

nikus
ker.

UNIBERTSITATEKO PANELA
TIKTOK
2023-2024

48. TXOSTENA. 2024KO URTARRILA



AURKIBIDEA

IKUSIKER	2
1. FITXA TEKNIKOA.....	3
2. EMAITZAK.....	4
TIKTOK	4
TIKTOKEN KONTUA DUTEN	4
TIKTOKEN ERABILERA MAIZTASUNA.....	6
TIKTOKEN EGUNERO PASATZEN DUTEN DENBORA	7
DENBORA GEHIAGO EDO GUTXIAGO PASAKO LUKETEN TIKTOKEN.....	9
TIKTOKERA KONKETATZEKO GAILUA	9
TIKTOK ZERTARAKO ERABILTZEN DUTEN	10
TIKTOKEKO EDUKIEN HIZKUNTZA	11
TIKTOKEKO SORTZAILEAK	11
TIKTOKERAKO EDUKIAK SORTZEN DITUZTEN	11
TIKTOKERAKO SORTZEN DITUZTEN EDUKI MOTAK	12
TIKTOKERAKO SORTZEN DITUZTEN EDUKIEN HIZKUNTZA.....	14
LABURREAN ESANDA	14

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



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 zortziehun 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 baiezkua 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 2024ko urtarrilaren 22tik 29ra bitartean TikTok sare sozialari buruz egindako inkestaren emaitzak. Guztira 2021 ikasleen erantzun baliagarri jaso dira.

2. EMAITZAK

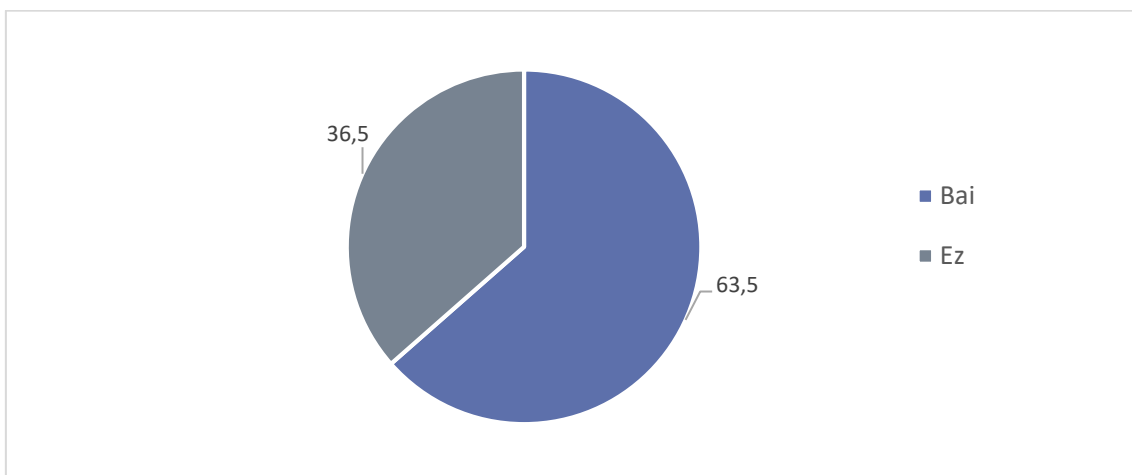
TIKTOK

IKUSIKER behategiak aurreko urteetan egin izan dituen ikerketek argi utzi dute TikTok sare sozialak gaztetxoenen artean duela arrakasta gehien, nahiz eta kontsumo hori adinean nagusiago direnen artean geroz eta gehiago hedatu den.

Hurrengo atal honetan, unibertsitariak TikTok egiten duten erabileran sakonduko da; besteak beste, kontua duten edo ez, zenbateko maiztasunarekin zabaltzen duten aplikazioa, edo egunero zenbat denbora eskaintzen dioten aztertu da.

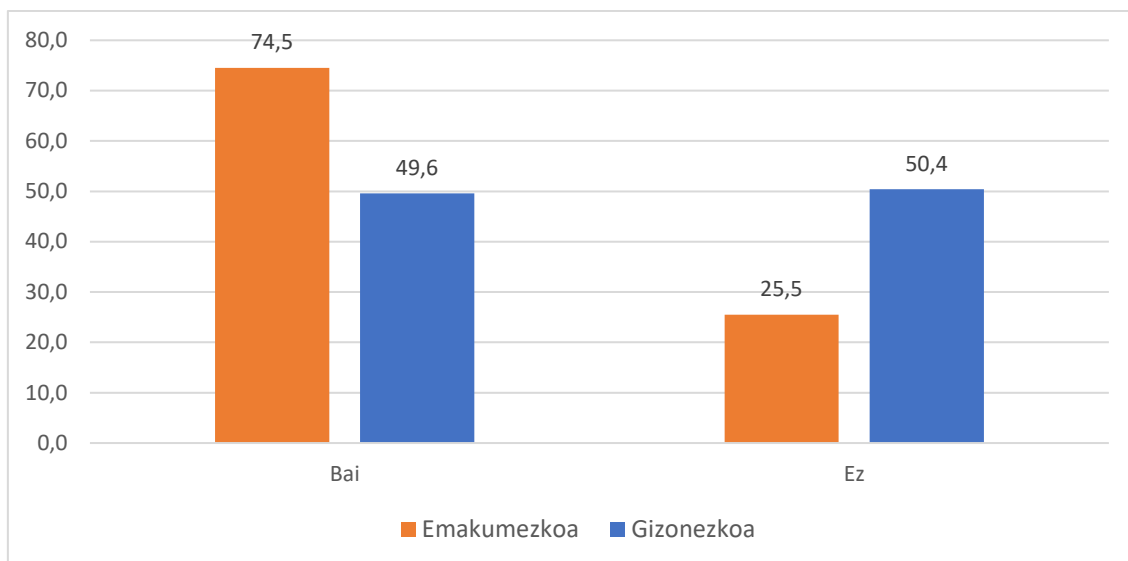
Beheko grafikoak erakusten du, sare sozialean kontua dutenak gehiago direla, baina Instagramen kontua dutenekin alderatzen badugu, datua kasu honetan, ez da bereziki handia.

