânı (%)

	İnternete erişim imkânı var	İnternete erişim imkânı yok
Türkiye	47,2	51,6
Kent	55,5	43,8
Kır	27,3	70,6

Kaynak: TÜİK Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, Nisan 2012

İnternet erişim imkânı olan hane oranı kentsel yerlerde % 55,5 iken, kırsal yerlerde % 27,3'tür. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması Düzey-1'e göre % 60,5 ile İstanbul, % 49,7 ile Batı Marmara, % 60,6 ile Doğu Marmara, % 57,5 ile Batı Anadolu bölgesinde internet erişim imkânı olan hane oranı Türkiye ortalamasının üzerindedir.

İnternet kullanan bireyler göz önüne alındığında, 16-74 yaş grubuna uygulanan anket sonuçlarına göre internet kullanım oranı 16-24 yaş grubunda en yüksektir. Kadınların internet kullanım oranları her yaş grubunda erkeklerin gerisinde kalmaktadır. 16-74 yaş grubundaki bireylerde internet kullanım oranları sırasıyla % 47,4'tür. Bu oranlar 2011 yılında % 45 idi. İnternet kullanım oranları 16-74 yaş grubundaki erkeklerde %58,1 iken, kadınlarda %37'dir.

Bireylerin internet kullanımı eğitim seviyesine paralel şekilde artmaktadır. Yüksekokul, fakülte ve daha üstü eğitime sahip kadınların internet kullanımı

erkeklere oldukça yakın düzeyde olup eğitim seviyesi düştükçe kadın ve erkek arasındaki fark artmaktadır. İşgücü durumuna göre en çok internet kullananlar ise öğrenciler, işverenler, ücretli/maaşlılar ve işsizlerdir. Son üç ay içinde yaş grubu, eğitim ve işgücüne göre internet kullanım durumuna aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 80. Son Üç Ay İçinde Yaş Grubu, Eğitim ve İşgücü Durumuna Göre İnternet Kullanımı (%)

İnternet kullanımı			
Yaş grubu	Toplam	Erkek	Kadın
16 – 24	67,7	80,6	55,4
25 – 34	58,5	69,6	47,2
35 – 44	42,6	53,3	31,8
45 – 54	25,5	34,8	16,2
55 – 64	11,9	18,5	5,6
65 – 74	3,6	6,4	1,3
Eğitim Durumu			
Bir okul bitirmedi	3,5	10,0	1,6
İlkokul	17,7	22,0	13,5
İlköğretim/Ortaokul ve dengi	57,6	63,8	49,4
Lise ve dengi	76,4	79,7	71,3
Yüksekokul, fakülte ve daha üstü	93,0	93,1	92,8
İşgücüne dahil olanlar	54,9	56,3	51,0
Ücretli, maaşlı, yevmiyeli	66,0	64,1	71,9
İşveren	76,6	75,6	91,0
Kendi hesabına çalışan	32,2	32,2	31,9
Ücretsiz aile işçisi	16,9	46,8	5,9
İşsiz	54,4	51,1	64,6
İşgücüne dahil olmayanlar	30,7	43,6	26,3

Ev işleriyle meşgul	19,9	16,9	19,9
Emekli	22,2	20,6	27,6
Öğrenci	89,9	93,4	85,8
Ailevi ve kişisel nedenler	56,8	52,2	62,4
Engelli	6,3	9,8	2,8
Diğer	11,0	0,0	30,6

Kaynak: TÜİK Haneyalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, Nisan 2012

Avrupa Birliği tarafından belirlenmiş bir kıstas olan düzenli (her gün veya haftada en az bir defa) internet kullanımı göstergesi internet kullanımında aktif ve sürekli kullanımı ölçmeyi amaçlamaktadır. Türkiye için 2011 yılında % 36,2 olan düzenli internet kullanımı 2012 yılında % 37,8' e yükselmiştir. İnternet kullanan bireylerin son üç ay içinde internet kullanım oranlarına karşılık düzenli internet kullanım oranlarının 2012 yılında % 88,5 olduğu görölmektedir. 2011 yılında bu oran % 89,5 oranıyla biraz daha yüksek çıkmıştır. Düzenli internet kullanımı açısından kadın-erkek arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Türkiye'de internet kullanıcılarının büyük bir bölümü interneti aktif ve sürekli kullanmaktadır.

Tablo 81. Düzenli İnternet Kullanımı

	Toplam	Erkek	Kadın
Türkiye	37,8	47,6	28,2
Kent	46,1	56,2	36,0
Kır	18,8	27,3	10,6

Kaynak: TÜİK Haneyalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, Nisan 2012

Tablo 82. Son Üç Ay İçinde İnternet Kullanan Bireylerin Kullanım Sıklığına Göre İnternet Kullanım Oranı (%)

Kullanım sıklığı	Türkiye			Kent			Kır		
	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
Düzenli internet	88,5	89,9	86,3	89,7	91,1	87,5	82,5	84,3	78,2
Hemen her gün	62,5	64,3	59,7	65,0	67,4	61,5	49,7	50,6	47,5
Haftada en az bir defa	26,0	25,5	26,6	24,6	23,7	26,0	32,8	33,7	30,8
Ayda en az bir defa	8,9	7,9	10,6	8,2	7,2	9,8	12,5	11,0	15,9
Ayda bir defadan az	2,6	2,2	3,1	2,1	1,7	2,7	5,0	4,7	5,9

Kaynak: TÜİK Haneyhalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, Nisan 2012

Bireylerin internet kullanım yerleri kadın ve erkek ayrımında incelendiğinde, internet kullanımı için genelde en çok tercih edilen yerlerin sırasıyla ev, işyeri ve arkadaş, akraba evi olduğu görülmektedir. 2011 ve öncesinde internet kafeler en popüler üçüncü mekân olmasına rağmen 2012 yılında dördüncü sıraya düşmüş görünmektedirler. Ev, arkadaş, akraba gibi başkalarının evi ile eğitim alınan yerler kadınlar tarafından erkeklere kıyasla daha fazla tercih edilmektedir. İlk kez 2010 yılı anketinde sorulmaya başlanan kablosuz bağlantının yapılabildiği yerlerin kullanım oranı hızlı artış göstermektedir. 2011 yılında % 3,2 iken, 2012 yılında % 5,9'a çıkmıştır.

