



Çocukların Medya Tüketimleri ve Yaşam Tarzları



Çocukluk

Affan Dede'ye para saydım,

.....

Havuzda su şırıl şırıldır

Zıpızıplarım pırıl pırıldır.

Ne güzel güzel dönüyor çemberim;

Hiç bitmese horoz şekerim!

Cahit Sıtkı Tarancı



4 –14 yaşında 1 500 kız & erkek

ABC1C2

Kent-Yarıkent

1 hafta medya günlüğü

+

ebeveynle görüşme

+

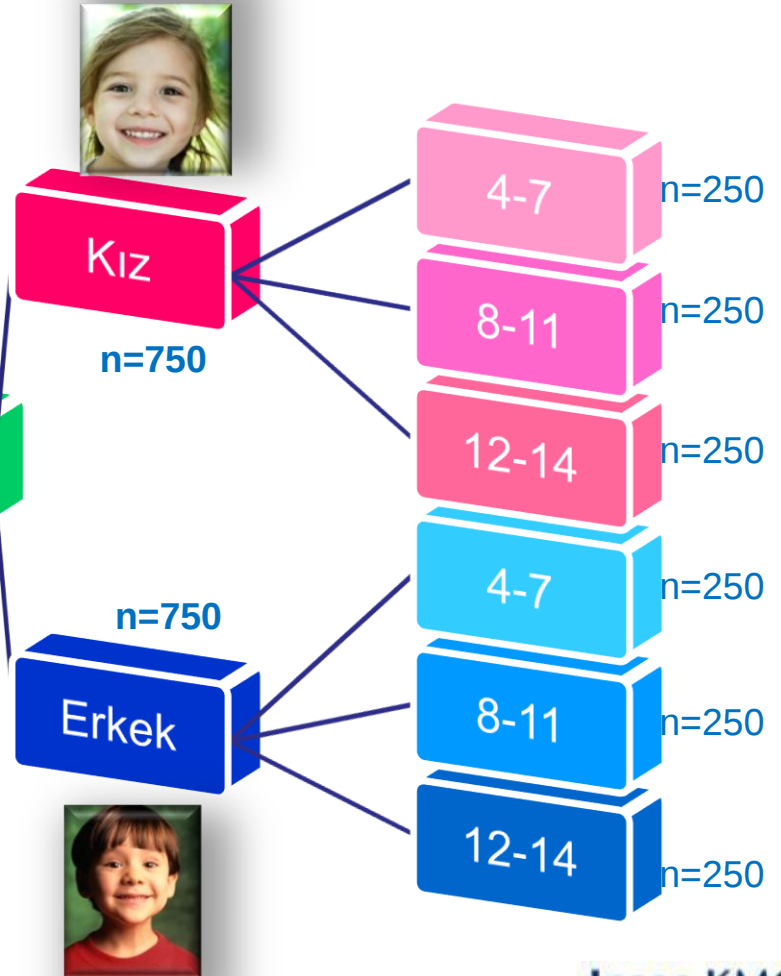
8-14 yaş grubu ile görüşme

Saha: Aralık 2011

Rapor: Ocak 2012



Örneklem
n=1500





~8.6 milyon çocuk ne yapar?

%96



TV izler

%68



Evde oyun oynar

%17



Resim/sanatla ilgilenir

%4



Online alışveriş yapar

%79



Ders çalışır

%40



Kitap/dergi/
gazete okur

%7



Enstrüman çalar

%56



Bilgisayarda
oyun oynar

%14



Spor yapar



“eğitilir”