1. Irudia- TikTok kontua duten



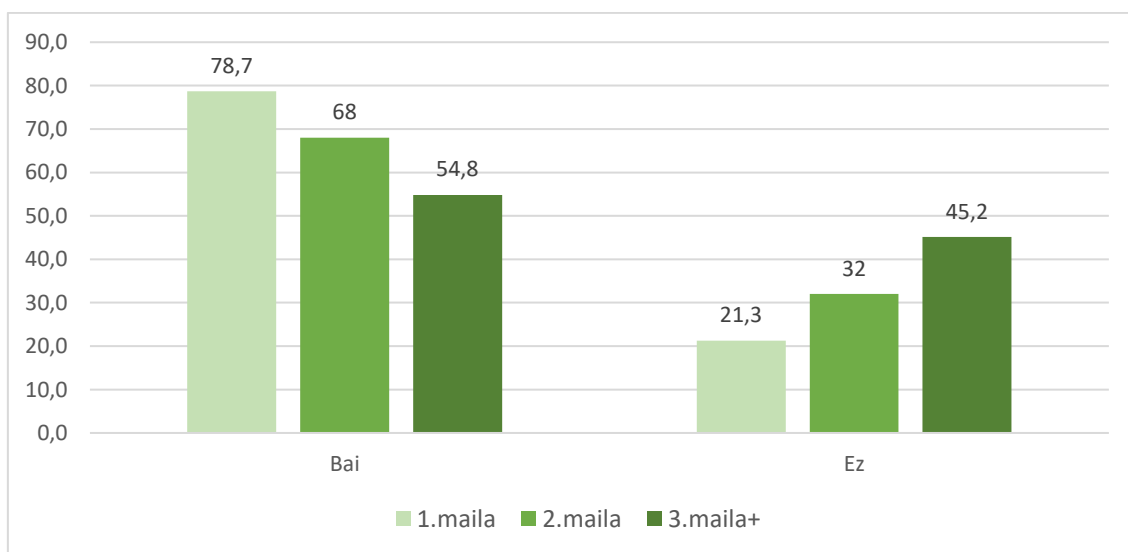
IKUSIKERrek 2018/2019ko ikasturtetik jasotako emaitzen arabera, handiagoa izan da beti emakumezkoen kontsumoa TikTok sare sozialean, eta ikasturte honetan ere, 25 puntuko aldearekin, horrela da, nahiz eta alde hori, urteekin geroz eta txikiago den.

2. Irudia- TikTok kontua duten, sexuaren arabera.



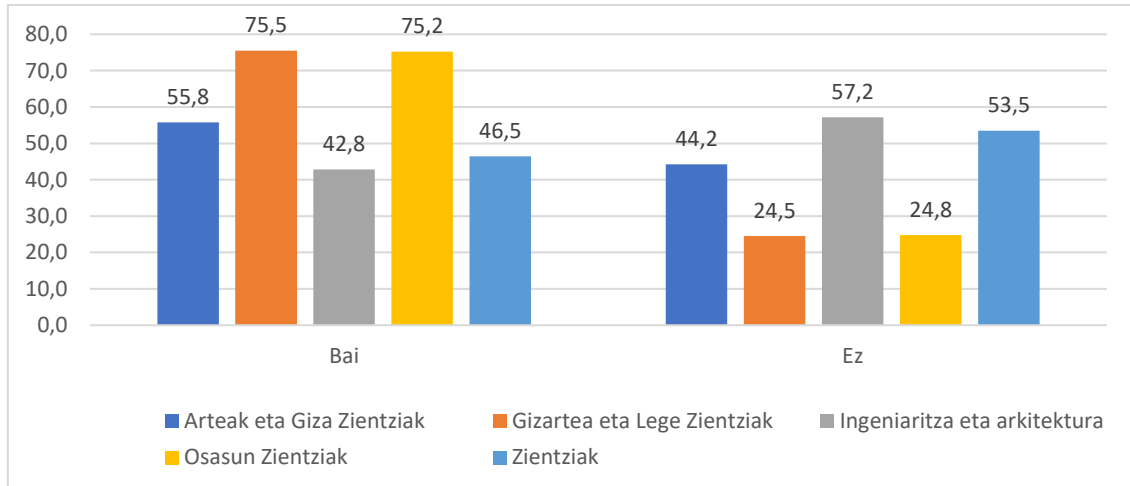
Ikasketa-mailan ere desberdintasun garrantzitsuak antzematen dira. Adinean gazteago direnek darabilte bereziki TikTok. 3. maila edo gehiagoko neska mutilak dira sare sozialera gutxien konektatzen direnak.

3. Irudia- TikTok kontua duten, ikasketa-mailaren arabera



Ikasketa-eremuaren arabera egindako azterketak erakusten du Gizarte eta Lege Zientziak, eta Osasun Zientzietako gazteak direla TikTokeko erabiltzaile sutsuenak. Kontsumo horren beste aldean kokatzen dira Ingeniaritza eta Arkitekturako ikasleak.

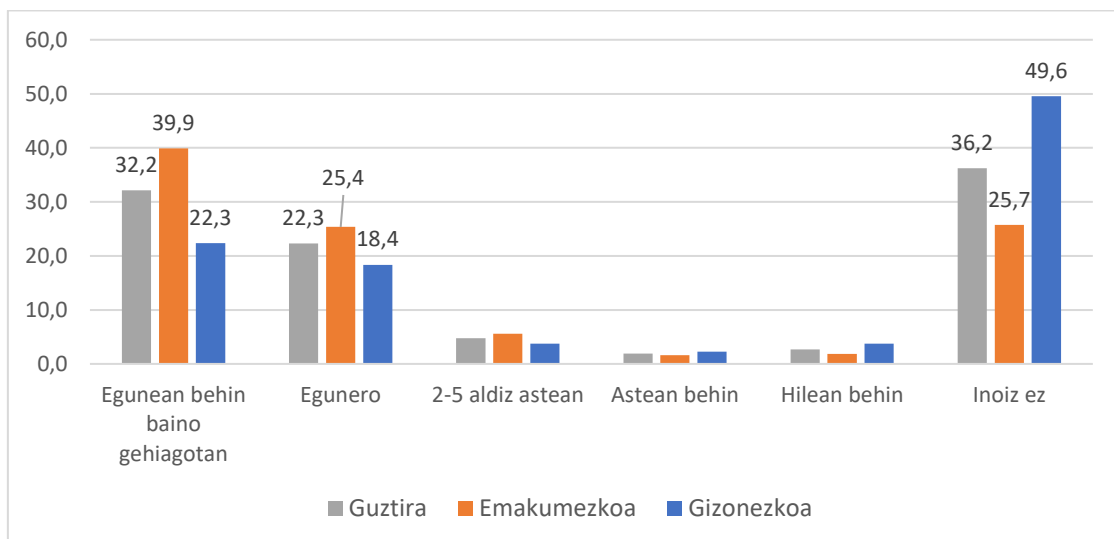
4. Irudia- TikTok kontua duten, ikasketa-eremuaren arabera



Erabilera maiztasunari dagokionez, muturreko egoera ematen dira: TikTok inoiz erabiltzen ez dutenen datua da handiena (% 36,2), baina hurrengo portzentajerik altuena, egunean behin baino gehiagotan darabiltenena da (% 32,1). Egunero TikTok sartzen direnak dira jarraian gehiengoa, eta noizbehinkako kontsumoetan ikasleen % 9 inguru kokatu da.

