



nikus
er.

UNIBERTSITATEKO PANELA
INFORMAZIOA ETA TELEBISTA
2023-2024

51. TXOSTENA. 2024KO EKAINA



AURKIBIDEA

IKUSIKER	2
1. FITXA TEKNIKOA	3
2. EMAITZAK	4
INFORMAZIOA	4
AKTUALITATEZKO INFORMAZIOAREKIKO INTERESA	4
ALBISTEAK NON IKUSTEN, ENTZUTEN EDO IRAKURTZEN DITUZTEN	6
SARE SOZIALAK INFORMAZIO-ITURRI MODURA ERABILTZEN DITUZTEN	6
SARE SOZIAL ERABILIENA INFORMAZIOA JASOTZEKO	9
INFORMAZIOA IKUSIZ, ENTZUNEZ EDO IRAKURRIZ JASOTZEN DUTEN.....	11
INFORMAZIOAREN JATORRIA	13
INFORMAZIOAREN FORMATUA.....	14
INFORMAZIOA SAHIESTEKO OHITURA DUTEN	16
INFORMAZIOA SAHIESTEKO ARRAZOIAK.....	18
"SINESGARRITASUN GUTXI DAUKATE SARE SOZIALETAKO ALBISTEEK"	20
"INFORMAZIOA EUSKARAZKO KOMUNIKABIDE LOKALEN BIDEZ JARRAITZEN DUT".....	20
"JENDEAREN IRITZIETAN ETA PORTAERETAN SARE SOZIALEK ERAGINA DUTE".....	21
"SARE SOZIALETAN IKUSITAKOAK ERAGINA IZANGO DU JENDEAK BOTOA AUKERATZERAKOAN".....	21
TELEBISTA INFORMAZIO-ITURRI MODURA	22
TELEBISTAKO ALBISTEGIAK IKUSTEKO MAIZTASUNA	23
TELEBISTAKO ALBISTEGIAK ZENBAT DENBORAZ IKUSTEN DITUZTEN	24
TELEBISTAKO ALBISTEGIAK IKUSTEKO KANALA	25
TELEBISTAKO ALBISTEGIEN SINESGARRITASUNA	27
TELEBISTA OROKORREAN	27
TELEBISTA IKUSTEKO MAIZTASUNA.....	28
TELEBISTAKO KANAL GUSTUKOENA	29
TELEBISTAKO EDUKI GUSTUKOENA.....	31
TELEBISTAKO EDUKIEN HIZKUNTZA	32
TELEBISTAKO EUSKARAZKO EDUKIEN KONTSUMOA	33
TELEBISTA LOKALEN KONTSUMOA	34
TELEBISTA LOKALEN EDUKI GUSTUKOENAK	35
TELEBISTARI NOTA.....	36
LABURREAN ESANDA	36

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 apirilaren 15etik 21era informazioa eta telebistari buruz egindako inkestaren emaitzak. Guztira 1758 ikasleen erantzun baliagarri jaso dira.

Dokumentuaren hasieran, UPV/EHUko eta UPNA/NUPEko ikasleen informazio kontsumoen neurketa egiten da, eta ondoren, gazteek telebista ikusteko duten ohituretan sakontzen da.

2. EMAITZAK

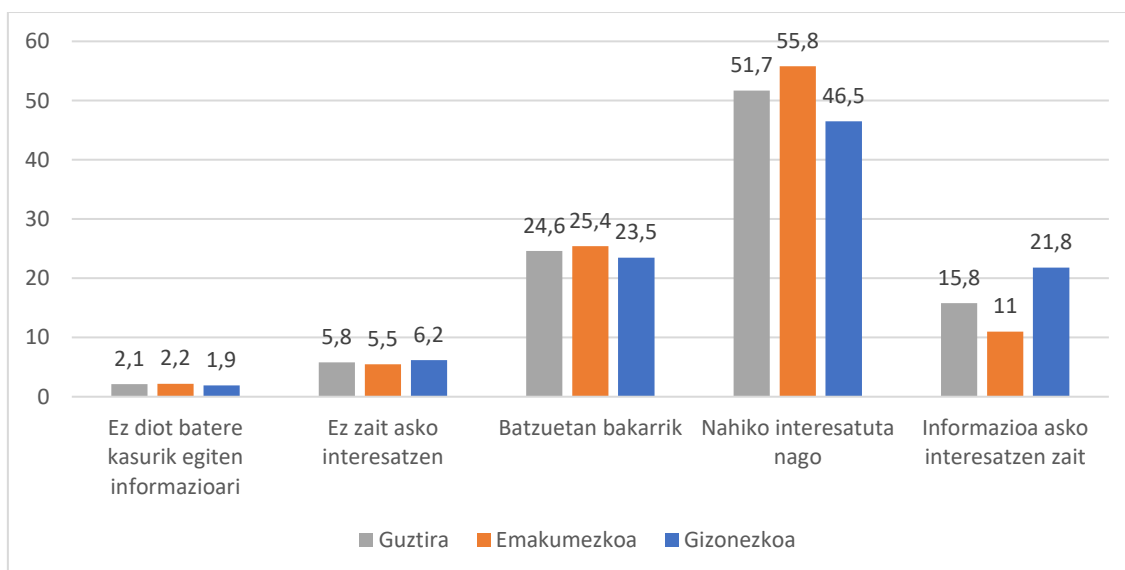
INFORMAZIOA

Informaziorako kanalak eta formatuak berrasmatu egin diren honetan, teknologia digitalek, internetek, eta bereziki sare sozialek, oso bestelako ekosistema mediatikoa eskaintzen diete gazteei. Jarraian, UPV/EHUko eta UPNA/NUPeko ikasleen informazio kontsumo joeren azterketa bat egingo da.

Hasteko, unibertsitateko ikasle hauei aktualitateko informazioak pizten dien interes maila neurtu nahi izan da. Azterketako datuek erakusten dute informazioa eduki interesgarria dela haintzat. Erdiari baino gehiagori nahiko interes pizten dio, eta ia % 16ri, interes handia. Soilik % 2,1ek adierazi du ez diola batere kasurik egiten, eta % 5,8ri ez zaio gehiegi interesatzen.

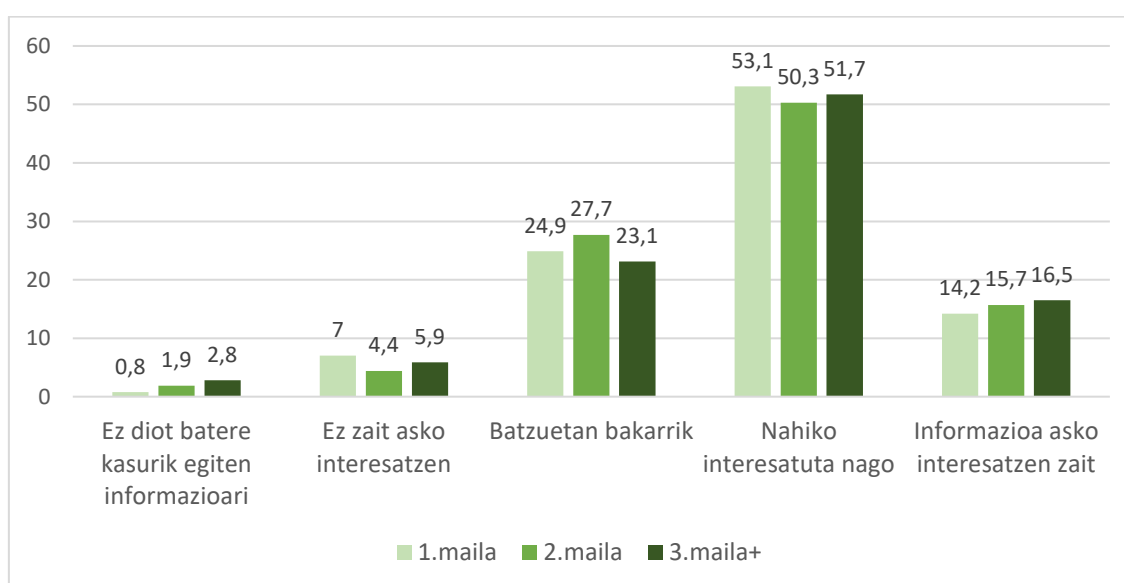
Gizonezko gehiago kokatu da informazioa interes handiarekin jarraitzen dutenen aukera horretan, aldiz, emakumezkoak hain muturrekoa ez den “nahiko” horretan pilatu dira bereziki.

1. Irudia- Zenbaterainoko interesa sortzen die aktualitateko informazioa. Datu orokorra eta sexuaren arabera



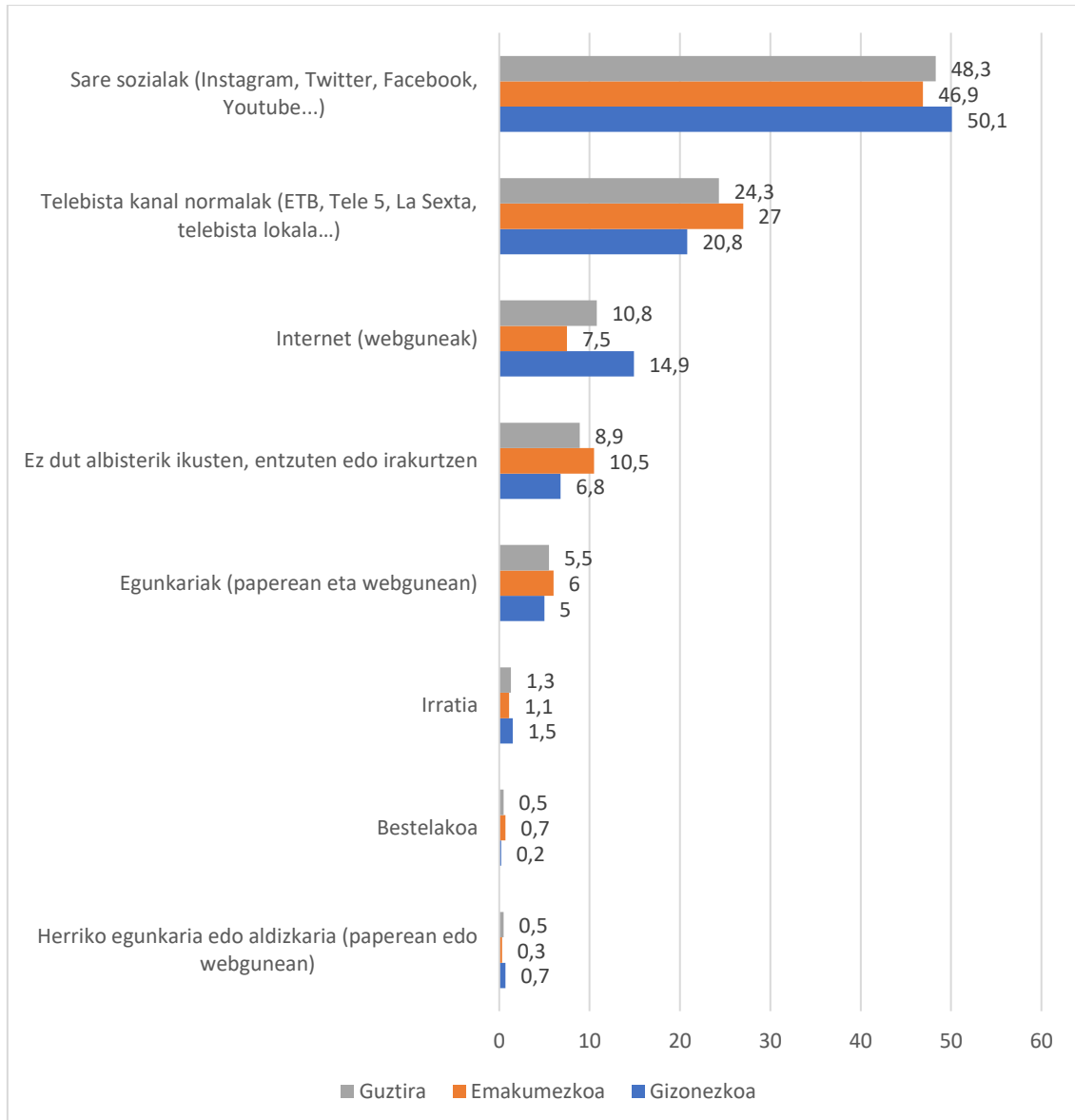
Ikasketa-mailaren arabera azterketak oso antzeko datuak erakusten ditu gazteenen eta nagusiagoen artean. Maila bateko zein bestekoei nahiko interes pizten die aktualitateko informazioak. 3.maila edo gehiagokoak izan dira proposatutako Likert eskala horretako bi muturretan gehien kokatu direnak.

