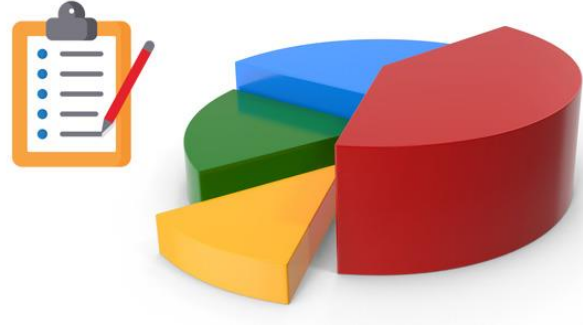




Türkiye'de Medyaya Güven Araştırma Raporu 2022



Araştırmanın Amacı & Metodoloji



ARAŞTIRMANIN AMACI

Yapılan araştırmada, Türkiye’de bireylerin medyaya yönelik güvenini ölçmek için Xsights Araştırma ve Danışmanlık A.Ş., Marketing Türkiye adına araştırma gerçekleştirmiştir.

Söz konusu araştırma 7-9 Eylül 2022 tarihleri arasında online araştırma yöntemiyle Xsights’ın online araştırma platformu olan Türkiye’nin Sesi Paneli’nde (www.turkiyeninsesipaneli.com) gerçekleştirilmiştir.

‘Türkiye’de Medyaya Güven’ araştırmasına saha süresi içerisinde 500 kişi katılmıştır.

Araştırma kapsamında veriler %95 güven düzeyinde anlamlılık testine tabi tutulmuştur.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Medyaya Güven Araştırması	
Araştırma Yöntemi:	Kantitatif Araştırma
Veri Toplama Tekniği:	Online Görüşme
Saha Çalışması:	7-9 Eylül 2022
Veri Kontrol ve Analizleri:	10 Eylül 2022
Raporlama:	12 Eylül 2022

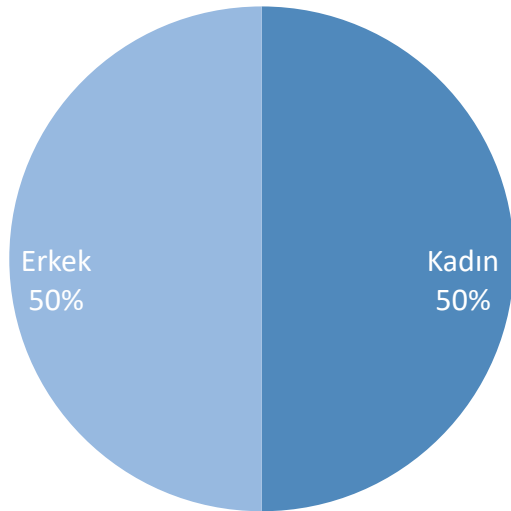
Örnekleme



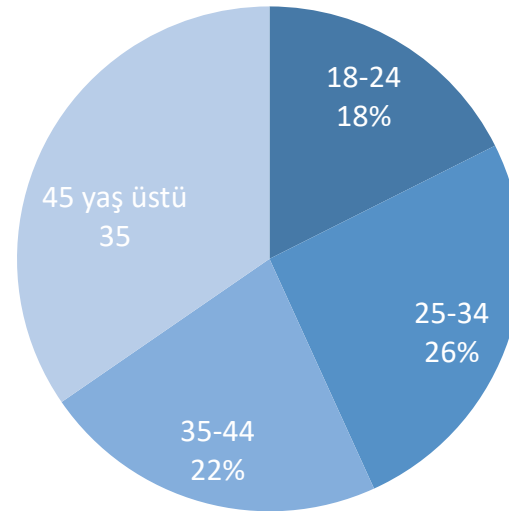
Demografik Özellikler

Katılımcıların %50'si erkek, %50'si kadındır. Bu katılımcılardan %18'i 18-24 yaşında, %26'sı 25-34 yaşında, %22'si 35-44 yaşında ve %35'i 45 yaş ve üzeri yaşıdadır. Katılımcıların %51'i A ve B, %24'ü C1 ve %12'i C2 ve %13'ü D ve E SES kotasındadır.

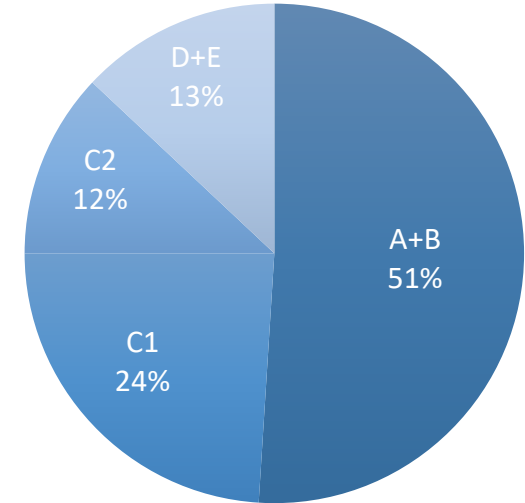
Cinsiyet



Yaş



SES



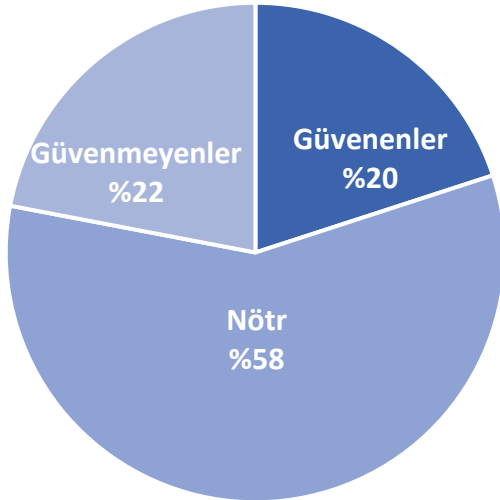
Bulgular



Medyaya Güven

Katılımcıların %22'si medyaya güvenmediklerini aktarıırken %20'si güvenmekte ve %58'i nötr durumdadır. 25-34 yaş arasındaki katılımcılar (%37) ile 18-24 (%0) yaş arasındaki katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir güven farkı bulunmuştur. Net güven puanı -73 olarak belirlenmişken, 2013 yılında Xsights tarafından Marketing Türkiye için gerçekleştirilen aynı çalışmada bu oran -52, 2017'de -17, 2018'de ise -12'dir. Dolayısıyla yıllar içerisinde medyaya güven puanı artarken 2022 yılında yeniden düşüş gözlemlenmiştir.