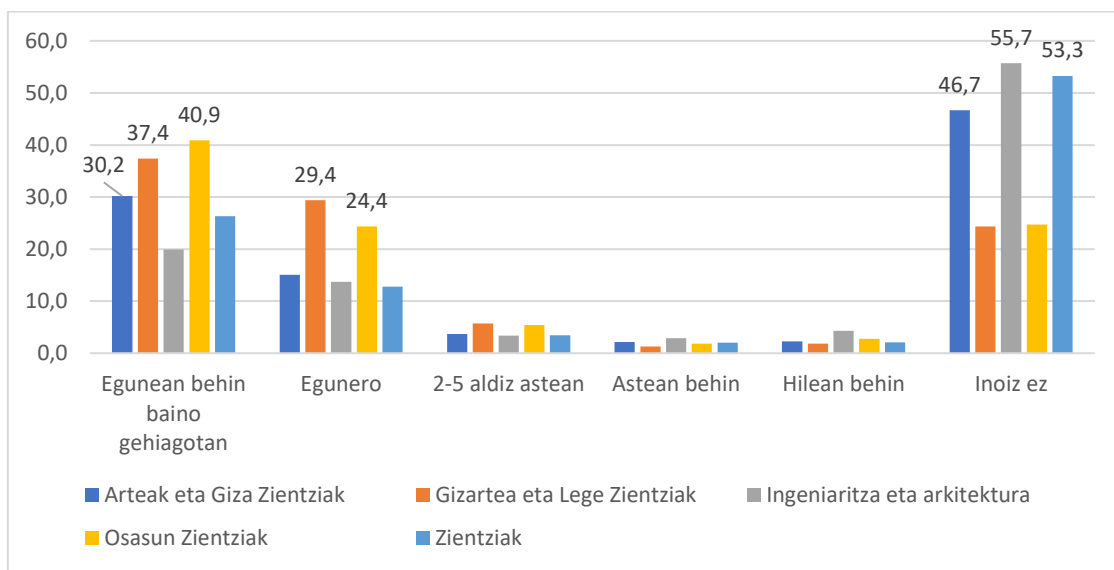
Grafikoak ere erakusten du gehiago direla egunero, edo egunean behineko maiztasunetan emakumezkoak, aldiz, sare soziala inoiz erabiltzen ez dutenen kasuan, gizonezkoak dira nagusi.

5. Irudia- TikTok erabiltzeko maiztasuna. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



Jakintza arloaren araberako azterketak ere datu esanguratsuak aurkezten dizkigu. Egunero eta egunean behineko maiztasunetan Gizartea eta Lege Zientzietako gazteak pilatzen dira, aldiz, TikToken inoiz sartzen ez direnen multzoan Ingeniaritza eta Arkitektura eta Zientzietako neska mutilak daude. Arteak eta Zientziak arloko ikasleak mutur bietan kokatzen dira.

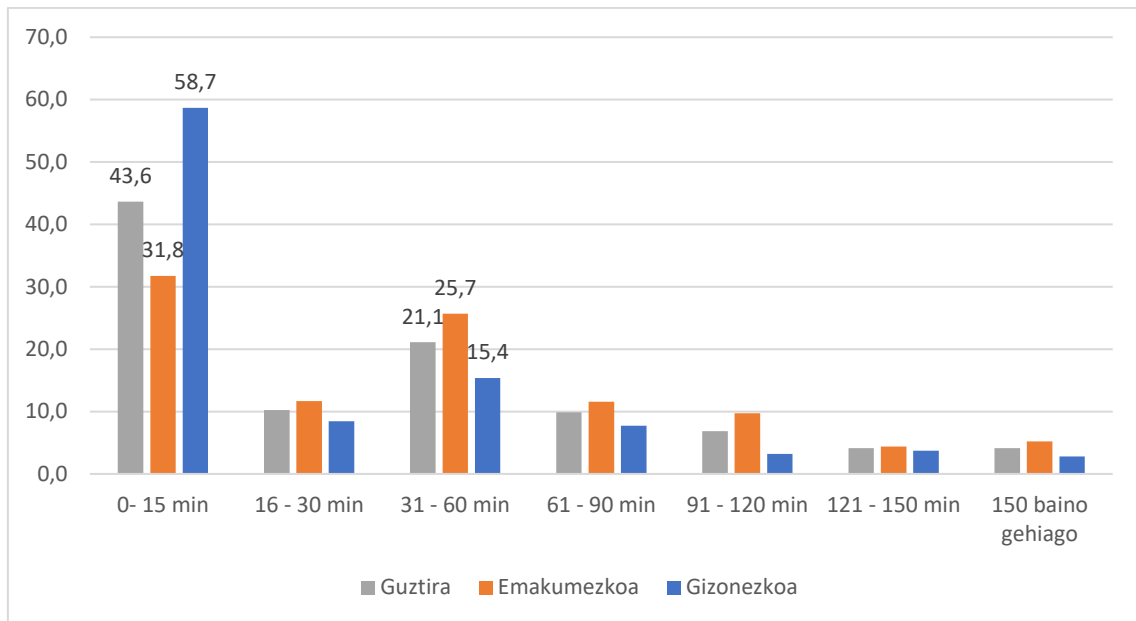
6.Irudia- TikTok erabiltzeko maiztasuna, ikasketa-eremuaren arabera.



Jarraian, muturreko kontsumoak sortzen dituen TikTok sare sozialean egunero gazteek pasatzen duten denbora zenbatekoa den aztertu da. 15 minutu baino gutxiago eskaintzen dizkiote gehienek (% 43,6), eta ordu erdi eta ordubete bitartean gazteen hamarretik bik (% 21,1).