2. Irudia- Zenbaterainoko interesa sortzen die aktualitateko informazioa, ikasketa-mailaren arabera.



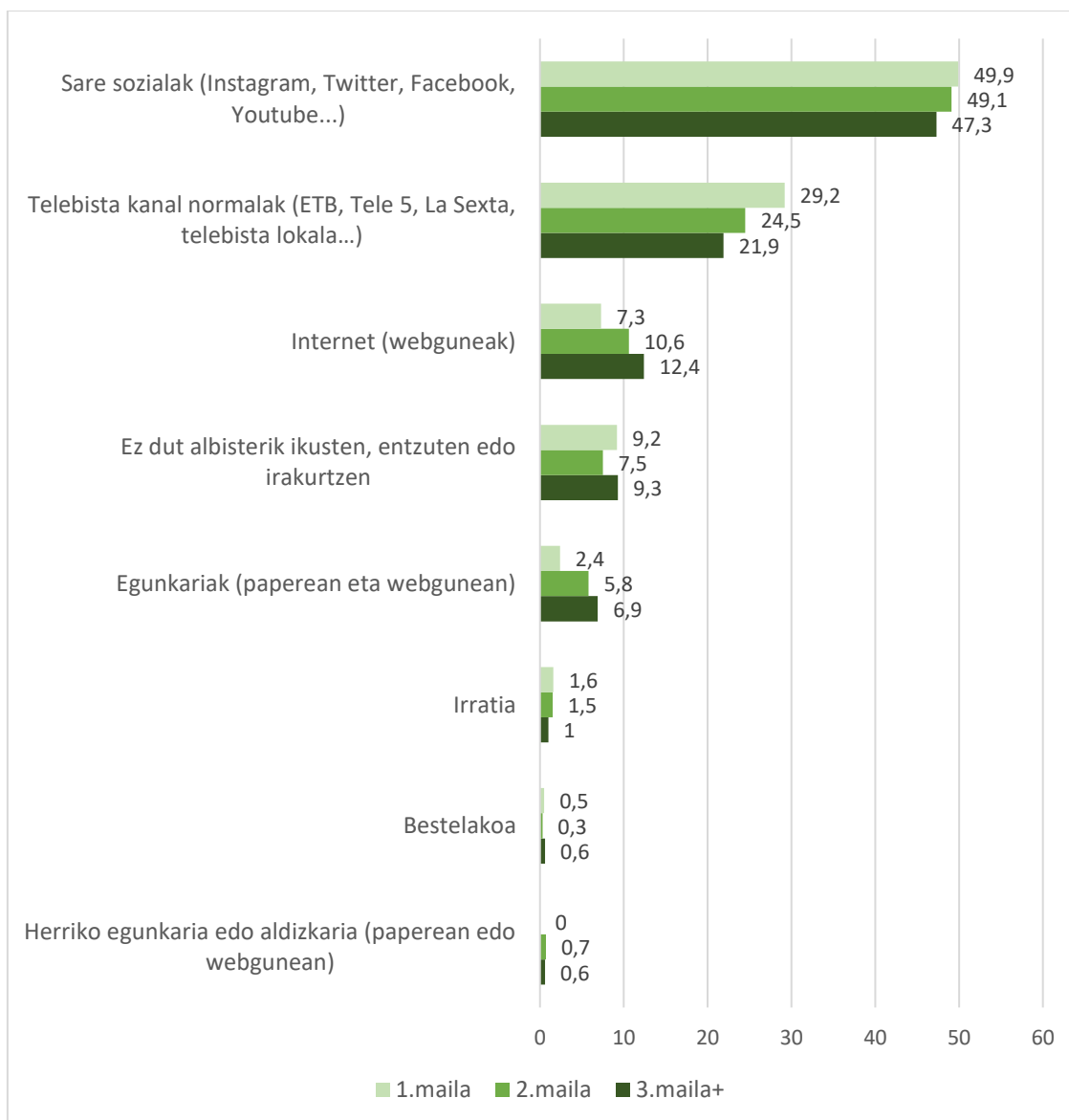
Hurrengo taulak erakusten duenez, ekosistema mediatiko berrian sare sozialak dira gehien informazio-iturri (% 48,3). Ondoren, telebista kanal normalak izan dira aipatuenak (% 24,3). Interneteko webguneak ikasleen % 10,8k erabili ohi ditu informazioa jasotzeko. Albisterik ikusten, entzuten edo irakurtzen ez dutenen datua da jarraian handiena (% 8,9). Komunikabide tradizionalen gainbeheraren erakusgarri da egunkariek eta bereziki irratiak lortzen duten datua (% 5,5 eta % 1,3, hurrenez hurren).

3. Irudia- Non ikusten, entzuten edo irakurtzen dituzte albisteak. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



Ikasketa-mailaren araberako azterketan, gazteenek dituzten modu berri horien indarra nabari da. 1.mailakoak dira informazioa lortzeko sare sozialak lehenesten dituztenak, maila horretako gazteen ia erdiak horixe adierazi du, baina 2. eta 3.maila edo gehiagokoen datua oso hurbilekoa da (% 49,1 eta % 47,3). Ohiko telebista kanaletan gazteenak nagusi, eta kasu honetan besteekiko aldearekin. Webguneen erabileran adinean nagusiago direnak kokatu dira batez ere. Albisterik ikusten, entzuten edo irakurtzen ez dutenen kasuan, gazteenen kontsumoen hedapena nabari da.

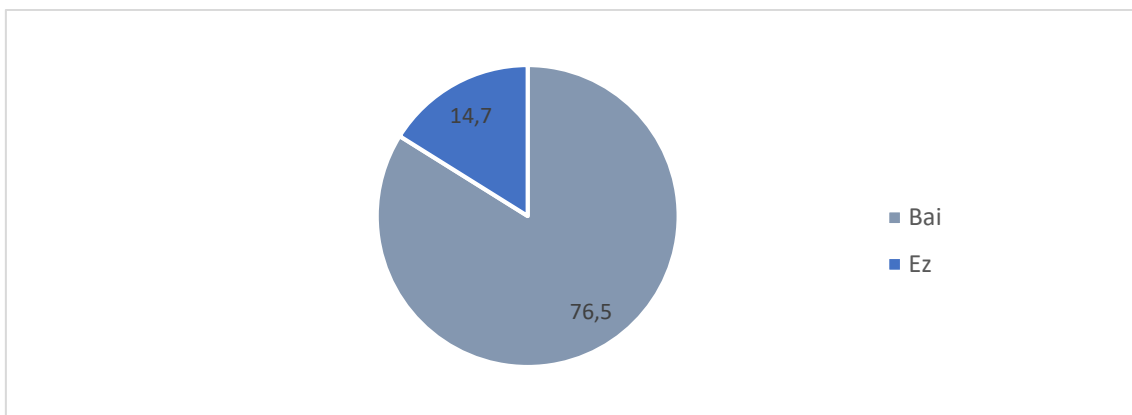
4. Irudia- Non ikusten, entzuten edo irakurtzen dituzte albisteak, ikasketa-mailaren arabera.



Aurreko grafikoak erakusten duenez, mundu geroz eta digitalizatuagoan, sare sozialak informazio-iturri nagusi gisa finkatu dira, bereziki gazteen artean. Zentzu honetan, ikerketa honek aurreko datuaren dimentsioa hobeto neurtu nahi izan du.

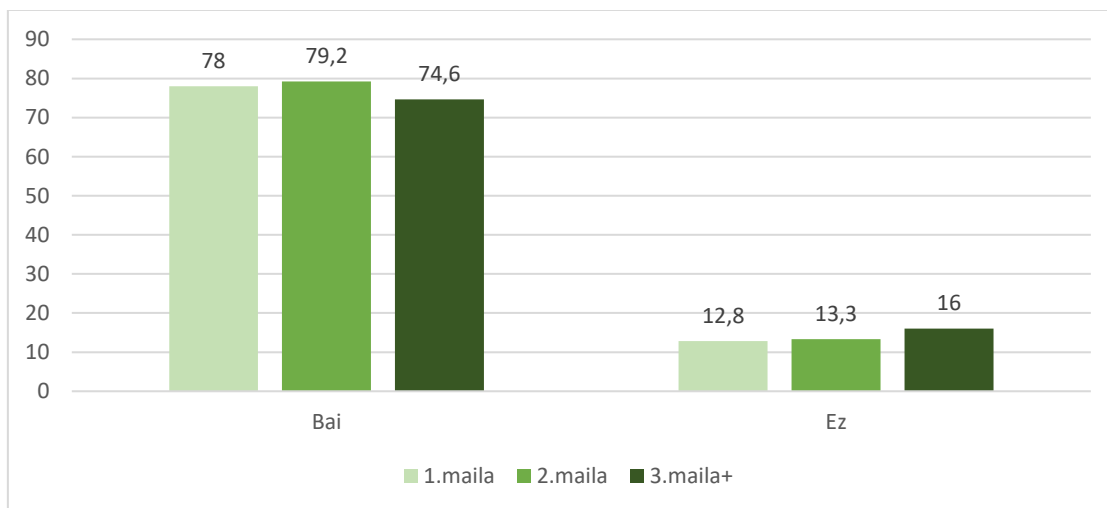
Sare sozialak informatuta egoteko erabiltzen ote dituzten galdetuta, UPV/EHU eta UPNA/NUPEko gazteen % 76,5ek baiezkoa adierazi du. Soilik % 14,7k ez ditu sare sozialak helburu horrekin erabiltzen.

5. Irudia- Sare sozialen erabilera informatuta egoteko.



Eta informazioa lortzeko ikasleek egiten duten sarearen erabilera horretan, gazteenak, 1. eta 2.mailakoak nagusi, nahiz eta, 3.mailakoen ehuneko handi batek ere helburu horrekin erabiltzen dituen.

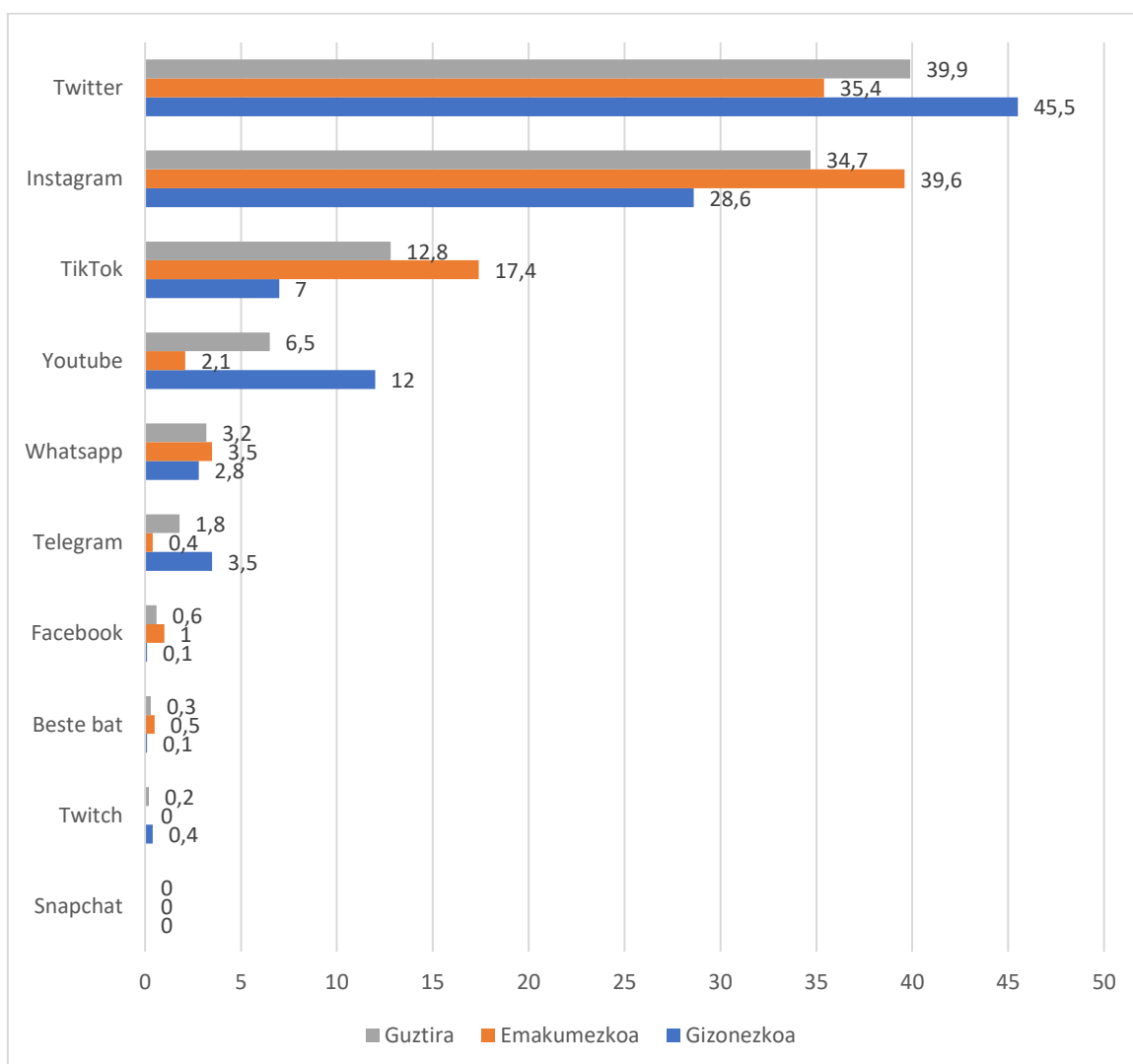
6. Irudia- Sare sozialen erabilera informatuta egoteko, ikasketa-mailaren arabera.



Gaur egungo panorama digitalean, Twitter eta Instagram (% 39,9 eta % 34,7) dira sare sozialetan informazioa bilatzen duten erabiltzaileen artean aplikazio gogokoenak, Jarraian TikTok aipatzen dute gehien (% 12,8), eta ondoren, YouTube (% 6,5). Egunean egoteko erabiltzen dituzten iturrien ugaritasuna, azpimarragarria da kasu honetan.

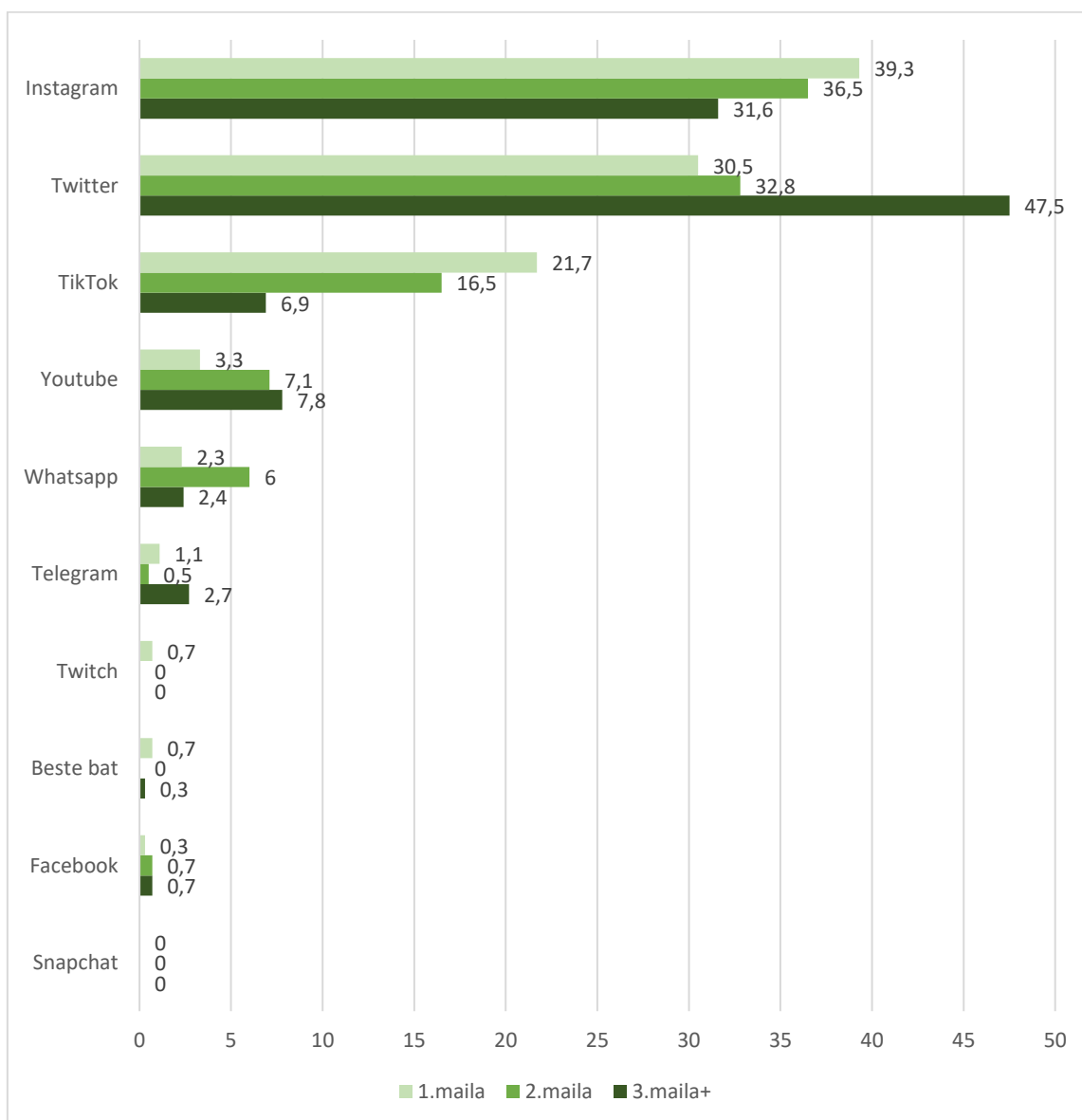
Twitter da mutilek informazioa lortzeko gehien darabilten sare soziala, eta Instagram da neska gehienek lehen aukera. Eta nagusi diren bi horiez gain, grafikoak ere azaltzen du plataforma batzuetan generoaren araberako banaketa argia ematen dela: TikTok emakumezkoak nagusi, YouTube, gizonezkoak.