Devlet okuluna gidiyor % 95

Dershane / kurs / özel ders % 35



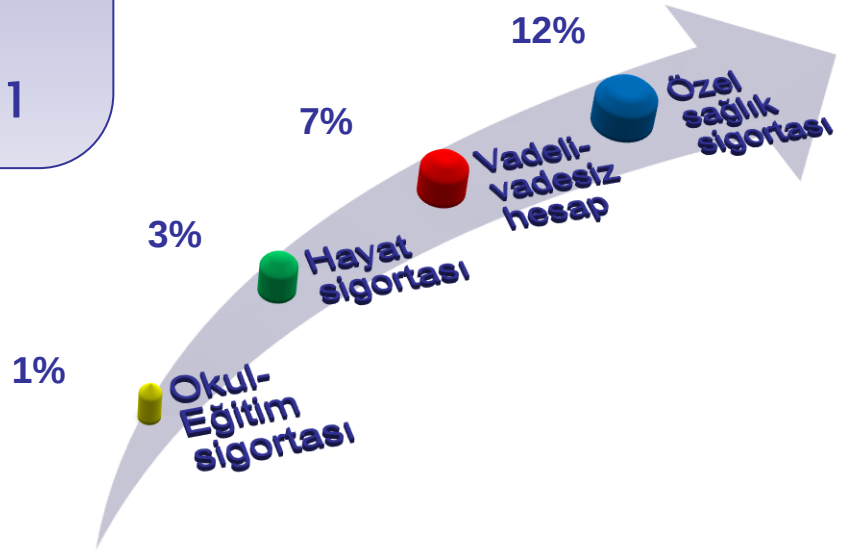


“Güvencesi ailesidir”