Türkiye'de medyaya güven derecesi (%)



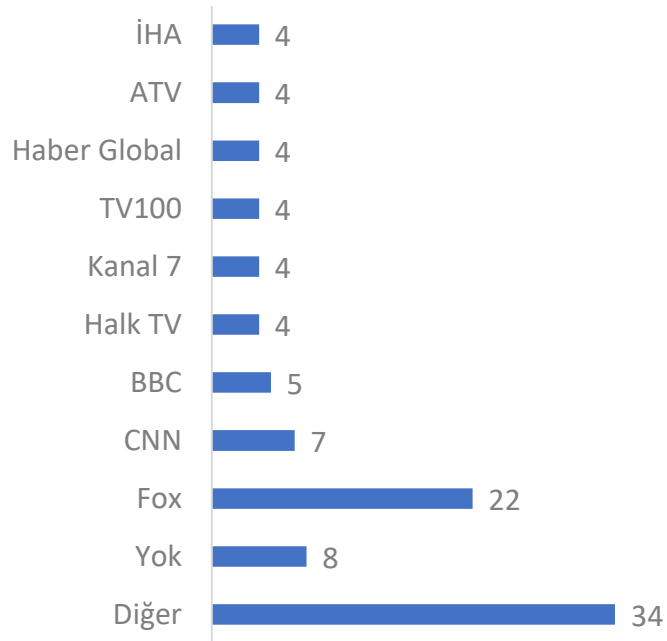
NPS (Net Tavsiye Skoru)

Güvenenler	%8	Net Tavsiye Skoru: -73
Nötr	%10	
Güvenmeyenler	%81	

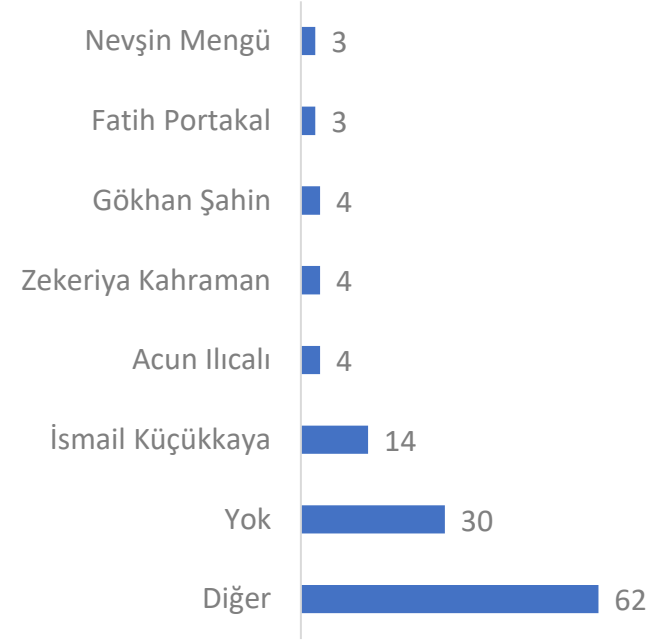
Güvenilen Medya Unsurları

Katılımcılar en güvenilir medya kuruluşu olarak Fox'u (%22) öne çıkartırken CNN (%7) ve BBC (%5) çoğunluğu takip etmektedir. 2018 yılında gerçekleştirilen aynı çalışmada ise %16,8 ile Fox TV yine ilk sırada gelmekteydi. Herhangi bir medya kuruluşuna güven duymadığını iletenler ise %8'dir. En güvenilir medya mensubu olarak ise İsmail Küçükkaya (%14) olarak öne çıkmaktadır. Böylece 2018 yılında %7,2 oranla ilk sırada gelen Fatih Portakal'ın yerini yeni isimlere bıraktığı görülmektedir.

En güvenilir medya kuruluşu (%)



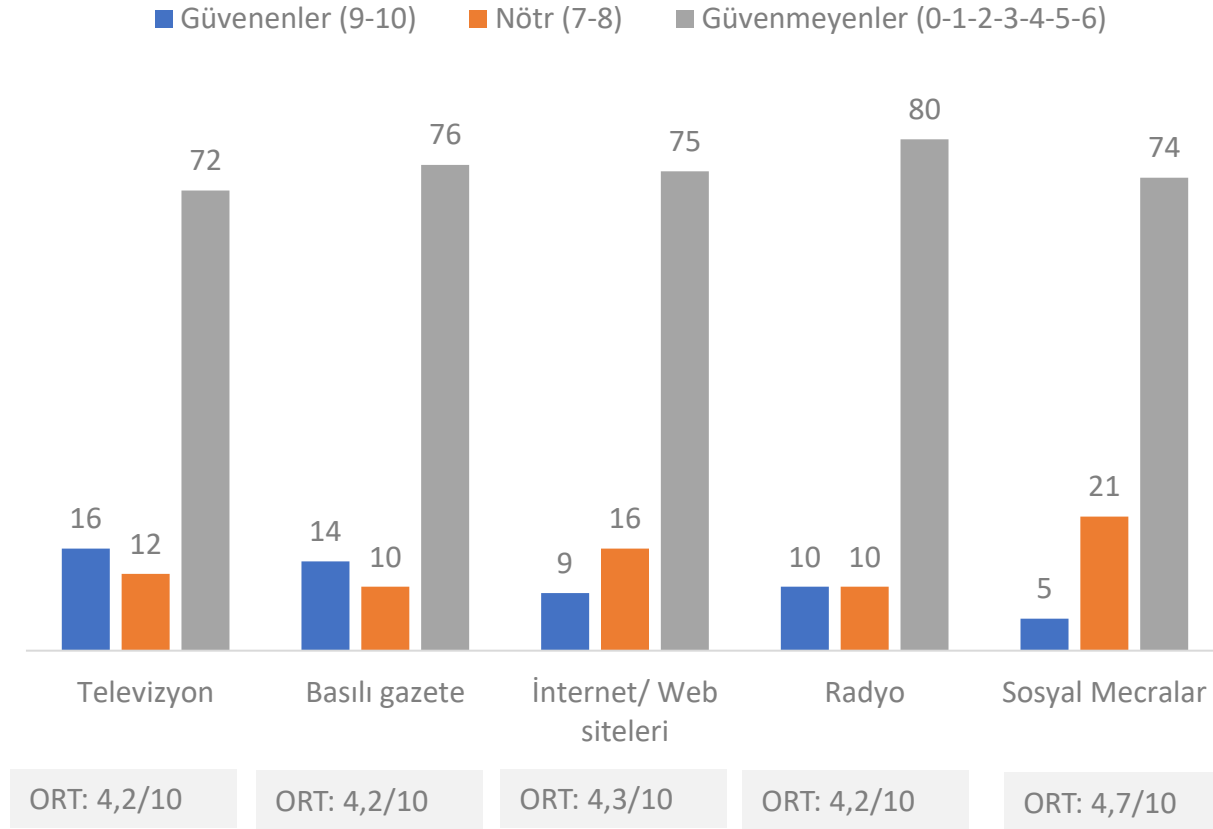
En güvenilir medya mensubu (%)