Tablo 83. Son Üç Ay İçinde İnternet Kullanan Bireylerin Kullanılan Yere Göre İnternet Kullanım Oranı (%)

Kullanım Yeri	Türkiye			Kent			Kır		
	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
Evde	70,0	65,1	77,7	73,0	68,7	79,4	54,3	48,8	66,7
İşyerinde (evde çalışanlar hariç)	33,8	39,6	24,6	35,3	41,6	26,0	26,0	30,7	15,4
Eğitim alınan yerde (okul, kurs vb.)	7,2	6,3	8,7	7,3	6,5	8,5	7,0	5,6	10,0
	16,0	22,2	6,1	13,7	19,1	5,7	27,7	36,1	8,8

İnternet kafede									
Başkalarının evinde (arkadaş, akraba, vb.)	17,8	15,9	20,8	17,9	16,2	20,4	17,6	14,8	23,9
Kablosuz bağlantının yapılabildiği yerlerde (alışveriş merkezi, havaalanı, vb.)	5,9	6,3	5,3	6,5	7,0	5,7	2,9	3,1	2,3
Diğer (Sivil toplum kuruluşları, kütüphane, postane, otel, belediye binası ve devlet kurumları vb.)	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, Nisan 2012

2012 yılı ilk üç ayında internet kullanan bireyler interneti en çok % 72,5 ile çevrimiçi haber, gazete ya da dergi okuma, haber indirme için kullanırken, bunu % 66,8 ile e-posta gönderme/alma, % 61,3 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi arama, % 49,1 ile oyun, müzik, film, görüntü indirme takip etmektedir.

Kent ve kırsal arasında kullanım amaçları incelendiğinde özellikle seyahat ve konaklama ile ilgili hizmetlerin kullanımı, internet bankacılığı, online sağlık hizmetlerini kullanma ve mal-hizmet satın alma konularında kırsaldaki kullanıcıların kentli kullanıcıların gerisinde kaldığı görülmektedir. Diğer taraftan, oyun, müzik, film indirme veya oynatma, internet üzerinden oyun oynama ile haber, gazete, dergi okuma faaliyetleri kırsalda kent ile yaklaşık oranlarda gerçekleşmektedir.

Tablo 84. Son Üç Ay İçinde İnternet Kullanan Bireylerin İnterneti Kişisel Kullanım Amaçları (%)

Kullanım Amaçları	Türkiye	Kent	Kırsal
e-posta gönderme/alma	66,8	67,7	61,8
İnternet üzerinden telefonla görüşme / video görüşmesi (webcam)	42,5	42,0	45,2
Sohbet odalarına, blog, haber gruplarına veya online tartışma forumlarına mesaj gönderme, anlık ileti gönderme (Facebook, Twitter vb. sosyal gruplara mesaj gönderme, Chat, Msn, Skype ile gerçek zamanlı yazışma)	41,6	41,1	44,1

Online haber, gazete ya da dergi okuma, haber indirme	72,5	72,8	71,0
Mal ve hizmetler hakkında bilgi arama	61,3	63,2	51,9
İnternet üzerinden web radyo dinleme ya da web televizyon izleme	39,2	40,6	32,3
Oyun, müzik, film, görüntü indirme veya oynatma	49,1	49,0	49,7
Diğer kişiler ile İnternet üzerinden oyun oynama	28,8	28,6	29,7
Kendi oluşturduğunuz metin, görüntü, fotoğraf, video, müzik vb. içerikleri herhangi bir web sitesine paylaşmak üzere yükleme	33,7	33,6	33,7
Web sitesi ya da blog oluşturma	5,0	5,5	2,9
Bir web sitesi vasıtasıyla sağlık hizmeti veren hekim veya diğer sağlık personeli için randevu alma (örnek: Bir hastane veya sağlık merkezinden)	19,6	21,5	9,5
Seyahat veya seyahat ile ilgili konaklama için online hizmetleri kullanma	18,9	20,8	9,2
Mal veya hizmet satışı	7,2	7,8	4,0
İnternet bankacılığı	17,1	18,4	10,1

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, Nisan 2012

İnternet üzerinden çevrimiçi alışveriş kararlı bir şekilde artmaktadır. İnternet kullanan bireylerin internet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi verme ya da satın alma oranı % 21,8'dir. 2011 yılında internet üzerinden alışveriş yapanların oranı % 18,6'dır.. 2011 yılı Nisan ile 2012 yılı Mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde internet üzerinden alışveriş yapan bireylerin % 44,4'ü giyim ve spor malzemesi, % 25,5'i elektronik araç, % 21,2'si ev eşyası, % 18,3'ü gıda maddeleri ile günlük gereksinimler, % 17,4'ü seyahat ile ilgili hizmet (seyahat bileti, araç kiralama gibi), % 15,6'sı kitap, dergi, gazete (e-kitap dahil) satın almıştır. İnternet üzerinden alışverişte kırsal kullanıcıların daha önceki yıllarda kentli kullanıcıların gerisinde kalan talep eğilimleri kırsal kullanıcılar lehine değişim göstermektedir. Birçok kalemde kentli kullanıcılardan daha fazla alışveriş yapılmaktadır. Ev eşyası, kitap, elektronik eşya, bilgisayar, giyim, film-müzik ve e-öğrenme araçları alımı için kırsaldaki talep kentteki talebin üzerinde gerçekleşmiştir.

