



Unibertsitateko panela:

Instagram

60. TXOSTENA · 2025EKO ABENDUA



AURKIBIDEA

IKUSIKER.....	2
1. FITXA TEKNIKOA.....	3
2. EMAITZAK.....	4
Interneten/sare sozialetan eta telebistan ikusitako azken edukiak.....	4
Sare sozialen erabilera.....	8
Instagram	12
LABURREAN.....	19
Instagram	19
IKUSIKER.....	20

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 IKUSIKER Behategia eta gaur egun NOR Ikerketa Taldeaz gain beste erakunde hauek osatzen dute: EITB, Kulturaren Euskal Behatokia, Euskararen Erakunde Publikoa eta Euskarabidea.

NOR ikerketa taldearen kodea da: IT1438-22. Ikerketa hau EHUn US24/29 deialdiaren barruan kokatzen da.



EHUko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea.

Sarriena auzoa z/g. 48940. Leioa (Bizkaia).

+34 747 414 355

ikusiker@ehu.eus

Nola aipatu: Ikusiker Behategia (2025): *Instagram. 60. txostena.*

Egileak: Edorta Arana Arrieta, Bea Narbaiza Amillategi, Garazi Sanchez Murciano, Ane Zugaza Goienetxea, Xabier Tirapu Intxaurren, Mikel Peña Sarrionandia, Itziar Zorita Agirre, Maialen Goirizelaia Altuna, Jone Hernandez Perez de Gereñu eta Uxue Zendagortagalartza Velasco.

www.ikusiker.eus

Ikerketa hau burutzeko Aztiker Soziologia Ikerlanean laguntza jaso da eta Encuestafacil aplikazioa erabili da *online* galdetegiak betetzeko.



1. FITXA TEKNIKOA

2025-2026 ikasturtean, IKUSIKERen Unibertsitateko panelean bat egiten dute Euskal Herriko Unibertsitateko (EHU) eta Nafarroako Unibertsitate Publikoko (UPNA/NUP) 3760. 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 bost galdetegiak, hilean behingo maiztasunarekin.

Txosten honetan aurkitu daitezke 2025eko azaroaren 5 eta 13 bitartean Instagrami buruz egindako inkestaren emaitzak. Guztira, 3025 ikasleren erantzun baliagarri jaso dira.

IKUSIKERen Unibertsitateko panela EHUKo eta UPNA/NUPEko ikasle guztien errepresentagarri da. Unibertso horren kopurua lortzeko, laginaren datuen gaineko ponderazioa egiten da, eta horretarako, aldagai hauek erabiltzen dira:

- Generoa
- Unibertsitatea
- Probintzia
- Ikasketa eremua
- Ikasketa-maila

2. EMAITZAK

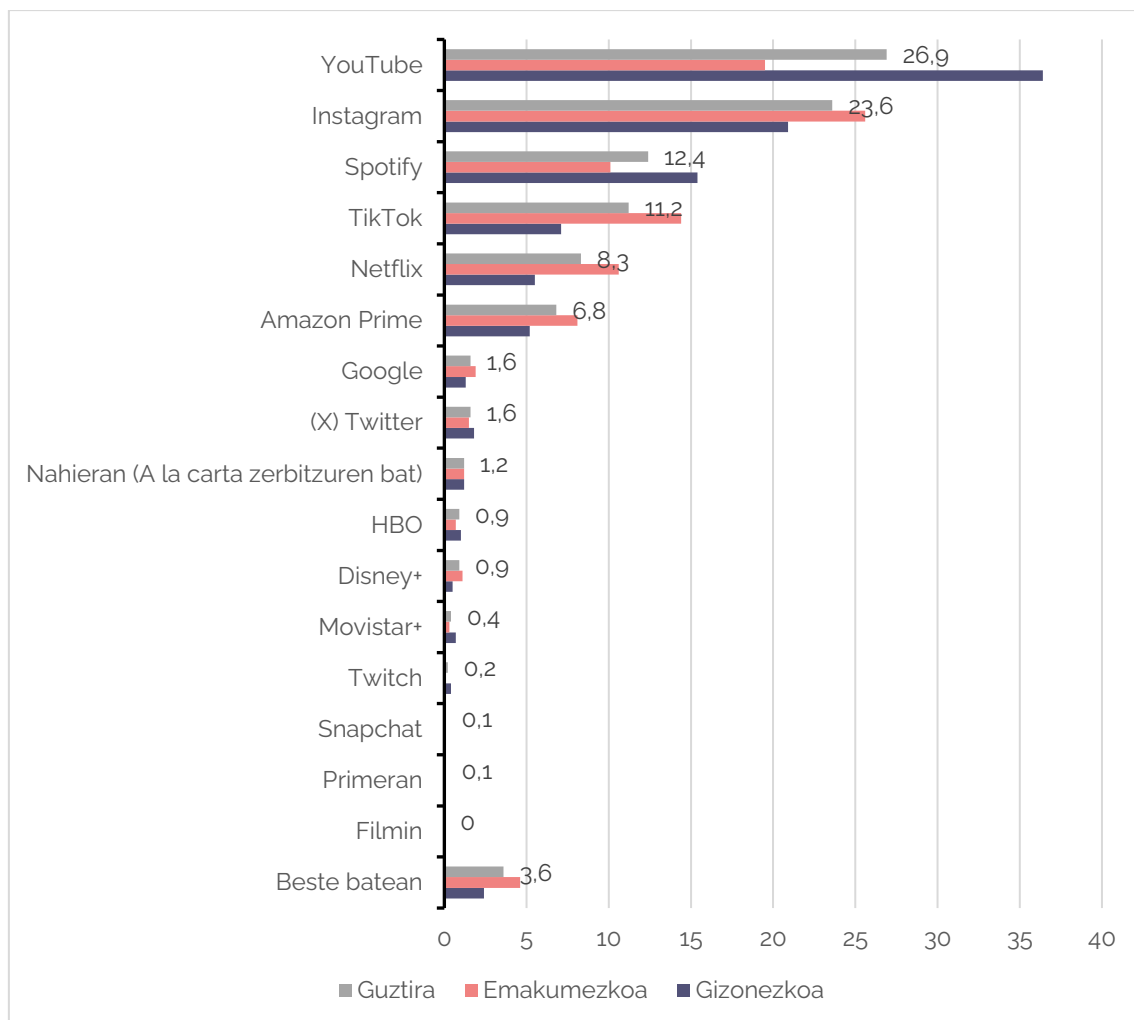
INTERNETEN/SARE SOZIALETAN ETA TELEBISTAN IKUSITAKO AZKEN EDUKIAK

Lehen atal honetan, unibertsitarioek ikusi dituzten azken edukien gaineko informazioa zehazten da, hasieran, interneten edo sare sozialetan ikusitakoak eta gero telebistatik gogoratzen dituztenak.

Galdera honek, bat-batean burura datozkien ikus-entzunezko edukiak (*top-of-mind*) zeintzuk diren argitzen du eta, modu horretara, unibertsitarioek dituzten gustuak eta zaletasunak zeintzuk diren, bolo-bolo dabiltzan ikus-entzunezkoen gaineko ikuspegi argia emanez.

Interneteko edo sare sozialen edukien kasuan, panelkideen % 26,9k dio azken edukia YouTube plataforman ikusitakoa dela. Beste % 23,6k Instagramen kokatzen du eta ikasleen % 12,4k TikTok eta Spotify (% 11,2) izan dituzte interneten ikusitako azken edukien euskarri.