Özel sağlık sigortası %12

Hayat sigortası % 3

Eğitim sigortası % 1



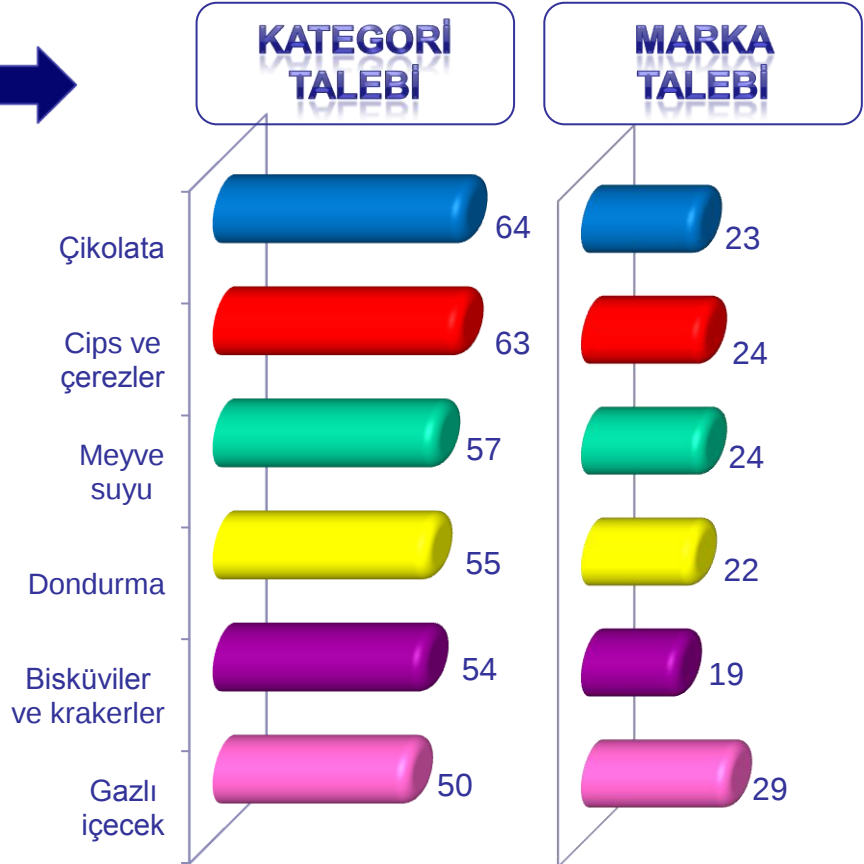


En önemli ebeveyn- çocuk ortak faaliyeti

ALİŞVERİŞ



Çocuklar alışveriş kararlarında etkili





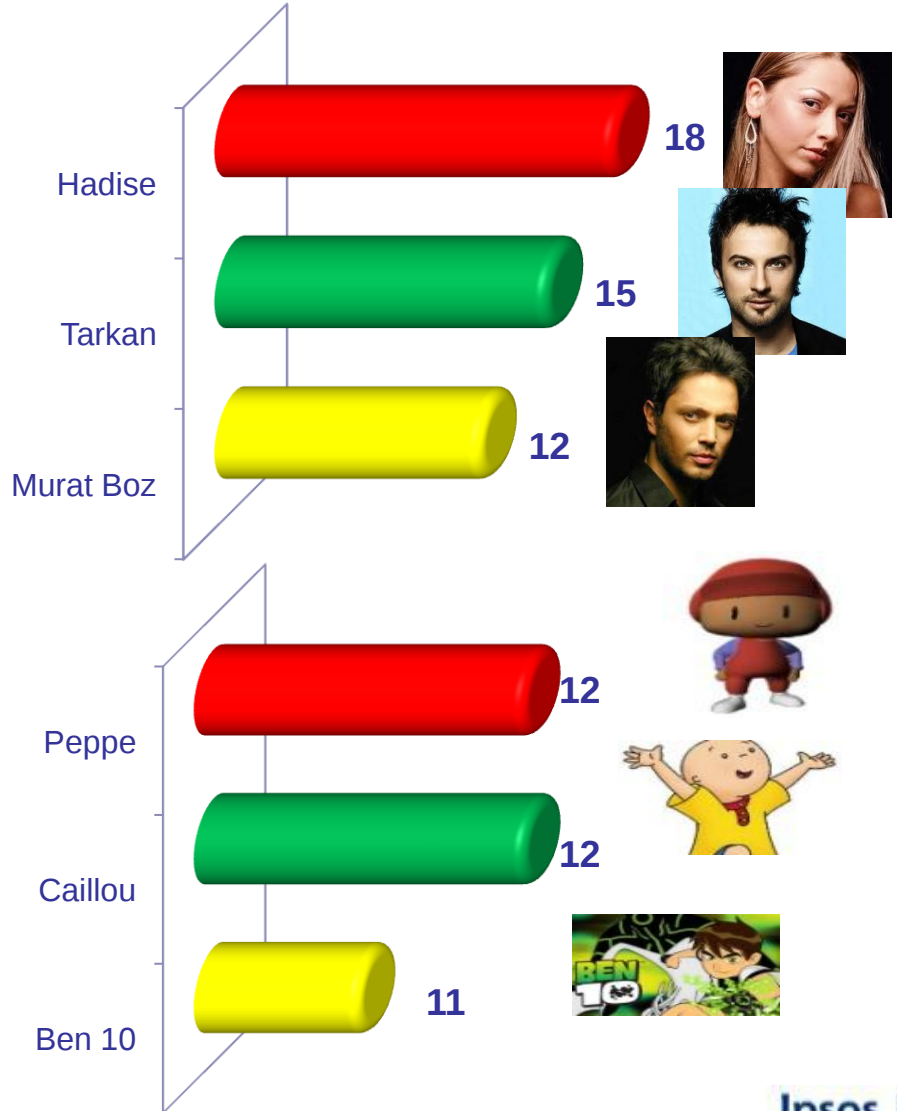
Çocuk Fanlar Kimleri Sever?

En sevilen ünlüler:
Hadise, Tarkan, Murat Boz.

Genel: İçinde animasyon / karakter olan reklamı sever % 68

8-14: Hayranı olduğu bir şarkıcı oyuncunun reklamında oynadığı ürünleri alır % 22

En sevilen çizgi karakterler:
Pepee, Caillou ve Ben 10.





Çocuklar, “gördüklerinden” etkilenir



**Talepte:
TV
satış noktası
sosyal çevre**



Kendi Bütçeleri Var!

Harçlık pazarı ..
.. Yılda 3.5 milyar TL!

6.3 milyon çocuk
yılda 3.5 milyar TL'yi
yönetiyor!

Aylık harçlık pazarı
293 milyon!