Genelde düşük oranda gerçekleşen elektronik haberleşme hizmetleri alımı için ise kırsaldan talep çok düşük kalmaktadır.

İnternet üzerinden alışveriş gerçekleştiren bireylerin % 9,4'ü sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir. Yanlış ya da hasarlı ürün ve hizmet teslimi karşılaşılan en önemli sorun türüdür.

Tablo 85. İnternet Kullanan Bireylerin Kişisel Kullanım Amacıyla İnternet Üzerinden Mal veya Hizmet Siparişi Verme ya da Satın Alma Oranı (%)

En son yapılan zamana göre	Türkiye	Kent	Kır
Mal veya hizmet siparişi veren ya da satın alanlar	21,8	23,2	15,1
Son üç ay içinde (Ocak-Mart 2012)	14,3	15,3	9,5
Üç ay ile bir yıl arasında	5,0	5,3	3,3
Bir yıldan çok	2,5	2,5	2,3
Hiç sipariş vermedi / satın almadı	78,2	76,8	84,9

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, Nisan 2012

Tablo 86. Son 12 Ay İçinde Kişisel Kullanım Amacıyla Bireylerin İnternet Üzerinden Sipariş Verdiği ya da Satın Aldığı Mal ve Hizmet Türleri (%)

Mal ve hizmet türleri	Son 12 ay içinde İnternet üzerinden mal veya hizmet siparişi verenler ya da satın alanlar için		
	Türkiye	Kent	Kır
Gıda maddeleri ile günlük gereksinimler (çiçek, kozmetik, tütün ve içecekler de dahil)	18,3	19,1	12,1
Ev eşyası (Mobilya, oyuncak, beyaz eşya vb)	21,2	21,0	23,3
İlaç	4,0	4,1	3,2
Film, müzik	4,3	4,1	6,2
Kitap, dergi, gazete (e-kitap dahil)	15,6	15,3	18,2
e-öğrenme araçları (çevrimiçi eğitim siteleri, CD vb.)	1,8	1,7	3,0
Giyim, spor malzemeleri	44,4	44,1	46,5
Oyun yazılımları ile yeni sürümlerinin	2,6	2,5	3,7

yükseltilmesi			
Diğer bilgisayar yazılımları ile yeni sürümlerinin yükseltilmesi	2,2	2,3	1,7
Bilgisayar ve diğer ek donanım	6,9	6,2	13,0
Elektronik araçlar (Cep telefonu, kamera, radyo, TV, DVD oynatıcı, video vb.)	25,5	24,4	33,9
Telekomünikasyon hizmetleri (TV, genişbant abonelik hizmetleri (ADSL vb.), sabit veya cep telefonu abonelikleri, ön ödemeli telefon kartları için para yüklemek/yatırmak)	1,7	1,8	0,6
Hisse senedi / Finansal hizmet / Sigorta alımı	1,7	1,6	3,0
Konaklama (Otel vb. rezervasyon)	7,2	7,7	3,9
Seyahat ile ilgili diğer hizmetler (seyahat bileti, araç kiralama vb.)	17,4	18,2	11,2
Sportif ve kültürel faaliyetler için bilet satın alımı (sinema, tiyatro, konser, maç vb.)	7,6	8,2	3,0
Diğer	2,9	2,8	3,9

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, Nisan 2012

Bireylerin internet üzerinden alışveriş yapmama nedenleri arasında internet üzerinden alışveriş yapmaya ihtiyaç duymamaları oldukça yüksek bir oranla öne çıkmakta, ancak yıllar itibarıyla bir azalma göstermektedir. Diğer taraftan, “internet üzerinden ödeme olanağı veren kredi kartı veya sanal kartın olmayışı” oranının bu tür alışverişlerin önünü açacak şekilde azalmış olduğu görülmektedir. Benzer şekilde “internet bağlantı hızının düşük olması” son üç yılda sıfıra yakın oranlarda dile getirilmiş bir sorundur. Nedenler arasında sayılan “ürünü yerinde görerek almayı tercih etmek ve alışkanlıkları devam ettirmek” yıllar itibarıyla değişkenlik göstermekle birlikte hala önemini koruyan bir neden olarak görülmektedir. 2009 yılından bu yana güvenlik ve gizlilik kaygılarının birbirine yakın oranlar civarında kararlı olduğu görülmektedir.