1. irudia: Interneten ikusitako azken edukiaren plataforma. Guztira eta generoaren arabera.

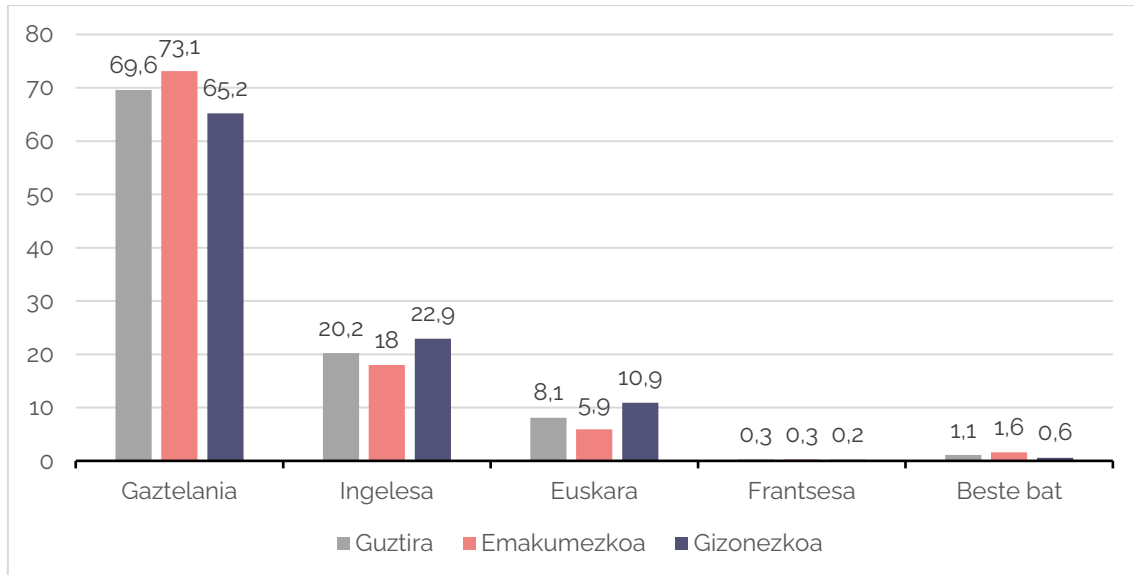


Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

Edozelan ere, irudiak erakusten duenez generoaren araberako alde handia dago. Gizonezkoek ikusi dituzten azken edukien artean YouTubekoak nagusitzen dira (% 36,4), Instagramen aurretik (% 20,9). Aldiz emakumezkoentzat Instagram (% 25,6), YouTube (% 19,5) eta TikTok % 14,4 dira aipatuena.

Behoko irudian azaltzen denez, hamar ikasletik ia-ia zazpi (% 69,6) gaztelaniazko edukiak aipatu dituzte azkenengo kontsumitutakoen artean eta % 20,2k ingelesezkoak. Interneten ikusitako azken edukia euskarazkoa izan dutenen kopurua %8,1 da (iazko kopurua bikoiztuz).

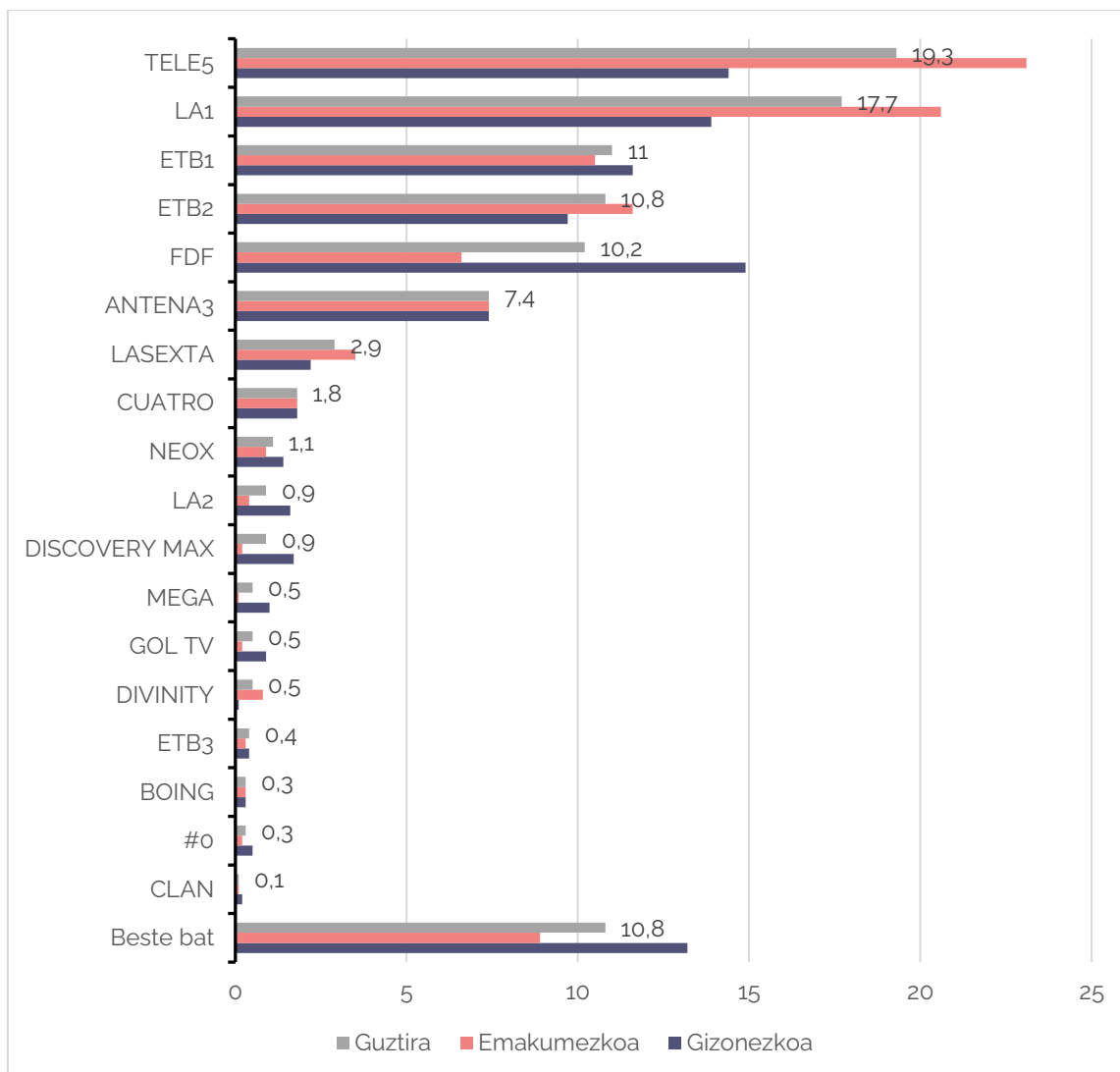
2. irudia: Interneten edo sare sozialetan ikusitako azken edukiaren hizkuntza. Guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

Telebistan ikusi duten azkena zein kanalean izan den eta edukiaren hizkuntzari erreparatuko dizkiegu ondoko lerroetan. Hasteko, kontuan hartu beharrekoa da aipatuenak diren telebista-kanalak Tele5 eta LA1 direla eta atzerago datozela ETB1 eta ETB2.