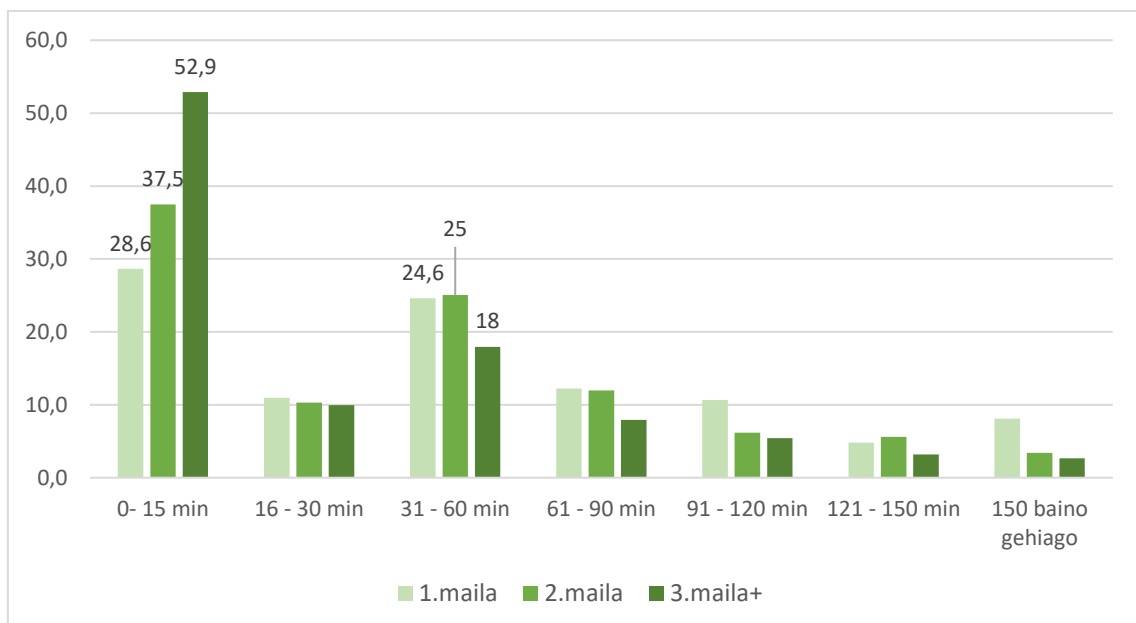
Mutilak kokatu dira nagusiki 15 minutu beherako tartetan, aldiz, emakumezkoak denbora tarte oso desberdinetan zabaltzen dute beraien kontsumoa.

7. Irudia- TikToken egunero pasatzen duten denbora. Orokorra eta sexuaren arabera.



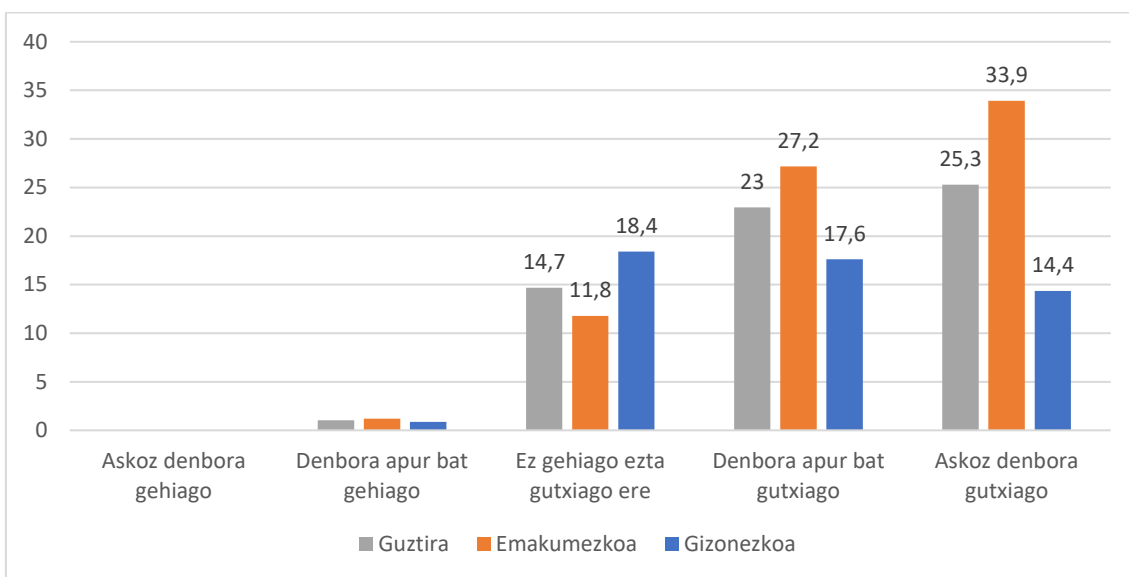
Eta ikasketa-mailarekin berdina gertatzen da. Gazteenek kontsumo denbora handiagoak izaten dituzte, aldiz, nagusiago direnak denbora tarte laburragoetan pilatzen dira.

8. Irudia- TikToken egunero pasatzen duten denbora. Ikasketa-mailaren arabera



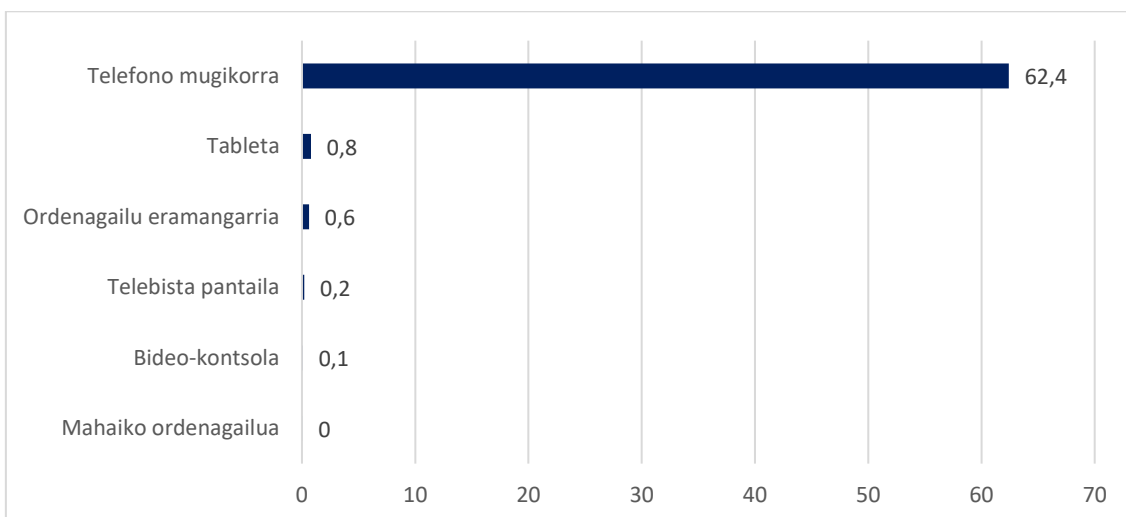
Beste sare sozialetan ez bezala, kasu honetan, ikasle batek berak ere ez du adierazi TikToken denbora gehiago pasatu nahiko lukeela. Gehienak, sare sozial honi denbora gutxiago eskaini nahiko liokete (% 25,3k askoz denbora gutxiago, eta % 22,9k apur bat gutxiago).