Tablo 87. İnternet Kullanan Bireylerin Son 12 Ay İçinde Kişisel Kullanım Amacıyla İnternet Üzerinden Mal ve Hizmet Siparişi Vermeme ya da Satın Almama Nedenleri (%)

	Türkiye	Kent	Kır
İnternet kullanan bireylerden son on iki ay içinde internet üzerinden mal ve hizmet siparişi vermeyenler ya da satın almayanlar	80,7	79,3	87,2
Mal ve hizmet siparişi vermeyen ya da satın almayanların satın almama nedenleri			
İhtiyaç duymamak	76,9	75,7	82,5
Ürünü yerinde görerek almayı tercih etmek, satış yapılan yere bağlılık, alışkanlıklar	32,6	33,8	27,3
İnternet üzerinden alış-veriş yapacak yeterli bilgi olmaması	6,3	5,8	8,3
İnternet üzerinden sipariş edilen malların teslim problemi	2,1	2,2	1,8
Güvenlik kaygıları	28,3	30,0	21,0
Gizlilik kaygıları	16,8	18,1	10,8
Ürünü teslim alma iade etme yada şikayet ve sorun giderme konusunda güvensizlik	5,4	5,9	2,9
İnternet üzerinden ödeme olanağı veren kredi kartı olmayışı	3,9	3,4	5,8
İnternet bağlantı hızının çok düşük olması	0,1	0,1	0,2
Diğer	0,4	0,4	0,4

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, Nisan 2012

2011 yılında 12056 hanede, 18 yaş üstü 23379 kişiye uygulanan Türkiye Aile Yapısı Araştırması'nda internet kullanımını ile ilgili bulgulara aşağıda yer verilmektedir³⁹⁶

Evde internet bağlantısının olup olmadığının ölçüldüğü soruya katılımcıların % 65,8'i "hayır cevabını vermiştir". "Hayır" cevabını verenlerin oranı kentte % 58,4, kırdaki % 85,2 düzeyindedir. "Hayır" cevabını verenlerin oranının en yüksek olduğu kent % 58,8 ile İzmir, aynı oranının en yüksek olduğu bölge % 87,3 ile Kuzeydoğu

³⁹⁶ 2011 Türkiye Aile Yapısı Araştırması, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Yayınlanmamış Ön Rapor, Ankara, 2012, Sayfa 243-248.

Anadolu Bölgesi'dir. Alt sosyo-ekonomik statüde bulunanların % 85,5'i evlerinde internet bağlantısının olmadığını belirtmiştir.

Tablo 88. Türkiye Geneli, Yerleşim Yeri, Üç Büyük İl, Bölgeler ve Sosyo-Ekonomik Statüye Göre İnternet Bulunan Haneler (%)

	Evet	Hayır	Toplam	Sayı
Türkiye	34,2	65,8	100,0	10481
YERLEŞİM YERİ				
Kent	41,6	58,4	100,0	7599
Kır	14,8	85,2	100,0	2881
ÜÇ BÜYÜK İL				
İstanbul	51,1	48,9	100,0	1796
Ankara	43,7	56,3	100,0	751
İzmir	41,2	58,8	100,0	716
BÖLGELER				
İstanbul	51,1	48,9	100,0	1796
Batı Marmara	33,7	66,3	100,0	719
Doğu Marmara	41,3	58,7	100,0	859
Ege	34,3	65,7	100,0	889
Akdeniz	25,9	74,1	100,0	873
Batı Anadolu	43,8	56,2	100,0	804
Orta Anadolu	27,0	73,0	100,0	752
Batı Karadeniz	25,3	74,7	100,0	932
Doğu Karadeniz	30,6	69,4	100,0	663
Kuzey Doğu Anadolu	12,7	87,3	100,0	574
Ortadoğu Anadolu	18,7	81,3	100,0	653
Güneydoğu Anadolu	14,7	85,3	100,0	968
SOSYO-EKONOMİK STATÜ				
Alt	14,5	85,5	100,0	4144
Orta	41,4	58,6	100,0	3580
Üst	66,8	33,2	100,0	1187

Kaynak: Türkiye Aile Yapısı Araştırması, 2011

Türkiye genelinde yerleşim yeri ve bölgelere göre internet kullanma alışkanlığını ölçmeye yönelik oluşturulan soruya, katılımcıların % 65,3'ü "hiç kullanmadım" cevabını vermiştir. Tablodan da görüleceği üzere bu oran kırdan yükselmektedir. Kırdan yaşayan katılımcıların % 84,3'ü hiç internet kullanmadığını belirtmiştir. Üç büyük kente bakıldığında hiç kullanmayanların oranının en yüksek olduğu yer İzmir'dir (% 58,9). Hiç internet kullanmayanların oranının en yüksek olduğu bölge Kuzey Doğu Anadolu Bölgesi'dir (% 81,4). İnterneti her gün kullananların oranının en yüksek olduğu bölge Batı Anadolu Bölgesi'dir (% 16,4).

Tablo 89. Türkiye Geneli, Yerleşim Yeri, Üç Büyük İl ve Bölgelere Göre İnternet Kullanma Alışkanlığı (%)

	Her gün kullanıyorum	Sıklıkla kullanıyorum	Arada bir kullanıyorum	Hiç kullanmadım	Toplam	Sayı
Türkiye	13,8	4,0	16,9	65,3	100,0	20672
YERLEŞİM YERİ						
Kent	17,3	5,0	20,2	57,5	100,0	14701
Kır	5,0	1,8	8,9	84,3	100,0	5972
ÜÇ BÜYÜK İL						
İstanbul	21,6	4,7	22,1	51,7	100,0	3391
Ankara	21,5	5,2	21,7	51,6	100,0	1278
İzmir	19,9	4,4	16,8	58,9	100,0	1310
BÖLGELER						
İstanbul	21,6	4,7	22,1	51,7	100,0	3391
Batı Marmara	11,0	7,4	12,8	68,8	100,0	1238
Doğu Marmara	15,3	3,9	19,4	61,4	100,0	1679
Ege	14,5	2,9	18,3	64,2	100,0	1719
Akdeniz	12,2	4,6	15,3	67,8	100,0	1781
Batı Anadolu	16,4	5,3	18,8	59,6	100,0	1491
Orta Anadolu	11,5	3,1	13,1	72,3	100,0	1624
Batı Karadeniz	9,0	4,7	13,0	73,3	100,0	1699
Doğu Karadeniz	10,8	2,8	15,4	71,1	100,0	1185
Kuzey Doğu Anadolu	5,3	2,4	10,9	81,4	100,0	1170
Ortadoğu Anadolu	8,2	2,7	13,1	75,9	100,0	1350
Güneydoğu Anadolu	5,4	2,0	12,7	79,9	100,0	2350