Mecralara Güven

Katılımcıların yanıtlarına göre, en çok güven duyulan mecra 2018 yılında %56,6 ile televizyon iken 2022 yılında %16 ile yeniden ilk sıradadır. Bu oranı basılı gazete (%14) takip ederken, sosyal mecralar (%5) ile son sırada yer almaktadır.

Çeşitli Mecralara Güven Düzeyi (%)



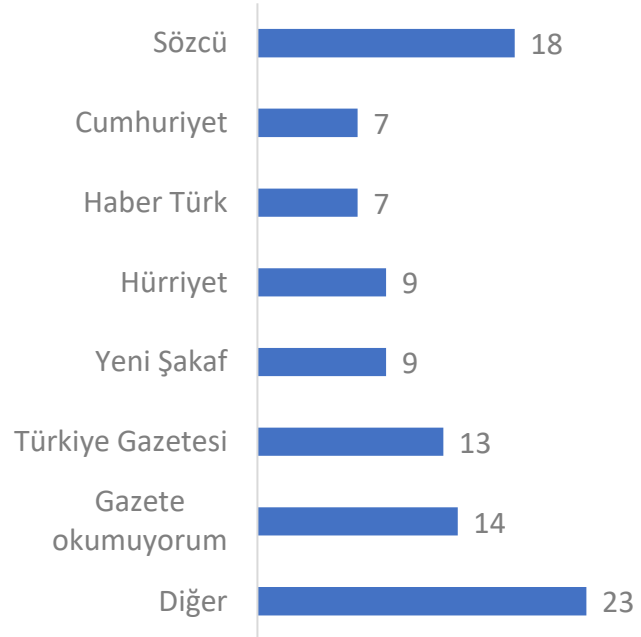
NPS (Net Tavsiye Skoru)

Televizyon	-56%
Basılı gazete	-62%
İnternet/Web siteleri	-66%
Radyo	-70%
Sosyal mecralar	-69%

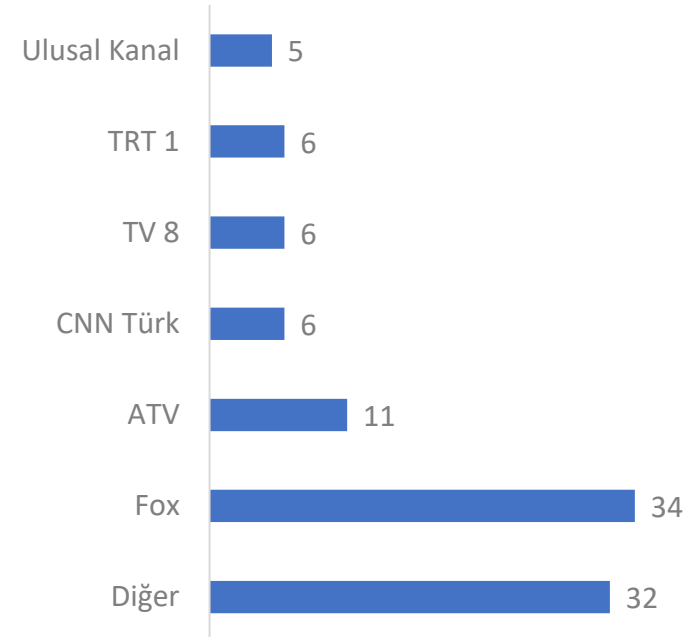
Mecralara Güven

Katılımcılar en güvendikleri gazeteyi Sözcü (%18) olarak belirtirken, Türkiye Gazetesi (%13) ve Yeni Şafak (%9) bunu takip etmektedir. 2018 yılında ise %16,8 oranıyla ilk sırada Cumhuriyet gelmekteydi. Katılımcılar, %34 oranla en güvenilir TV kanalını Fox TV olarak seçmiştir.

En güvenilir gazete (%)



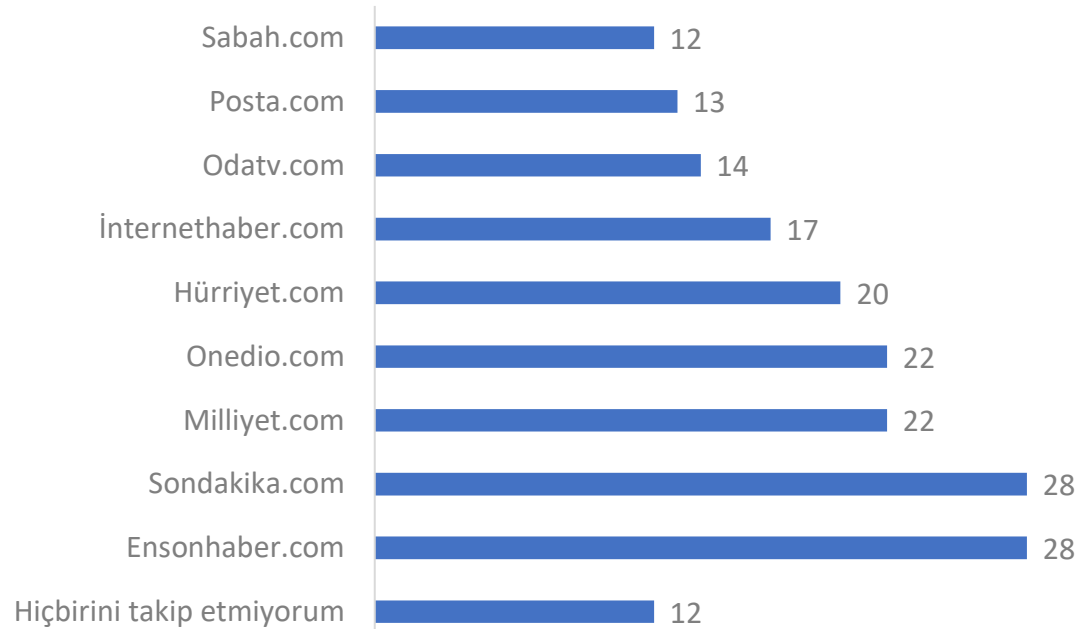
En güvenilir TV kanalı (%)