3. irudia: Zein telebista kanalean ikusi duten azken edukia. Guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

Ikasleen % 19,3k azken edukia Tele5n ikusi du. Koska bat beherako dago La1. Eta bi kasu horietan, dezente handiagoak dira ehunekoak emakumeen artean. Aitzitik, hirugarren eta laugarren postuetan kokatzen diren ETBko bi kanaletan, paretsu daude genero bietakoak. Hori bai, gizonezkoen % 14,9k FDF kanal tematikoa aipatzen du eta emakumezkoen dagokionez % 6,6k baino ez.

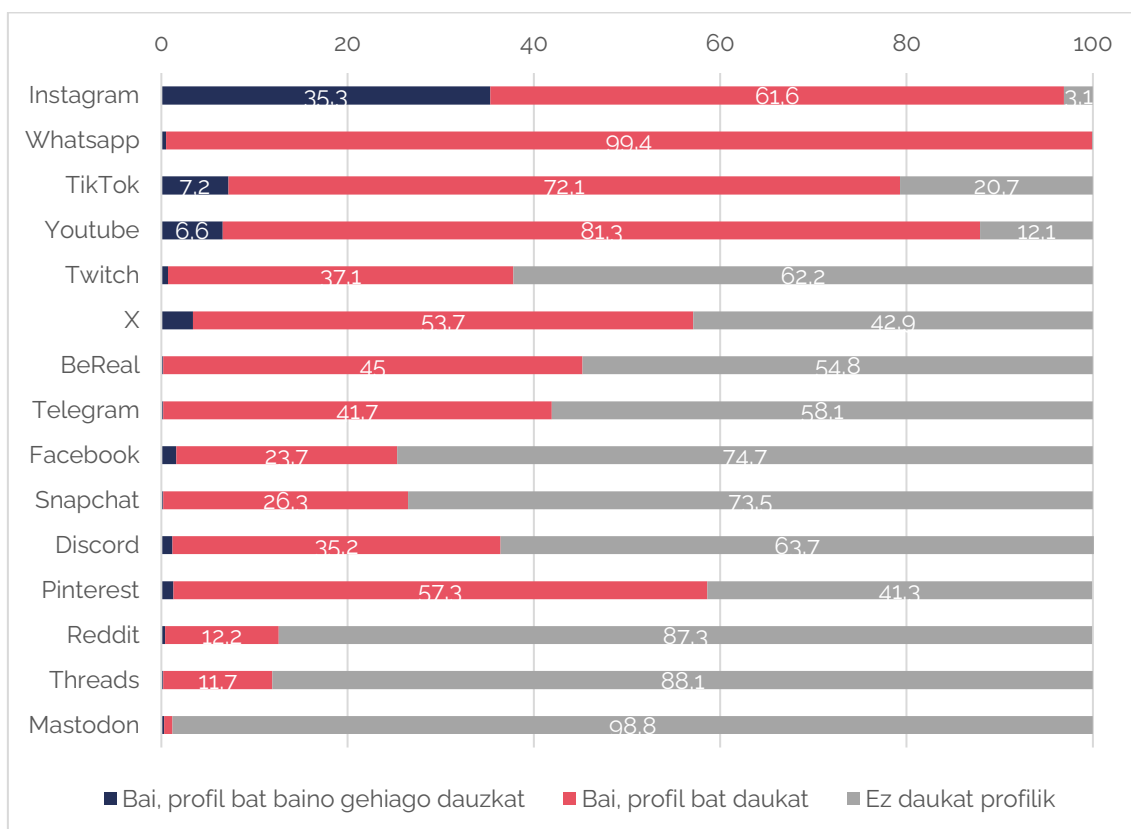
Goiko grafikotik deduzitu daitekeenez, ikusitako azken telebistako edukietatik euskarazkoen kopurua % 11 da, gainerakoan emisioa gaztelaniaz izanik.

SARE SOZIALEN ERABILERA

Unibertsitateko gazteek eskura eduki eta baliatzen dituzten sare sozialen zerrenda azalduko da ondorengo pasarteetan. Hortik aurrera, erabilera gehiago dituzten aplikazioetan murgilduko gara hainbat zehaztasun eskainiz.

Hamar ikaslelik bederatziren bueltan Whatsappen (% 99,4), Instagramen (% 96,9) eta YouTubeen (% 87,9) kontuak dituzte eta generoaren arabera dagoen arren, ezin da zalantzan jarri hiru horiek direla gaur-gaurkoz arrakasta gehien daukatenak. Atzetik, orpoz orpo, datorkie baina TikTok, ehuneko 79,3arekin, eta ia baino % 15,2 gorago.

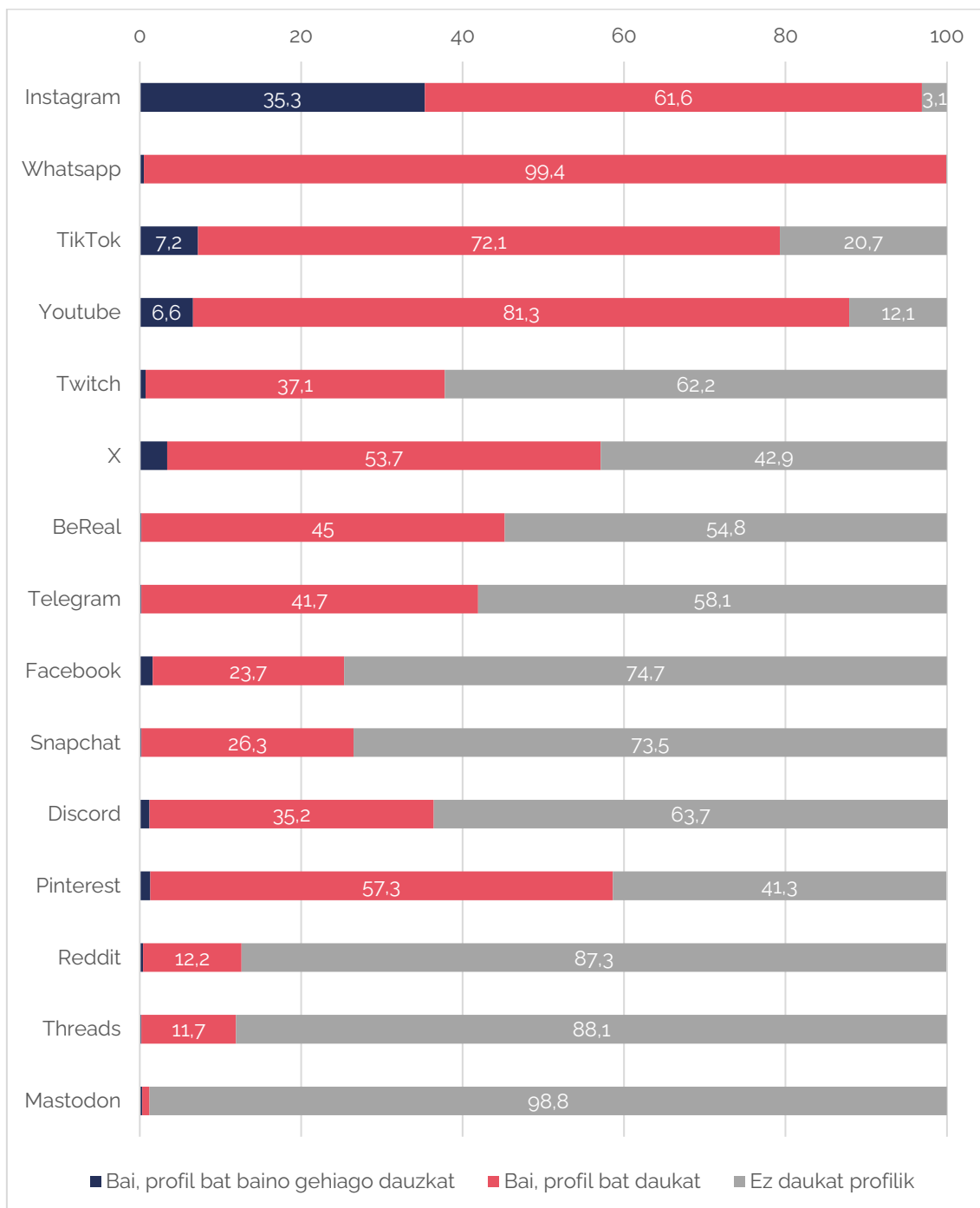
4. irudia: Erabiltzen dituzten sare sozialak. Guzтира.



Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

Unibertsitateko ikasleen generoari erreparaturaz, antzera dabilta biak Instagrami dagokionez. Baina Twitchen, YouTubeen eta maila apalagoan Xn mutilak aurretik jartzen dira (% 99,7, % 92,2 eta % 64, hurrenez hurren). Aldiz nesken pisua banatuago dago sare sozial desberdinetan eta TikTok bakarrik kokatzen dira mutilen aurretik (% 86,2).

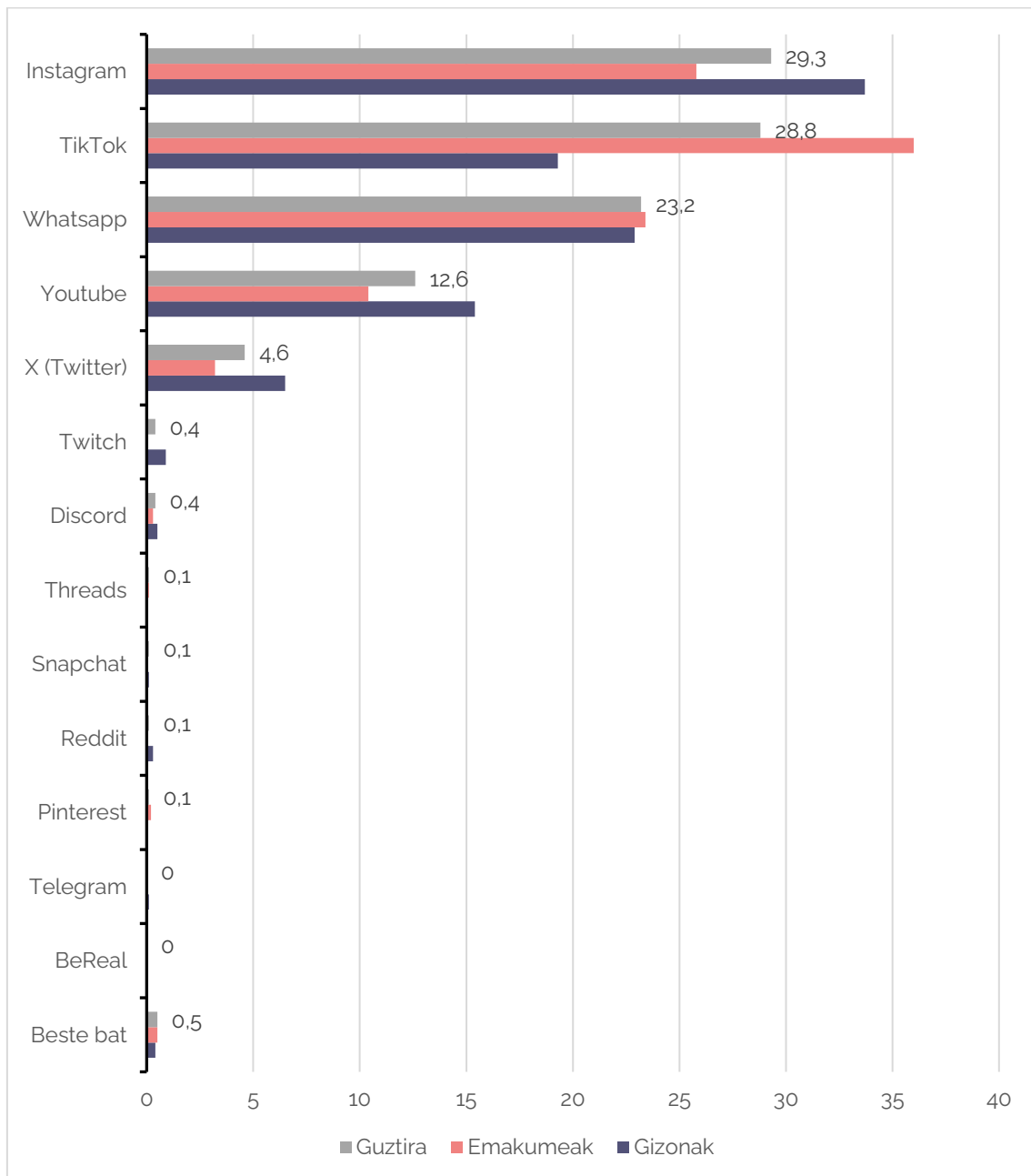
5. irudia: Erabiltzen dituzten sare sozialak. Generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

Jakin arren bat baino gehiago direla unibertsitateko ikasleek erabiltzen dituzten sare sozialak, eskatu zaienean bat lehenestea Instagram (% 29,3), TikTok (% 28,8) eta, atzerago, Whatsapp (% 23,2) aipatu dituzte. Horiek dira hobetsi dituztenak, generoaren arabera desberdintasunak dauden arren, segidako irudietan ikusi daitekeenez.

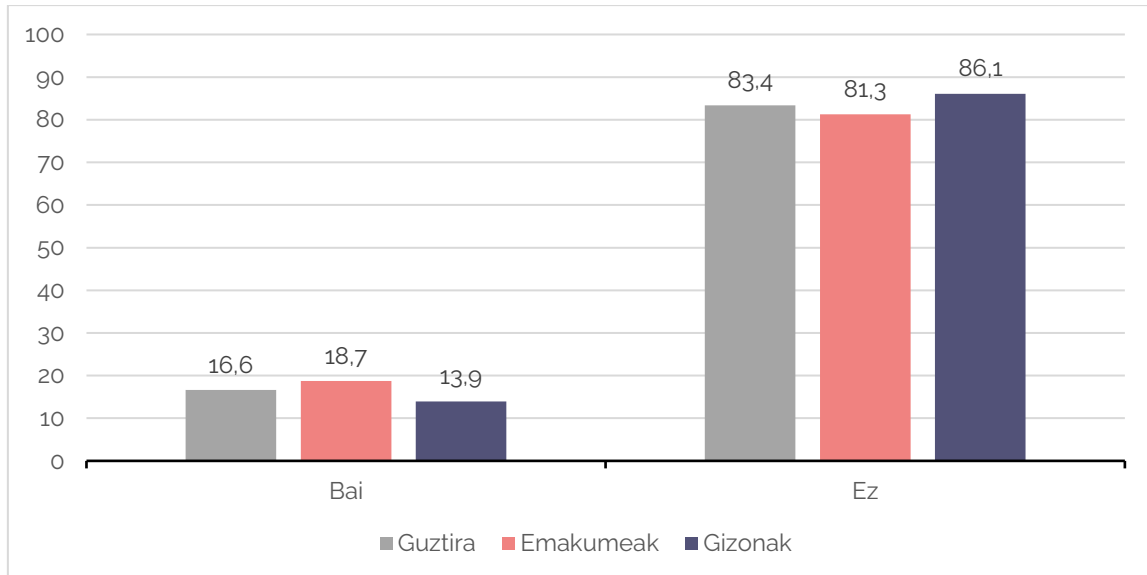
6. irudia: Gehien erabiltzen duten sare sozialak. Guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