Kaynak: Türkiye Aile Yapısı Araştırması, 2011

Cinsiyet, yaş, öğrenim durumu ve sosyo-ekonomik statü göz önünde tutularak internet kullanma alışkanlığına bakıldığında erkeklerin % 56,9'unun ve kadınların % 73,7'sinin hiç internet kullanmadım cevabını verdiği görülmektedir. Hiç internet kullanmayanların oranının en yüksek olduğu yaş grubu 65 ve üzeridir (% 98).

Öğrenim durumuna göre bakıldığında ise okuryazar olmayanların % 99,3'ünün, okuryazar olup hiç okula gitmeyenlerin % 95,3'ünün hiç internet kullanmadığı görülmektedir. Bu oran üniversite ve lisansüstü mezunlarında % 11,3 düzeyindedir. Tablodan görülebileceği üzere öğrenim durumu arttıkça internet kullanma sıklığının oranının da arttığı tespit edilmiştir.

Aynı şekilde sosyo-ekonomik statü arttıkça internet kullanma sıklığının oranı da artmaktadır. Her gün kullananların oranı alt sosyo-ekonomik statüde % 3,8 iken üst sosyo-ekonomik statüde % 37,4 düzeyindedir.

Tablo 90. Cinsiyet, Yaş, Öğrenim Durumu ve Sosyo-Ekonomik Statüye Göre İnternet Kullanma Alışkanlığı (%)

	Her gün kullanyorum	Sıklıkla kullanyorum	Arada bir kullanyorum	Hiç kullanmadım	Toplam	Sayı
CİNSİYET						
Erkek	17,9	5,2	20,0	56,9	100,0	10383
Kadın	9,6	2,8	13,9	73,7	100,0	10290
YAŞ GRUBU						
18-24	26,7	9,5	32,9	30,9	100,0	2707
25-34	22,2	5,6	24,4	47,8	100,0	4620
35-44	15,1	4,3	19,6	61,0	100,0	4435
45-54	7,9	2,5	11,4	78,2	100,0	3781
55-64	4,4	1,1	5,5	89,1	100,0	2696
65+	,5	,1	1,3	98,0	100,0	2434
ÖĞRENİM DURUMU						
Okur-Yazar Değil	,3	,0	,4	99,3	100,0	1958
Okur-Yazar-Hiç Okula Gitmeyen	,8	,2	3,8	95,3	100,0	1183
İlkokul Mezunu	3,1	,9	10,1	85,8	100,0	8619
İlköğretim + Ortaokul Mezunu	11,9	4,4	26,2	57,6	100,0	2936
Lise	28,4	9,1	34,1	28,4	100,0	3694
Önlisans	44,2	9,5	30,9	15,4	100,0	701
Üniversite ve Lisansüstü	53,9	13,8	21,1	11,3	100,0	1582
SOSYO-EKONOMİK STATÜ						
Alt	3,8	1,7	10,9	83,6	100,0	8539
Orta	16,1	5,2	21,7	57,0	100,0	7187
Üst	37,4	8,6	22,2	31,8	100,0	2277

Kaynak: Türkiye Aile Yapısı Araştırması, 2011

Türkiye genelinde en sık internet kullanılan mekânların neresi olduğunu tespit etmeye yönelik oluşturulan sorulara, katılımcıların % 58,8'i "evde" yanıtı vermiştir. Tabloda görüleceği üzere bu oran kentte % 60, kırdada % 50,4 düzeyindedir. Üç büyük kente bakıldığında Ankara'daki katılımcıların % 58,7'si, İzmir'dekilerin % 68,4'ü, İstanbul'dakilerin % 62,9'u "evde" internet kullanmaktadır. Evde internet kullanma oranının en yüksek olduğu bölge Doğu Marmara Bölgesi (% 67), en düşük olduğu bölge ise Güneydoğu Anadolu Bölgesi'dir (% 44,4).

Tablo 91. Türkiye Geneli, Yerleşim Yeri, Üç Büyük İl ve Bölgelere Göre İnternet Kullanılan Mekânlar (%)