7. Irudia- Sare sozial erabiliena informazioa jasotzeko. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



1. eta 2. mailako neska mutilen hamarretik hiruk, Instagramen bitartez informatzen direla adierazi dute, eta datu horren atzetik, bigarren hezkuntzan egiten dituzten kontsumoen arrastoa nabari daiteke. Era berean, eta hipotesi horri jarraiki, TikTok da informatuta egoteko gazteenen hirugarren sare sozial erabiliena. Aldiz, 3.maila edo gehiagokoan baliabide nagusia Twitter da. Grafikoak erakusten du, 2.mailatik aurrera hazi egiten dela gazteek Twitterren egiten duten erabilera.

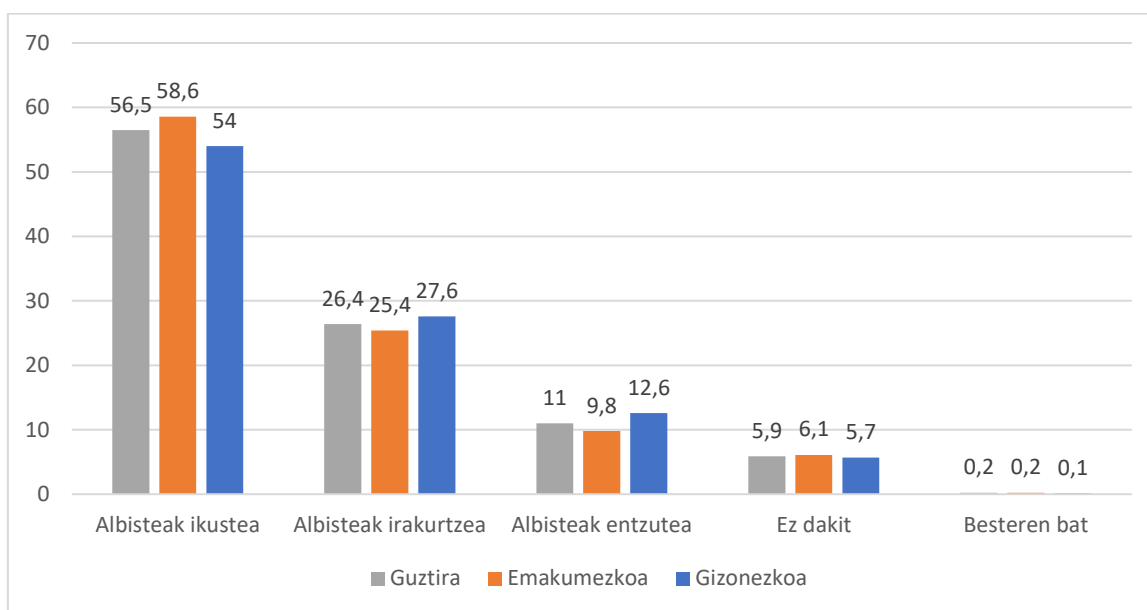
8. Irudia- Sare sozial erabiliena informazioa jasotzeko, ikasketa-mailaren arabera.



Irudiaren garrantzia geroz eta garrantzitsuagoa den garai hauetan, informazioa kontsumitzeko ohiturei buruz ikertu du, eta erabiltzaileek informazioari lotutako edukia soinuaren, irudiaren edo irakurketaren bidez jasotzea nahiago duten aztertu da.

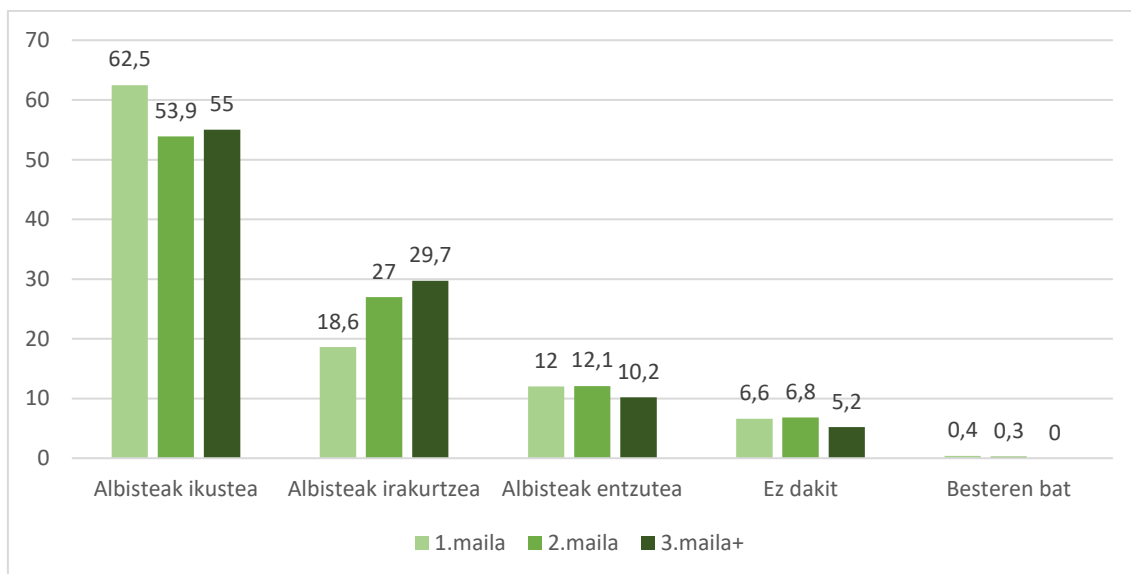
Emaitzen arabera, ikusizkoak hartzen du pisurik gehien, ikasleen erdia baino gehiagok irudia lehenesten du. Albisteak irakurtzea aukeratzen dute gazteen % 26,4k, eta informazioa entzunez barneratzeko ohitura duela esan dute gazteen hamarretik batek.

9. Irudia- Informatzeko zer nahiago izaten duten. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



1.mailakoak izan dira informazioa irudi bidez jasotzea nahiago dutenen artean nagusi. Albisteak irakurtzea lehenesten dutenen multzoan, 3. maila edo gehiagokoak kokatu dira bereziki, gazteneekiko 10 puntuko aldearekin. Datu honek iradokitzen du, maila akademikoak eragina duela ikasleek informazioa kontsumitzen duten moduan.

10. Irudia- Informatzeko zer nahiago izaten duten, ikasketa-mailaren arabera.

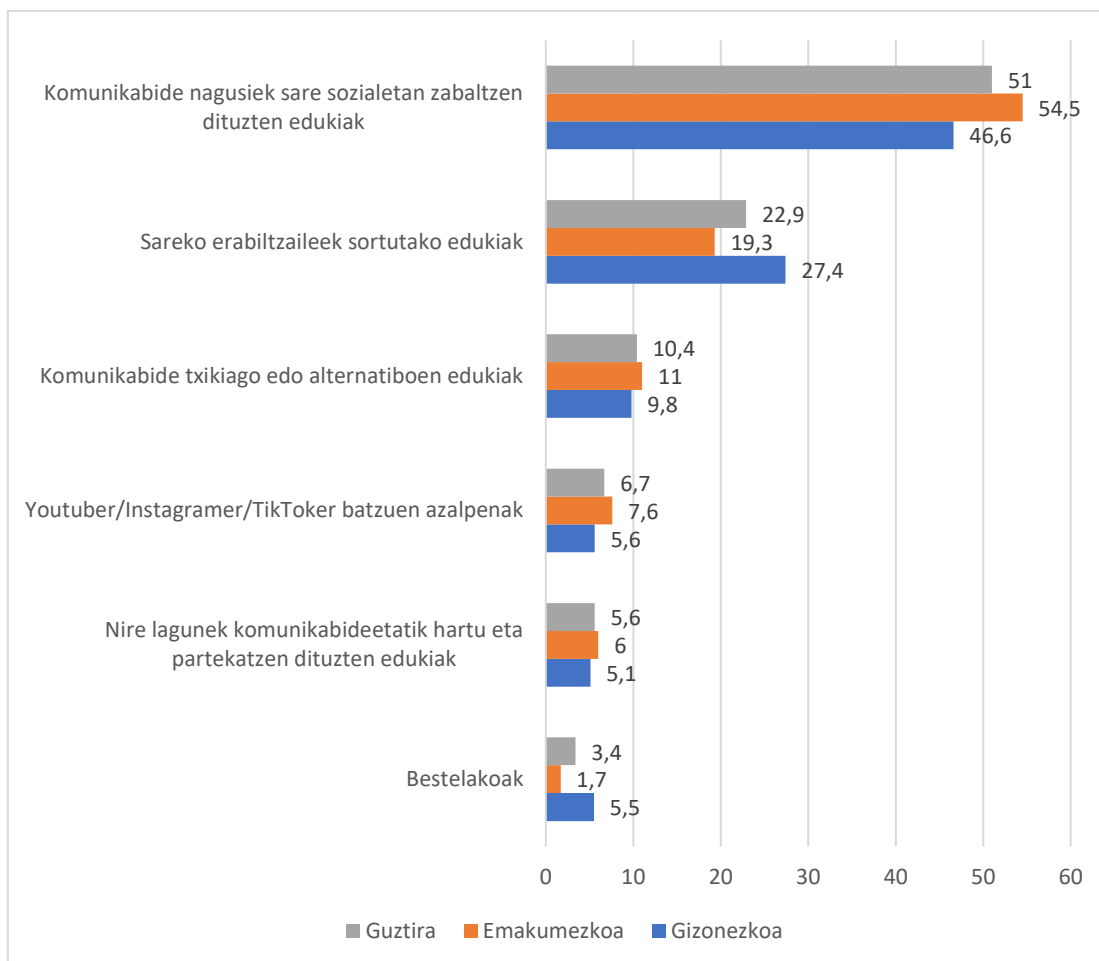


Jarraian, informazioarekin lotura duten edukien jatorriari buruz galdetu zaie, iturri fidagarri eta egiaztatuetatik edo kontrastatu gabeko informazio-iturrietatik eratorritako albisteak aukeratzen dituzten jakiteko.

Belaunaldi berrien beharretara egokitzeko ahalegina egin duten komunikabide tradizionalak, lortu dute beraiek sare sozialetan zabaltzen dituzten edukien arreta bereganatzea, ikasle gehienek, % 51ak, hauen edukiak lehenesten ditzute eta. Hortaz, euskarriak ezartzen du desberdintasuna. Sareko erabiltzaileek sortutako edukiak dira ondoren ikasle gehienek kontsumitzen dituztenak (% 22,9). Komunikabide txikiago edo alternatiboek partekatzen dituzten albisteek ere, badute inpaktua unibertsitarien artean (% 10,4). Informazioaren alorrean, youtuber, *gamer* edo vloggerren azalpenek, bai eta lagun edo gertukoek partekatzen dituzten edukiek ez dute hainbesteko eraginik haien artean.

Emakume zein gizonezkoek komunikabide nagusien edukien alde egiten dute, baina datua handiagoa da nesken kasuan. Sareko erabiltzaile desberdinek sortutako edukiei dagokienez, mutil gehiagok aukeratzen ditu. Zerrendan proposatu zaizkien gainerako aukeretan, batzuk eta besteak oso antzeko ehunekoan kokatu dira.