Emakumezkoen artean, TikTok (% 36) agertzen da nabarmendua eta gizonezkoen kasuan Instragramek dauka pisu gehien (% 33,7). Besteen gainetik erabiltzen duten sare soziala Whatsapp zehaztu dutenen artean antzerako proportzioan daude neskak eta mutilak. Aurreko urteetako emaitzetan bezala, YouTube eta X azpimarratu dutenen artean gehiago dira mutilak.

7. irudia: Sare sozialetan egiten duten kontsumoa murrizteko aplikazioaren bat instalatuta daukatenak. Guztira eta generoaren arabera.



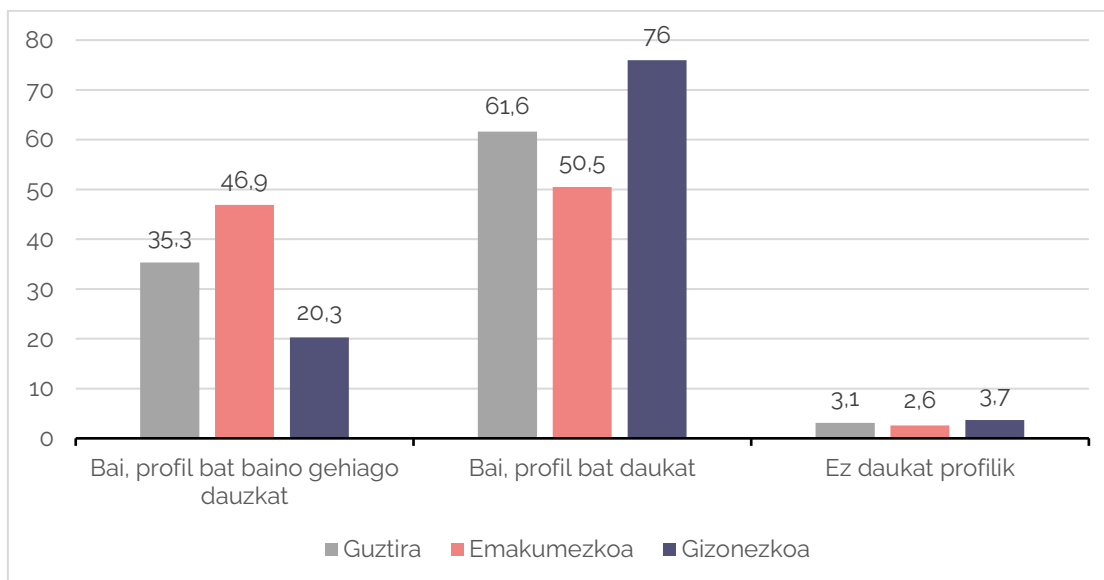
Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

INSTAGRAM

IKUSIKER ikerketan parte hartzen duten unibertsitarioentzat Instagram eta TikTok direnez gehien erabiltzen dituzten sare sozialak, lehenari eskainiko dizkiogu ondoko pasarteak. Hasteko, Instagramen irismena, maiztasuna eta denbora dedikazioaz arituko gara. Gero sare sozial hau erabiltzeko zergatietan eta balorazioetan murgilduko gara. Kasu guztietan emaitzen azalpenean generoari erreparatuko diogu.

Hasteko beraz, aztertuko dugu Instagram noraino dagoen presente unibertsitatean ikasten dutenen artean.

8. irudia: Instagramen kontua edukitzea. Guztira eta generoaren arabera.

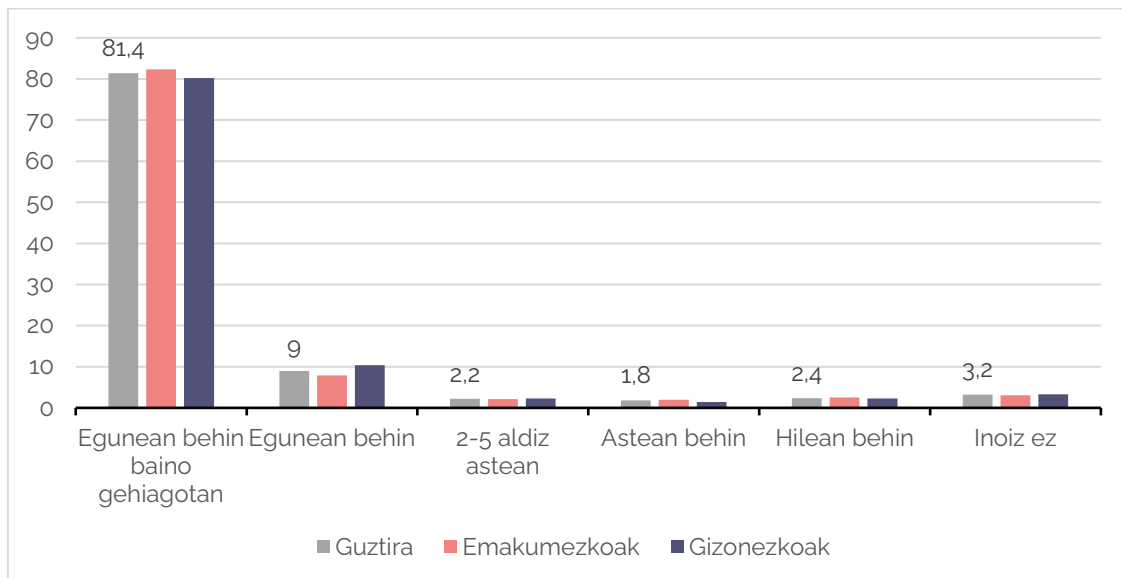


Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

Inkesta erantzun dutenetatik % 96,9k kontua dauka Instagramen eta horietatik % 61,6k profil bakarra eta beste % 35,3k bat baino gehiago. Antzerako proportzioan erabiltzen dute sare sozial hau neskek eta mutilek, baina dezente altuagoa da nesken artean kontu bat baino gehiago daukatenen ehunekoa.