	Evde	İşyerinde	İnternet kafede	Okulda	Cep telefonu /iPhone/iPad	Diğer	Toplam	Sayı
Türkiye	58,8	22,8	12,8	1,7	3,2	3,0	100,0	7124
YERLEŞİM YERİ								
Kent	60,0	23,4	11,4	1,5	3,2	2,9	100,0	6184
Kır	50,4	18,9	22,4	3,0	3,2	3,5	100,0	940
ÜÇ BÜYÜK İL								
İstanbul	62,9	23,9	7,8	1,2	4,2	3,6	100,0	1626
Ankara	58,7	27,3	8,0	1,3	4,0	3,5	100,0	598
İzmir	68,4	23,0	6,1	1,3	3,5	1,7	100,0	538
BÖLGELER								
İstanbul	62,9	23,9	7,8	1,2	4,2	3,6	100,0	1626
Batı Marmara	62,2	24,7	8,9	,5	2,3	3,1	100,0	384
Doğu Marmara	67,0	20,7	7,8	1,9	2,2	3,1	100,0	639
Ege	64,4	18,5	11,4	1,6	2,8	3,6	100,0	607
Akdeniz	54,9	21,3	18,0	2,1	2,8	3,2	100,0	567
Batı Anadolu	61,7	24,8	7,3	1,3	3,5	2,7	100,0	601
Orta Anadolu	59,7	23,3	13,4	1,3	2,7	1,3	100,0	447
Batı Karadeniz	58,1	22,9	11,5	1,8	4,0	2,9	100,0	454
Doğu Karadeniz	61,2	20,3	11,8	2,4	4,7	2,9	100,0	340
Kuzey Doğu Anadolu	39,7	30,1	23,7	4,6	3,2	,5	100,0	219
Ortadoğu Anadolu	47,4	21,2	24,0	1,2	3,4	4,7	100,0	321
Güneydoğu Anadolu	44,4	17,9	29,3	3,6	2,5	2,5	100,0	475

Kaynak: Türkiye Aile Yapısı Araştırması, 2011

Cinsiyete göre baktığımızda kadınların % 70,6'sı, erkeklerin % 51,6'sı interneti evinde kullanmaktadır. Yaş grubu göze alındığında 55–64 yaş % 74,6'sı; öğrenim durumunu göz önüne aldığımızda ilkökul mezunlarının % 67,1'i interneti evinde kullanmaktadır. Orta sosyo-ekonomik statüdekilerin % 60,5'i internete evden

bağlanırken, interneti kullanmak için internet kafeye gidenlerin oranının en yüksek olduğu grup % 28,7 ile alt sosyo-ekonomik statüdür.

Tablo 92. Cinsiyet, Yaş, Öğrenim Durumu ve Sosyo-Ekonomik Statüye Göre İnternet Kullanılan Mekânlar (%)

	Evide	İşyerinde	İnternet kafede	Okulda	Cep telefonu /iPhone/iPad	Diğer	Toplam	Sayı
CİNSİYET								
Erkek	51,6	27,6	16,8	1,4	2,9	2,1	100,0	444
Kadın	70,6	14,9	6,3	2,1	3,8	4,5	100,0	267
YAŞ GRUBU								
18-24	52,5	9,8	25,5	4,2	6,6	3,7	100,0	186
25-34	55,7	25,7	13,8	1,0	3,2	3,3	100,0	239
35-44	62,1	31,9	4,2	,3	1,4	2,1	100,0	170
45-54	68,5	27,5	3,2	1,0	,4	1,6	100,0	819
55-64	74,6	19,1	2,2	1,3	,2	4,0	100,0	295
65+	70,8	7,5	10,7	,0	,0	11,0	100,0	48
ÖĞRENİM DURUMU								
Okur Yazar Değil	41,3	25,1	18,4	15,2	,0	,0	100,0	15
Okur Yazar Değil - Okula Gitmeyen	50,0	14,0	23,8	3,6	2,8	5,7	100,0	60
İlkokul Mezunu	67,1	14,8	11,4	,6	2,0	4,7	100,0	120
İlköğretim + Ortaokul Mezunu	56,5	14,7	20,9	,2	5,0	3,4	100,0	124
Lise	58,6	19,6	14,9	2,4	3,8	3,1	100,0	262
Önlisans	56,2	31,7	9,9	1,3	3,3	1,4	100,0	585
Üniversite ve Lisansüstü	55,6	39,7	3,8	2,5	1,5	1,5	100,0	139
SOSYO-EKONOMİK STATÜ								
Alt	49,3	12,0	28,7	2,1	4,7	4,2	100,0	139
Orta	60,5	22,3	11,7	1,8	3,2	3,0	100,0	307
Üst	60,1	34,8	3,5	1,6	2,3	1,9	100,0	153

Kaynak: Türkiye Aile Yapısı Araştırması, 2011

Türkiye genelinde internet kullanma nedenine bakıldığında, katılımcıların % 39,7'sinin araştırma ve bilgi edinme amacı ile interneti kullandığı görülmektedir. Tablodan da görüleceği üzere bu oran kentte % 39,1, kırdada % 43,3 düzeyindedir. Büyük kentler göz önünde tutulduğunda Ankara'daki katılımcıların % 42,3'ünün araştırma ve bilgi edinme için interneti kullandığı tespit edilmiştir. İnterneti araştırma ve bilgi edinme amaçlı kullananların oranının en yüksek olduğu bölge Doğu Karadeniz Bölgesi (% 46,5), en düşük olduğu bölge Ege Bölgesi'dir (% 35,2).

Tablo 93. Türkiye Geneli, Yerleşim Yeri, Üç Büyük İl ve Bölgelere Göre İnternet Kullanma Nedenleri (%)