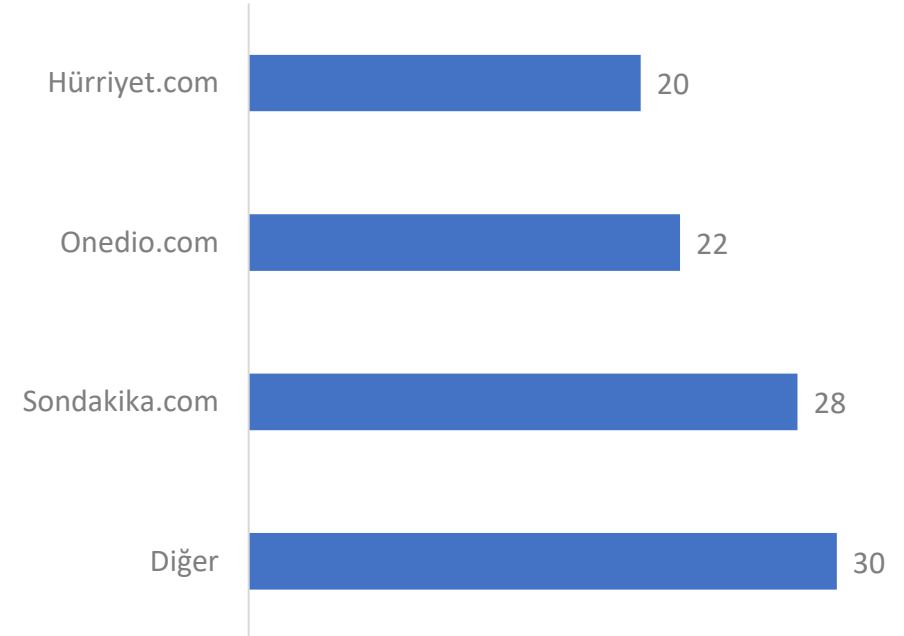
Mecralara Güven

Katılımcıların takip ettiği haber portalları arasında Ensonhaber.com (%28) ve Sondakika.com (%28) önde gelmektedir. Milliyet (%22) ve Onedio.com (%22)'nin takip ettiği sıralamada en güvenilen portal ise Sondakika.com (%28) olarak belirtilmiştir. Yıllara göre kıyaslama yapıldığında; en güvenilir haber portalı 2013 yılında "milliyet.com.tr" (% 16,6) iken; 2016 yılında % 9,4 ve 2018 yılında %22,6 ile "hurriyet.com.tr" en güvenilir haber portalı olarak seçilmişti.

Takip edilen haber platformları (%)



Takip edilen en güvenilir platform (%)

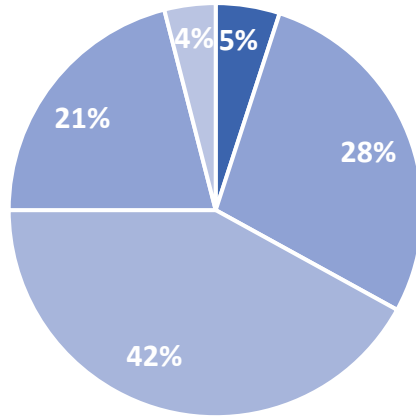


Sosyal Medyaya Güven

Katılımcıların %42'si sosyal medya ağlarına güvenme hususunda nötr bir tutum sergilemektedir. 18-24 yaş aralığındaki katılımcıların güven oranı (%73) ile 45-54 yaş aralığındaki katılımcılara göre (%0) istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde yüksektir. Kullanılan sosyal mecralar arasında ise Facebook ve Twitter (%28) ön plana çıkmaktadır.

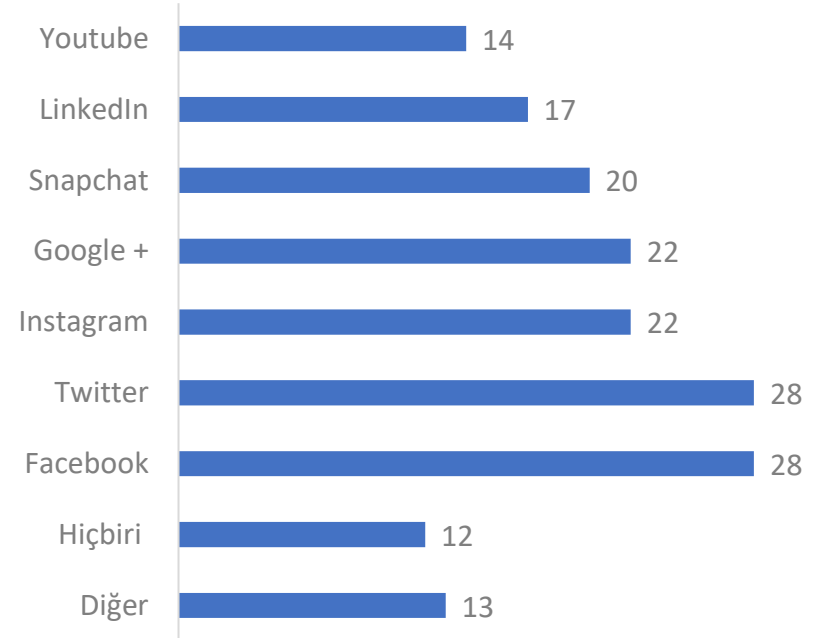
Sosyal medya ağlarına güven (%)

- Kesinlikle güvenmiyorum
- Güvenmiyorum
- Ne güveniyorum ne güvenmiyorum
- Güveniyorum
- Kesinlikle güveniyorum



ORT: 2,9/5

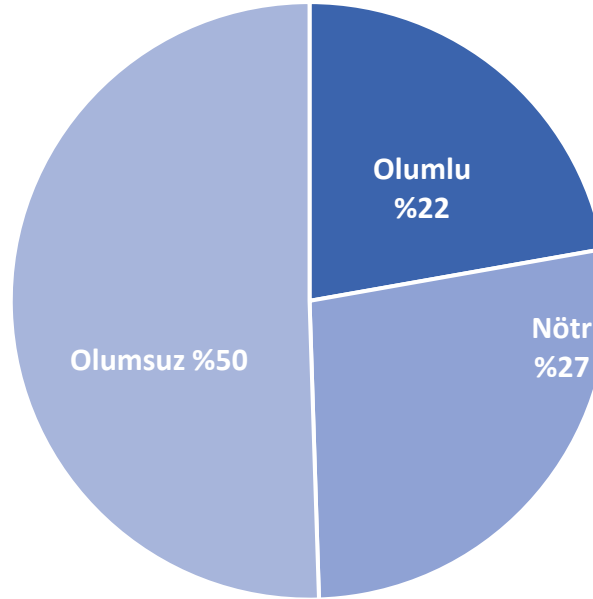
Kullanılan sosyal mecralar (%)



Türkiye'de Medyanın Gelişimi

Katılımcılar, Türk medyasının gelişimini %50 oranında olumsuz bulmaktadır. Bu değeri %27 ile nötr ifadeler takip etmektedir.

