

Salla Kazan, paylaş katla!
Hediyenizi ister siz kullanın
ister sevdiklerinize yollayın!

Hemen indir!
App Store'dan Google Play'den

Dijital Operatör

Yolladığımız hediyeler x2 oluyor!

10:55

Türkiye'den ABD'ye tıbbi yardım taşıyan askeri nakliye uçağı

10:50

Pentagon UFO olduğu iddia edilen cisimlerin görüntülerini

10:49

Salgın gelecek yıl da sürerse Tokyo Olimpiyatları iptal



Ahmet ÇELİK

Tüm Yazıları

Son Yazıları

KORONA GÜNLERİM

20 Nis 2020

OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN "BİLİNEN" İLK ÖLÜMLÜ VAKASINDA NE OLDU?

13 Nis 2020

FELAKET HABERLERİNİN KİME NE FAYDASI VAR?

06 Nis 2020

DESTEK

30 Mar 2020

OTOMOTİVİN KORONAVİRÜS İLE SINAVI!

23 Mar 2020

DUYDUĞUMUZ DEĞİL SORDUĞUMUZ HABERDİR

16 Mar 2020

HANİ AYNI GEMİDEYDİK?

09 Mar 2020

NE YAZMALIYIM?

02 Mar 2020

NİYET KUTUSUNA DİLEKTE BULUNMAK

24 Şub 2020

NISSAN BAYİLERİ ZOR DURUMDA!

17 Şub 2020

İLETİŞİMDEN ANLAŞILAN BU MU?

10 Şub 2020

TÜRKİYE'DE YILIN OTOMOBİL MEVSİMİ BAŞLADI

03 Şub 2020

HEM ÇOK SATMAK HEM

BU SÜREÇTE OTOMOTİV VE SOSYAL MEDYA

Ahmet ÇELİK

27 Nis 2020

Neyse genel bir sosyal medya analizinden sonra gelelim bu süreçte otomotiv sektörünün sosyal medya ile imtihanına.

Neredeyse 2 aya yakın süredir evlerimizde yaşıyoruz. Evden çalışıyoruz. Doğrusunu söylemek gerekirse; ne evde ne de işte gibiyiz... Bilgisayar başında maillere yanıt verirken bir anda kendimizi bulaşık makinesini boşaltırken bulmamamız işten bile değil... Ya da yemek yaparken çalan bir telefonla, bir anda otomotiv gündeminde de bulabiliyoruz kendimizi. Örnekleri çoğaltmak, çeşitlendirmek ve zenginleştirmek mümkün... Sadece herkesin bir gün içindeki hayatına bakması yeterli... Hele bir de çocuklu aileyseniz, ne siz sorun ne de ben örnek vereyim... Bu olağanüstü günlerde ister istemez elimizden düşürmediğimiz telefonlarımızla günün her saati sosyal medyada olabiliyoruz. Sosyal medya dediğim youtube, instagram, twitter ve artık modası geçmiş de olsa facebook... Sosyal medyanın bu süreçteki yükselen değeri instagram... İlk kuruluş mantığı "fotoğraf yayınlayıp altına güzel sözler yazmak" olan instagram şimdi; hem devasa bir AVM, hem canlı yayın mecrası, hem haberleşme platformu, tanıtım-reklam alanı, içimizi story'lere döktüğümüz, duygularımızı paylaştığımız devasa bir dünya içindeki bir başka dünya... Herkes mutlu, yiyor, içiyor, kahkahalar atıyor ve toz pembe bir hayatı dostlarıyla paylaşıyor. Twitter ise bir başka dünya... Instagram'daki "iyilik perileri" orada "kötülük timsali" oluveriyor. Muhafif, agresif ve ağzına geleni yazan. Hakaret, küfür ve seviyesizliğin tavan yaptığı bir platform oluverdi. İlk yazılanı değil de altındaki yorumları okursanız daha çok eğleniyor veya üzülüyorsunuz. Biz ne ara bu kadar kötü olduk diye... Youtube ise her yaşa her zevke, her ihtiyaca göre var olan bir pazar yeri... Zeytinyağı enginar tarifini ararken bir anda kendinizi nostaljik maçlar, survivor eleme adayı kim oldu, karavan tanıtımı, dolar yükselcek mi ya da Doğan Kabak'ın bir otomobil videosunda bulabilirsiniz... Neyse genel bir sosyal medya analizinden sonra gelelim bu süreçte otomotiv sektörünün sosyal medya ile imtihanına. Bu süreçten önce de belli bir "sosyal mesafe" içinde olduğum "sosyal medyaya" yine o mesafeyi korumaya çalışırdım. Ağırklı olarak, haber yaptığım, yazı yazdığım mecraların tanıtımı için kullanmaya çalışıyorum. Yani basın bülteni gelir gelmez, ilk 2 cümlesini alıp tweet atarak habercilik yapmaya çalışmayı pek sevmiyorum. Doğru da bulmuyorum. Ama artık sapla-samanın birbirine karıştığı şu günlerde yapılacak bir şey yok. Doktorun "artık ne yerseniz yiğin dediği" bir süreçten geçiyoruz. Bu "izole süreci" daha "rafine bir şekilde" yaşayabildik ama olmadı ne yazık ki... Cep telefonunu eline alanın "canlı yayın", röportaj yaptığı bir ortam ne kadar sağlıklı olabilir? Zaten bu tür yayınlara katılanların nitelik ve nicelik olarak seviyesi altlardaki yorumlardan belli oluyor. Düşünsenize tuvaletten takip ettiğiniz bir mecca ne kadar etkili, ciddi ve güvenilir olabilir? Neyse şimdi sosyal medya konusunda yapılan ciddi bir araştırmadan bazı bölümler aktarmak istiyorum. Sosyal medya seviyenizi bu araştırmaya bakıp değerlendirebilirsiniz.