9. Irudia- Aukera izango balute, TikToken denbora gehiago edo gutxiago pasatuko luketen. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



Panelkideen hamarretik seik baino gehiagok telefono mugikorra erabiltzen du TikTokera konektatzeko. Gainerako gailuen erabilera ez da % 1era iristen.

10. Irudia -TikTokera konektatzeko erabiltzen duten gailua

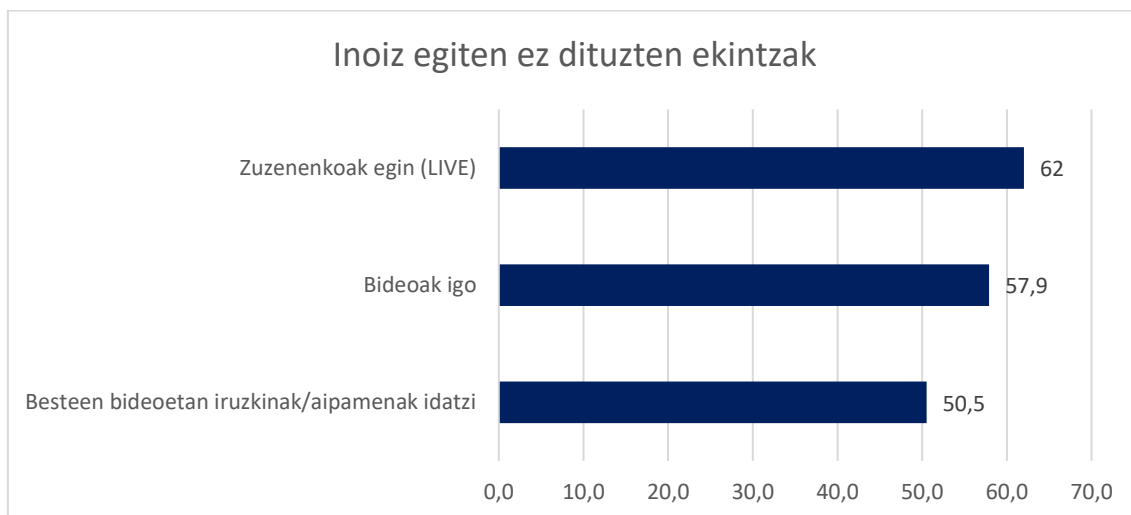
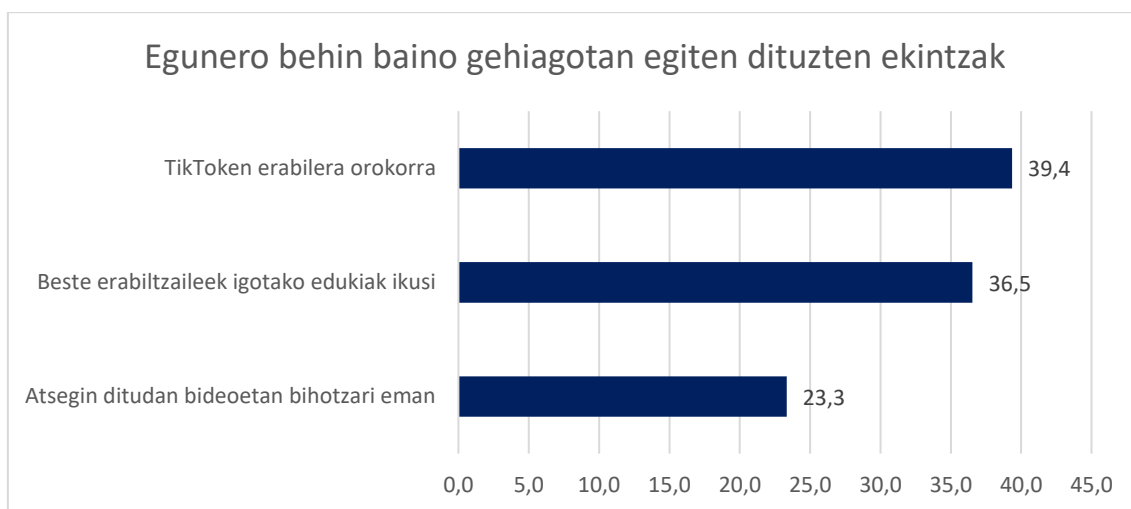


Jarraian, TikTokeko baliabideen erabileraren gaineko azterketa bat egin da. Beheko bi grafikoek erakusten dutenez, unibertsitari gehiago pilatu dira, ekintza desberdinak inoiz ez, edo oso gutxitan egiten dituztenen multzoan.

Egunean behin baino gehiagotan darabilte TikTok % 39,3k erabilera orokorrerako, eta % 36,5ek beste erabiltzaileen bideoak ikusteko. Atsegin dituzten edukiei bihotzari ematen diotenak hamarretik bi baino ez dira.

