

nikus  
ker.

UNIBERTSITATEKO PANELA  
INSTAGRAM  
2023-2024

46.TXOSTENA. 2023KO AZAROA



# AURKIBIDEA

|   |           |
|---|-----------|
| <b>IKUSIKER .....</b>   | <b>2</b>  |
| <b>1. FITXA TEKNIKOA.....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>2. EMAITZAK.....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>INSTAGRAM .....</b>  | <b>4</b>  |
| INSTAGRAMEN KONTUA.....   | 4         |
| INSTAGRAMEKO BALIABIDEEN ERABILERA MAIZTASUNA .....                                 | 6         |
| ZERTARAKO ERABILTZEN DUTEN INSTAGRAM .....  | 9         |
| INSTAGRAM ERABILTZEKO GAILUA .....  | 10        |
| INSTAGRAMEKO PERFIL JARRAITUENAK .....  | 11        |
| INSTAGRAMEKO EDUKIEN HIZKUNTZA .....  | 14        |
| INSTAGRAMEN EGITEN DUTEN ERABILERA MAIZTASUNA .....                                 | 16        |
| INSTAGRAMEN EGUNERO ZENBAT ALDIZ KONEKTATZEN DIREN .....                            | 18        |
| POSIBLE IZANGO BALUTE INSTAGRAMEN DENBORA GEHIAGO EDO GUTXIAGO PASAKO LUKETEN ..... | 20        |
| INSTAGRAMI BURUZKO ESALDIEN GAINEKO ADOSTASUN MAILA .....                           | 22        |
| INSTAGRAMEN BALORAZIOA.....   | 24        |
| <b>LABURREAN ESANDA .....</b>   | <b>25</b> |

# IKUSIKER

Gazteek ikus-entzunezkoak kontsumitzeko eta Informazio eta Komunikazio Teknologiak (IKT) erabiltzeko ohiturak, moduak eta joerak aztertzen ditu IKUSIKER Ikus-entzunezkoen Behategiak. 2018/2019 ikasturtean sortu zen eta gaur egun NOR Ikerketa Taldeaz gain EITBk, Tabakalerak eta Kulturaren Euskal Behatokiak osatzen dute IKUSIKER Behategia.



**UPV/EHUko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea**

**Sarriena auzoa z/g, 48940 Leioa (Bizkaia)**

**+34 747 414 355**

**[ikusiker@ehu.eus](mailto:ikusiker@ehu.eus)**



# 1. FITXA TEKNIKOA

2023-2024ko ikasturtean, IKUSIKERren Unibertsitateko panelean bat egiten dute Euskal Herriko Unibertsitateko (UPV/EHU) eta Nafarroako Unibertsitate Publikoko (UPNA/NUP) bi mila eta zortzihun ikasle pasatxok. Laginean lurralde, jakintza-arlo, fakultate eta ikasketa-maila desberdinetako gazteak daude. Landa-lanari dagokionez, ikasturtearen hasieran aurrez aurre ikasgeletan betetzen dute lehen inkesta eta, hortik aurrera, panelean parte hartzeko baiezkoa ematen duten ikasleei Whatsappez bidaltzen zaizkie hurrengoko zazpi galdetegiak, hilean behingo maiztasunarekin.

2023-2024 ikasturteko IKUSIKERren Unibertsitateko panela, UPV/EHUko eta UPNA/NUPEko ikasle guztien errepresentagarri da. Unibertso horren kopurua lortzeko, laginaren datuen gaineko ponderazioa egin da, eta horretarako, aldagai hauek erabili dira: sexua eta unibertsitatea, probintzia, ikasketa eremua, eta ikasketa maila.

Txosten honetan aurkitu daitezke 2023ko azaroaren 15etik 23ra bitartean Instagram sare sozialari buruz egindako inkestaren emaitzak. Guztira 2374 ikasleen erantzun baliagarri jaso dira.

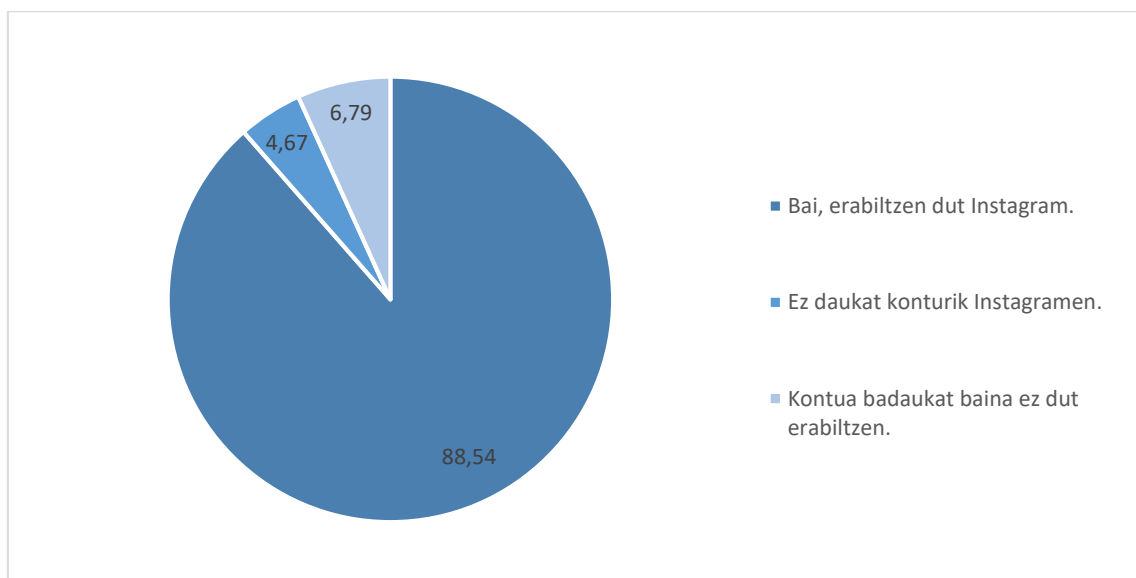
## 2. EMAITZAK

### INSTAGRAM

Panelisten % 88,5k kontua dauka Instagramen eta erabili egiten du, % 6,7k izan baduen arren, ez duela erabiltzen adierazi du, eta % 4,6 aldiz, ez da sare sozial honen kontsumitzaile.

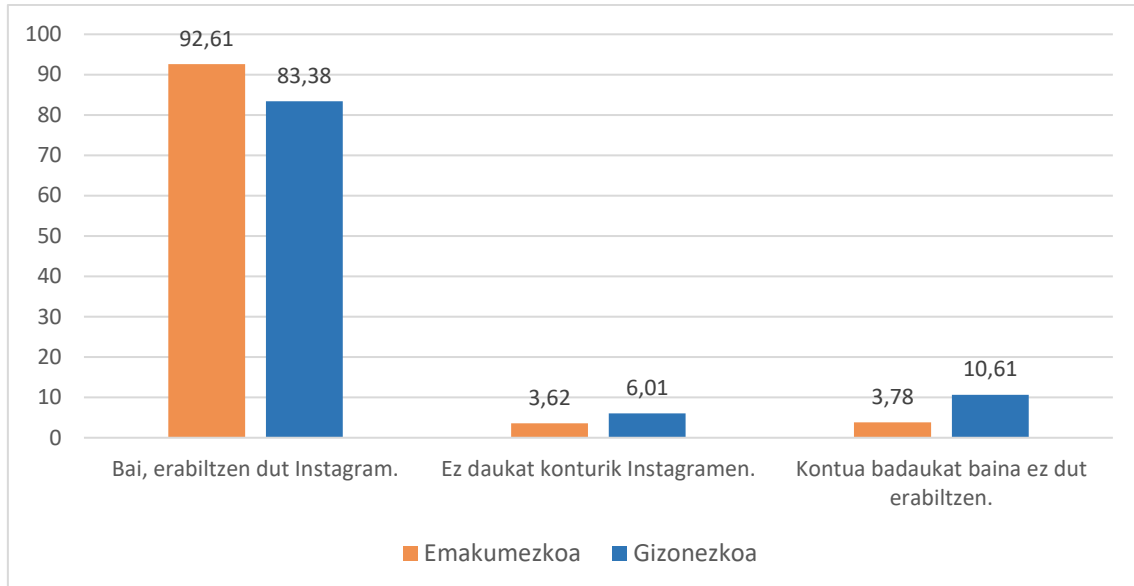
#### 1. Irudia- Instagramen kontua eta erabilera

|   | Guztira Ehunekoa (%) | Emakumeak (%) | Gizonak (%) |
|---|----------------------|---------------|-------------|
| Bai, erabiltzen dut Instagram.          | 88,54                | 92,61         | 83,38       |
| Ez daukat konturik Instagramen          | 4,67                 | 3,62          | 6,01        |
| Kontua badaukat baina ez dut erabiltzen | 6,79                 | 6,01          | 10,61       |
| Guztira                                 | 100                  | 100           | 100         |



Bederatzi puntuko aldearekin, gehiago dira Instagramen kontua duten emakumeak, gizonak baino. Era berean, erabiltzen ez dutenen eta kontua sortuta ez dutenen ehunekoa altuagoa da gizonezkoen kasuan.