Türk medyasının gelişimi (%)

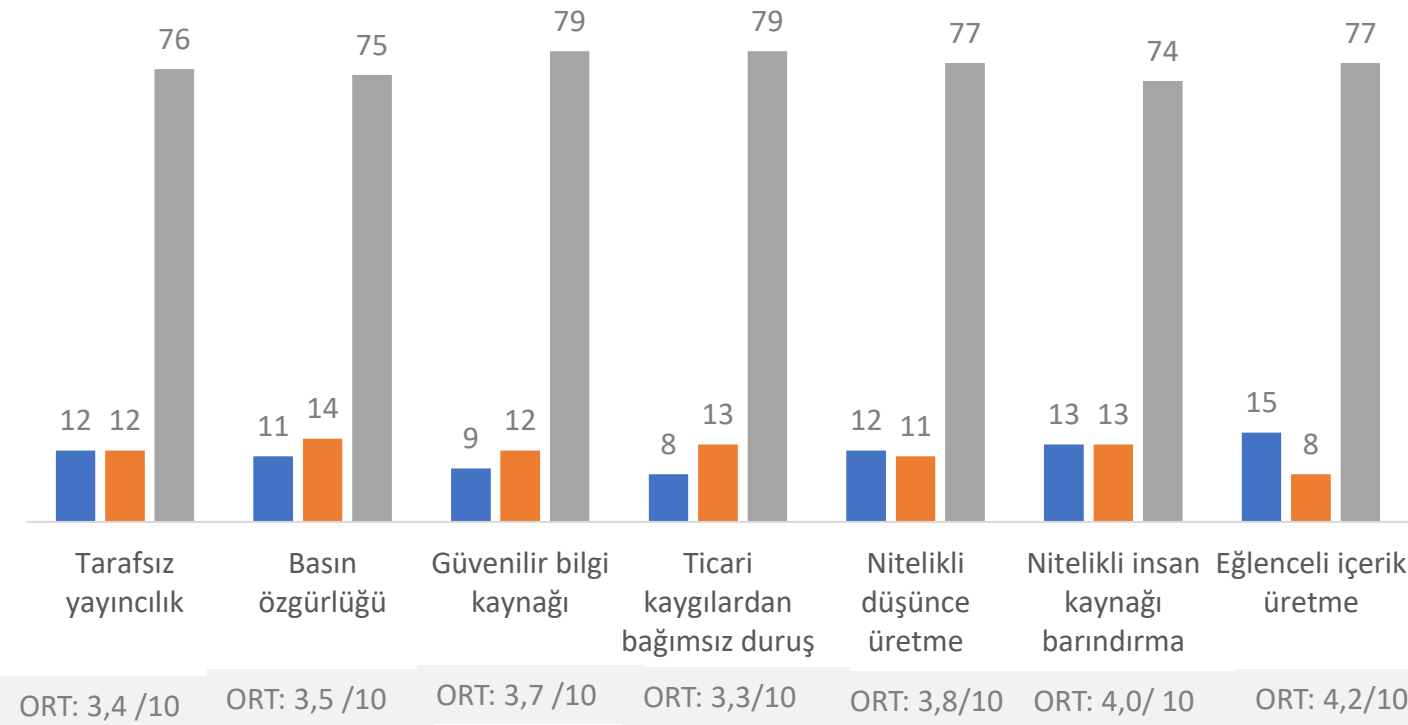


Medya Performansının Değerlendirilmesi

Katılımcıların Türkiye’de medya performansını en başarılı buldukları alan %15 oranla eğlenceli içerik üretilmesidir. Performansı en başarısız bulunan alanlar ise ticari kaygıdan bağımsız duruş ve güvenilir bilgi kaynağı (%79) olarak belirlenmiştir.

Medya performansı değerlendirmesi (%)

■ Başarılı (9,10) ■ Nötr (7,8) ■ Başarısız (0,1,2,3,4,5,6)



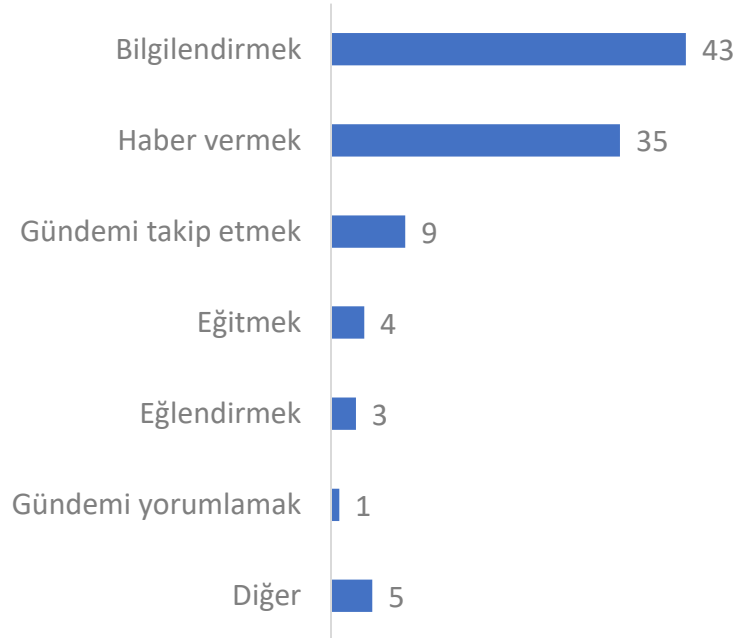
NPS (Net Tavsiye Skoru)