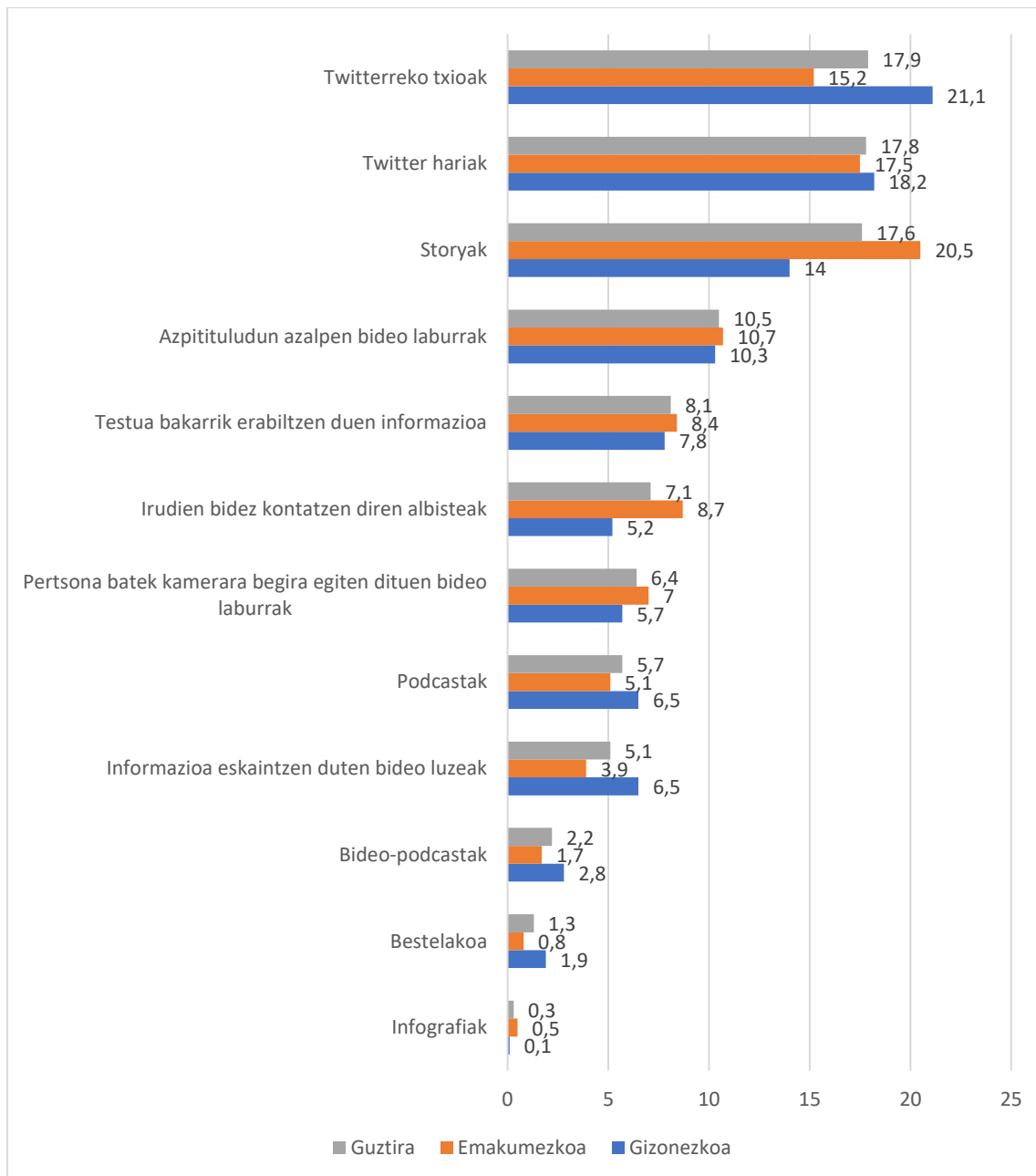
11. Irudia- Informazioaren jatorria. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



Informazioa kontsumitzeko formatuari dagokionez, Twitterreko txioek eta hariak, eta Instagrameko edo TikTokeko storyek lortzen dute arrakasta gehien, hirurak % 17aren bueltan. UPV/EHUko eta UPNA/NUPEko gazteen lehentasun bihurtu dira denboran laburrak diren eta kontsumo azkarra ahalbidetzen duten edukiak. Ondoren, irudia ardatz duten azpituludun bideo laburrek lortzen dute jarraitzaile gehien (% 10,5).

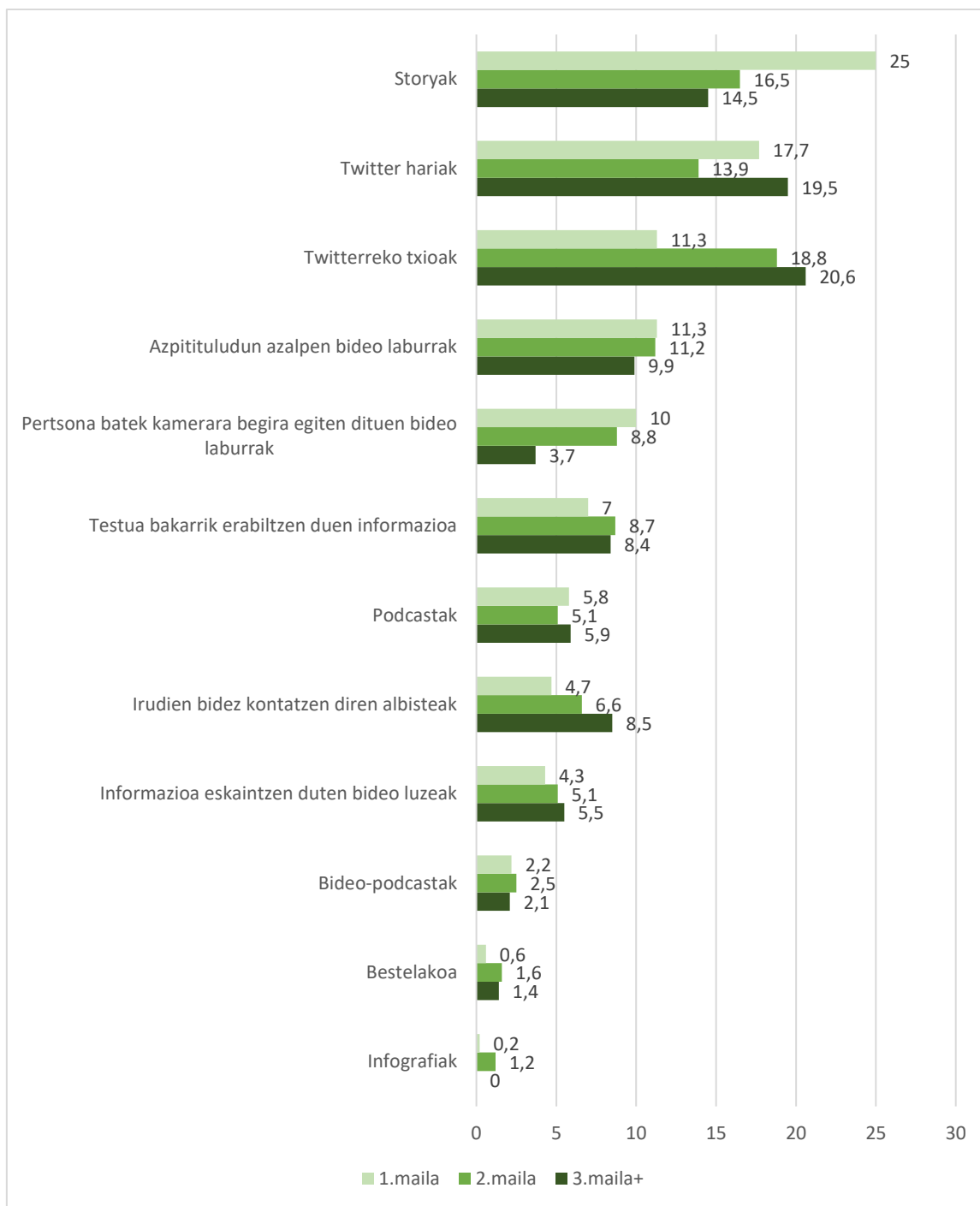
Sexuaren araberako azterketak erakusten du, emakumezko gehiago pilatu dela storyen formatuan, aldiz, gizonezkoen kasuan, Twitterreko txioek lortzen dute arrakasta gehien. Bereizketa nabarmen horrek adierazten du gizonek eta emakumeek pertzepzio desberdinak dituztela beren informazio premiei eta kontsumo lehentasunei hobekien erantzuten dieten sare sozialei buruz.

12. Irudia- Informazioa jasotzeko formaturik gustukoena. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



Ikasketa-mailaren araberako azterketan ere desberdintasunak antzematen dira. Gazteenak dira informazioa story formatuan jasotzea gehien aukeratzen dutenak (% 25). Twitterrek ahalbidetzen dituen txio eta hariak, 3.maila edo gehiagokoen lehen aukeratzatzen dira.

13. Irudia- Informazioa jasotzeko formaturik gustukoena, ikasketa-mailaren arabera.

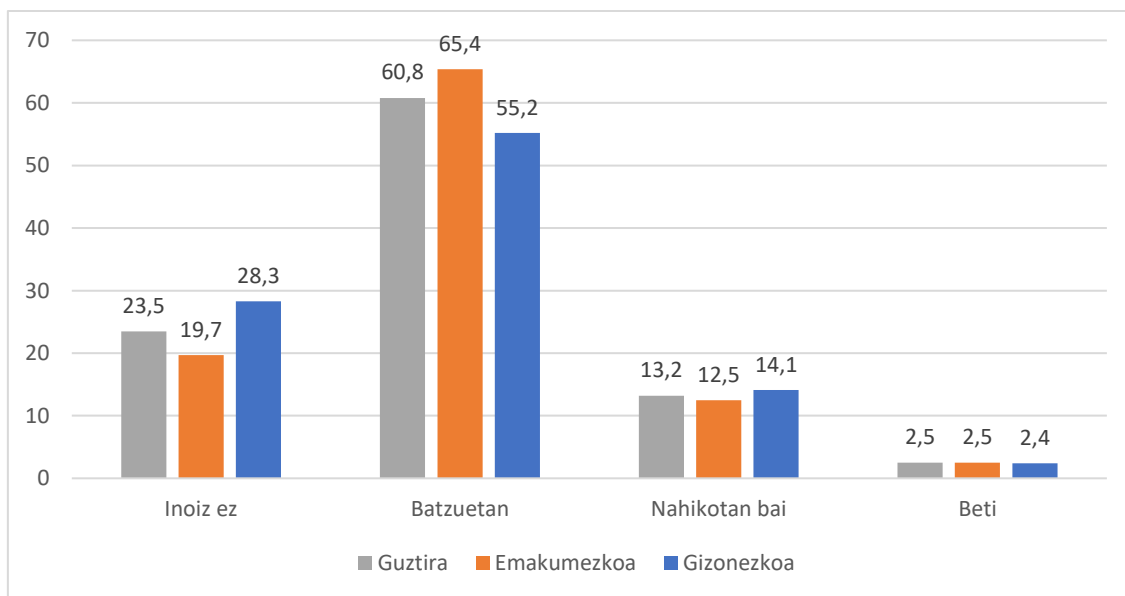


Jarraian, ikasleek informazioa jasotzeko duten jarrera aztertu da. Informazioaren garaian bizi garen honetan, belaunaldi honi egotzi ohi zaion informazioarekiko alboretzea benetan ematen den ikertu nahi izan da.

Unibertsitarien erdiak baino gehiegok adierazi du batzuetan informazio sahiestu egiten duela, % 13,2ak askotan, eta % 2,5ek beti. Baina taulak erakusten duenez, informazioarekin zerikusi duten edukiek harrera nahiko ona dauketa ikasleen artean, izan ere % 23,5ek ez dute albisteak sahiesteko ohiturarik.

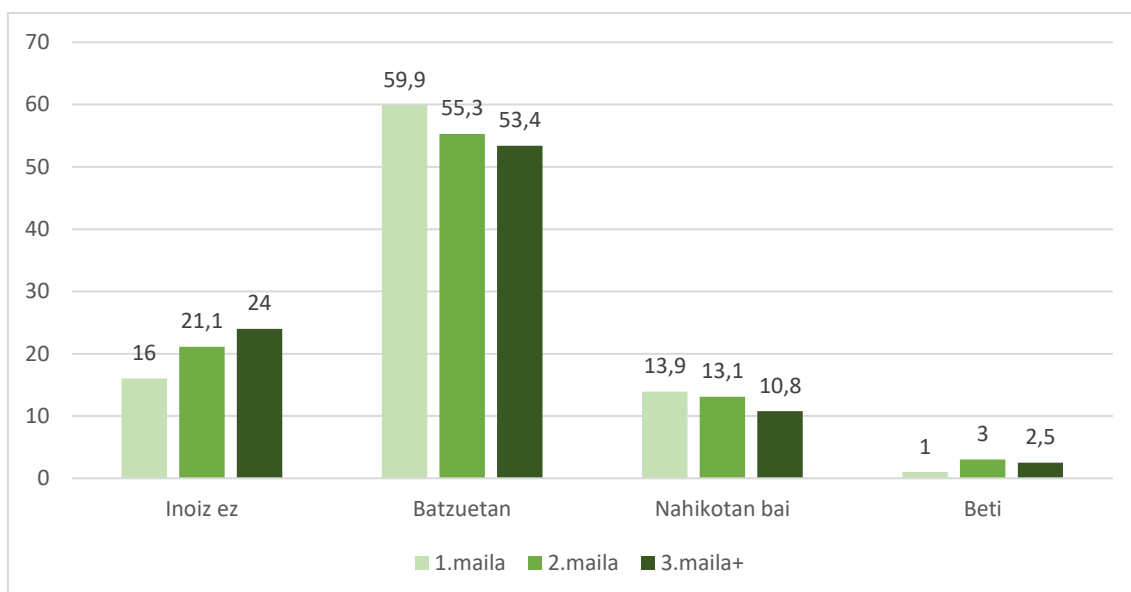
Sexuaren araberako azterketan, neska gehiagok kokatu du bere burua batzuetan informazioa ekiditeko aukera horretan, mutilen datuarekiko alde handiarekin. Batzuen eta besteen arteko alderik handiena, albisteak inoiz sahiesten ez dituztenen multzoan nabari da; gizonezko gehiago kokatu da hor.

14. Irudia- Informazioa sahiesteko ohitura. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



Eta hurrengo taulak adierazten duen moduan, adinean gora doazen heinean, informazioarekiko ezkortasuna leundu egiten dela ematen du. 1. mailako ikasleek jartzen dizkiote informazioarekin lotutako edukiei traba gehiago, baina 2. eta 3. mailako gazteen albisteak sahiesteko ohitura ere handia da.