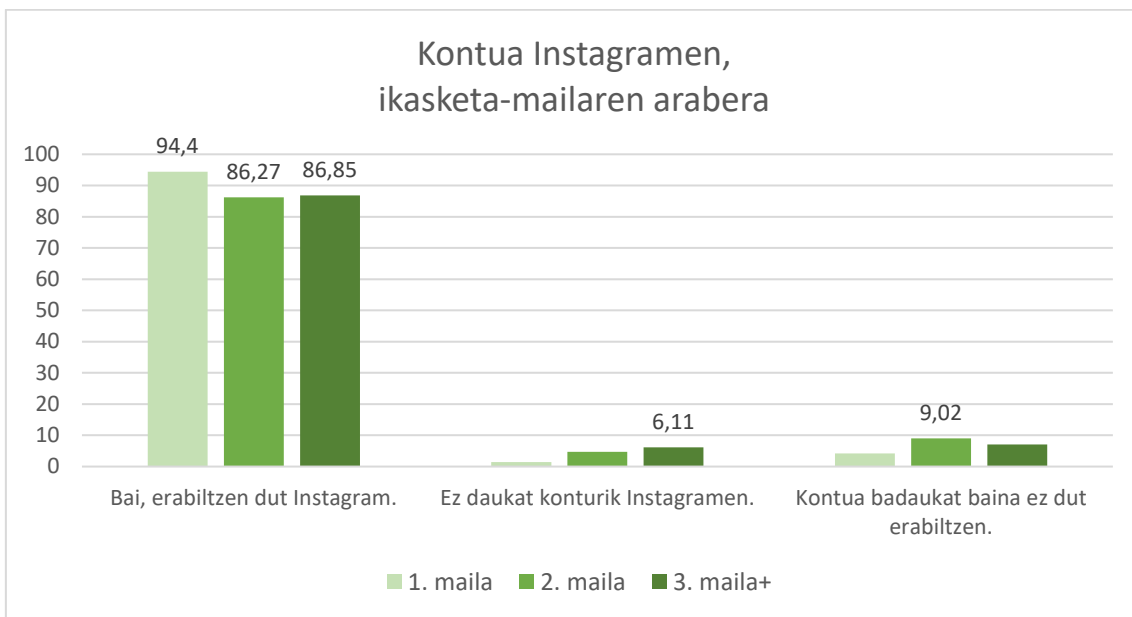
## 2. Irudia- Instagramen kontua eta erabilera, sexuaren arabera



Ikasketa-mailari erreparatzen badiogu, oso antzeko datuetan mugitzen dira ikasleak. Egia da halaber, 2.mailakoen kasuan gehiago direla Instagramen kontua izan arren, erabiltzen ez dutenak, eta aldiz, 3.maila edo goragoko gazteek aipatu dutela bereziki ez direla sare sozial honen erabiltzaile.

## 3. Irudia- Instagramen kontua eta erabilera, ikasketa-mailaren arabera.

|             | Bai, erabiltzen dut Instagram | Ez daukat konturik Instagramen | Kontua badaukat baina ez dut erabiltzen |
|-------------|-------------------------------|--------------------------------|---|
| 1.maila     | 94,4                          | 1,45                           | 4,16                                    |
| 2.maila     | 86,27                         | 4,71                           | 9,02                                    |
| 3.maila +   | 86,85                         | 6,11                           | 7,04                                    |
| Guztira (%) | 100                           | 100                            | 100                                     |

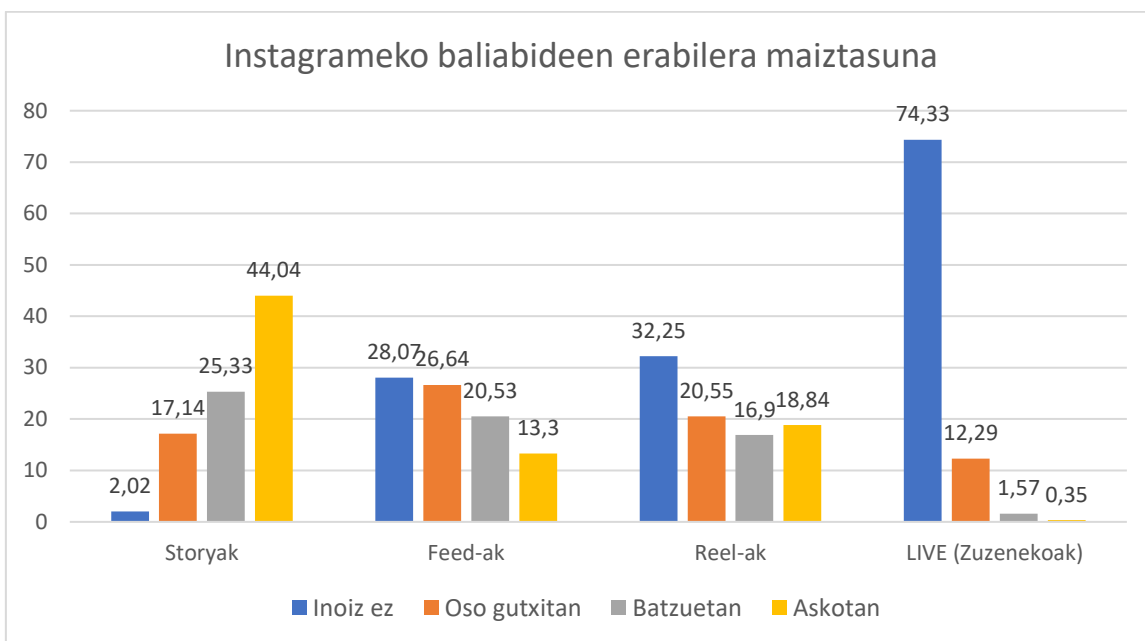


Instagramerik edukiak partekatzeko baliabide desberdinak eskaintzen dizkienez, horien gaineko azterketa egin nahi izan da.

Panelista gehienek storyak erabiltzen dituzte, % 44k askotan, eta % 25,3k batzuetan. Feed-en kasuan, gehiago dira baliabideari muzin egiten diotenak (% 28k ez ditu inoiz erabiltzen eta % 26,6k oso gutxitan). Reel-eri dagokienez, % 32,2k ez ditu inoiz erabiltzen, eta zuzenekoaren kasuan ere, gehienak ez ditu inoiz egiten (% 74,3k).

#### 4. Irudia -Instagramerik baliabideen erabilera maiztasuna

|                   | Inoiz ez | Oso gutxitan | Batzuetan | Askotan |
|-------------------|----------|--------------|-----------|---------|
| Story-ak          | 2,02     | 17,14        | 25,33     | 44,04   |
| Feed-a            | 28,07    | 26,64        | 20,53     | 13,3    |
| Reel-ak           | 32,25    | 20,55        | 16,9      | 18,84   |
| Zuzenekoak (LIVE) | 74,33    | 12,29        | 1,57      | 0,35    |



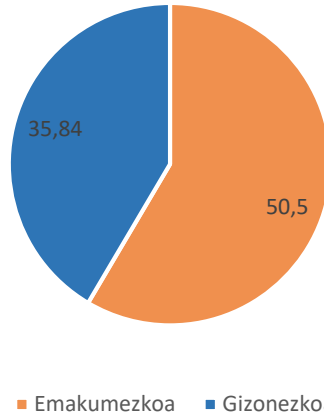
Baliabideen erabilera horretan, bai neskek eta baita mutilek ere, storyak lehenesten dituzte, baina emakumeak dira kontsumo horretan nagusi (% 50,5). Reel-ak gehiago aipatu dituzte gizonetakoak eta Feed-en kasuan neskek kokatzen dira aurretik. Zuzenekoaren zale ez direla argi utzi dute batzuek eta besteek.

##### 5. Irudia -Instagrameko baliabideak askotan erabiltzea, sexuaren arabera

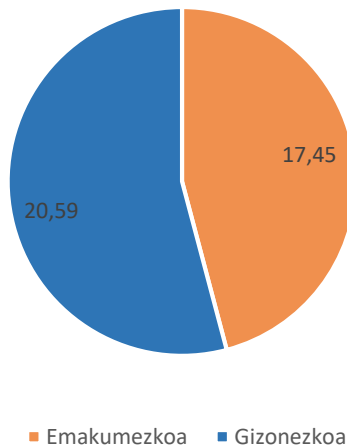
|            | Emakumeak (%) | Gizonak (%) |
|------------|---------------|-------------|
| Story-ak   | 50,5          | 35,84       |
| Feed-a     | 15,79         | 10,14       |
| Reel-ak    | 17,45         | 20,59       |
| Zuzenekoak | 0,18          | 0,57        |



Storyak askotan erabili, sexuaren arabera



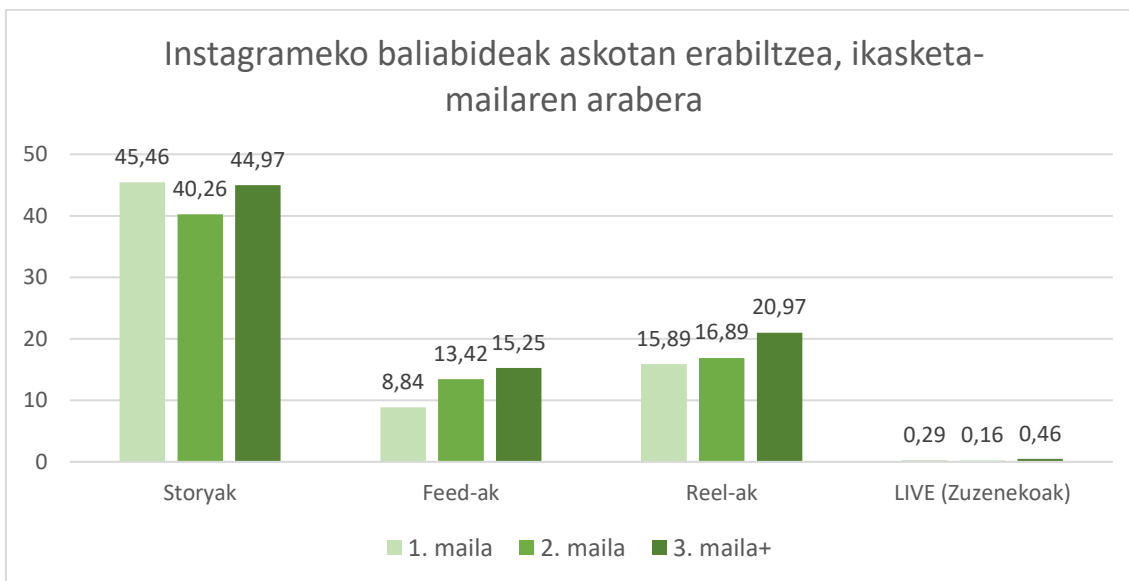
Reel-ak askotan erabili, sexuaren arabera



Storyak dira ikasleek gehien erabiltzen dituzten baliabidea, baina 1.mailakoen kontsumoa da handiena. 3.mailakoen kasuan, Reel-ak aipatu ditu % ia 21ak.