Tarafsız yayıncılık	-64%
Basın özgürlüğü	-64%
Güvenilir bilgi kaynağı	-70%
Ticari kaygılardan bağımsız duruş	-71%
Nitelikli düşünce üretme	-65%
Nitelikli insan kaynağı barındırma	-61%
Eğlenceli içerik üretme	-62%

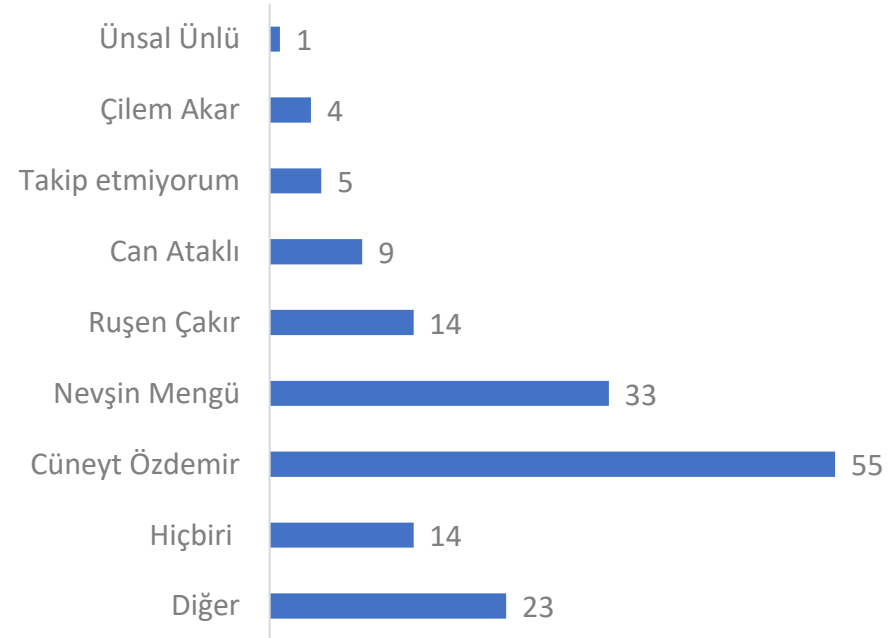
Medyanın Asli Görevi ve Youtube Yayınları

Katılımcılar medyanın asli görevinin bilgilendirmek (%43) olduğunu düşünmektedir. 2018 yılında gerçekleştirilen aynı çalışmada ise sonuç bilgilendirmek %43,3 olarak benzerlik göstermektedir. 2022 yılında ikinci olarak ise haber vermek (%35) öne çıkan bir başlıktır. Youtube yayını yapan gazetecilerden arasında ise Cüneyt Özdemir (%55) en çok takip edilen kişidir.

Medyanın asli görevi (%)



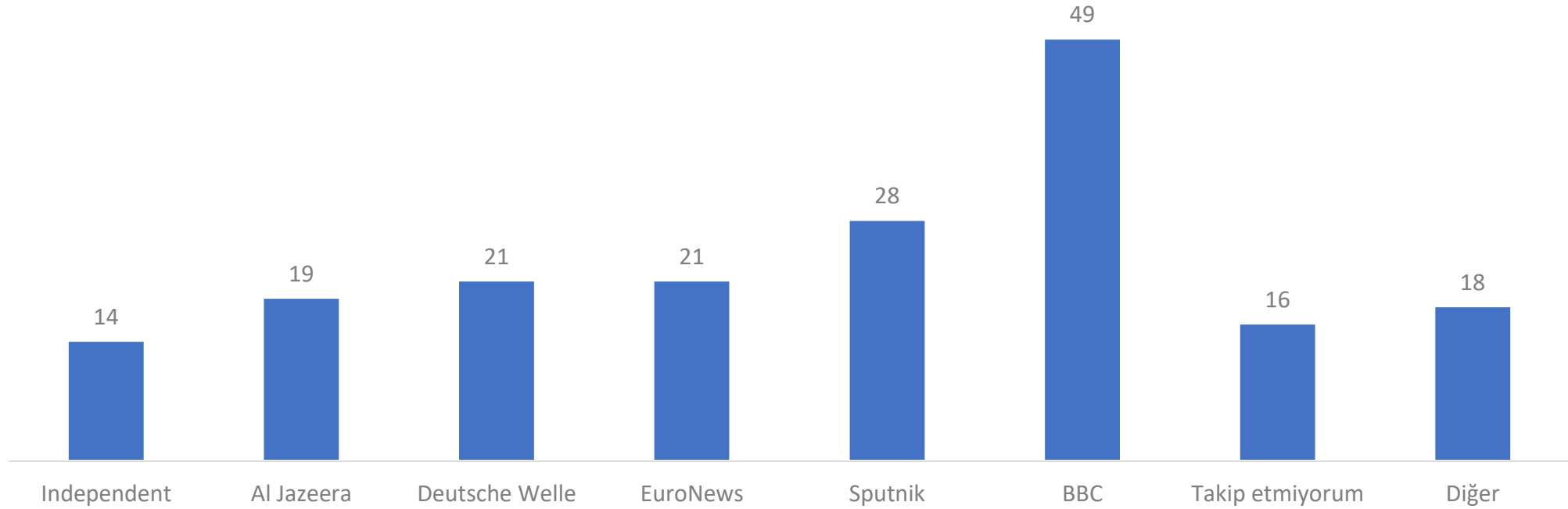
Takip edilen Youtube yayıncısı gazeteciler (%)



Yabancı Haber Kanalları

Katılımcıların takip ettiği yabancı haber kanalları ve portalları arasında BBC (%49) ve Sputnik (%28) öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra Independent (%14) ve Al Jazeera (%19) çoğunlukla 18-24 yaş aralığındaki kişiler tarafından takip edilmektedir.