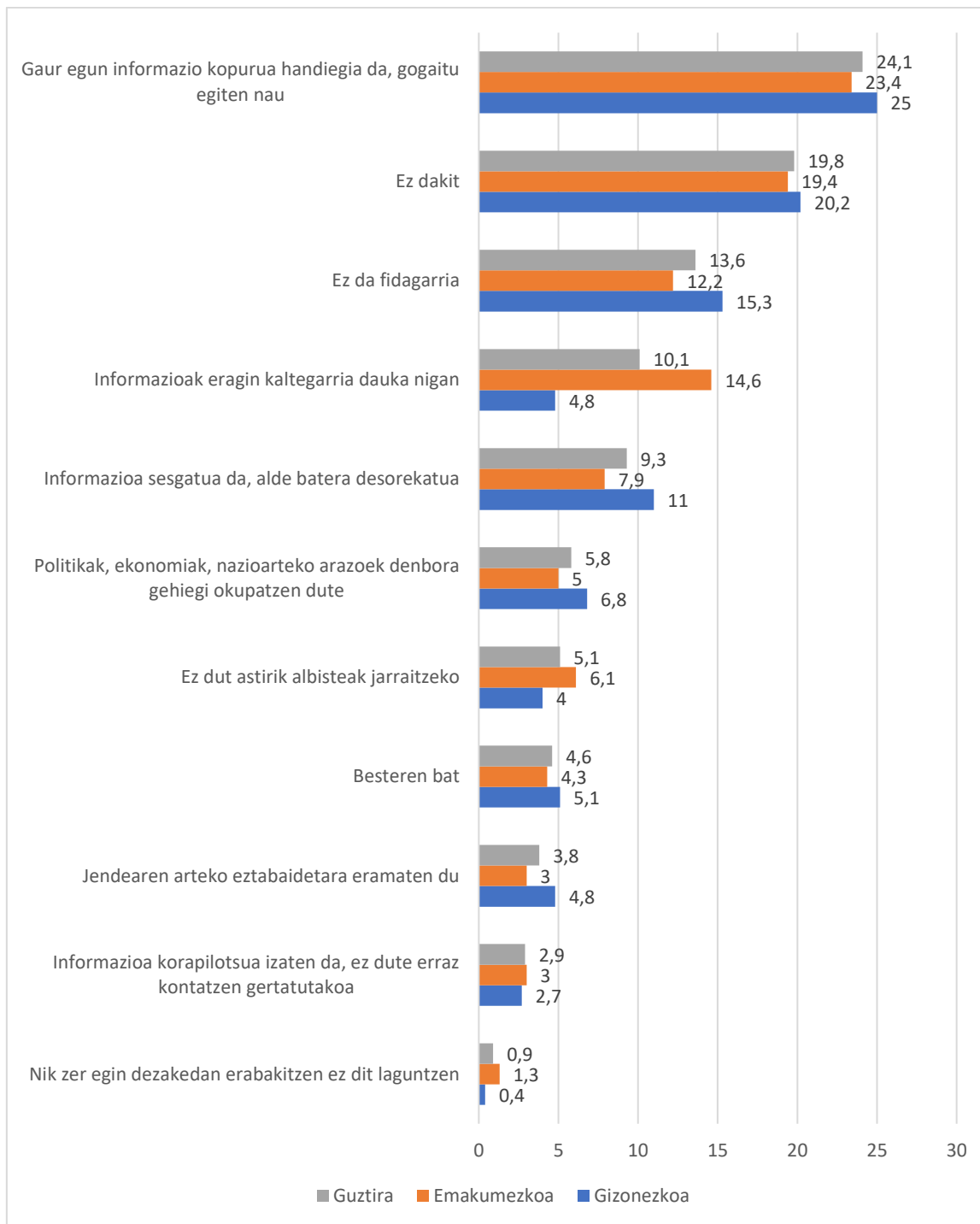
15. Irudia- Informazioa sahisteko ohitura, ikasketa-mailaren arabera.



Informazioa sahisteko arrazoen artean, “gehiegizko kopurua” nagusi (% 24,1). UPV/EHUko eta UPA/NUPeke gazteek gogaikarritzat jotzen dute egun eskuragarri duten informazio kopurua. Baina grafikoak ere adierazten du, badela beste pisuzko arrazoi bat, ikasleek adierazten jakin ez dutena “ez dakit” aukera horrekin. Fidagarritasun eza izan da hirugarren motibo aukeratuena (% 13,6), eta ondoren, informazioak eragiten dien kaltea (% 10,1).

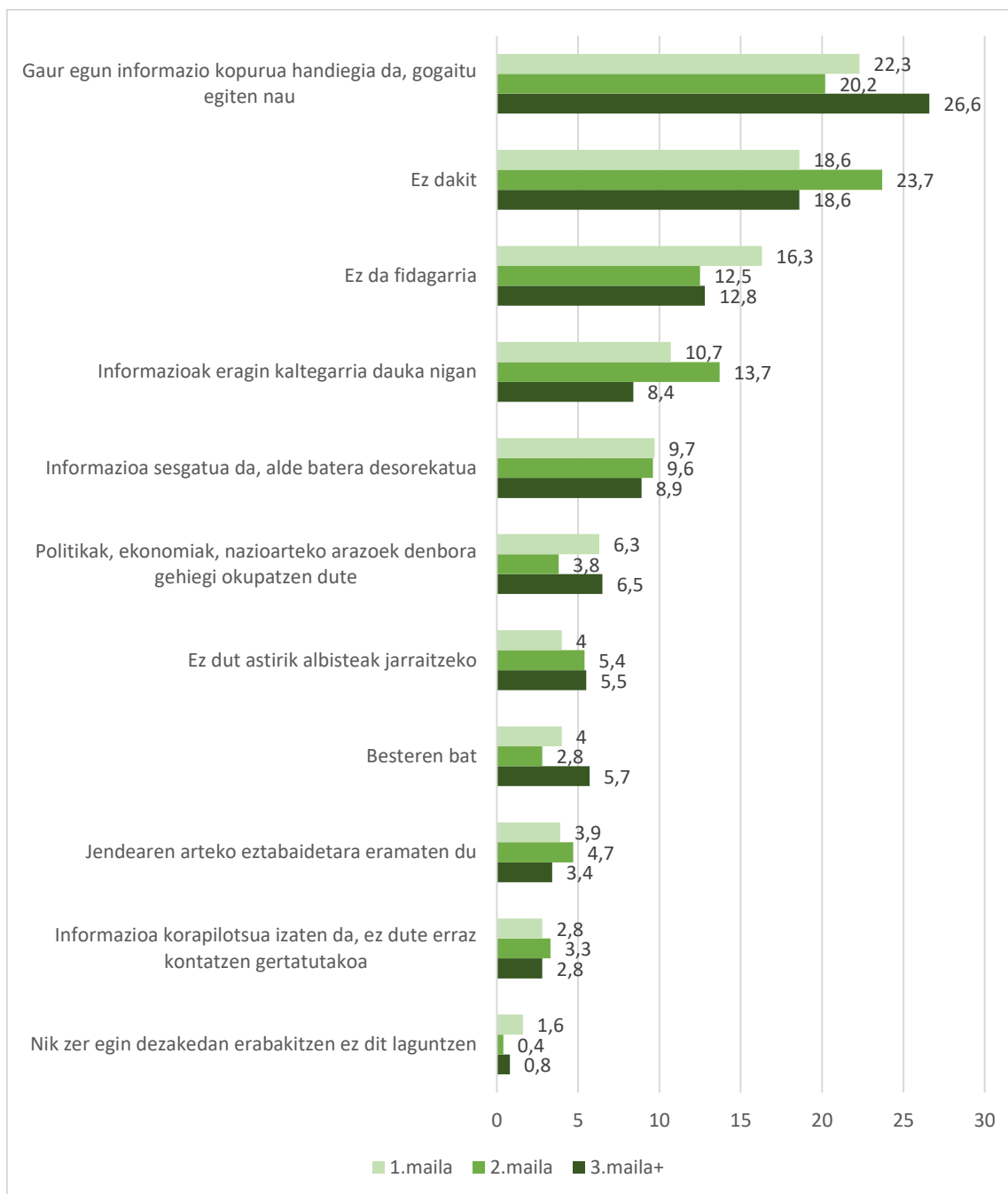
Neska zein mutilen kasuan, aipatutako bi arrazoi nagusi horietan oinarritu dute beraien informazioarekiko atxikimendu eza. Emakumezkoen kasuan, albistek beraiengan duten eragin kaltegarriaren datua, mutilena baino askoz handiagoa izan da (% 14,6 eta % 4,8), aldiz, gizonezko gehiagok adierazi du fidagarritasun ezagatik alboratzen dituela albistek.

16. Irudia- Informazioa sahiesteko arrazoiak. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



Fidagarritasun eza argudiatuta, 1. mailako ikasleen ehuneko hamaseik sahiesten du informazioa. 2. mailakoak izan dira nagusi arrazoi zehatzak adieratzen jakin ez dutenak “ez dakit” aukera horretan kokatuz. 3. mailako neska mutilek, gehiegizko kopuruagatik ekiditzen dituzte albisteak.

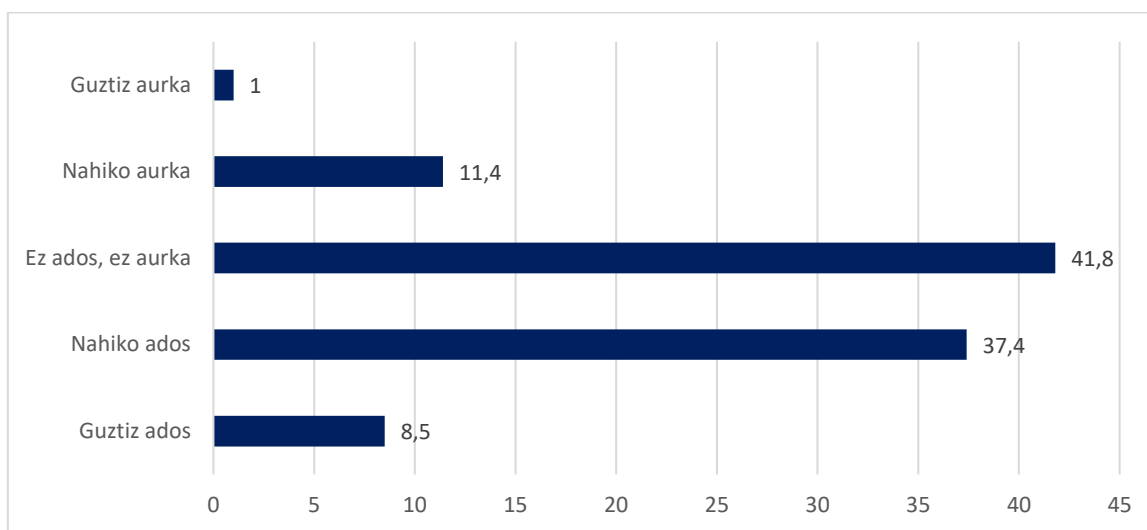
17. Irudia- Informazioa sahiesteko arrazoiak, ikasketa-mailaren arabera.



Jarraian, esaldi batzuk proposatu zaizkie UPV/EHUko eta UPNA/NUPeke ikasleei, eta beraien adostasun maila zein den zehazteko eskatu zaie. Bi interes lerro proposatzen dira esaldi hauetan: lehenengoak sare sozialen eragina aztertu nahi du, eta bigarrenak, euskarazko edukien kontsumo mota.

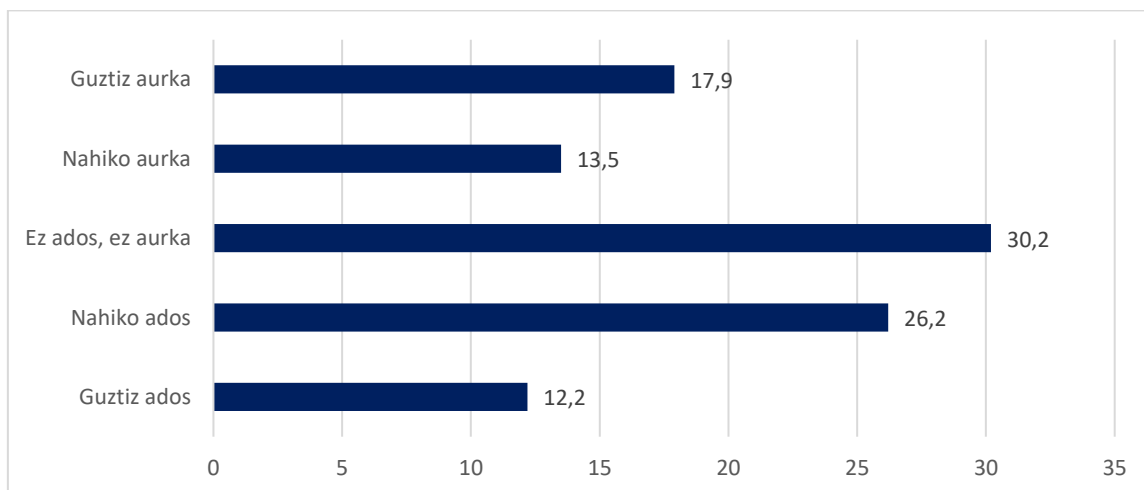
18. Irudia- “Sinesgarritasun gutxi daukate sare sozialetan ikusten ditudan albisteeek”

Erdibideko erantzunean kokatu dira unibertsitari gehienak (% 41,8), adostasun mailaren mutur batera edo bestera jo gabe, baina nahiko ados azaldu dira ikasleen hamarretik hiru baino gehiago esaldi honekin. Nahiko aurka kokatu dira unibertsitarien % 11,4 eta % 1era baino ez da iristen guztiz aurka daudenen datua. Balantzak kasu honetan, adostasunera egiten du gehiago.



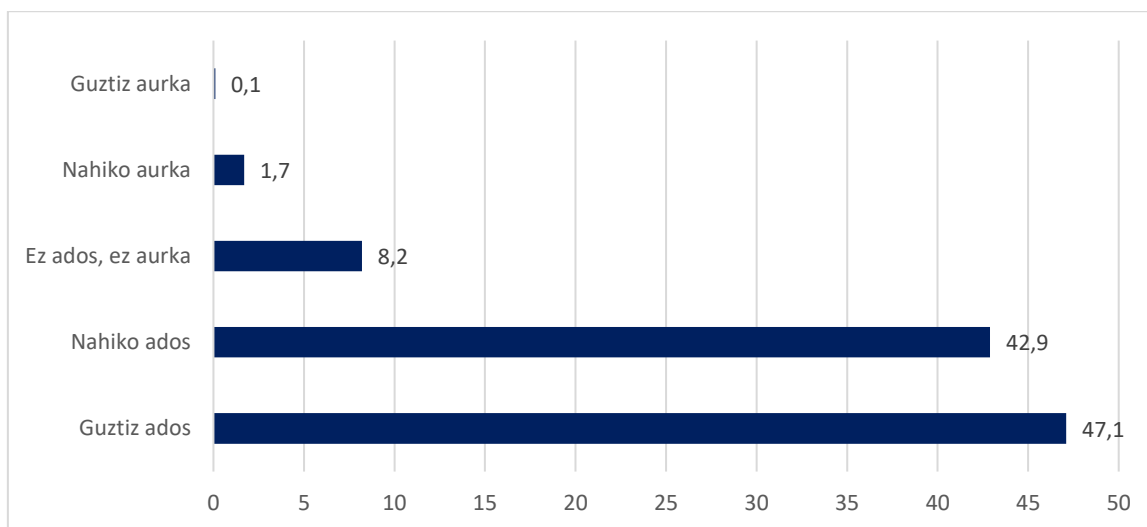
19. Irudia- “Gustatzen zait aktualitatea jarraitzea euskarazko komunikabide lokalen bidez, herriko, auzoko ala hiriko aldizkari, telebista ala irratien bidez”

Grafikoan ikusten denez, oso muturreko posiziotan kokatzen dira ikasleak; % 38,4 adostasunean pilatu dira eta % 31,4 ezadostasunean. Erdibidean geratu dira gazteen % 30.