6. Irudia -Instagrameko baliabideak askotan erabiltzea, ikasketa-mailaren arabera

|           | Storyak | Feed-a | Reel-ak | LIVE (Zuzenekoak) |
|-----------|---------|--------|---------|-------------------|
| 1.maila   | 45,46   | 8,84   | 15,89   | 0,29              |
| 2.maila   | 40,26   | 13,42  | 16,89   | 0,16              |
| 3.maila + | 44,97   | 15,25  | 20,97   | 0,46              |

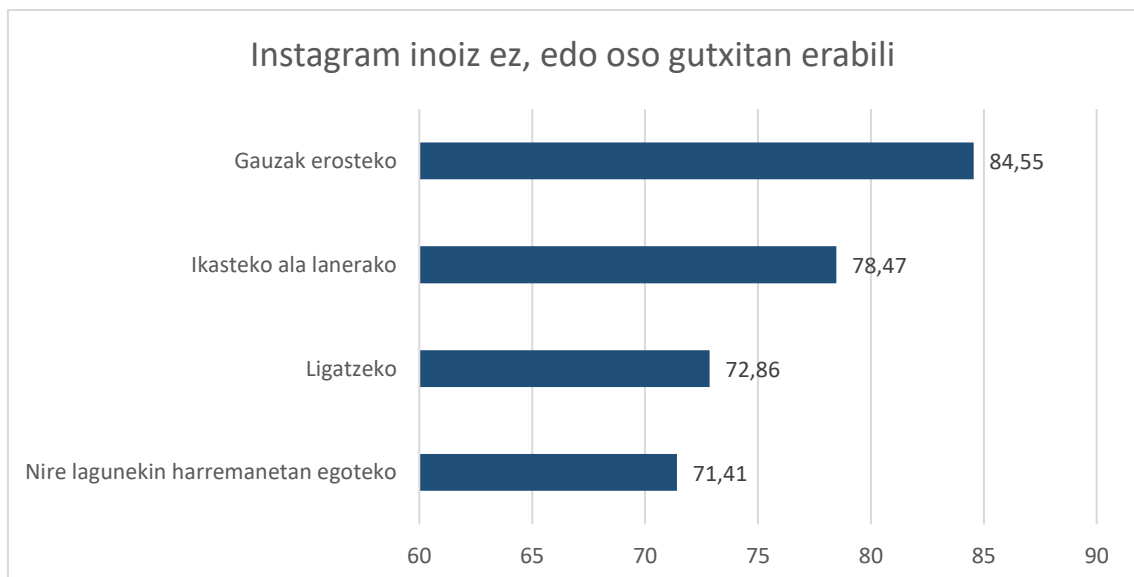
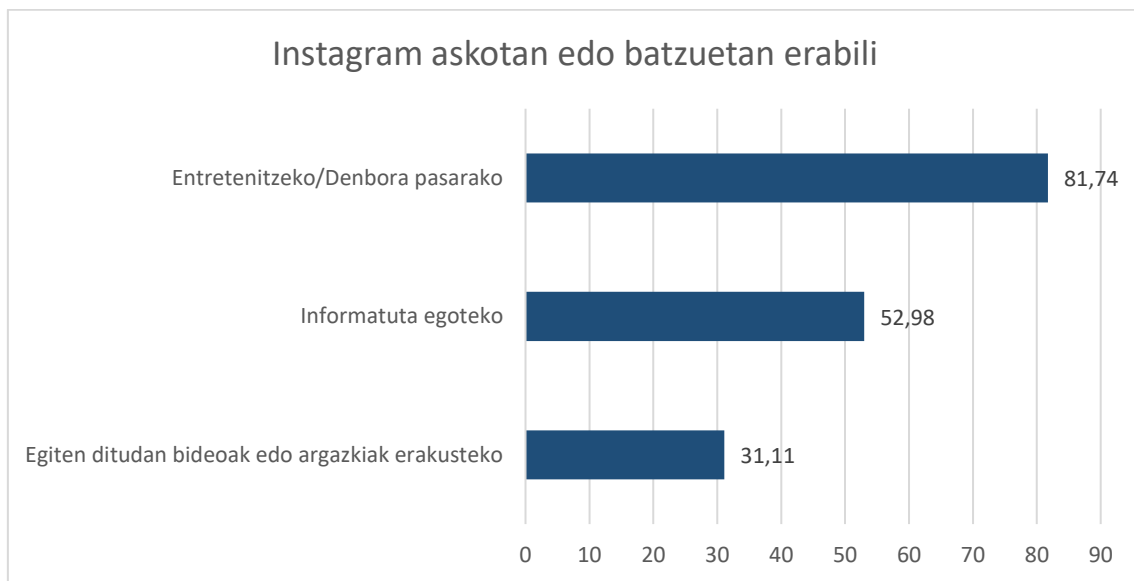


Hain erabilia den sare sozial hau zertarako erabiltzen duten jakin nahi izan dugu. Panelistei proposatu diegun zerrendan, ikasle gehienek adierazi du entretenitzeko edo denbora pasarako zabaltzen dutela Instagram ( %55,2k askotan, % 26,5k batzuetan). Inkestatuen erdia baino zertxobait gehiago informatuta egoteko sartzen dira aplikaziora (% 16,7k askotan eta % 36,2k batzuetan), eta % 31,1 egiten dituen bideoak edo argazkiak erakusteko.

Erabileran beste aldean kokatzen dira Instagram gauzak erosteko (% 84,55) edo ikasteko, ligatzeko eta lagunekin bertan elkartzeko tresna modura baliatzen ez dutenak.

### 7. Irudia -Zertarako erabiltzen duten Instagram.

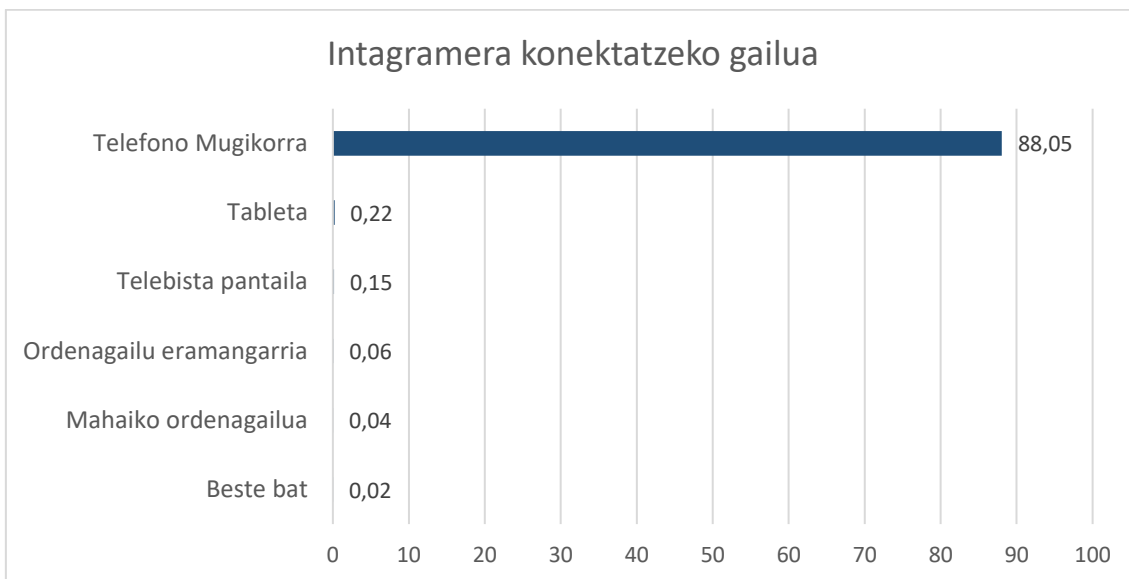
|  | Inoiz ez | Oso gutxitan | Batzuetan | Askotan |
|--|----------|--------------|-----------|---------|
| Nire lagunekin harremanetan egoteko                  | 38,44    | 32,97        | 1,82      | 15,3    |
| Entretenitzeko/Denbora pasarako                      | 0,64     | 6,16         | 26,54     | 55,2    |
| Ikasteko ala lanerako                                | 47,4     | 31,07        | 8,01      | 2,06    |
| Egiten ditudan bideoak edo argazkiak erakusteko      | 19,89    | 37,53        | 24,52     | 6,59    |
| Informatuta egoteko(munduan gertatzen dena jakiteko) | 9,76     | 25,8         | 36,23     | 16,75   |
| Gauzak erosteko                                      | 73,29    | 11,26        | 3,51      | 0,48    |
| Ligatzeko  | 43,9     | 28,96        | 13,17     | 2,51    |



Telefono mugikorra da Instagramera konektatzeko gailu ohikoena (% 88,05), askogatik ere, behean ikusi daitekeen bezala.

## 8. Irudia -Instagramera konektatzeko gailua

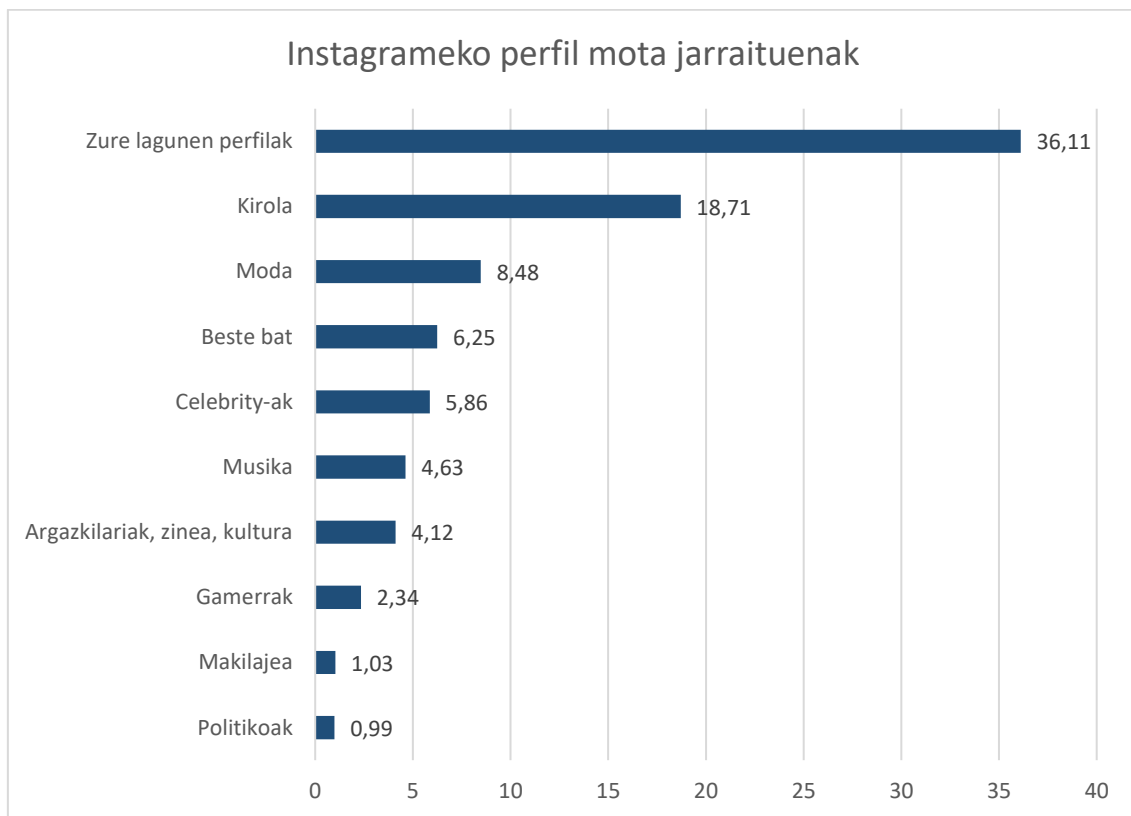
|                          | Guztira (%) |
|--------------------------|-------------|
| Telefono Mugikorra       | 88,05       |
| Tableta                  | 0,22        |
| Ordenagailu eramangarria | 0,06        |
| Telebista pantaila       | 0,15        |
| Mahaiko ordenagailua     | 0,04        |
| Beste bat                | 0,02        |



Bereziki beraien lagunen perfilak jarraitzeko konektatzen dira Instagramera panelistak (% 36,1). Ondoren, kirolarekin zerikusia duten kontuak ikusteko (% 18,7), eta jarraian modarekin lotutako perfilak jarraitzeko (% 8,4). Politikarekin, makilajearekin eta gamerrekin lotutakoak dira gazteen artean arrakasta gutxien dutenak.