Çocukların **%73'ü**
harçlık alıyor

Haftalık harçlık pazarı
73.2 milyon

Haftalık verilen
ortalama harçlık
11.7 TL



Medya Tüketimi?



Her çocuk mecra tüketicisi doğar!

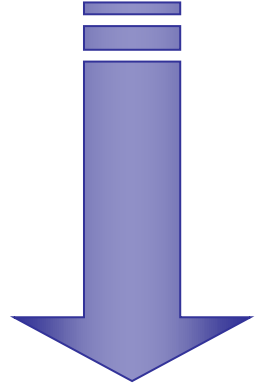
msn



Sosyal medya...

facebook

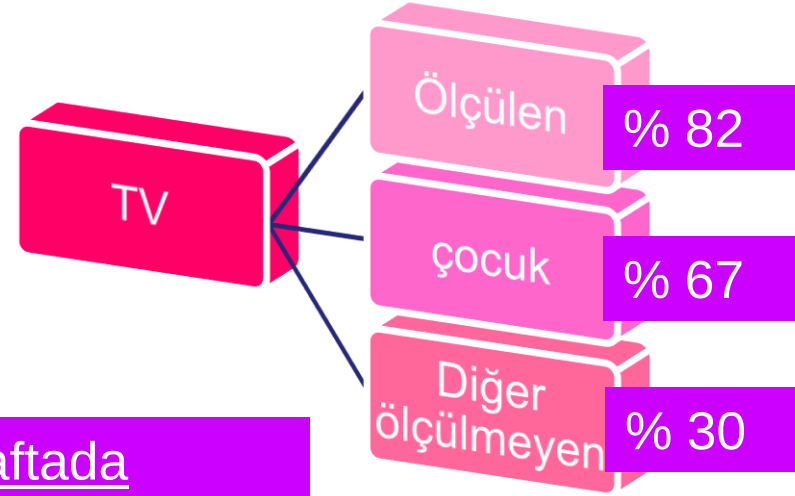
twitter



Her çocuk **dijital** mecra tüketicisi doğar!



Her çocuk medya tüketicisi doğar!



haftada
11 saat
4.9 saat

	BEYAN	
Televizyon	96	
İnternet	72	
Sinema	57	
Dergi	49	
Gazete	47	
Radyo	45	

GÜNLÜK





Türkiye'de
12+ internet
kullanımı
%42.5

12+
ABC1C2
kent internet
kullanımı
%56



4-14 yaş
ABC1C2
internet
kullanımı %72

6.2 milyon
online çocuk

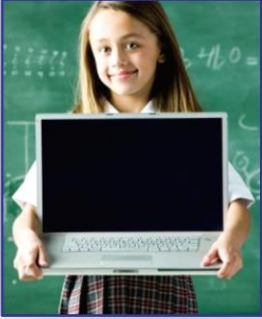
Dijital ve Mobil İletişim Ellerinin Altında...

İnternet

%73ünün evinde bilgisayar bulunmakta

%58inin evinde internet bağlantısı var

%72si internet kullanıcısı



Cep telefonu

Çocuklar boş zamanlarının tamamında medya tüketiyorlar

%25inin cep telefonu var

%22si normal, %3ü akıllı cep telefonuna sahip

Cep telefonlarının %93ü kontrollü

%32si ebeveynlerinin cep telefonunu oyun için kullanıyor





Online aktiviteler





İnternette sosyalleşme, paylaşım, oyun temel motivasyon

Ziyaret edilen siteler

facebook

1.

You Tube

6.

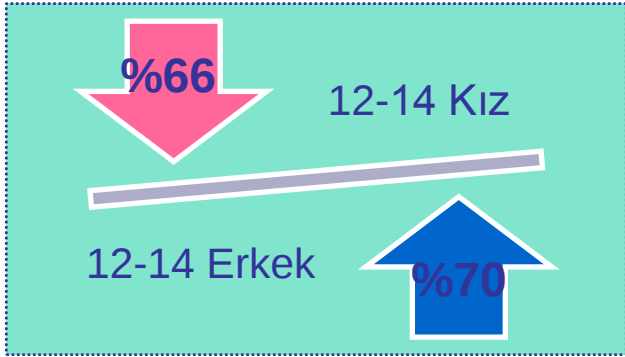
twitter

11.