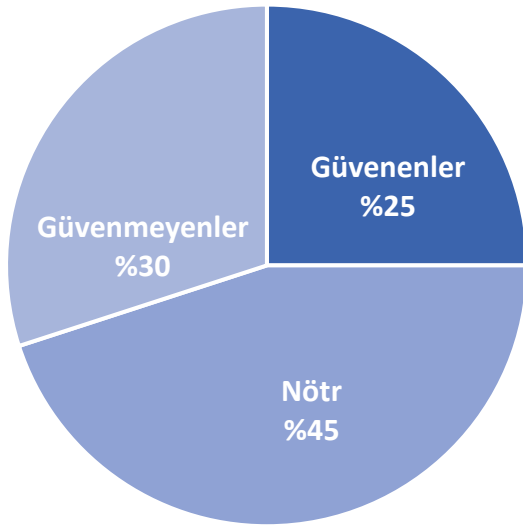
Takip edilen yabancı haber kanalları (%)



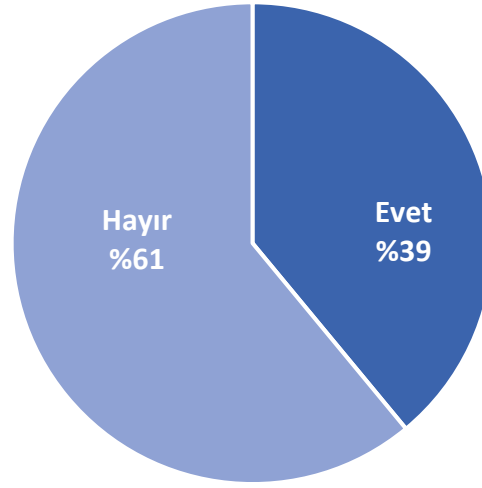
Yabancı Kanallara Yönelik Güven

Katılımcılar %30 oranında yabancı medya kanallarına güvendiklerini ve %45 oranında ise nötr fikirde olduklarını iletmiştir. %61 oranında yabancı medya kanallarını takip eden katılımcıların en sık tercih ettiği kaynak BBC (%39) olarak belirlenmiştir.

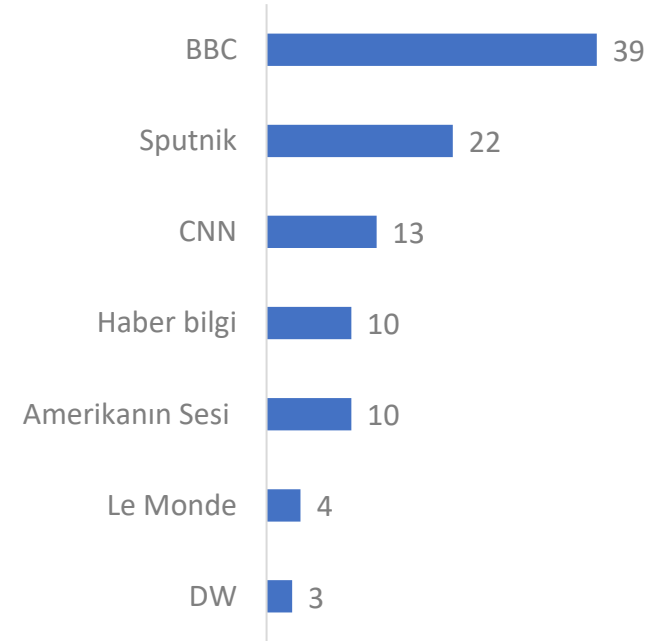
Yabancı medyaya olan güven (%)



Yabancı medyanın takip durumu (%)



Takip edilen yabancı medya kuruluşları (%)

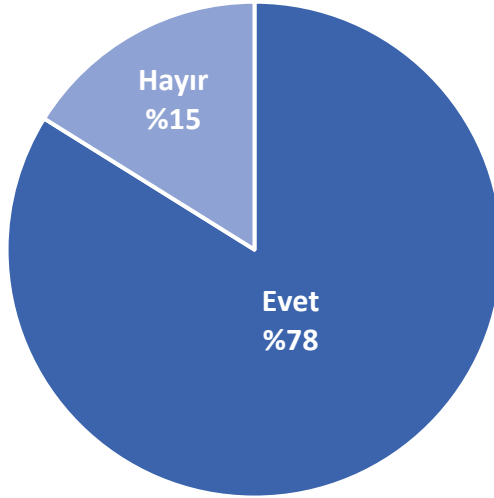


N: 179

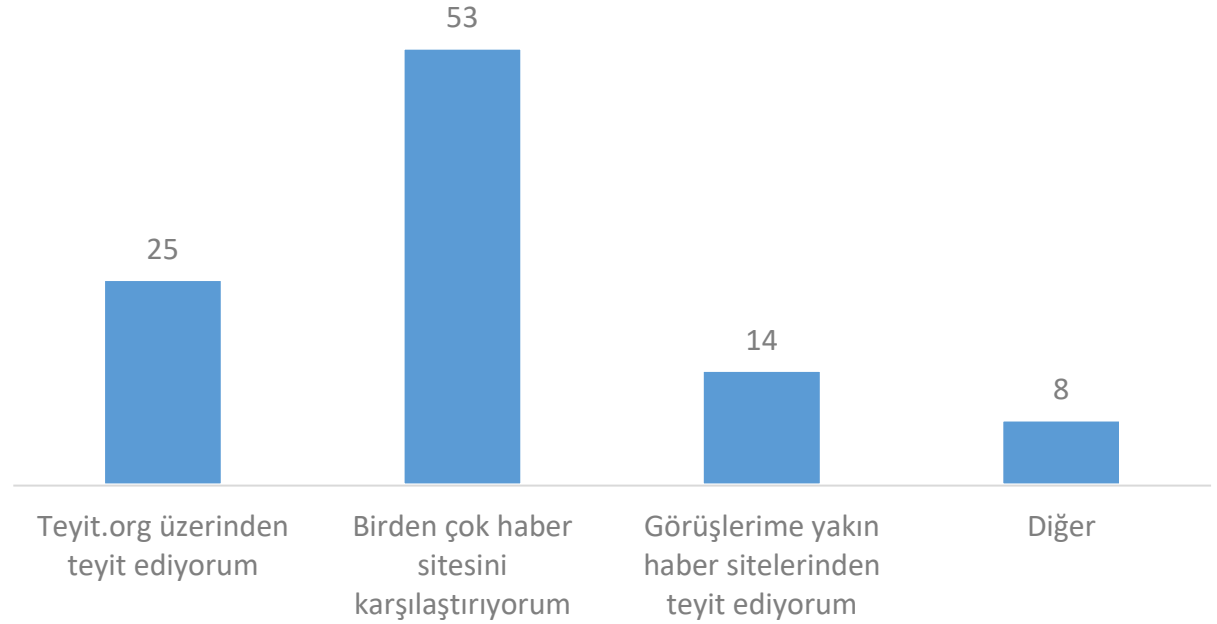
Haberlerin Teyit Edilmesi

Katılımcıların %78'i internette karşılaştığı haberlerinin doğruluğunu teyit etme ihtiyacı duyduğunu iletirken birden çok haber sitesinden karşılaştırma (%53) bu aşamada en sık tercih edilen yöntem olarak görünmektedir.