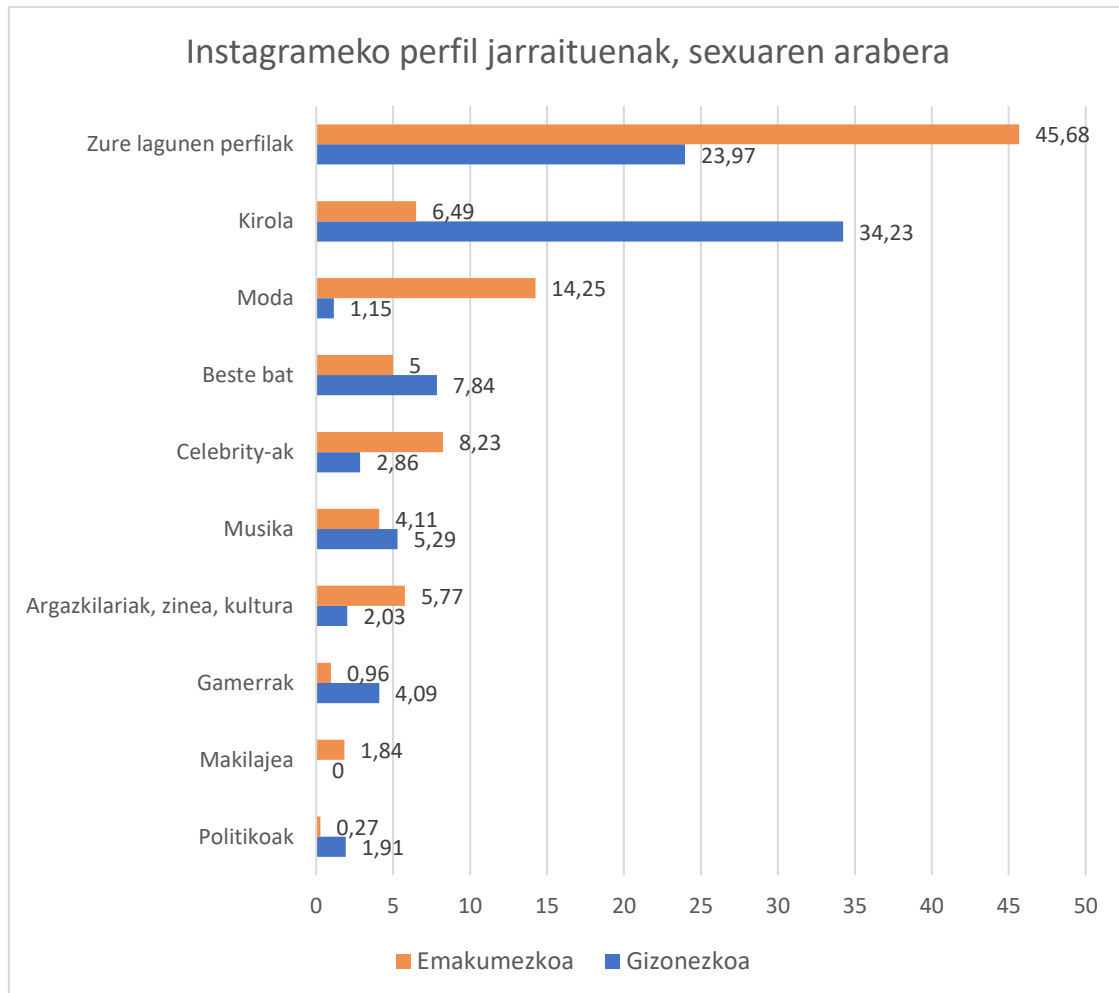
## 9. Irudia -Instagrameko perfil jarraituenak.

|                               | Guztira (%) | Emakumeak (%) | Gizonak (%) |
|-------------------------------|-------------|---------------|-------------|
| Moda                          | 8,48        | 14,25         | 1,15        |
| Makilajea                     | 1,03        | 1,84          | 0           |
| Musika                        | 4,63        | 4,11          | 5,29        |
| Kirola                        | 18,71       | 6,49          | 34,23       |
| Gamerrak                      | 2,34        | 0,96          | 4,09        |
| Argazkilariak, zinea, kultura | 4,12        | 5,77          | 2,03        |
| Politikoak                    | 0,99        | 0,27          | 1,91        |
| Celebrity-ak                  | 5,86        | 8,23          | 2,86        |
| Zure lagunen perfilak         | 36,11       | 45,68         | 23,97       |
| Beste bat                     | 6,25        | 5             | 7,84        |



Aurreko ikasturtean bezala, Instagrameko profil jarraitueneren artean desberdintasun handiak antzematen dira emakumezkoen eta gizonezkoen artean. Neskak beraien lagunen kontuak jarraitzeko ohitura gehiago dute, baita modari eta celebrityei lotutakoak ere, aldiz, mutilek kirolarekin zerikusia duten perfilak aipatzen dituzte bereziki, eta ondoren, lagunenak.

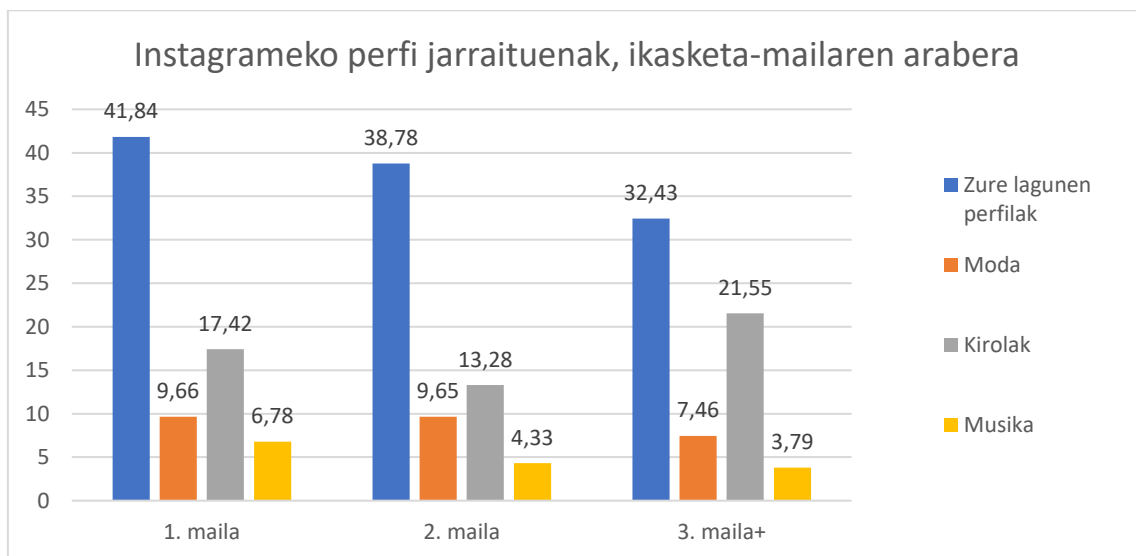
## 10. Irudia -Instagrameko perfil jarraituenak, sexuaren arabera.



Ikasketa-mailak ere ageriko kontsumo desberdintasunak islatzen ditu. Nahiz eta guztiek lagunen perfilen alde egiten duten nabarmen, egia da gaztetxoago direnen artean kontsumo horiek gehiago egiten dutela gora, aldiz, 3.maila edo gehiagoko ikasleei kirolekin zerikusia duten kontuek ere nahikoa interes pizten diela.

11. Irudia -Instagrameko perfil jarraituenak, ikasketa-mailaren arabera.

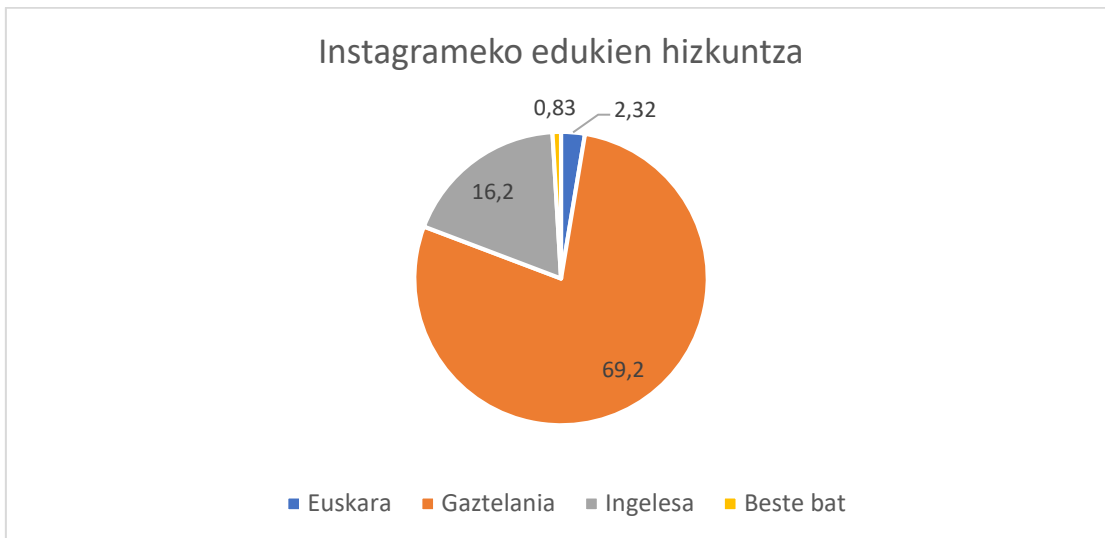
|                       | 1. maila | 2. maila | 3. maila + |
|-----------------------|----------|----------|------------|
| Zure lagunen perfilak | 41,84    | 38,78    | 32,43      |
| Moda                  | 9,66     | 9,65     | 7,46       |
| Kirolak               | 17,42    | 13,28    | 21,55      |
| Musika                | 6,78     | 4,33     | 3,79       |



Gaztelaniaz kontsumitzen dituzte ikasle gehienek Instagrameko edukiak (% 69,2). Bigarren hizkuntzarik aipatuena ingelesa izan da % 16,2ko datuarekin. Panelkideen % 2,3k euskara aukeratu du.