Türkiye'de sosyal medya kullanım alışkanlıklarının bugünlerde hangi düzeyde olduğunu görmek için NG Araştırma bir çalışma gerçekleştirdi. 17-21 Nisan 2020 tarihleri arasında 15 yaş üzeri 2.075 kişinin katılımıyla Türkiye genelinde yapılan kamuoyu araştırmasının ilginç sonuçları var.

- Her 20 kişiden 19'u sosyal medya kullanıyor.
- Katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya kanalı yüzde 58'lik oranıyla Instagram oldu. Kısa süre öncesine kadar gençlerin yoğunlukta olduğu Instagram artık her yaş grubundan kullanıcıya ulaşmış durumda. Dünyanın en büyük video kütüphanelerinden biri olan YouTube ise yüzde 18'lik oranıyla 2. sırada tercih ediliyor. Türkiye'de her kesime ulaşmayı başarmış Facebook, en sık kullanılanlar açısından yüzde 13'lük oranıyla 3. sırayı aldı. Gündemin hızlı bir şekilde takip edilebildiği Twitter yüzde 9'luk oranıyla 4. sırada.



İLNUR ÇEVİK

SUUDİLER UNUTMAK İSTİYOR AMA OLMUYOR



EKİN GÜN

ERDOĞAN'IN DEMOKRASİ ANLAYIŞI



FARUK AKTAŞ

EMRULLAH GÜLÜŞKEN/ TÜRKİYE KÜRTLERİN DE



YUSUF DİNÇ

MASKENİN ARKASI



AHMET ÇELİK

BU SÜREÇTE OTOMOTİV VE SOSYAL MEDYA



FEHMİ KETENCİ

SOKAÇI UNUTANLARI!



BEYZA SİNEM ÇAĞLAR

#HAYVANATBAHÇELEF #CLOSETHEZOOS



EKİN GÜN

SANDERS'İN KAPİTALİZM ELEŞTİRİSİ



DR. CAN CEYLAN

NİETZSCHE'YE GÖRE "HANGİ TANRI ÖLDÜ?"



MUSA ALİOĞLU

THY'DEN VATANA DÖNÜŞ OPERASYONU



ÖNGÖR YAVUZASLAN

BİLİM KURGU VE THE İMAM ÜSTÜNE



YAŞAR İÇEN

VALİ HULUSİ ŞAHİN İLE BATMAN ÜZERİNE



DE İLETİŞİM KURMAK**MÜMKÜN**

27 Oca 2020

**TOGG TOPLANTIYA
HANGİ GAZETECİLERİ
ÇAĞIRDI!**

20 Oca 2020

**GHOSN NASIL GÖNE
OLDU?**

13 Oca 2020

**ODD YA DA
OTOMOTİVDE DANIŞIKLI
DÖVÜŞÜ!**

06 Oca 2020

AYRIŞTIR'MA!