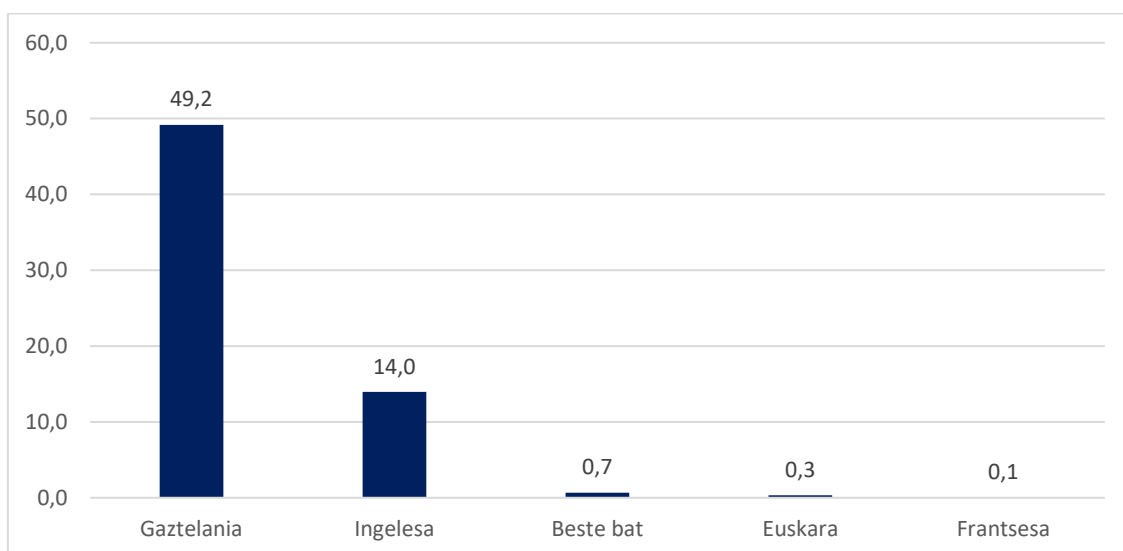
Zuzenekoak dira TikToken panelkideek gutxien egiten dutena. Sortzaile baino, gehiago dira erabiltzaile, izan ere % ia 58k ez ditu inoiz ez bideoak igotzen sare sozial honetara. Era berean, inkestatuen erdiak esan du, ez duela inoiz aipamenik edo iruzkinik idazten besteen edukietan.

11. Irudiak -TikTokeko baliabideen erabilera maiztasuna



Gaztelania da hizkuntzarik aukeratuena TikTokeko edukiak ikusteko. Ingelesa izan da ondoren aipatuena ia % 14ko portzentajearekin. Euskararen eta gainontzeko hizkuntzen pisua ez da % 1era iristen.

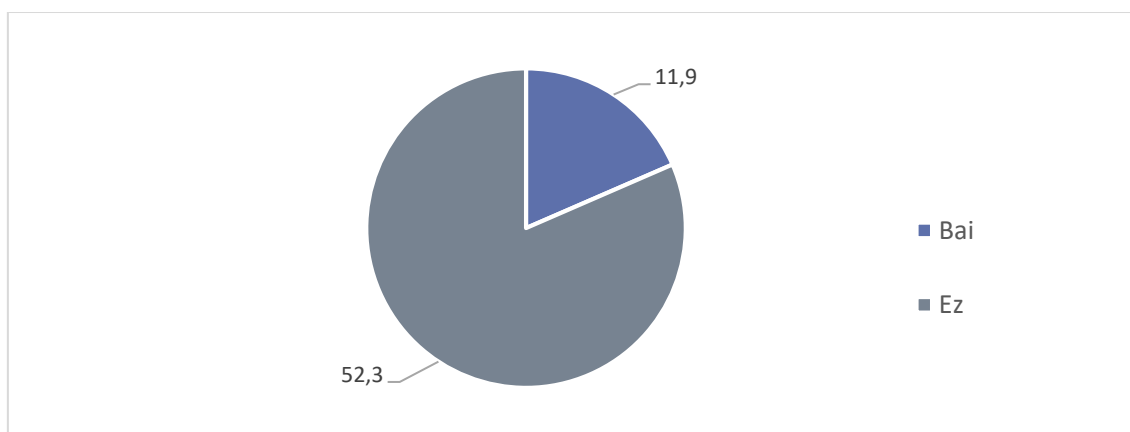
12. Irudia -TikToken ikusten dituzten ikus-entzunezkoen hizkuntza



TIKTOKEN EGILE MODURA

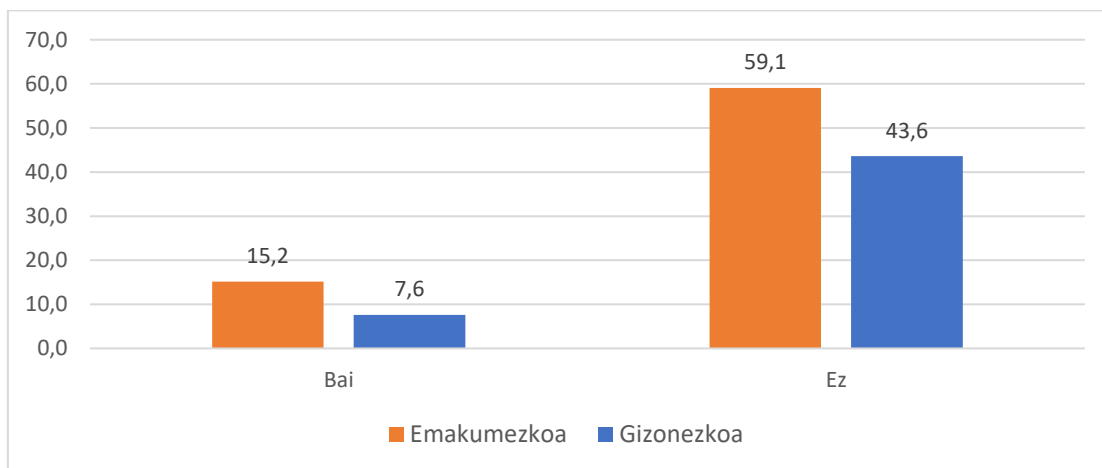
Azken atal honetan, TikTok sare sozialean egile modura edukiak sortu eta igotzen dituzten kontsumoetara hurbilduko gara.