Haberleri teyit etmeye duyulan ihtiyaç (%)



Haberlerin teyit edilme yöntemi (%)

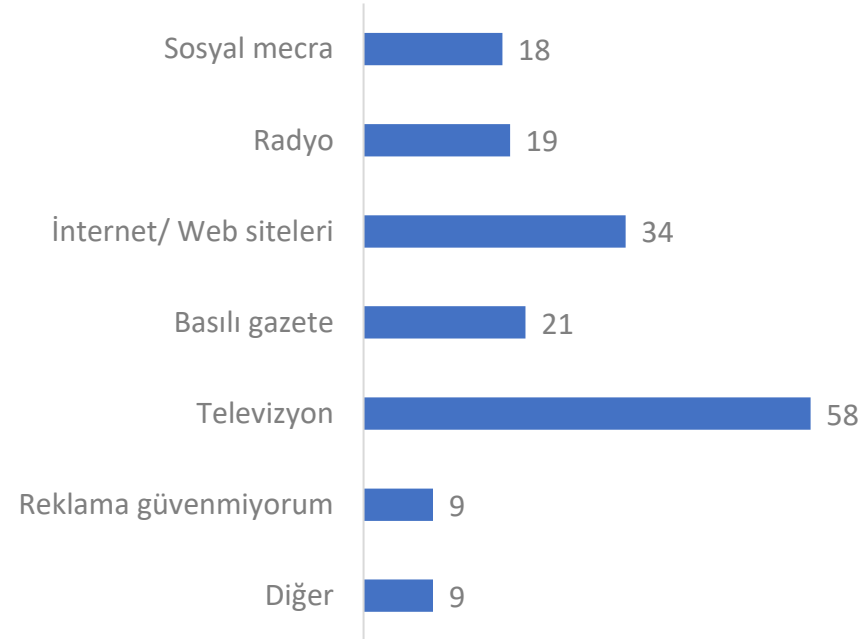


N: 461

Reklama Güven

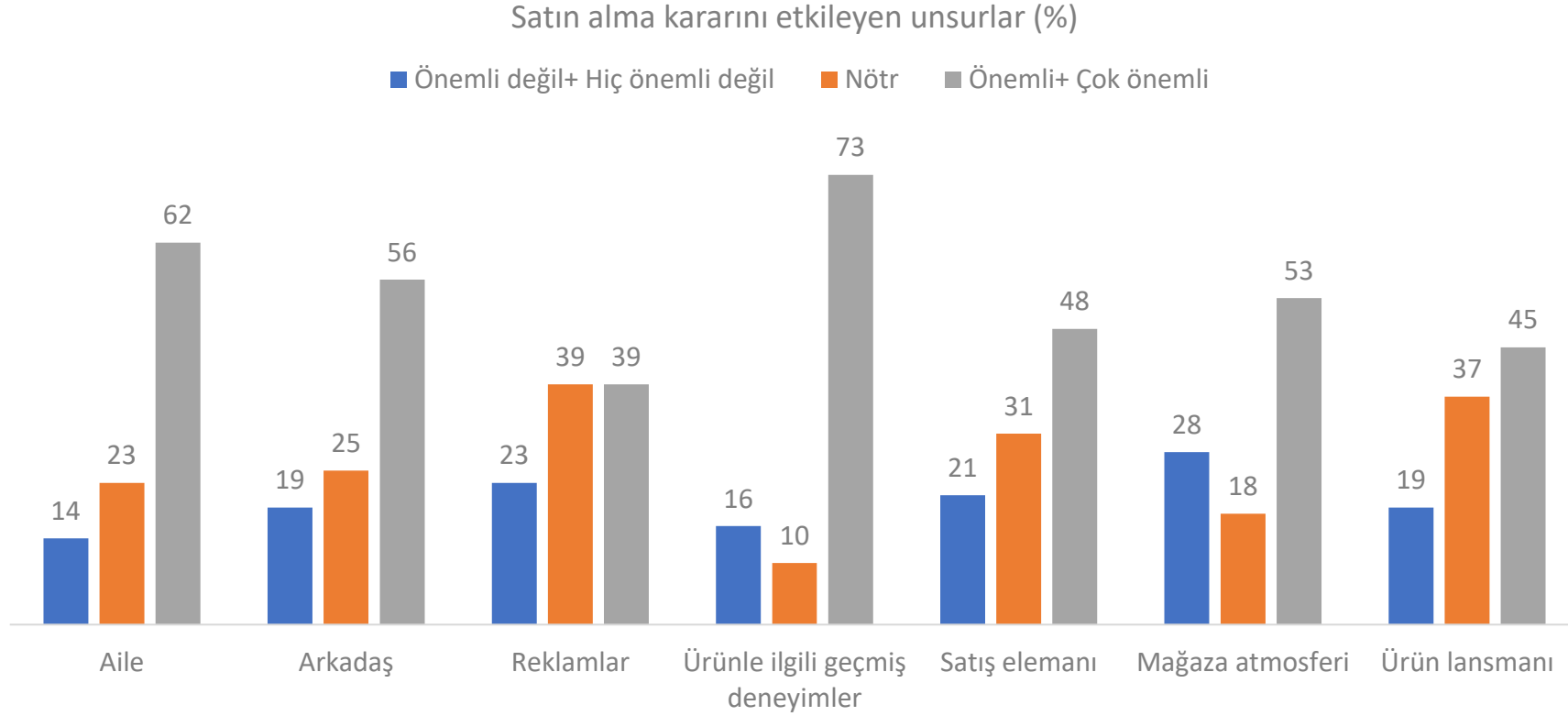
Katılımcılar, reklamlara güven ile ilgili olarak %58 oranıyla televizyonu en fazla güvenilen mecra olarak belirlemiştir. Bu oranı İnternet/ Web siteleri (%34) takip etmektedir.

Güvenilen reklam mecraları (%)



Satın Alma Kararı

Katılımcıların bir ürünü satın alma kararı verirken kendileri için en önemli olan etmeni ürün ile ilgili geçmiş deneyimler (%73) olarak belirtmiştir. Mağaza atmosferi ise %28 oranla satın alma kararını en az etkileyen etmendir.



Çiğdem PENN, Genel Müdür
cigdempenn@xsights.co.uk

Melike Avcu, Müşteri Çözümleri Uzmanı
melike@xsights.co.uk

Marketing
Türkiye

XSIGHTS
Araştırma ve Danışmanlık A.Ş.