12. Irudia -Instagrameko edukien hizkuntza

|            | Guztira (%) |
|------------|-------------|
| Euskara    | 2,32        |
| Gaztelania | 69,2        |
| Ingelesa   | 16,2        |
| Beste bat  | 0,83        |

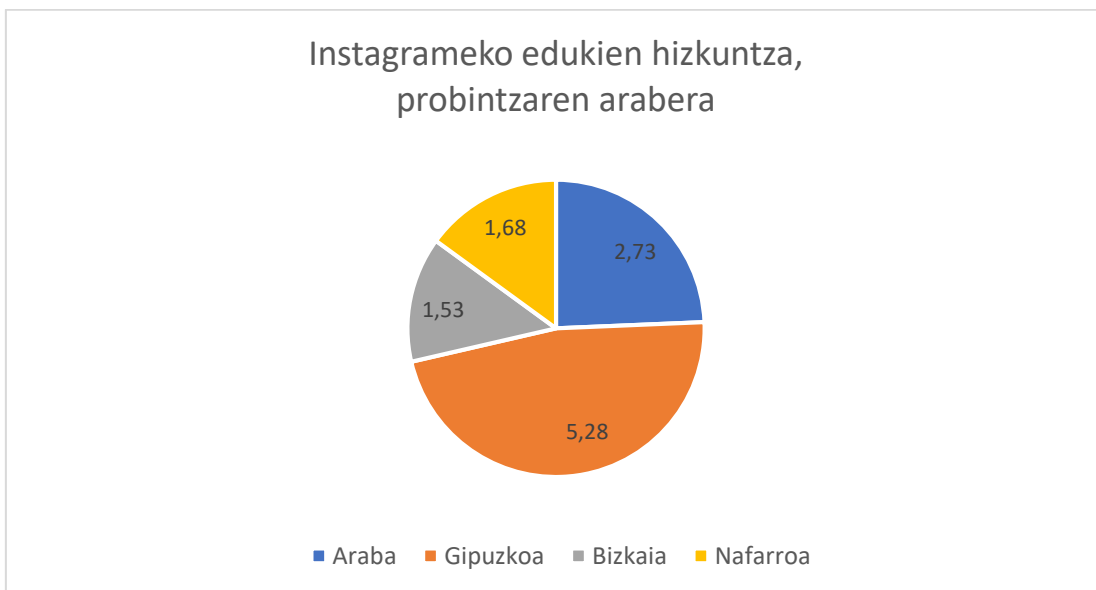


Gipuzkoarren artean antzematen da euskarazko edukiekiko atxikimendu gehien. Arabarrak dira ondoren euskarazko kontsumo handiena egiten dutenak (% 2,75). Nafarrek eta bizkaitarrek oso portzentaje berdintsuetan ikusten dituzte Instagrameko edukiak euskaraz, % 1,5 inguru biak.

### 13. Irudia -Euskarazko edukien kontsumoa Instagramen, probintziaren arabera.

|          | Guztira (%) |
|----------|-------------|
| Araba    | 2,73        |
| Gipuzkoa | 5,28        |
| Bizkaia  | 1,53        |
| Nafarroa | 1,68        |

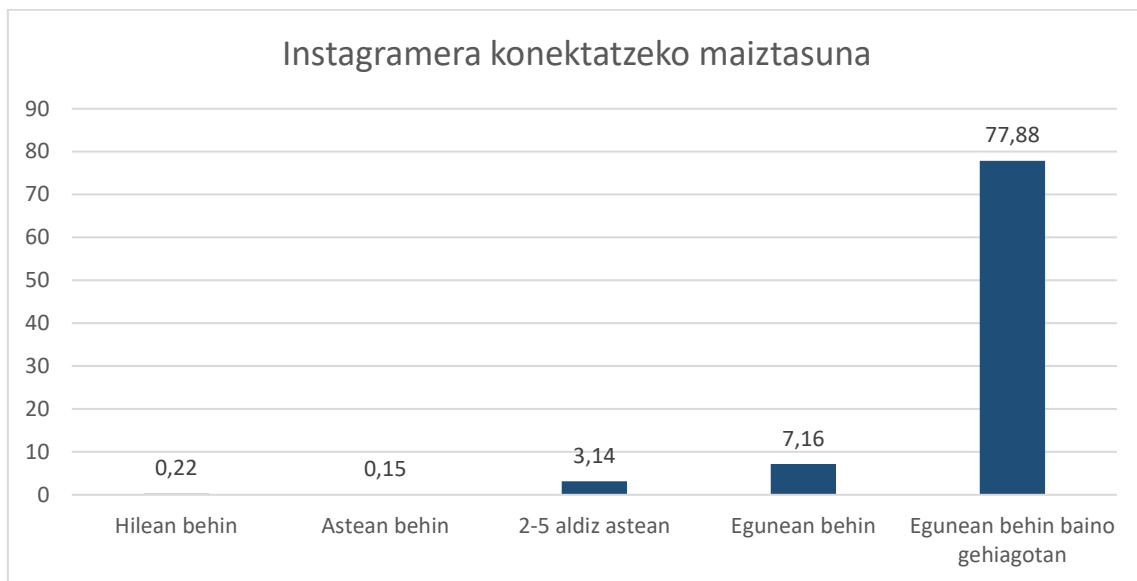




Hiperkonektatuta bizi garen garai honetan, panelisten % 77,88k adierazi du, egunean behin baino gehiagotan sartzen dela Instagramera. Egunean behineko maiztasuna da ondoren gehien aipatzen dena (%7,1) eta jarraian asteen 2-5 aldizkakoa.

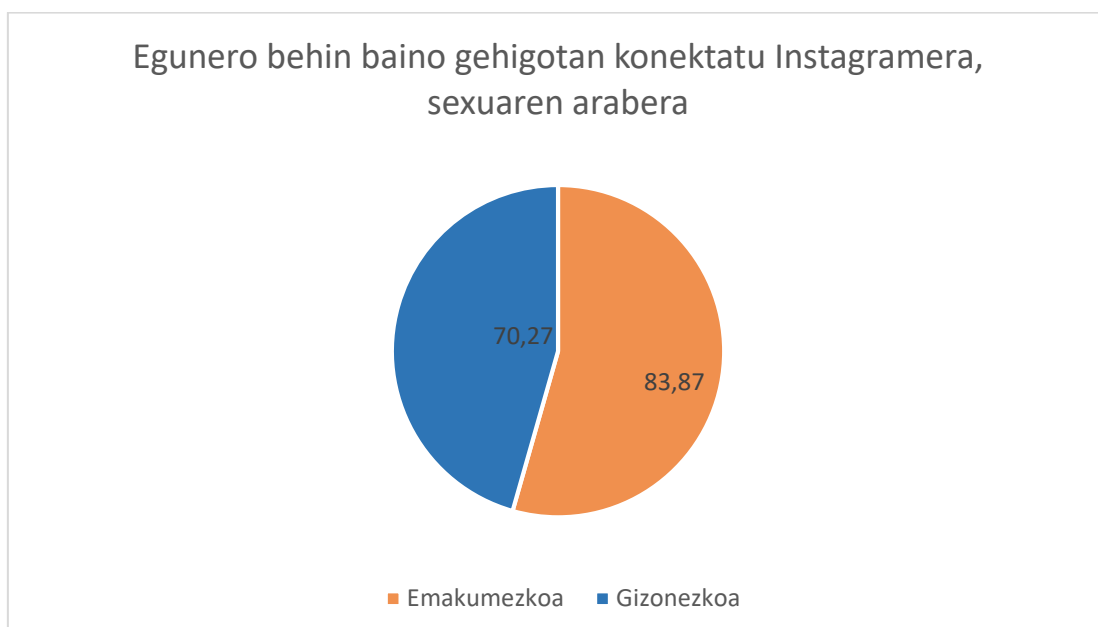
#### 14. Irudia -Instagramera konektatzeko maiztasuna.

|                                | Guztira (%) | Emakumeak (%) | Gizonak(%) |
|--------------------------------|-------------|---------------|------------|
| Hilean behin                   | 0,22        | 0,02          | 0,47       |
| Asteen behin                   | 0,15        | 0,26          | 0          |
| 2-5 aldiz asteen               | 3,14        | 2,85          | 3,51       |
| Egunean behin                  | 7,16        | 5,6           | 9,13       |
| Egunean behin baino gehiagotan | 77,88       | 83,87         | 70,27      |



Egunero behin baino gehiagotan maiztasunean, emakumeen kasuan, datu honek gora egiten du gizonezkoenarekin alderatzen badugu (%83,8 eta % 70,2).