	İşlerimi takip etmek için işim gereği	Sohbet chat yapmak için	Mektuplaşma için	Oyun ve eğlence için	Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri için	Araştırma ve bilgi edinme amacıyla	Banka işlemleri	Diğer	Toplam	Sayı
Türkiye	22,9	4,2	,5	6,7	24,6	39,7	1,1	1,8	100,0	7174
YERLEŞİM YERİ										
Kent	23,8	3,9	,4	6,6	24,4	39,1	1,2	1,9	100,0	6243
Kır	17,1	6,0	,7	7,3	26,2	43,3	,7	1,0	100,0	931
ÜÇ BÜYÜK İL										
İstanbul	24,7	4,6	1,0	4,8	27,5	36,0	1,2	2,4	100,0	1643
Ankara	23,9	3,5	,6	8,9	19,4	42,3	,6	1,6	100,0	620
İzmir	23,1	4,8	,6	6,8	25,1	37,5	1,3	1,7	100,0	541
BÖLGELER										
İstanbul	24,7	4,6	1,0	4,8	27,5	36,0	1,2	2,4	100,0	1643
Batı Marmara	21,6	2,3	,3	5,5	25,5	40,9	1,3	3,1	100,0	384
Doğu Marmara	22,7	3,5	,5	8,0	22,0	42,2	1,2	1,5	100,0	649
Ege	23,0	3,3	,5	10,4	25,5	35,2	1,2	2,0	100,0	608
Akdeniz	20,1	4,9	,2	7,4	21,4	45,4	1,4	,5	100,0	571
Batı Anadolu	20,4	3,8	,2	6,4	22,7	45,0	1,1	2,0	100,0	609
Orta Anadolu	20,8	3,8	,0	6,3	28,6	39,5	1,1	1,3	100,0	448
Batı Karadeniz	22,6	4,4	,0	7,5	26,4	38,0	,4	1,5	100,0	455
Doğu	16,9	4,7	,3	4,9	26,2	46,5	,6	1,7	100,0	344

Karadeniz										
Kuzey Doğu Anadolu	21,9	6,8	,0	4,6	26,0	41,1	,0	1,8	100,0	219
Ortadoğu Anadolu	22,4	4,0	,6	6,2	24,0	43,3	,3	,3	100,0	321
Güneydoğu Anadolu	21,3	6,1	,2	4,2	23,2	42,4	,6	2,1	100,0	474

Kaynak: Türkiye Aile Yapısı Araştırması, 2011

Tablo 94. Cinsiyet, Yaş, Öğrenim Durumu ve Sosyo-Ekonomik Statüye Göre İnternet Kullanma Nedenleri

	İşlerimi takip etmek için işim gereği	Sohbet chat yapmak için	Mektuplaşma için	Oyun ve eğlence için	Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri için	Araştırma ve bilgi edinme amacıyla	Banka işlemleri	Diğer	Toplam	Sayı
CİNSİYET										
Erkek	26,8	4,0	,4	6,9	23,5	36,8	1,4	1,5	100,0	4469
Kadın	16,5	4,5	,6	6,3	26,4	44,4	,7	2,1	100,0	2705
YAŞ GRUBU										
18-24	11,9	5,7	,4	5,8	42,2	33,2	,7	1,5	100,0	1873
25-34	24,5	3,4	,4	6,2	25,5	38,8	1,1	1,6	100,0	2413
35-44	30,0	3,5	,3	6,8	15,0	42,4	,9	2,0	100,0	1717
45-54	29,0	4,5	,5	9,1	8,9	46,0	2,2	1,7	100,0	827
55-64	23,7	3,1	1,7	7,9	8,3	51,9	2,0	3,3	100,0	296
65+	12,7	11,1	5,3	3,8	7,0	56,2	,0	3,9	100,0	48
ÖĞRENİM DURUMU										
Okur-Yazar Değil	19,9	33,2	,0	9,8	16,8	20,4	,0	,0	100,0	12
Okur-Yazar-Hiç Okula Gitmeyen	15,0	11,6	,0	7,8	33,3	28,0	,0	4,3	100,0	57
İlkokul Mezunu	12,7	5,6	,5	11,2	22,0	45,7	,4	2,4	100,0	1211
İlköğretim + Ortaokul Mezunu	12,7	6,0	,4	9,6	33,8	36,1	,8	1,6	100,0	1248
Lise	19,0	4,2	,3	6,0	29,2	40,7	1,4	1,4	100,0	2649
Önlisans	32,1	2,6	,1	3,6	22,1	37,9	1,1	1,4	100,0	597
Üniversite ve Lisansüstü	44,8	1,6	,9	2,6	10,9	37,2	1,6	2,2	100,0	1400
SOSYO-EKONOMİK STATÜ										

Alt	11,5	5,7	,3	7,9	30,9	43,2	,5	1,0	100,0	1394
Orta	21,0	3,9	,5	7,0	26,1	39,8	1,0	1,8	100,0	3103
Üst	38,2	3,5	,7	4,9	,8	34,4	1,3	2,1	100,0	1545

Kaynak: Türkiye Aile Yapısı Araştırması, 2011

Cinsiyet, yaş, öğrenim durumu ve sosyo-ekonomik statüye göre bakıldığında, kadın katılımcıların % 36,4'nün, erkek katılımcıların % 44,4'nün interneti araştırma ve bilgi edinme için kullanıldığı görülmektedir. Yaş gruplarına göreyse 65 yaş ve üstü aralığında olanların % 56,2'si interneti araştırma ve bilgi edinme için kullanmaktadır. Tablodan yaş aralığı yükseldikçe interneti araştırma ve bilgi edinmek için kullananların oranının yükseldiği tespit edilmiştir. Öğrenim durumuna göre interneti araştırma ve bilgi edinme için kullananların oranının en yüksek olduğu grubun ilkokul mezunlarını (% 45,7), en düşük olan grubun ise okuryazar olmayanların oluşturduğu görülmektedir (% 20,4). Alt sosyo-ekonomik statüden üst sosyo-ekonomik statüye doğru gidildikçe interneti araştırma ve bilgi edinme amaçlı kullananların oranı azalmaktadır. Buna karşın interneti işlerini takip etmek için işi gereği kullananların oranı artmaktadır.