30 Ara 2019

**YERLİ OTOMOBİLİN
SÜREÇLE SINAVI...**

23 Ara 2019

· Katılımcıların sosyal medyayı kullanmalarının ana nedenlerine baktığımızda; yüzde 24'ü boş zamanını değerlendirmek, yüzde 22'si eğlenmek, yüzde 18'i yeni şeyler öğrenmek, yüzde 14'ü ise tanıdıklarıyla iletişimde kalmak için sosyal medya kullandığını ifade etti. 2020 yılını en çok etkileyen, ülkemizin ve dünyanın gündemine oturan koronavirüs burada da karşımıza çıkıyor. Yüzde 8'lik kesim son günlerde koronavirüs salgınına dair bilgi edinmek ana amacıyla sosyal medya kullanıyor.

· Katılımcıların sosyal medya kullanmalarının tüm nedenlerine baktığımızda ana sebepler arasında yer edinemeyenler de ön plana çıkmaya başlıyor. Sıralama şu şekilde oluştu:

Boş zamanımı değerlendirmek
61%
Eğlenmek
57%
Yeni şeyler öğrenmek
56%
Tanıdıklarımla iletişimde kalmak
48%
Salgınla ilgili güncel bilgileri takip etmek
40%
Tanıdıklarımın hayatlarını takip etmek
31%
İnsanlarla düşüncelerimi paylaşmak
27%
Hayatımla ilgili paylaşımda bulunmak
18%
Ünlüleri/fenomenleri takip etmek
14%
Yeni arkadaşlar edinmek
11%

· Sosyal medyada ne kadar aktifiz? Katılımcıların yüzde 87'si hesaplarını günde birkaç kez kontrol ettiğini belirtirken, yüzde 8'i günde 1 defa kontrol ediyor. Geri kalan kesim ise haftada birkaç kez bakmanın yeterli olacağını düşünüyor. Katılımcılara hesaplarından ne sıklıkta paylaşım yaptıklarını sorduğumuzda, sonuçlarda belirgin bir değişiklik ortaya çıkıyor. Her 2 kişiden 1'i haftada birden daha seyrek paylaşım yapıyor. Her 3 kişiden 1'i haftada bir veya birkaç defa içerik paylaşıyor. Yaklaşık olarak her 7 kişiden 1'i ise günde bir veya daha fazla paylaşım yapıyor.

· Biz mi sosyal medyayı yönetiyoruz, sosyal medya mı bizi? Araştırmaya katılan her 4 kişiden 3'ü sosyal medyada harcadığı zamanı kontrol altında tutabildiğini belirtti. Kalanlar ise bu süreyi sınırlamakta zorlanıyor.

· Koronavirüs sosyal medya kullanımını etkiledi mi? Salgından dolayı insanların yüzde 57'si sosyal medyada geçirdiği sürenin arttığını belirtirken, yüzde 40'ı ise bu sürenin değişmediğini belirtti.

· Sosyal medya psikolojiyi nasıl etkiliyor? Uzmanların yaptıkları araştırmalara göre sosyal medya psikolojiyi kötü etkileyebiliyor. Herhangi bir uzman kontrolünde değerlendirme içermeyen, kişinin tamamen kendi beyanına bağlı sonuçlara baktığımızda her 10 kişiden 2'si sosyal medyanın psikolojisini olumsuz etkilediğini ifade etti. Her 10 kişiden 6'sı psikolojisinin etkilenmediğini, 2'si ise olumlu yönde etkilediğini ifade etti.

· Sosyal medyayı neden kullanmıyoruz? Katılımcıların yüzde 33'ü fazla zaman aldığını düşündüğü için, yüzde 15'i özel hayatın gizliliğine uygun olmadığı için, yüzde 14'ü ise kullanmayı sevmediğinden dolayı sosyal medya kullanmadığını belirtti.