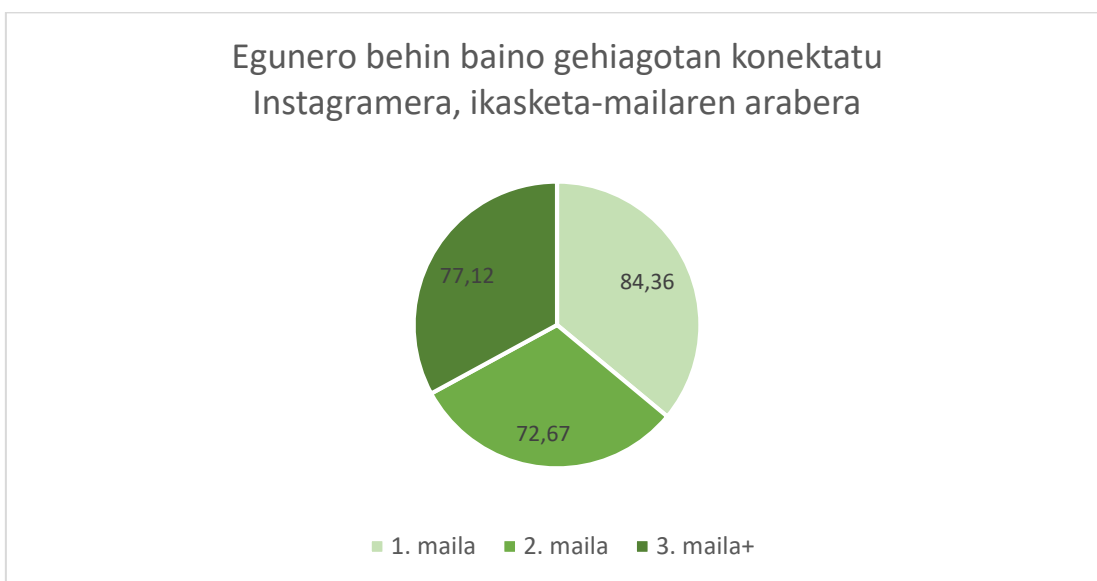
#### 15. Irudia -Instagramera konektatzeko maiztasuna, sexuaren arabera.



Mailaren araberako azterketak ere, datu esanguratsuak erakusten ditu. 1. mailako gazteak dira eguneroko erabileran kontsumorik gehien egiten dutenak (% 84,36). Astean 2-5 arteko maiztasunetan 3. maila edo gehiagoko ikasleak dira nagusi (% 3,5).

16. Irudia -Instagramera konektatzeko maiztasuna, ikasketa-mailaren arabera.

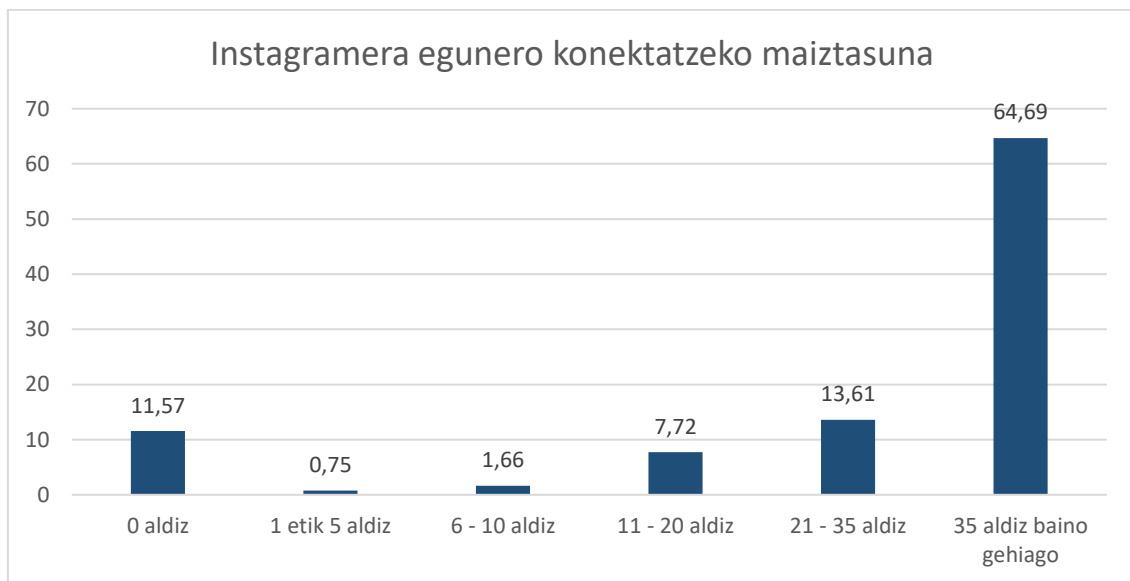
|                                | 1.maila | 2.maila | 3.maila + |
|--------------------------------|---------|---------|-----------|
| Hilean behin                   | 0,12    | 0,17    | 0,28      |
| Astean behin                   | 0,1     | 0,14    | 0,17      |
| 2-5 aldiz astean               | 2,62    | 2,84    | 3,5       |
| Egunean behin                  | 7,2     | 10,45   | 5,77      |
| Egunean behin baino gehiagotan | 84,36   | 72,67   | 77,12     |



Eguneroko maiztasunari dagokionez, gehienak adierazi du (% 64,6) 35 aldiz baino gehiagotan konektatzen dela. Aplikazioa 21-35 bider irekitzen dute gazteen % 13,61ek, eta % 11,5ek esan du ez dela inoiz Instagramera sartzen.

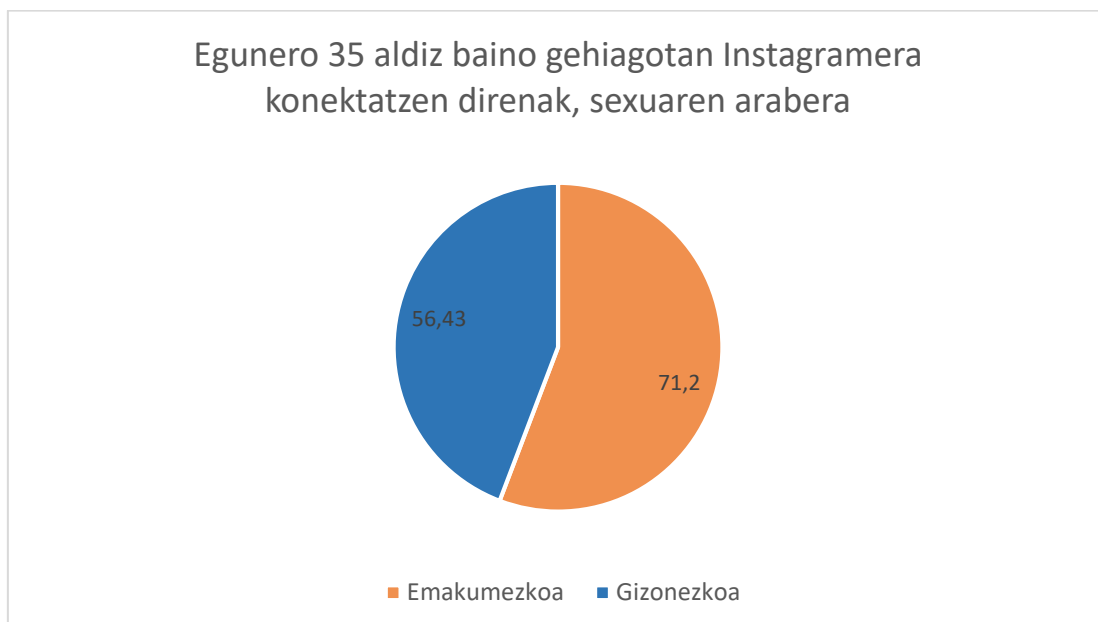
17. Irudia -Instagramera eguneroko konektatzeko maiztasuna

|                        | Guztira (%) | Emakumeak (%) | Gizonak (%) |
|------------------------|-------------|---------------|-------------|
| 0 aldiz                | 11,57       | 7,59          | 16,62       |
| 1 etik 5 aldiz         | 0,75        | 0,56          | 0,99        |
| 6 - 10 aldiz           | 1,66        | 1,42          | 1,96        |
| 11 - 20 aldiz          | 7,72        | 6,53          | 9,23        |
| 21 - 35 aldiz          | 13,61       | 12,71         | 14,76       |
| 35 aldiz baino gehiago | 64,69       | 71,2          | 56,43       |



Sexuaren arabera azterketak erakusten du neskak mutilak baino maizago konektatzen direla sare sozialera (% 71,2 eta % 56,43, hurrenez hurren).

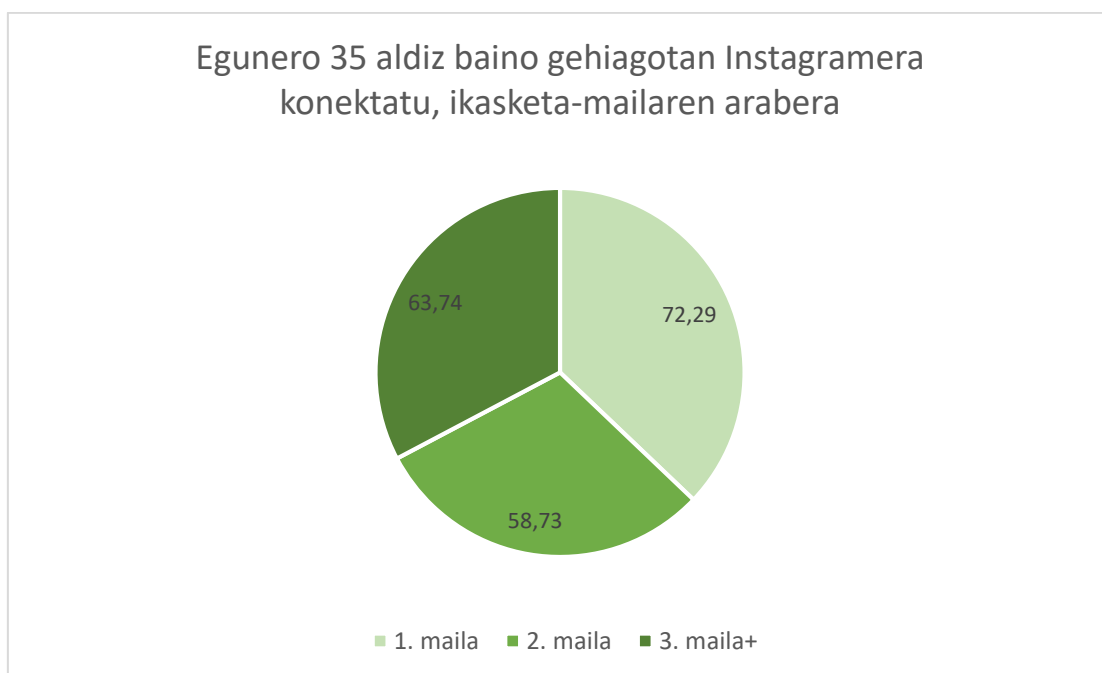
18. Irudia -Instagramera egunero 35 aldiz baino gehiagotan konektatzea, sexuaren arabera.