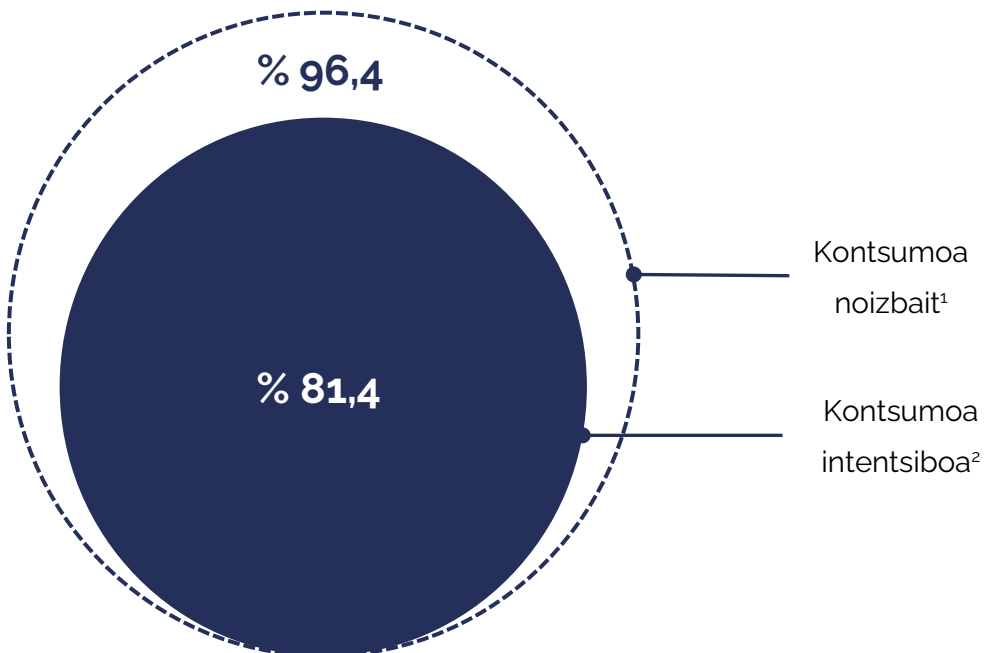
Instagramekin daukaten kontaktuaren maiztasuna, eguneko zein unetan gauzatzen den eta zenbateko denbora eskaintzen dioten zehaztuko ditugu ondoko irudietan, esan bezala, generoaren arabera bereizketa eginez.

9. irudia. Instagramen erabilera maiztasuna. Guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

10. irudia. Erabilera maiztasun tipologiak.



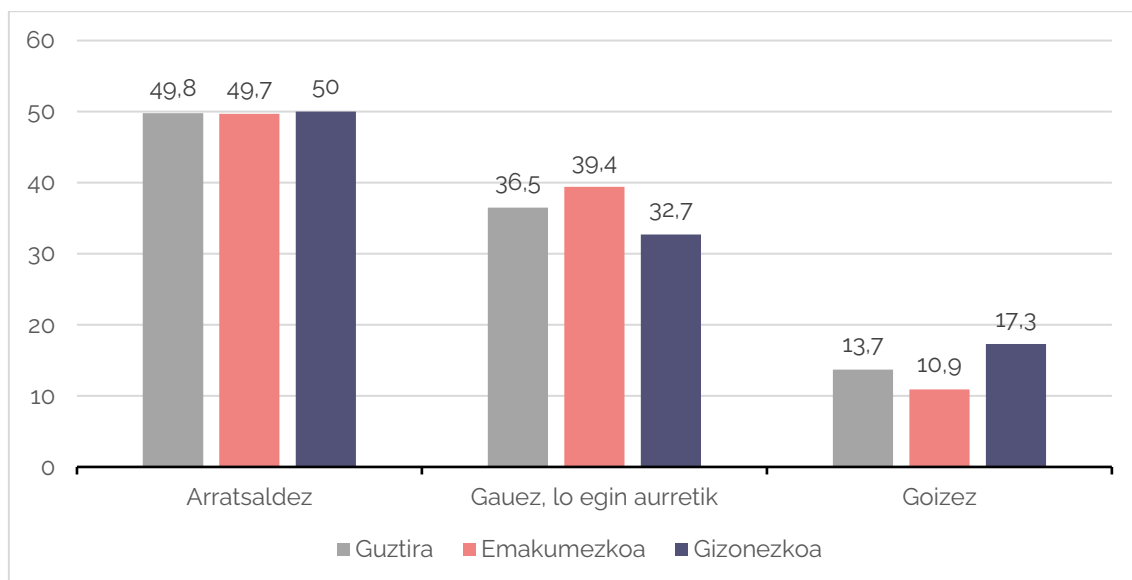
¹ Egunean behin baino gehiagotan + egunean behin + astean behin + astean 2-5 aldiz + hilean behin

² Egunean behin baino gehiagotan

Goiko irudian ikus daitekeenez, oso egunerokoa da gazteentzako Instagramera konektatzea (% 90,4). Egunean behin baino gehiagotan erabiltzen dutenen ehunekoa 81,4 da. Emakumezkoen artean kopuru hori altuagoa da (% 82,3), gizonezkoena % 80,2koa baita.

Instagramera gehien bat arratsaldez konektatzen dira eta ohitura horretan ez dago desberdintasun askorik nesken eta mutilen artean

11. irudia. Eguneko zein unetan konektatzen dira Instagramera. Guztira eta generoaren arabera.

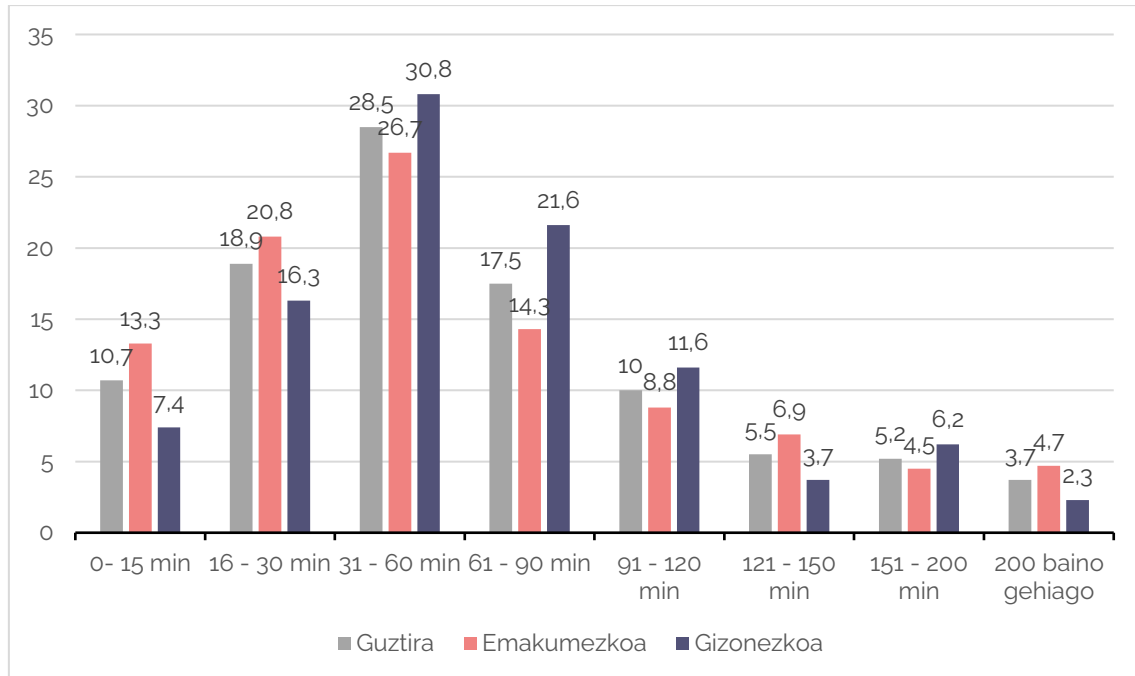


Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

Goiko irudiak erakusten duen bezala, hirutik bat pasatxo lo egin aurretik aritzen da Instagramen. Bereziki goizez konektatzen direnen kopurua % 13,7 da.