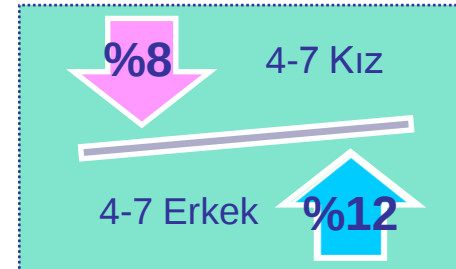
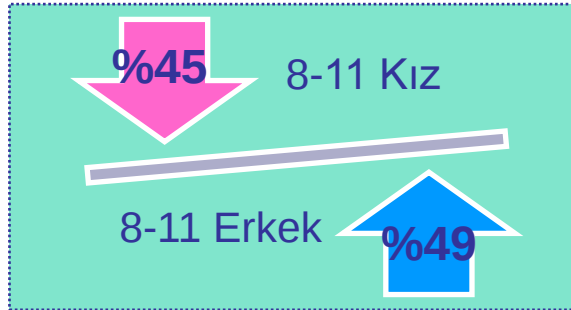
Facebook sosyallığı- her beş çocuktan ikisi facebook üyesi %40



4-14 yaşında

3.4 milyon çocuk

fb üyesi





Dijital

mecra & platform

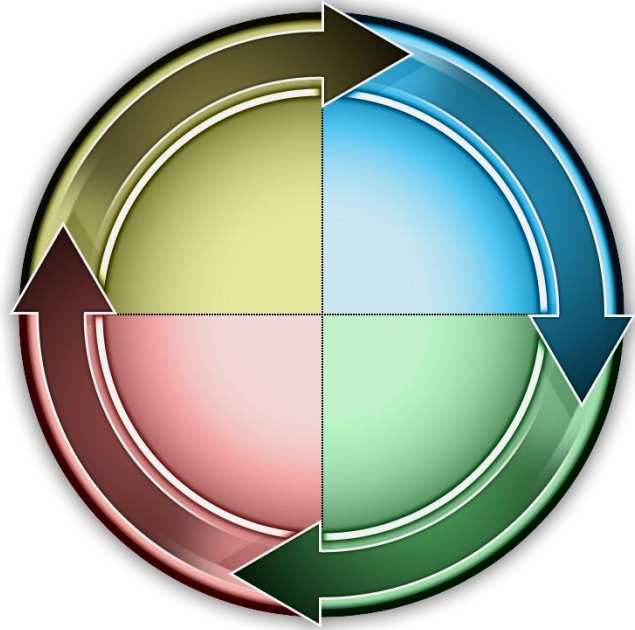
İzleyici:

okuyor, dinliyor, seyrediyor

üretiyor, yaratıyor

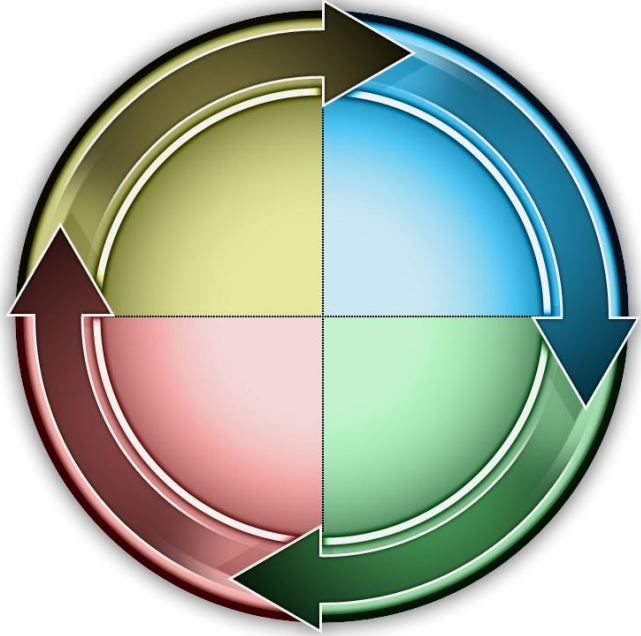
paylaşıyor

etkiliyor





TV izlemek	%96
ders çalışmak	%79
evde oyun oynamak	%68
Bilgisayar oyunu	%56
Kitap / gazete / dergi	%40
Resim / sanat	%17
Spor	%14
Enstruman çalma	%7
Online alışveriş	%4