Era berean, ikasketa-mailak ere kontsumoetan alderaketak dakartza. 1.mailako ikasleak dira erabiltzaile sutsuenak, eta 2.mailakoak apalenak.

19. Irudia -Instagramera egunero konektatzeko maiztasuna, ikasketa-mailaren arabera.

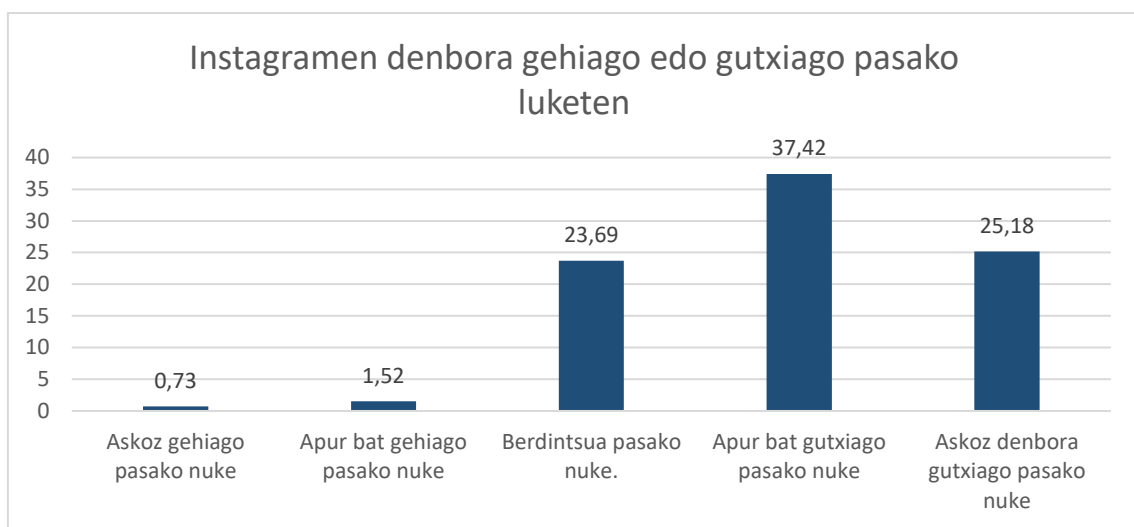
|                        | 1. maila | 2. maila | 3. maila + |
|------------------------|----------|----------|------------|
| 0 aldiz                | 5,67     | 13,73    | 13,33      |
| 1 etik 5 aldiz         | 0,82     | 0,61     | 0,78       |
| 6 - 10 aldiz           | 1,02     | 2,21     | 1,71       |
| 11 - 20 aldiz          | 6,51     | 10,52    | 7,11       |
| 21 - 35 aldiz          | 13,69    | 14,2     | 13,33      |
| 35 aldiz baino gehiago | 72,29    | 58,73    | 63,74      |



Inkestatuetatik hirutik ia bik esan du denbora gutxiago pasako lukeela Instagramen (% 37,42k apur bat gutxiago, eta % 25,18k askoz gutxiago). Denbora kotsumo beretsuetan gustura dagoela dio % 23,69k, eta gehiago edo askoz gehiago nahiko luke % 2,25ek.

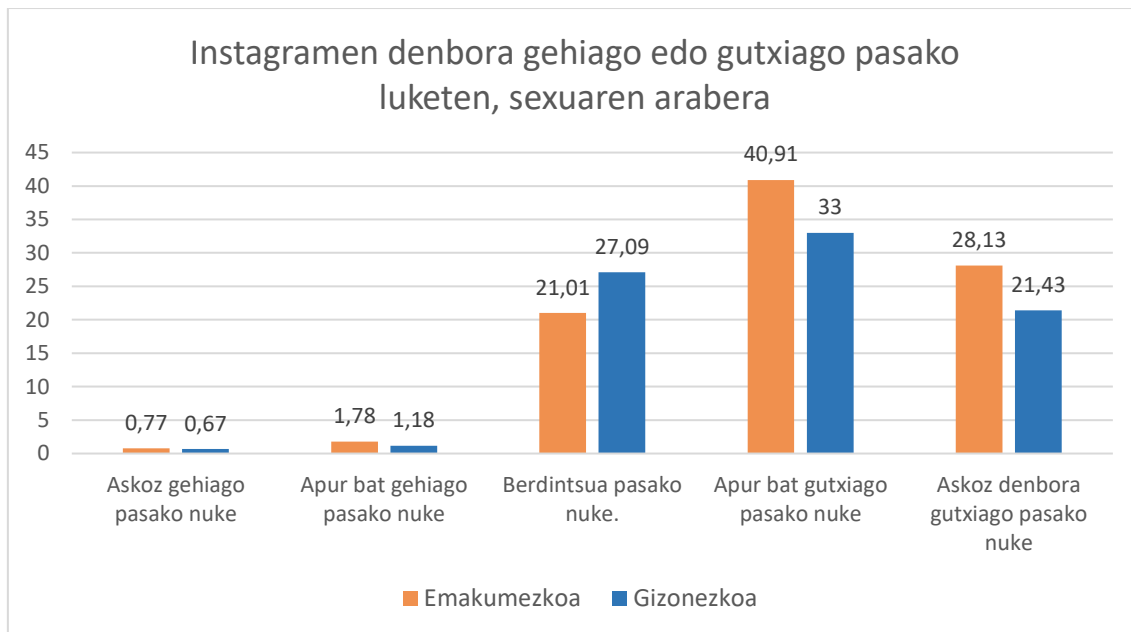
## 20. Irudia- Posible izango balute, denbora gehiago edo gutxiago pasako luketen Instagramen

|                                    | Guztira (%) | Emakumeak (%) | Gizonak (%) |
|------------------------------------|-------------|---------------|-------------|
| Askoz gehiago pasako nuke          | 0,73        | 0,77          | 0,67        |
| Apur bat gehiago pasako nuke       | 1,52        | 1,78          | 1,18        |
| Berdintsua pasako nuke.            | 23,69       | 21,01         | 27,09       |
| Apur bat gutxiago pasako nuke      | 37,42       | 40,91         | 33          |
| Askoz denbora gutxiago pasako nuke | 25,18       | 28,13         | 21,43       |



Emakumeek bereziki adierazi dute beraien kontsumoa jaitsi nahiko luketela. Gizonen kasuan, gehienek apur bat denbora gutxiago igaro nahiko lukeela esan duen arren (% 33), antzeko kopuru batek, %27k, kontsumo berdina egingo lukeela esan du.

21. Irudia- posible izango balute, denbora gehiago edo gutxiago pasako luketen Instagramen, sexuaren arabera.

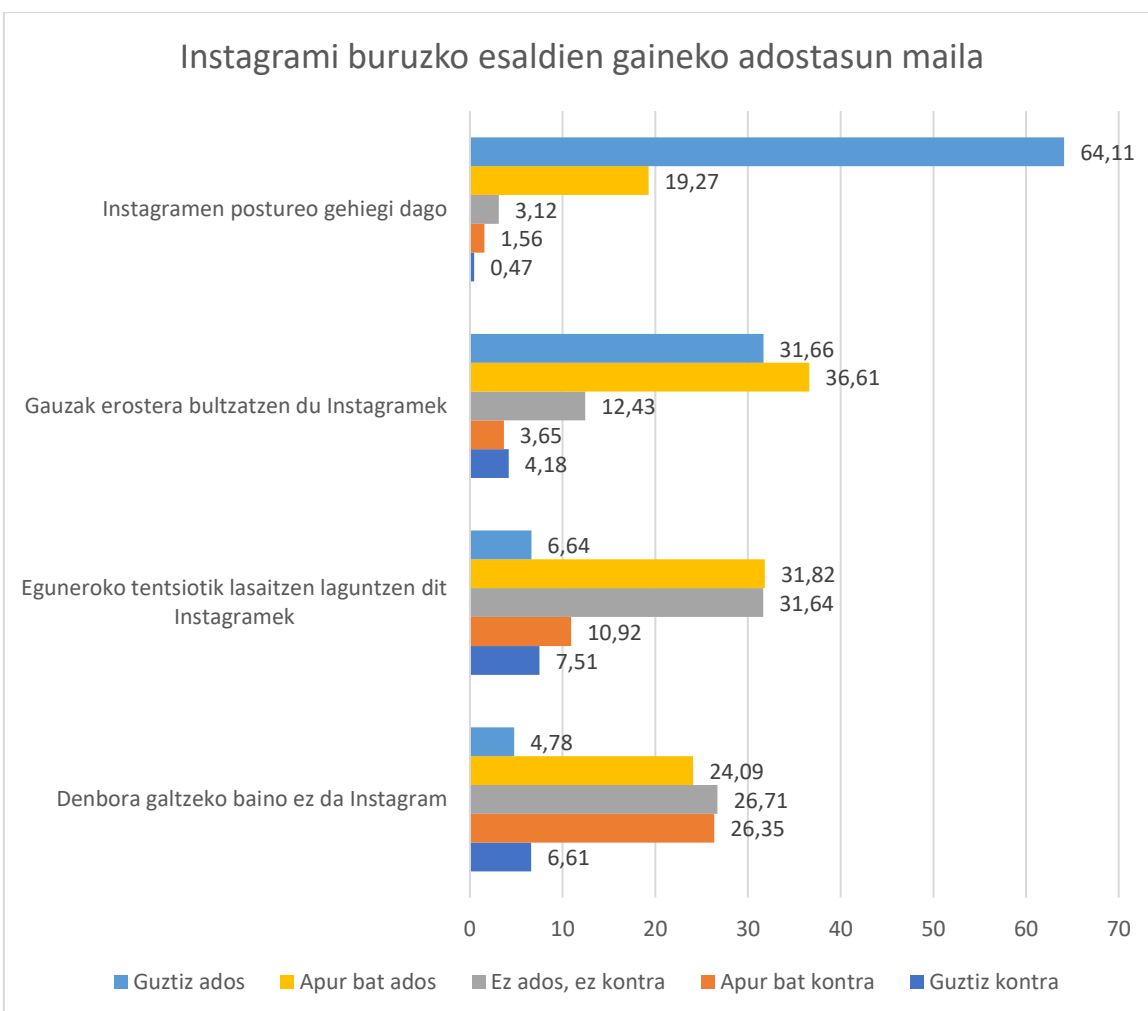


Jarraian, panelistei Instagrami buruzko zenbait esaldi proposatu eta horien gaineko beraien adostasun maila adierazteko eskatu zaie.