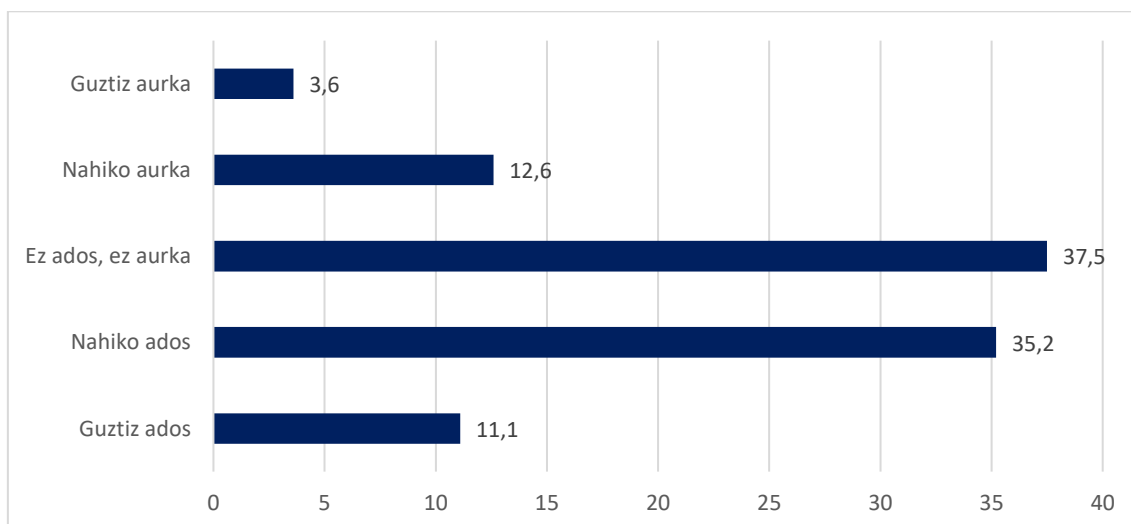
20. Irudia- “Jendearen iritzietan eta portaeretan sare sozialek eragin handia daukate”.

Sare sozialetako erabiltzaile sutsuak diren unibertsitariak, ia erabateko adostasuna azaldu dute esaldi honekin. Hamarretik bederatzi ados daude, eta aurka daudenen datua ez da % 2ra iristen.



21. Irudia- “Apirilaren 21ean izango diren hauteskundeetan, sare sozialetan ikusitakoak eragin handia izango du jendeak botoa aukeratzekoan”

Eta sare sozialek gazteengan duten eragina handia dela onartu duten moduan, ikasleen hamarretik lauk baino gehiagok esan du, apirilaren 21eko hauteskundeetan sareetan ikusitakoak jendearen boto aukeraketan eragina izango duela. Erdibideko erantzunean kokatu dira gazteen % 37,5, eta oso gutxi izan dira ezadostasunera jo dutenak, % 16,2.

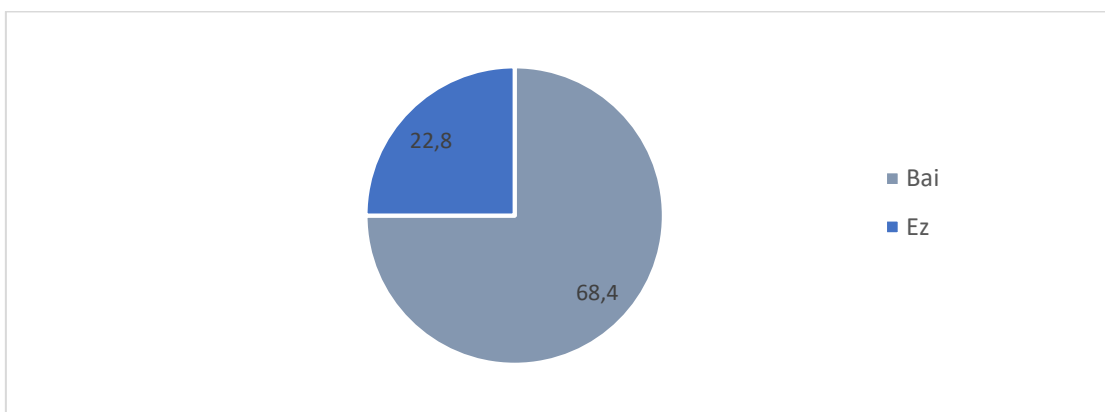


TELEBISTA INFORMAZIO-ITURRI MODURA

Bigarren azpi atal honetan telebistak informazioa zabaltzeko funtzioa UPV/EHUko eta UPNA/NUPeke ikasleen artean zer nola betetzen duen aztertu da. Horretarako, albistegiak zenbatero ikusten dituzten, edo berauek ikusteko aukeratzen duten kanalez galdetu zaie.

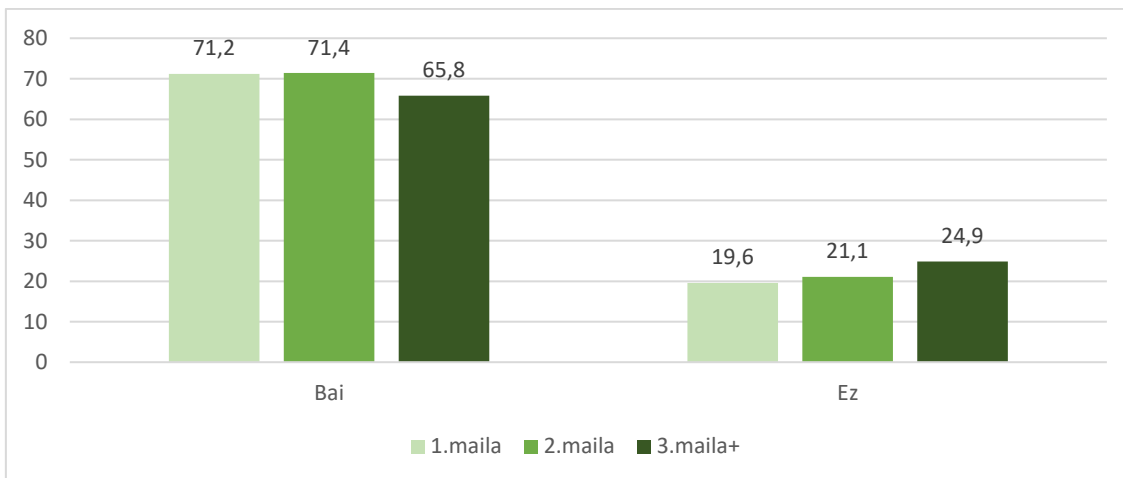
Hasteko, telebista informazio-iturri modura erabiltzen duten jakin nahi izan da. % 68k baietz erantzun du, % 22,8k, ezetz. Hortaz, iturri sendoa da telebista unibertsitarietzako informazioaren irismenean.

22. Irudia- Telebista informazio-iturri modura.



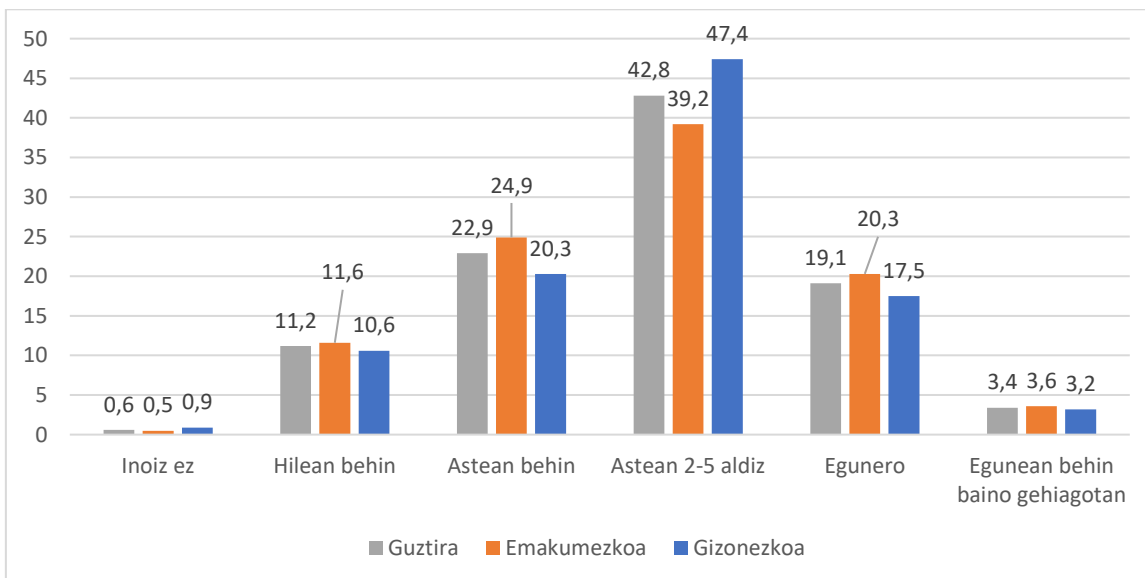
Aurreko atalean ikusi den moduan, gazteenak dira informazioa jasotzeko telebista kanal normalak gehien aukeratzen dituztenak, eta zentzu honetan, beheko grafikoak berretsi egiten du ideia hori. Era berean, adinean nagusienak diren horien artean ez dago hain errotoa telebista piztearen ohitura albistegiak ikusteko. Unibertsitateko azken urteetan, ikasleen telebistarekiko mendekotasuna nabarmen jaisten da.

23. Irudia- Telebista informazio-iturri modura, ikasketa-mailaren arabera.



Telebistako albistegiaren nohizbehinkako kontsumoa egiten dute gehienek, astean 2-5 artekoa batez ere. Informazioa lortzeko hainbeste iturri eta euskarri dituzten honetan, albistegiaren formatoa ez da beraien eguneroko kontsumoen parte. Soilik gazteen % 22,4k egiten du eguneroko kontsumoa. Grafikoak erakusten duenez, sexuak ez du maiztasuna bereziki baldintzatzen, baina egia da, gizonezko gehiago kokatu dela batzuentzat zein besteentzat lehen aukera izan den asteroko 2-5 arteko aukera horretan.

24. Irudia- Telebistako albistegiak ikusteko maiztasuna. Datu orokorra eta sexuaren arabera.

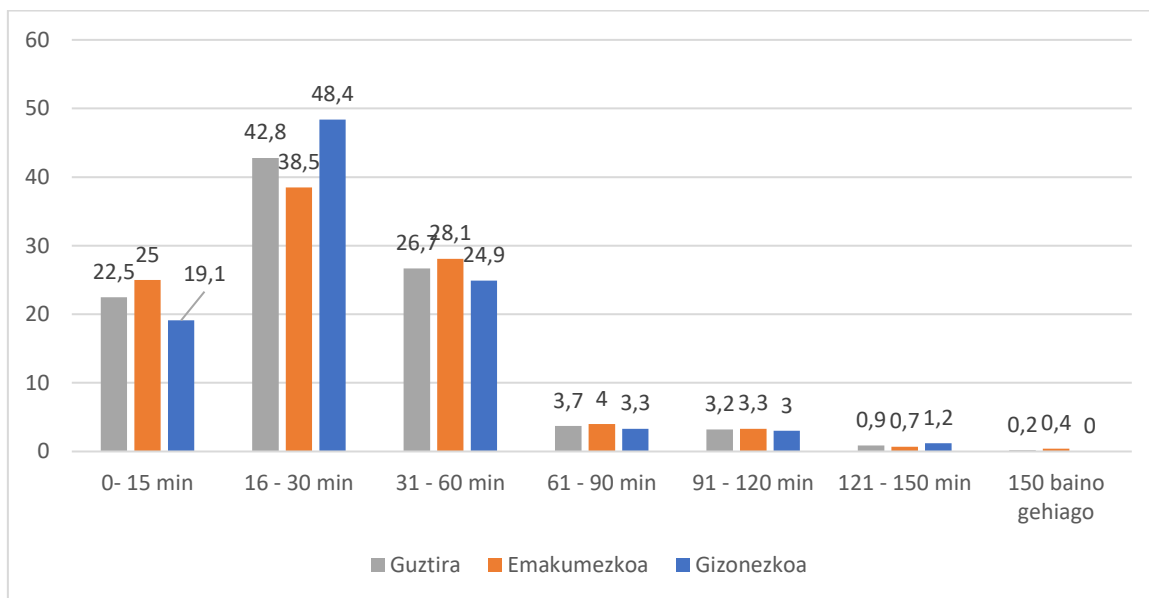


Unibertsitarien ikus-entzunezko kontsumoen ezaugarri dira, geroz eta eduki azkar eta laburragoak. Zentzu honetan, 40 minutu eta ordubete arteko iraupena izan ohi duten albistegiak zenbat denboraz ikusten dituzten jakin nahi izan da.

Azterketak iradokitzen du, ikasleen kontsumo ohiturak bat datozela informazio labur eta azkarrekin, hala nola sare sozialetan eta plataforma digitaletan aurkitu ohi direnekin, izan ere, gazteen % 22,5ek aitortu du, 15 minutu baino gutxiago eskaintzen dizkiotela albistegia ikusteari. Hamarretik lauk baino gehiagok ordu erdiz pizten du telebista informatiboa ikusteko, eta % 26,7k espazioak iraun bitartean itxaroten du.

Emakumezko gehiagok adierazi du ordu laurden baino gutxiago egoten dela albistegiari begira (% 25). Ordu erdi arteko tartean, mutil gehiegok kokatu du bere burua (% 48,4). Albistegia osorik ikusten dutenen datua txikiagoa izanik, neskak izan dira tarte horretan nagusi.