NOT: Geçen hafta bu sayfalarda konu aldığım "Sıfır otomobile fahiş zam" konusunda bazı markaların bazı modellerine yapılan zammı CARDATA'nın verileriyle aktarmıştım. Son bir yılı içeren bu çalışmada, ortaya çıkan artıştaki en büyük etkenin ÖTV oranlarındaki değişiklik olduğu ifade edildi. Şöyle ki; öncelikle fiyat hesaplamasında kullanılan ilk tarih olan Nisan 2019 tarihinde indirimli ÖTV oranları yüzde 30 seviyelerindeydi. Ancak Nisan 2020 tarihinde ise ÖTV oranları yüzde 50 olarak hesaplanıyor. Haberde yer alan fiyat artışının önemli bir bölümün (yüzde 20) ÖTV oranındaki değişiklikten kaynaklandığının altını da bu vesile ile çizmek istedim...

Yazarın Son Yazıları**KORONA GÜNLERİM**

Pazartesi 20 Nisan 2020 02:20

OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN "BİLİLEN" İLK ÖLÜMLÜ VAKASINDA NE OLDU?

Pazartesi 13 Ocak 2020 02:20

**YONCA ORTAN**YÜN KULLAN,
GELECEĞİNİ
DEĞİŞTİR!**FUNDA ÖZKALYONCU**SEVGİLİ İNSANOĞLU,
SEVGİLİ İNSANKIZI!**MEHTAP DEMİR**TAM 100 YIL... BİR
MİLLET... BİR MECLİS...**DİLEK AYGEN**26 NİSAN 2020
PAZAR**MİCHEAL KUYUCU**KORONA
DÖNEMİNDE
INSTAGRAM

PAZARTESİ 13 NİSAN 2020 02:20

FELAKET HABERLERİNİN KİME NE FAYDASI VAR?

Pazartesi 06 Nisan 2020 02:15

DESTEK

Pazartesi 30 Mart 2020 02:20

OTOMOTİVİN KORONAVİRÜS İLE SINAVI!

Pazartesi 23 Mart 2020 02:20

Yazarın En Çok Okunan Yazıları

TÜRKİYE'DE YILIN OTOMOBİLİ-2017

Pazartesi 06 Mart 2017 03:00

NİSSAN BAYİLERİ ZOR DURUMDA!

Pazartesi 17 Şubat 2020 02:20

FENOMEN REZİL DE EDER...

Pazartesi 16 Temmuz 2018 02:20

SW PAZARI NEDEN BÜYÜMÜYOR

Pazartesi 05 Mart 2018 02:00

BORUSAN OTOMOTIV'DEKİ GÜÇ ZEHİRLENMESİ..

Pazartesi 07 Ağustos 2017 02:00

ÜÇ DEĞİŞİK ADAM...

Pazartesi 20 Mayıs 2019 02:20

İdlib'deki M4 kara yolunda 6'ncı Türk-Rus Birleşik Kara Devriyesi icra edildi

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

GÜNÜN ÖZETİ

REKLAM VER

GÜNCEL
TÜRKİYE
DÜNYA
BÜLTEN

EKONOMİ
SİYASET
TURİZM
GAYRİMENKUL

MAGAZİN
TELEVİZYON
BEYAZ PERDE
RÖPORTAJ

KÜLTÜR-SANAT
MÜZİK
SAĞLIK
GURME

SPOR
EĞİTİM
TEKNOLOJİ
OTOMOTİV

YAZARLAR
FOTO GALERİ
VIDEO GALERİ

İLETİŞİM

YeniBirlik

www.gazetebirlik.com internet sitesinde yayınlanan yazı, haber, video ve fotoğrafların her türlü hakkı UFUK GAZETECİLİK A.Ş.'ne aittir. İzin almadan kaynak gösterilerek dahi iktibas edilemez.

Web sitemizdeki çerezleri (cookie) kullanıcı deneyimini artıran teknik özellikleri desteklemek için kullanıyoruz.

YASAL ANLAŞMA

GİZLİLİK POLİTİKASI

OKUDUM

RSS

KÜNYE

Web tasarım: Türk Bilgi.net