Instagramen postureo gehiegi dagoela uste du gazteen % 64,1ek. Guztiz ados azaldu da %31,6 Instagramek gauzak erostera bultzatzen dituela esaldiarekin, eta % 31,8 apur bat ados dago sare sozialak eguneroko tentsiotik askatzen laguntzen zaituela adierazpenarekin; era berean, inkestatuen %7,5 azken esaldi horren kontra dago, erabat. Gazteen ia laurdena apur bat ados dago aplikazioa denbora galtzeko dela esaldiarekin.

22. Irudia -Instagrami buruzko esaldien gaineko adostasun maila

|  | Guztiz kontra | Apur bat kontra | Ez ados, ez kontra | Apur bat ados | Guztiz ados |
|--|---------------|-----------------|--------------------|---------------|-------------|
| Instagramen postureo gehiegi dago                        | 0,47          | 1,56            | 3,12               | 19,27         | 64,11       |
| Denbora galtzeko baino ez da Instagram                   | 6,61          | 26,35           | 26,71              | 24,09         | 4,78        |
| Eguneroko tentsiotik lasaitzen laguntzen dit Instagramek | 7,51          | 10,92           | 31,64              | 31,82         | 6,64        |
| Gauzak erostera bultzatzen du Instagramek                | 4,18          | 3,65            | 12,43              | 36,61         | 31,66       |

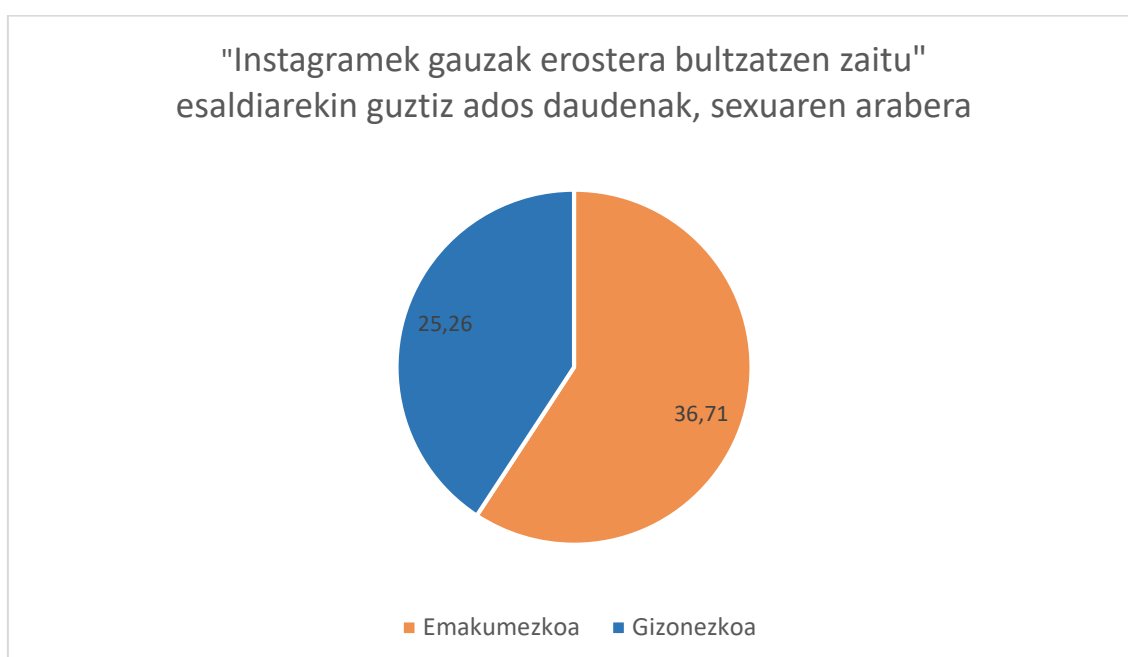


Instagramek gauzak erostera bultzatzen duela esaldiaren adostasun maila handiagoa da emakumeen kasuan, % 36,7 guztiz ados azaldu da, eta % 37,9 apur bat ados.



23. Irudia - Instagrami buruzko esaldien gaineko adostasun maila, sexuaren arabera.

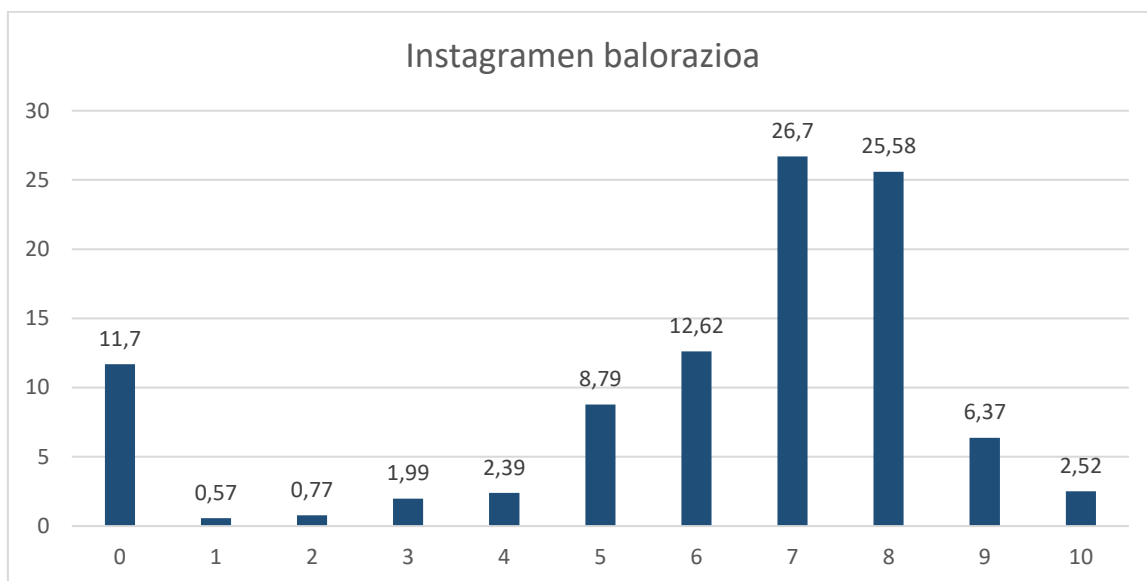
|                    | Emakumezkoak (%) | Gizonezkoak (%) |
|--------------------|------------------|-----------------|
| Gutziz kontra      | 3,4              | 5,18            |
| Apur bat kontra    | 2,89             | 4,61            |
| Ez ados, ez kontra | 11,66            | 13,41           |
| Apur bat ados      | 37,95            | 34,92           |
| Gutziz ados        | 36,71            | 25,26           |



Panelisten artean, erabileran lehenengo postuan kokatzen den sare sozial honek oso nota ona jasotzen du ikasleen partetik. Gehienek 7 edo 8 puntuazioa ematen die. Batz besteko emaitza 6,3 izan da.

24. Irudia - Baloratu Instagram Otik 10 era.

|    | Guztira (%) |
|----|-------------|
| 0  | 11,7        |
| 1  | 0,57        |
| 2  | 0,77        |
| 3  | 1,99        |
| 4  | 2,39        |
| 5  | 8,79        |
| 6  | 12,62       |
| 7  | 26,7        |
| 8  | 25,58       |
| 9  | 6,37        |
| 10 | 2,52        |



## LABURREAN ESANDA

- Panelisten gehiengoak kontua dauka Instagramen eta erabili egiten du. Bederatzi puntuko aldearekin, gehiago dira Instagramen kontua duten emakumeak, gizonak baino.
- Inkestatu gehienek sare sozialak eskaintzen dituen aukeren artean, storyak erabiltzen ditu bereziki. Feed-en kasuan, eta zuzenekoan kasuan gehiago dira baliabideari muzin egiten diotenak. Reel-ei dagokienez, mutilek gehiago erabiltzen dituzte.
- ikasle gehienek adierazi dute entretenitzeko edo denbora pasarako zabaltzen dutela Instagram. Inkestatuen erdia baino zertxobait gehiago informatuta egoteko sartzen dira aplikaziora, eta hamarretik hiru, egiten dituen bideoak edo argazkiak erakusteko. Erabileran beste aldean kokatzen dira Instagram gauzak erosteko edo ikasteko, ligatzeko eta lagunekin bertan elkartzeko tresna modura baliatzen ez dutenak.
- Telefono mugikorra da Instagramera konektatzeko gailu ohikoena (% 88,05), askogatik ere, behean ikusi daitekeen bezala.

- Bereziki beraien lagunen perfilak jarraitzeko konektatzen dira Instagramera panelistak, ondoren, kirolarekin zerikusia duten kontuak ikusteko, eta jarraian modarekin lotutako perfilak jarraitzeko. Politikarekin, makilajearekin eta gamerrekin lotutakoak dira gazteen artean arrakasta gutxien dutenak. Neskak beraien lagunen kontuak jarraitzeko ohitura gehiago dute, baita modari eta celebrityei lotutakoak ere, aldiz, mutilek kirolarekin zerikusia duten perfilak aipatzen dituzte bereziki, eta ondoren, lagunenak.
- Gaztelaniaz kontsumitzen dituzte ikasle gehienek Instagrameko edukiak. Bigarren hizkuntzarik aipatuena ingelesa izan da. Panelkideen hamarretik bik, euskara aukeratu du.
- Egunean behin baino gehiagotan sartzten direnen datua da handiena inkestatutako gazteen artean. Egunean behineko maiztasuna da ondoren gehien aipatzen dena, eta jarraian asteen 2-5 aldizkako. Egunero behin baino gehiagotan maiztasunean, emakumeen kasuan, datu honek gora egiten du gizonezkoenarekin alderatzen badugu.
- Inkestatuetatik hirutik ia bik esan du denbora gutxiago pasako lukeela Instagramen. Emakumeek bereziki adierazi dute beraien kontsumoa jaitsi nahiko luketela. Gizonen kasuan, gehienek apur bat denbora gutxiago igaro nahiko lukeela esan du.
- Instagramen postureo gehiegi dagoela uste dute panelista gehienek. Gazteen ia laurdenak uste du aplikazioak denbora galtzeko baino ez duela balio. Instagramek gauzak erostera bultzatzen duela esaldiaren adostasun maila handiagoa da emakumeen kasuan.
- Panelisten artean, erabileran lehenengo postuan kokatzen den sare sozial honek oso nota ona jasotzen du ikasleen partetik. Bataz besteko emaitza 6,3 izan da.