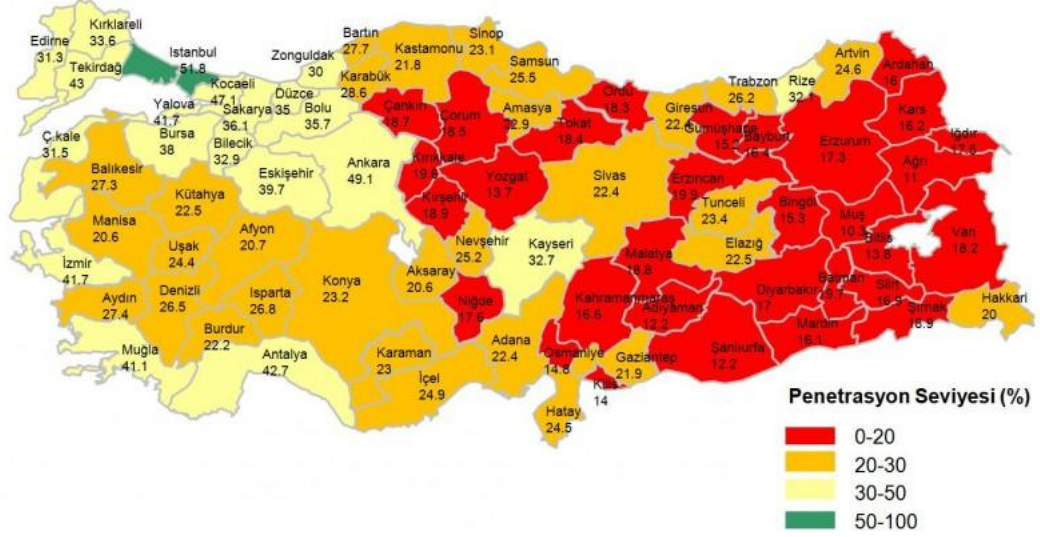
'PC ve İnternet Penetrasyonu' araştırma³⁹⁷ sonuçlarına göre, en dikkat çeken bulgu kırsal ve kentsel bölgelerimiz arasında ciddi bir uçurumun bulunmasıdır. Her ne kadar son yıllarda kırsal bölgelerimizde bilgisayar ve internet kullanımı artış gösteriyor olsa da, kentlerde internet yaygınlığı % 40 iken, kırsalda bu oran sadece % 19 ile sınırlı kalmaktadır.

Şehir bazlı sıralamada ilk sırada İstanbul gelmektedir. İstanbul'da internet kullanım oranı % 51.8 olarak belirtilmektedir. Diğer ilk on şehir şöyle sıralanmaktadır: İstanbul: % 51.8, Ankara: % 49.1, Kocaeli: % 47.1, Tekirdağ: % 43, Antalya: % 42.7, İzmir/Yalova: % 41.7, Muğla: % 41.1, Eskişehir: % 39.7, Bursa: % 38. Bölgesel bazlı dağılımda ise bölge lideri şehirler şu şekildedir: Marmara: İstanbul (% 51.8), Ege: İzmir (% 41.7), Akdeniz: Antalya (% 42.7), Karadeniz: Rize (% 32.1), İç Anadolu: Ankara (% 49.1), Doğu Anadolu: Tunceli (% 23.4), Güney Doğu Anadolu: Hakkari (% 20).

³⁹⁷ <http://blog.ttnet.com.tr/turkiye'nin-internet-ve-bilgisayar-fotografini-cekten-aras-tirma/>

Şekil 44 - Türkiye ADSL Penetrasyon Haritası

Türkiye ADSL Penetrasyon Haritası



Çalışmada öne çıkan diğer önemli bulgular şu şekildedir:

Ülkemizde 30 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır. Cinsiyete göre dağılım ise erkekler lehine % 59'a, % 41 oranlarındadır.

İnternet gezintilerimizin en önemli sebebi yaklaşık % 78'lik oranla sanal sohbetlerdir. Bunu yaklaşık % 55 ile bilgi amaçlı araştırmalar ve % 38 ile e-posta kontrolü izlemektedir. Devamında ise % 36 ise haberler geliyor. Oyun % 34 ve müzik % 21, sonraki aktiviteler.

Araştırma esnasında Türkiye'deki toplam ev sayısı 18.049.667'dir. Bunların yaklaşık 8 milyonunda yani % 43'ünde bilgisayar olduğu belirlenmiştir. İnternet bağlantısı olan evlerin oranı ise yaklaşık 6 milyon hane ile % 33'e denk gelmektedir.

İnterneti ve bilgisayarı olmayan 6,5 milyon evde ise en az bir tane internet kullanıcısı tespit edilmiştir. 5,6 milyon hanede ise bilgisayar, internet ve internet kullanıcısından hiç biri olmadığı tespit edilmiştir.

İnternetin en yoğun kullanıldığı saatler 21.00-24.00 arası olarak bulunmuştur.

Tüm internet trafiğinde bandı en çok meşgul eden aktivite yaklaşık % 40 ile video izlemek, % 28 ile internette gezinmek ve % 11 ile de dosya indirmek şeklinde sıralanmıştır. Geri kalan trafiğin arkasında ise canlı IP Tv servisi (% 3.7), anlık mesajlaşma (% 0.8) ve oyun (% 0.2) bulunmuştur. Diğer tüm faaliyetler ise toplamda % 9.4'lük orana karşılık gelmektedir. Youtube ise tek başına % 7.86 oranında bir trafiğe sahip bulunmuştur.