13. Irudia -TikTokera bideoak igotzen dituzten



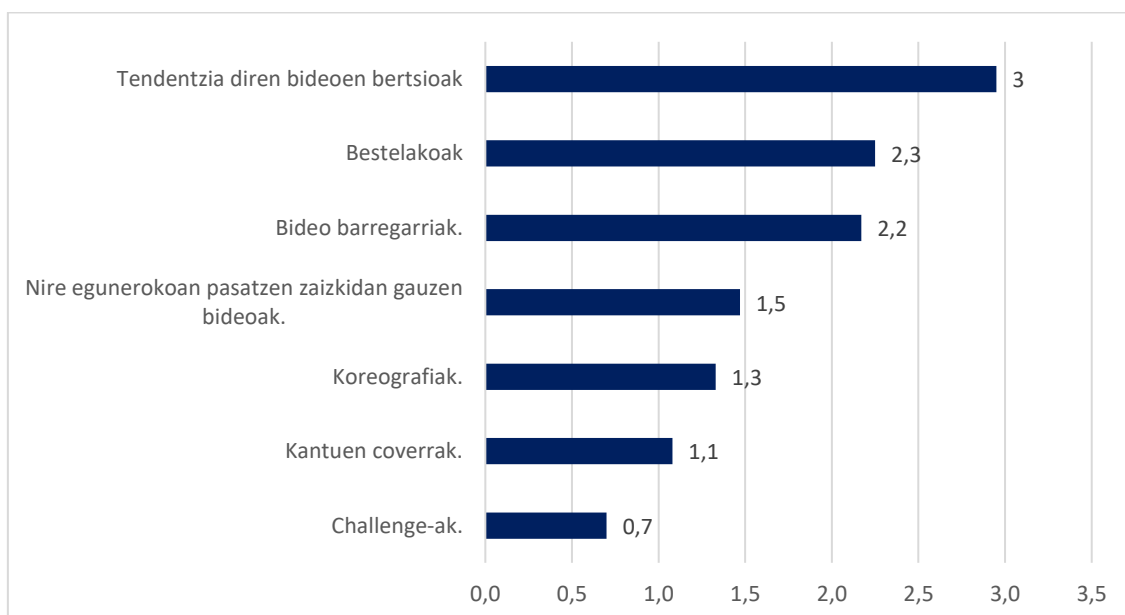
Emakumeak dira gehiago erabileran, eta baita TikTokerako edukiak sortzerako orduan ere, nahiz eta datua txikiak izan. Grafikoak erakusten duen moduan, batzuek eta besteek ez dute sare sozial honetarako ikus-entzunezkorik egiteko ohiturarik.

14. Irudia -TikTokera bideoak igotzen dituzten, sexuaren arabera



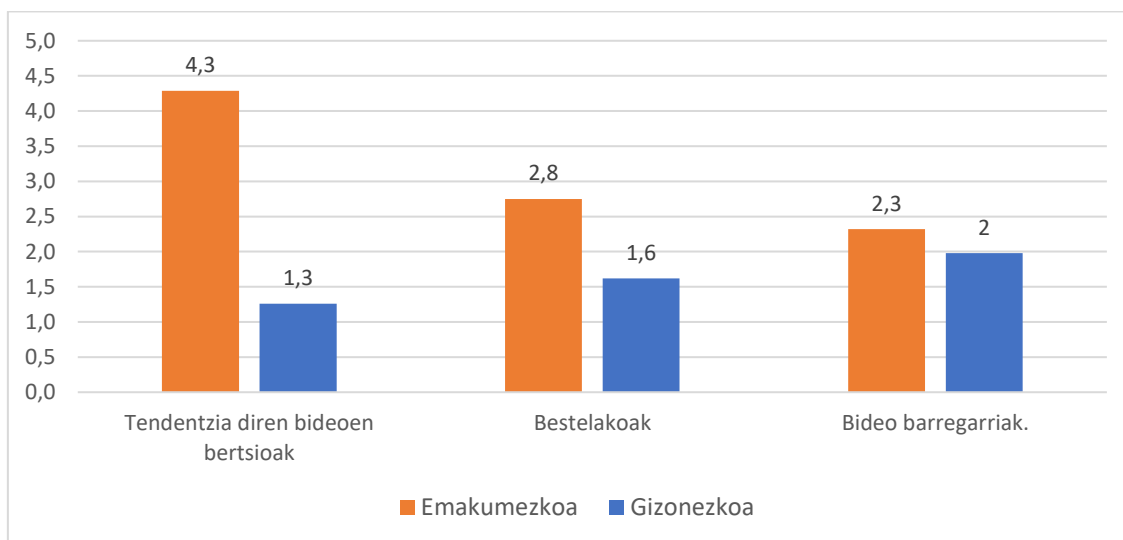
Eta igotzen dituzten eduki gutxi horien kasuan, batik bat tendentzia diren bideoen bertsioak izaten dira. “Bestelako” aukera horretan pilatu dira ondoren panelkide gehien, eta kasu honetan, beraiek egindako bidaien bideoak, beraiek sortutako artelanak, eta lagunekin zeudela grabatutako bideoak aipatu dituzte gehien.

15. Irudia -TikTokera igotzea gehien atsegin dituzten bideo motak



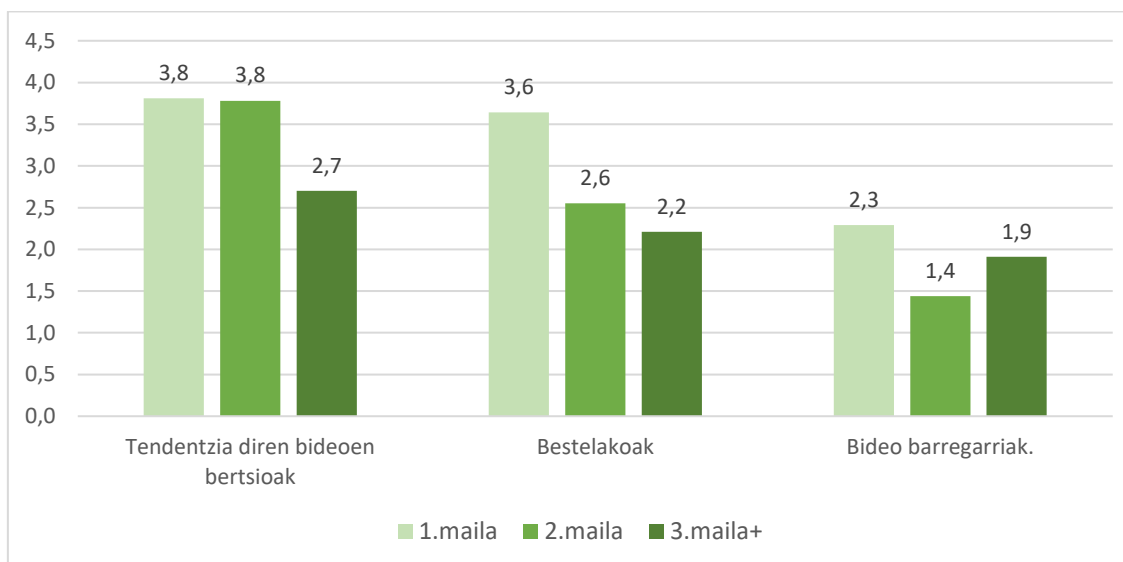
TikTokerako sortzen dituzten eduki guztietan, gai batekoak izan edo bestekoak, neskak gailentzen dira. Egia da halaber, tendentzia diren bideoetan, datua askozaz handiago dela emakumeei dagokienez, aldiz, portzentaje berdintsuak ikusten dira bideo barregarrien kasuan.