Ondoren, erabilera baino sare sozial honetan ikasleek egunero igarotzen duten minutu kopurua aztertuko dugu. Hiru multzo definitzen dira beheko grafikoan: minutu kopuru apalekoen (0-30 minutu) ehunekoa 29,6 da, ordu erdi eta ordu bete artekoena % 28,5 eta kontsumo altuak dituztenak (61 minututik bi ordu artekoa) % 23,7.

12. irudia: Instagramen egunean pasatzen duten denbora. Guztira eta generoaren arabera.

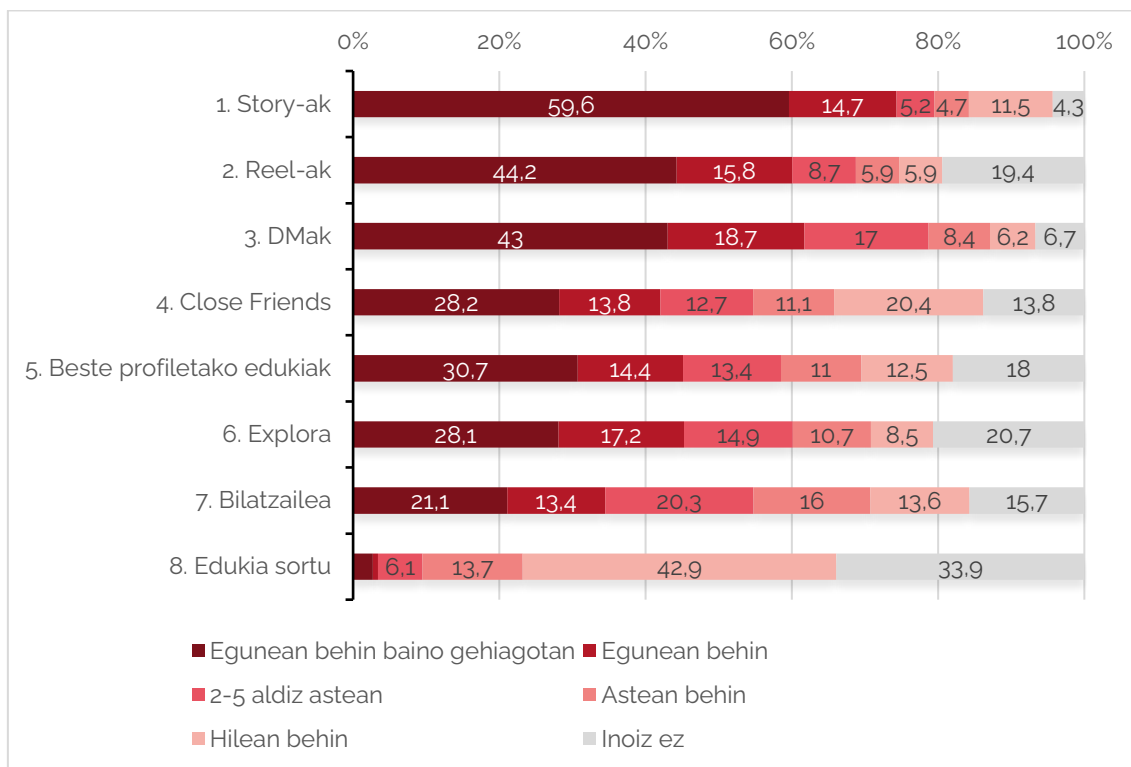


Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

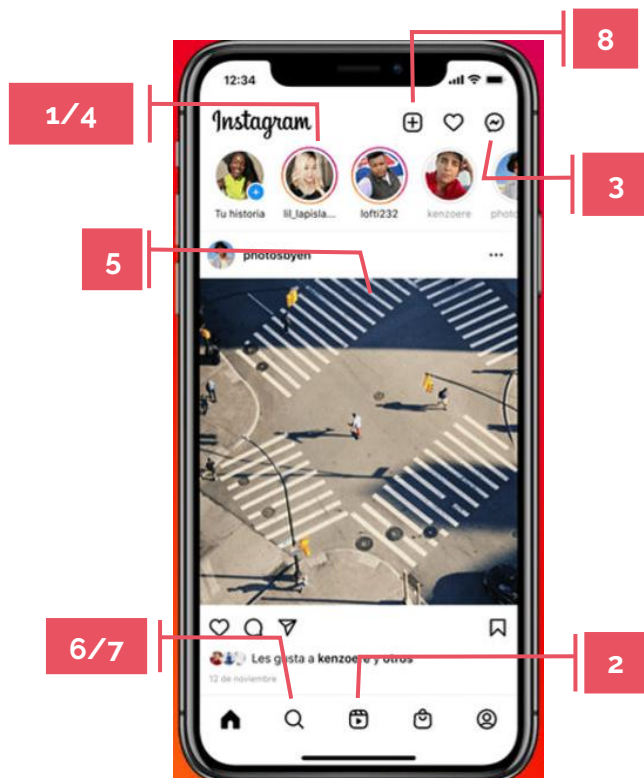
Apur bat handiagoa da ordu erditik beherako kontsumoaldia duten unibertsitarioen ehuneko pilatua. Bereziki emakumezkoen artean markatuagoa da kontsumo laburrak dituztenen ehunekoa. Instagramen konektatuta 31 minututik gora pasatzen duten gizonezkoen proportzioa dezente handiagoa da.

Segidan azalduko diren irudietan, unibertsitarioek Instagram zertarako erabiltzen duten ikusiko dugu. Horretarako, unibertsitateko ikasleei galdetu zaie, besteak beste, zeregin hauek zenbatetan egiten dituzten: Storyak edo Reelak ikusi, DMak erabili, *Close Friends* edota *Explora* bezalako errekurtsuez baliatu. Banan-banan aletuko ditugu emaitzak.

13. irudia: Instagrameko funtzioen erabilera. Ehunekoak guztira.



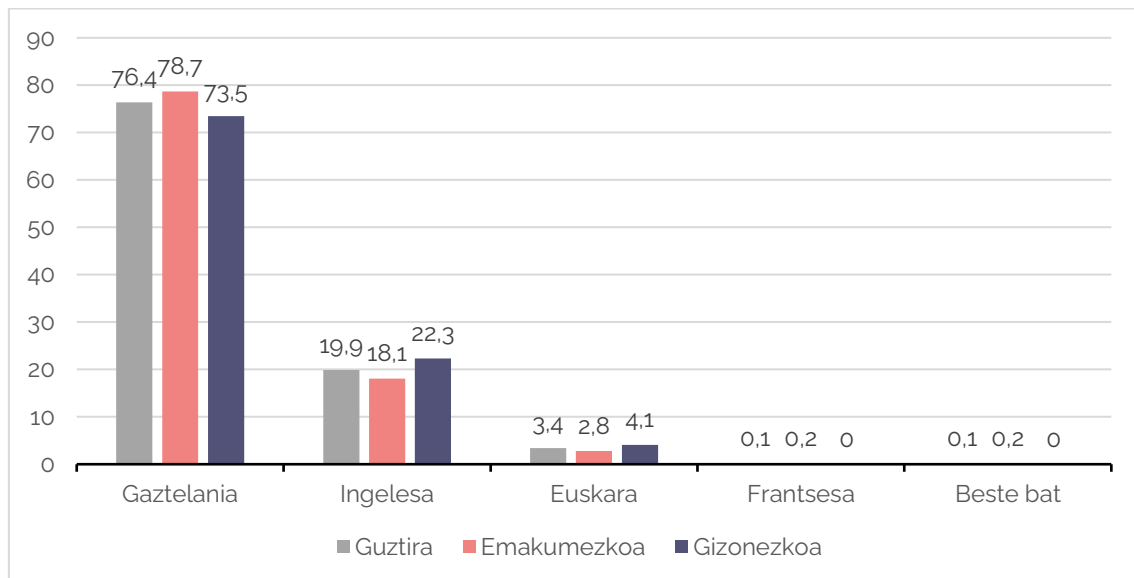
Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa



Irudiak agerian uzten duen bezala, Storyak dira maiztasun handieneko errekurtsioak: egunean behin baino gehiagotan aritzen da unibertsitarioen % 59,6 eta egunean behin beste % 14,7. Reekek ere badute bere lekua gazte hauen artean: % 44,2 eta % 15,8arekin. Direct Messages delakoen proportzioa aipatzeko modukoa da; egunean behin baino handiagoa % 42 eta egunean behin erabiltzen dutenena % 18,7. Gainerako baliabideen pisua apalagoa da, goiko irudian ikusi daitekeen bezala.

Hizkuntzen erabilerari dagokionez, gaztelania jartzen da beste guztien gainetik. Unibertsitarioen artean, Instagramen aritzen direnen, % 76,4k gaztelania hobesten du eta % 19,9 ingelesa.

14. irudia: Instagramen hizkuntzen erabilera. Guztira eta generoaren arabera

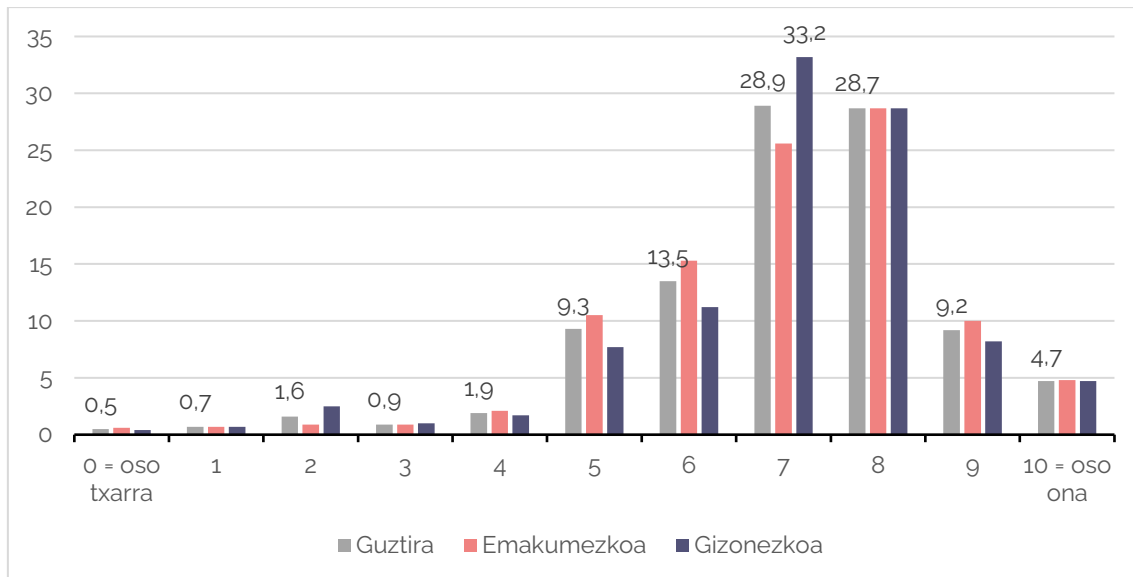


Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

Ez da antzematen desberdintasun handirik hizkuntzen erabileran generoari erreparatuz. Agian, gizonezkoek gehiagotan erabiltzen dutela Instagramen gaztelania ez den beste hizkuntzaren bat.

Amaitzeko, baloratiboagoa den galdera bat luzatu diegu ikasleei. Zerotik hamarrerako eskalan, Instagram ebaluatzeko eskatu diegu. Beheko irudiak erakusten duen bezala, 7-8 bitarteak kokatzen dira erantzun gehienak.

15. irudia: Instagramen gainerako balorazio orokorra. Guztira eta generoaren arabera



Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

Oso-oso apala da bostetik beherako erantzunen kopurua eta Instagram bikaina dela kontsideratzen dutenen ehunekoa 13,9 da. Ez da antzematen desberdintasun nabarmenik neska eta mutilen artean.

LABURREAN

- Unibertsitateko ikasleek sare sozialak eskura eduki eta baliatzen dituzte beraien egunerokoan. Hamarretik bederatzi inguru Whatsappen, Instagramen eta TikTok eta kontuak dituzte.
- Emakumezkoek gehien erabiltzen dituzten sare sozialean artean, TikTok (% 36) nagusitzen da, aldiz gizonezkoentzat Instagram da garrantzitsuena (% 33,7). Besteen gainetik erabiltzen duten sare soziala Whatsapp aipatu dutenen artean proportzio beretusan daude gazte guztiak. Ikasturtero bezala, mutilen artean altuagoa da YouTube eta X azpimarratzen dutenak.

INSTAGRAM

- Ikasle unibertsitarioen ia-ia guztiek daukate kontua Instagramen (% 96,9). Nesken kasuan, altuagoa da kontu bat baino gehiago erabiltzen dutenen ehunekoa.
- Instagramen hedadura lotuta dator erabilera-maiztasuna eta eskaintzen dioten denborarekin, genero eta adin guztietako ikasleen artean. Esaterako, "egunean behin baino gehiagotan" konektatzen direnen ehunekoa 81,4 da. Erabilera hori bereziki arratsalde izaten da. Egunero 30' arteko dedikazioa eskaintzen dion ikasle kopurua % 29,6 da. 30'-60' arteko kontsumoaldia dauka %28,5ek. Instagramen egunero 60-120 minutu artean pasatzen du % 23,7k.
- Instagramen unibertsitarioek dituzten erabilerei dagokionez, aipatzekoak dira Storyak eta Reelak ikustea. Orohar, gaztelania da nagusitzen den hizkuntza (% 76,4), ingelesa (% 19,9) eta euskararen (% 3,4) aurretik.
- Esandakoak esanda, unibertsitateko ikasleen % 57,6ren iritziz, Instagramek 7-8 arteko nota merezi du. Beste 13,9k bikainarekin puntuatzen du sare sozial hau.

IKUSIKER

IKUSIKER Ikus-entzunezkoen Behategiak gazteek ikus-entzunezkoak ikusteko eta IKT edo Informazio eta Komunikazio Teknologiak erabiltzeko ohiturak, moduak eta joerak aztertzen dituen behategia da.

IKUSIKER 2018/2019 ikasturtean sortu zen NOR Ikerketa Taldeak (IT1438-22) eta EITBk abiatutako IKUSIKER (US24/29) ikerketa-proiektuaren barruan. Gaur egun, EHU, EITB, Euskararen Erakunde Publikoa, Kulturaren Euskal Behatokia eta Euskarabidearen arteko elkarlanaren fruitu da.



EHUko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea.

Sarriena auzoa z/g. 48940. Leioa (Bizkaia).

+34 747 414 355

ikusiker@ehu.eus