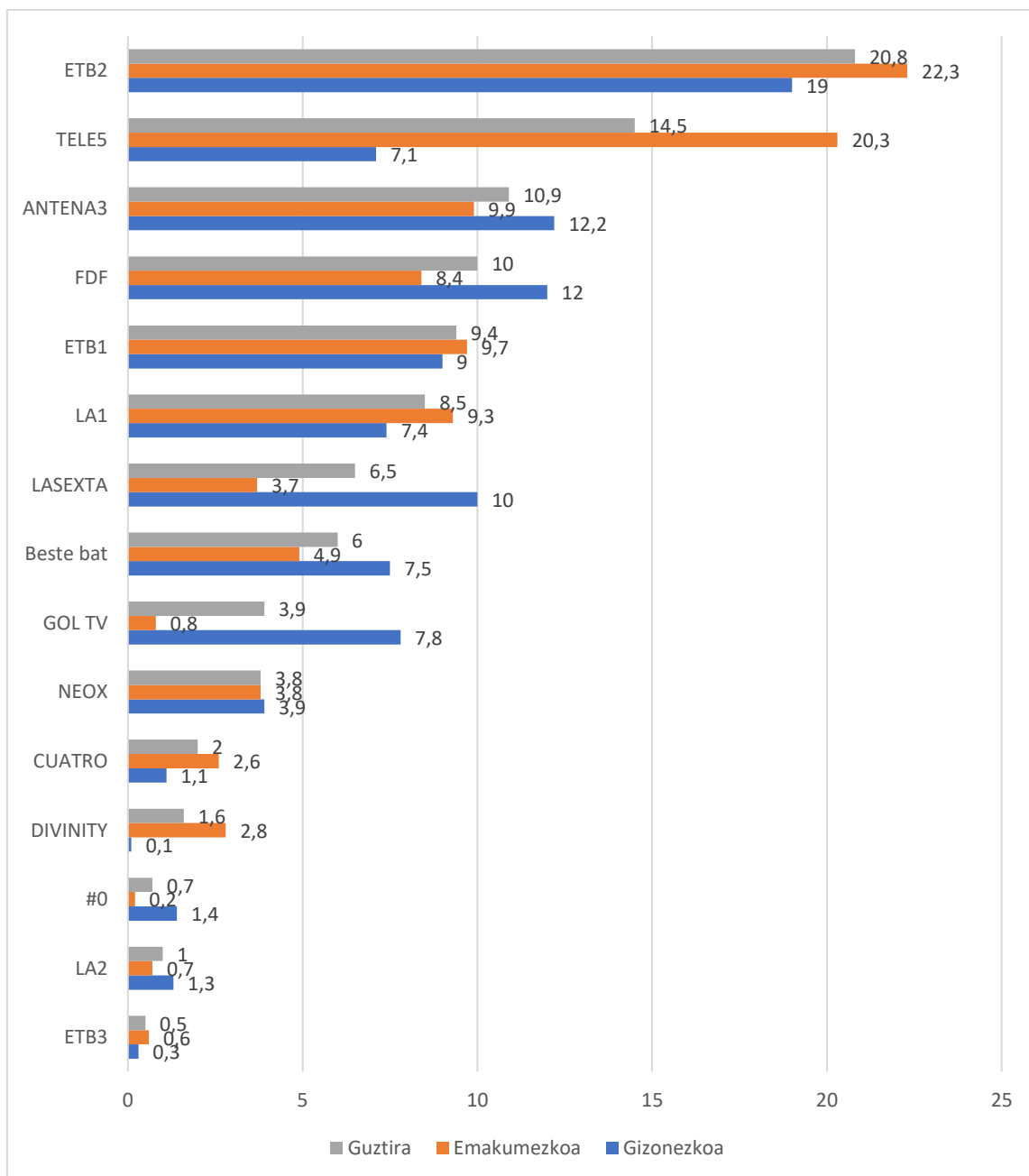
25. Irudia- Telebistako albistegiak zenbat denboraz ikusten dituzten. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



Aukeratzen duten albistegiaren kanalarri dagokionez, ETB2 gailentzen da (% 20,8), ondoren TELE5 (% 14,5) eta jarraian ANTENA 3 (% 10,9).

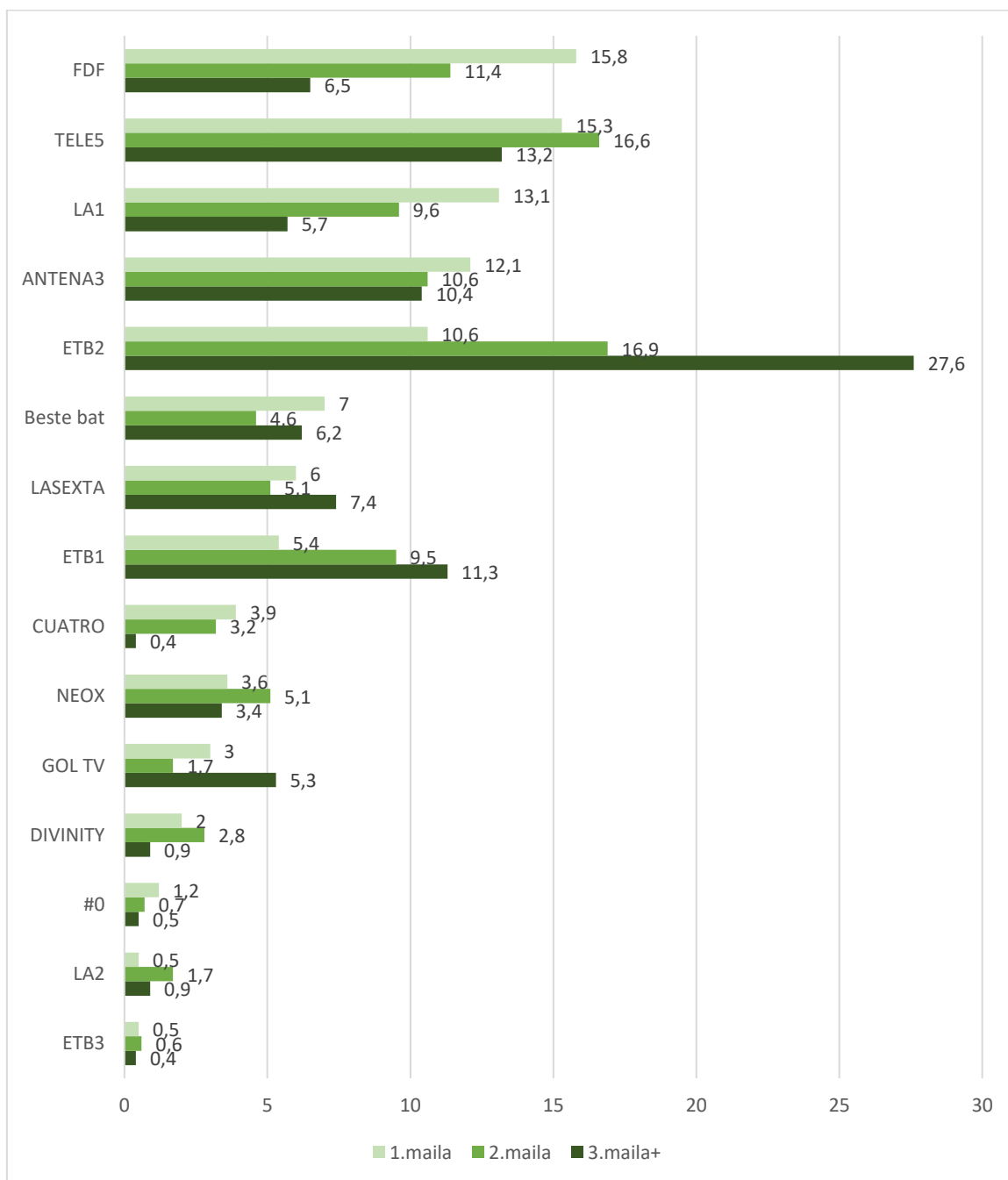
Emakumezkoen zein gizonezkoen kasuan, ETB2ko albistegia den “Teleberri” da gehien aukera, baina nesken datua handiagoa da (% 22,3 eta % 19). ETB1en zein LA1n batzuek eta besteek egiten duten albistegien kontsumoa, oso antzekoa da. TELE5en kasuan, neska gehiegok aukeratu du kanal horretako albistegia. Mutilen kanal pribatu aukeratuena, ANTENA3 izan da.

26. Irudia- Telebistako albistegien kanala. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



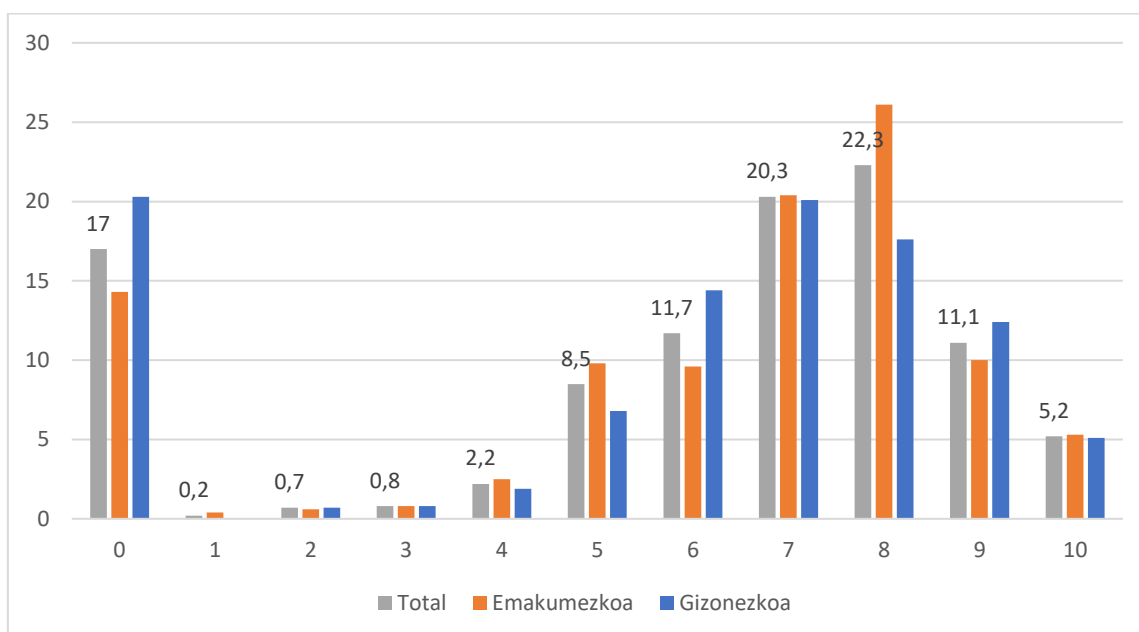
Ikasketa mailaren araberako azterketak ere, bestelako emaitza batzuk adierazten ditu. 1. mailako ikasle gehienek TELE5ko albistegia aukeratzen dute. 2. eta 3. mailakoek ETB2ren alde egiten dute nagusiki. TELE5 eta ANTENA3 kate pribatuetan gazteenak kokatu dira.

27. Irudia- Telebistako albistegien kanala, ikasketa-mailaren arabera.



Baina kanalaren aukeraketak ez du albistegi horien sinesgarritasuna bermatzen, eta horren adierazgarri da hurrengo grafikoa. % 79k, 5etik gorako nota jarri die beraiek aukeratutako informatiboari. Ikasleen % 20 oso ezkor azaldu da telebistako albistegiarekin, eta nota baxuena jarri dute.

28. Irudia- Telebistako albistegiei nota. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



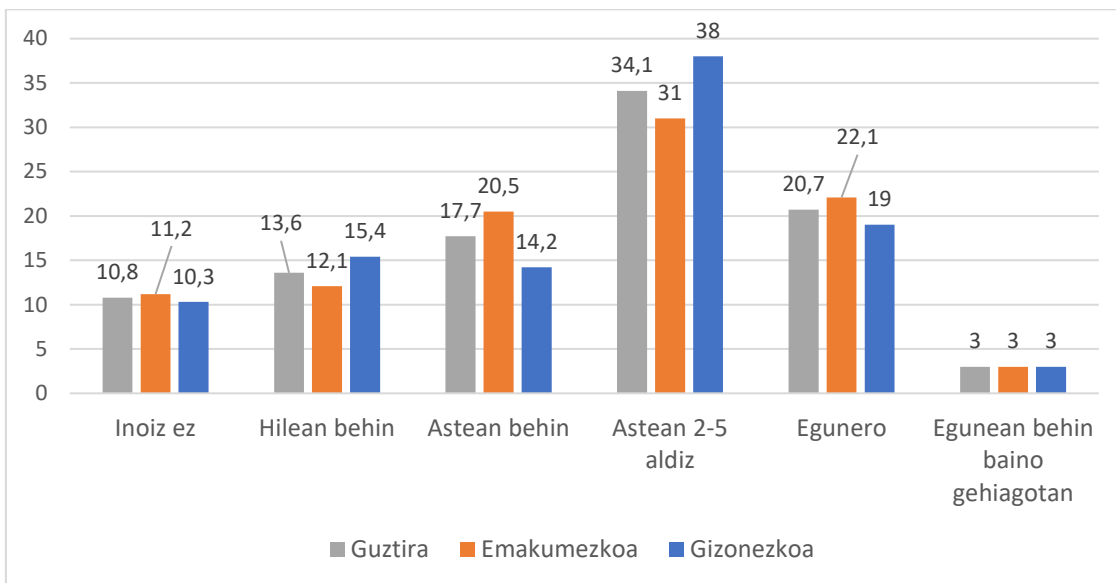
TELEBISTA OROKORREAN HARTUTA

Ohiko telebistaren kontsumoak behera egin du azken urteetan, eta plataforma digitalek izan dute gainbehera horretan zerikusia. Jarraian, UPV/EHUko eta UPNA/NUPEko gazteen telebista kontsumoaren azterketa bat egiten da, eta ikasleek, besteak beste, egunero eskaintzen dioten denbora, gehien ikusten duten kanala, edo zein eduki mota ikusteko pizten duten telebista galderei erantzun behar izan diete.

Belaunaldi honen eguneroko kontsumoetan telebistak ez du leku gehiegirik betetzen. Asteaz 2-5 arteko maiztasuna aitortu dute gehienek (% 34,1). Eguneroko kontsumoa gazteen % 20k egiten du.