16. Irudia -TikTokera igotzea gehien atsegin dituzten bideo motak, sexuaren arabera



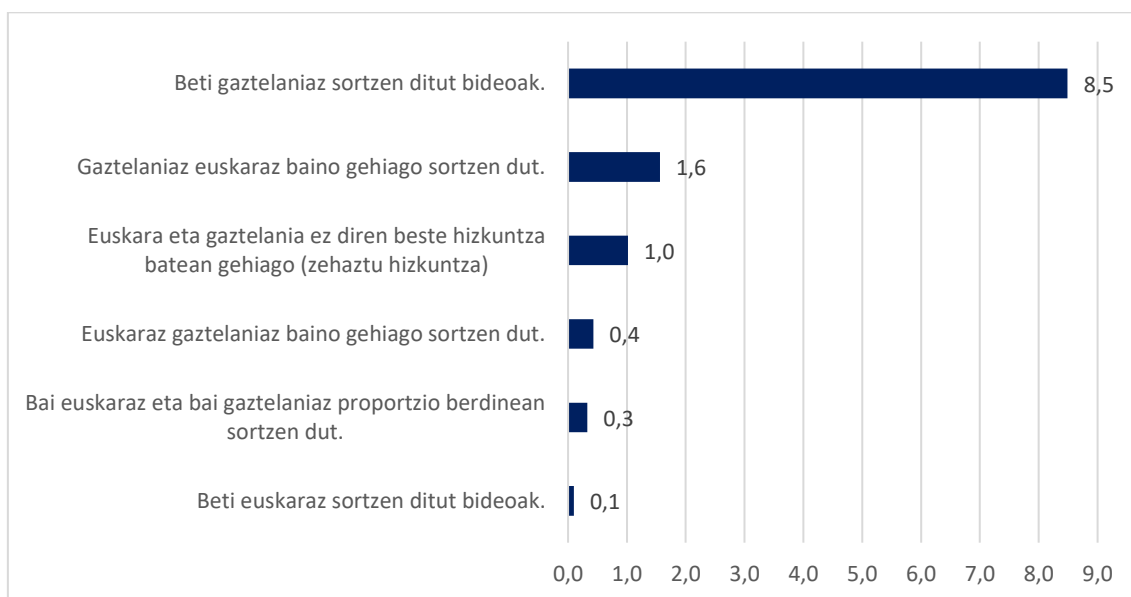
Hurrengo grafikoak erakusten du, erabileran bezala, sortzaile modura ere gehiago direla 1. mailako ikasleak. 2.mailako neska mutilak dira ondoren aktiboena, bereziki tendentzia diren bideoen bertsioak egiten.

17. Irudia -TikTokera igotzea gehien atsegin dituzten bideo motak, ikasketa-mailaren arabera



Hizkuntzari dagokionez, gaztelania nagusi, alde handiarekin. Euskara hutsean, edo euskaraz gaztelaniaz baino gehiago sortzen dutenen kasuan, datuak ez du % 1 gainditzen.

18. Irudia -TikTokera igotzen dituzten edukien hizkuntza



LABURREAN ESANDA

- Ikasleen hamarretik seik kontua dauka TikTok sare sozialean, eta gehiago dira emakumezkoak. Adinean gazteago direnek darabilte bereziki. 3. maila edo gehiagoko neska mutilak dira sare sozial hau gutxien erabiltzen dutenak. Ikasketa-eremuari dagokionez, Gizarte eta Lege Zientziak, eta Osasun Zientzietako gazteak dira erabiltzaile sutsuenak. Kontsumo horren beste aldean kokatzen dira Ingeniaritza eta Arkitekturako ikasleak.

- Erabilera maiztasunari dagokionez, muturreko egoera ematen da: TikTok inoiz erabiltzen ez dutenen datua da handiena (% 36,2), baina hurrengo ehunekorik handiena, egunean behin baino gehiagotan darabiltenena da (% 32,1). Eguneroko maiztasunetan emakumezkoak, aldiz, sare soziala inoiz erabiltzen ez dutenen kasuan, gizonezkoak dira nagusi.

- . 15 minutu baino gutxiago eskaintzen dizkiote gehienek TikToki. Mutilak kokatu dira nagusiki 15 minutu beherako tartetan, aldiz, emakumezkoak denbora tarte oso desberdinetan zabaltzen dute beraien kontsumoa. Gazteenek minutu gehiago eskaintzen dizkiote sare sozialari, aldiz, nagusiago direnak gutxiago konektatzen dira.
- Ikasle batek berak ere ez du adierazi TikToken denbora gehiago pasatu nahiko lukeela. Gehienak, sare sozial honi denbora gutxiago eskaini nahiko liokete
- Panelkideen hamarretik sei pasatxok telefono mugikorra erabiltzen du konektatzeko. Gainerako gailuen erabilera ez da % 1era iristen.
- Sare sozialaren erabilera orokorra egiten dute gehienek. Zuzenekoak dira TikToken panelkideek gutxien egiten dutena. Sortzaile baino, erabiltzaile dira, izan ere, erdiak baino zertxobait gehiagok ez ditu inoiz sare sozialera bideoak igotzen.
- Gaztelania da hizkuntzarik aukeratuena edukiak ikusteko. Ingelesa izan da ondoren aipatuena.
- TikTokerako edukiak sortzen, emakumeak dira gehiago, nahiz eta datua txikia izan. Igotzen dituzten eduki gutxi horien kasuan, batik bat tendentzia diren bideoen bertsioak izaten dira.
- Hizkuntzari dagokionez, gaztelania da nagusi, alde handiarekin. Euskara hutsean, edo euskaraz, gaztelaniaz baino gehiago sortzen dutenen kasuan, datuak ez du % 1 gainditzen.