İnternet
aktiviteyi mecraya dönüştürüyor
Offline aktiviteler de
artık online



Çocuklar medya tüketiminde ne kadar özgür?

Ebeveynler: düşünce ve uygulamanın çelişkisi

Çocuklarıma
karşı
Sabırlıyım
%59

Bağırdığım
zamanlar olur
%81



Bazen dövmek
Gerekebilir
%23



Çocuklar medya tüketiminde ne kadar özgür?

Ebeveynler: düşünce ve uygulamanın çelişkisi

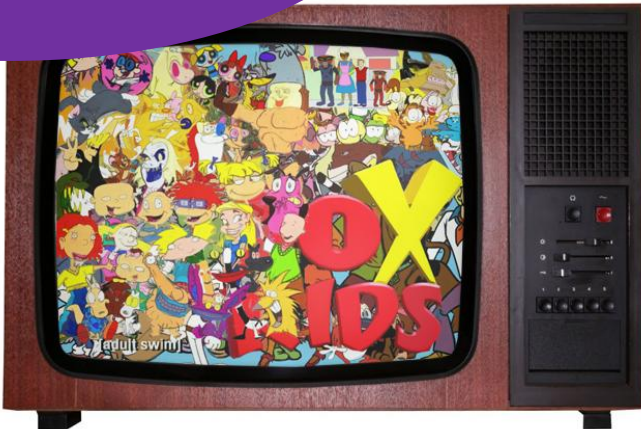
Çocuklara
kurallar konmalı
%79



Sadece çocuklara
özel program izler
%44

Diğer aile fertlerinin
izlediği dizileri izler
%57

yemek yerken
TV izler
%71





En çok izlenen programlar arasında yetişkinlere yönelik programlar dikkat çekici...

- Arka sokaklar, öyle geçer bir zaman ki, muhteşem yüzyıl, Adını Feriha Koydum ilk 10da. Fatmagülün suçu ne 12., akasya Durağı 14. Hayat Devam ediyor 16.! Sırada..





Çocuklar medya tüketiminde ne kadar özgür?

Ebeveynler: düşünce ve uygulamanın çelişkisi

“Çocuklarımın yanında olmayı tercih ederim”

TV → %51

İnternet → %45

Gerçekte

%70

%11



21:30dan sonra

TV %26

İnternet %7



Kıssadan Hisse..

Ebeveynlere:

Kural koyduk sanıyorsanız
yanılıyorsunuz

Sosyal Bilimcilere:

Ebeveyn – çocuk birlikte..

Çocukların medya tüketimi
kontROLSÜZ..

Boş zaman kapsamı dar..

Eğitimde okul dışı destek oranı %
35lerde..

Reklamveren ve Ajanslara:

Çocuklar her saat mecra
tüketiyorlar...

harcayacak paraları var..

tüm temas noktalarında ailelerini
etkileme gücüne sahipler..

Çoklu mecra kullanılmalı..
(geleneksel, satış noktası,
promosyon, internet, mobil)

Oyun ve sosyalleşme ihtiyaçlarını
giderecek dijital vazgeçilmez...

Sosyal mecra dahil arkadaş ortamı
değerli..

ünlüler ve karakterler, onlara yön
vermeye devam edecek..

Yayıncılara:

Çocuklar her saat mecra tüketiyor...

İçerik tüm platformlarda
yayınlanmalı..

İnternet ve mobil uygulamalar
önemli..