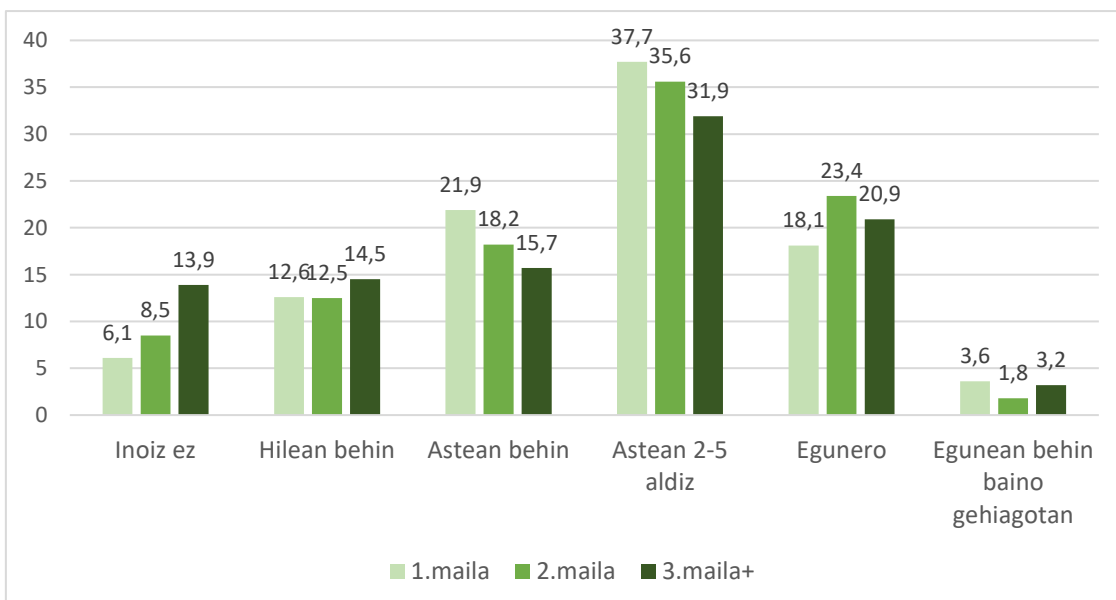
Emakumezkoen % 51k eta gizonezkoen % 52k, astean 1-5 aldiz pizten dute telebista. Eguneroko kontsumoan neska gehiago batu da, baina mutilekiko 3 puntuko alderekin baino ez.

29. Irudia- Telebista ikusteko maiztasuna. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



Ikasketa-mailaren arabera azkerketan, 1. mailakoen telebistaren gehiago erabilera nabarmentzen da. Oraindik bigarren hezkuntzan egiten dituzten kontsumoen arrastoa nabari zaie unibertsitateko lehenengo urteko gazte hauei.

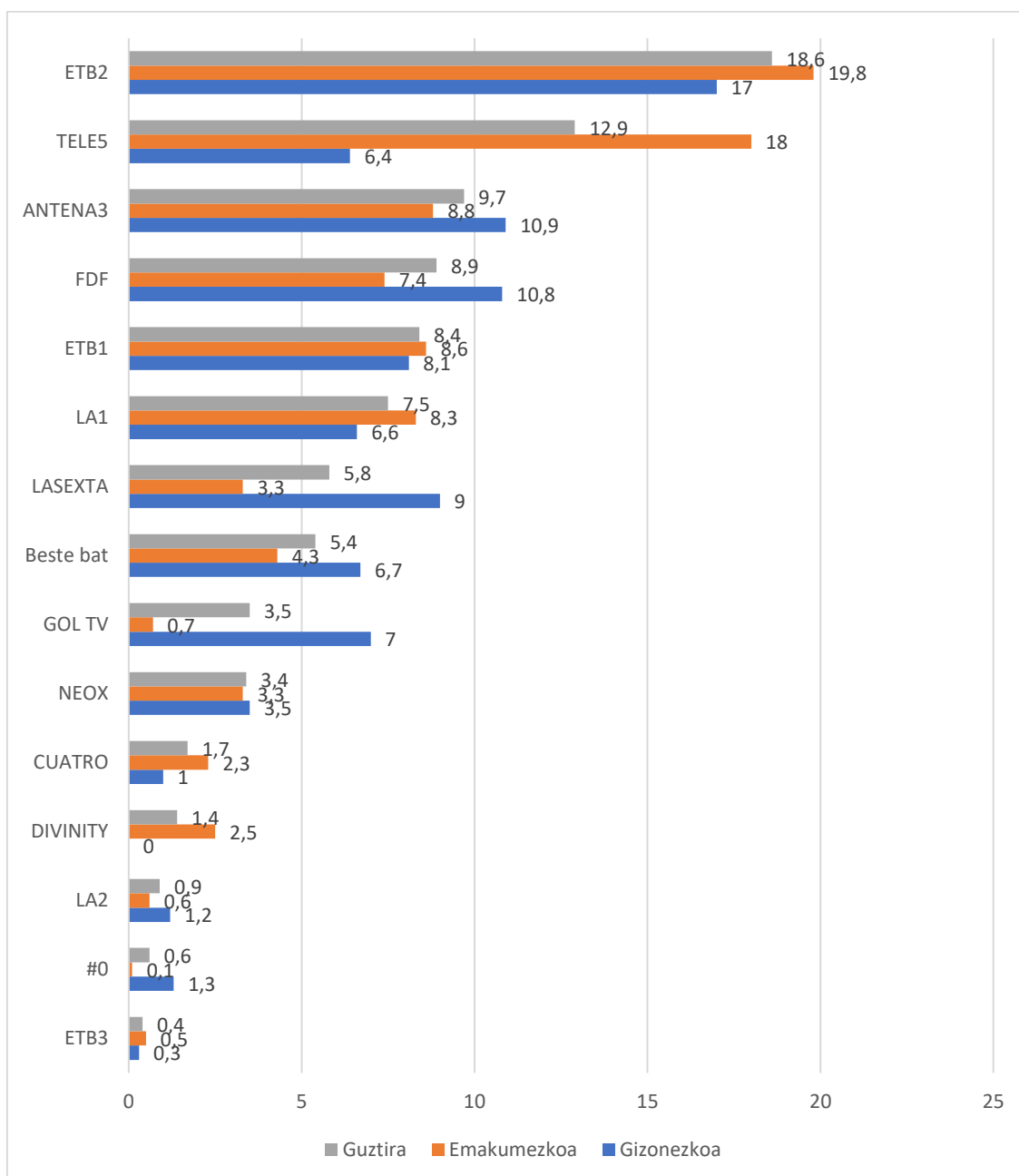
30. Irudia- Telebista ikusteko maiztasuna, ikasketa-mailaren arabera.



Gustukoen duten telebista kanalaz galdetuta, gehienek (% 18,6) ETB2 aukeratu dute. TELE5 izan da ondoren jarraitzaile gehien bildu dituen (% 12,9), eta segidan ANTENA3 (% 9,7). Kanal tematikoen artean liderra izan ohi den FDF, ikasleen % 8,9k aukeratu du eta Euskal Telebistaren lehenengo kanala % 8,4k.

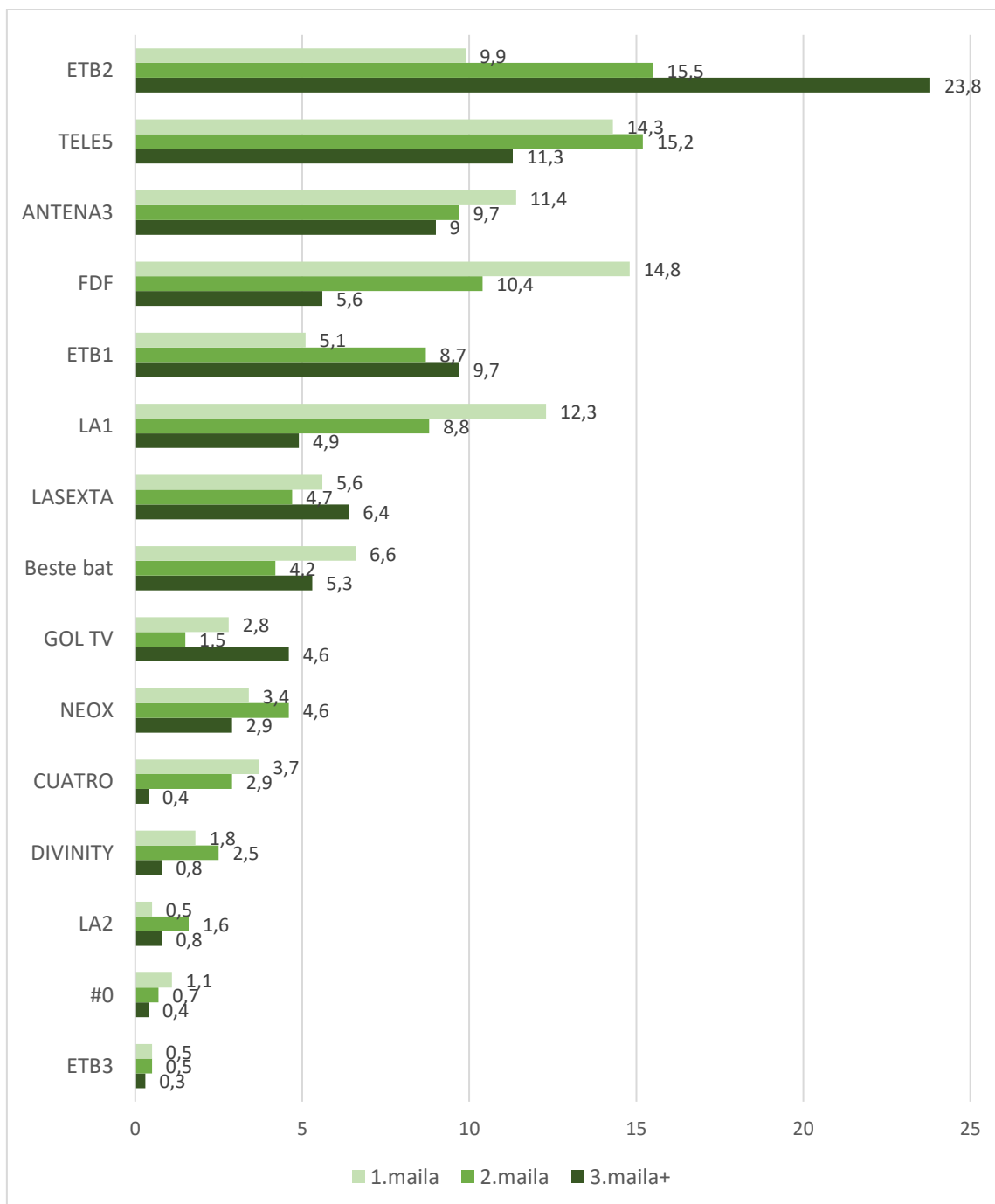
Emakumezkoek oso berdintsu aukeratu dituzte ETB2 eta TELE5 (% 19,8 eta % 18), baina gizonezkoen kasuan, Euskal Telebistaren 2. kanalean kokatu dira gehienak (% 17). Hauen bigarren aukera, ANTENA 3 eta FDF izan dira. Kirolarekin zerikusia duten edukietan bereizten diren LASEXTAn eta GOLTVn mutilak nagusi.

31. Irudia- Telebistako kanal gustukoena. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



ETB2 da 3. mailako ikasleen kanal gustukoena, zerrendako beste guztien oso gaineratik (% 23,8). Gazteenek FDF ikusteko pizten dute telebista bereziki (% 14,8), eta 2. mailakoek ETB2 eta TELE5 oso modu berdinean ikusten dutela adierazi dute. Lehen kirolarekin lotu ditugun LASEXTAn eta GOLTVn, adinean nagusienak direnak kokatu dira gehien.

32. Irudia- Telebistako kanal gustukoena, ikasketa-mailaren arabera.

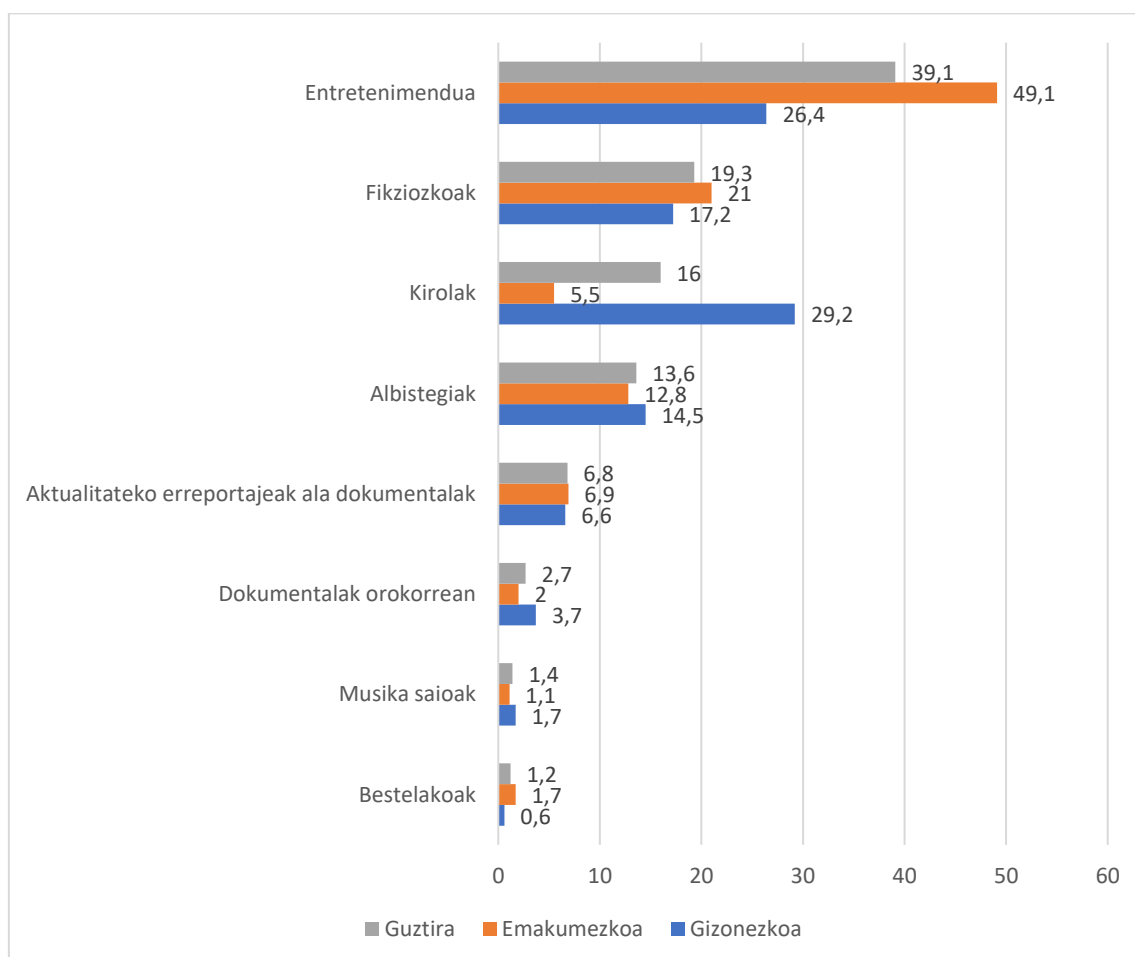


Jarraian, telebista pizten dutenean gazteek aukeratzen dituzten programak eta formatuak aztertuko dira, haien lehentasunei buruz eta baliabide tradizionalen kontsumoan sortzen ari diren joerei buruz gehiago jakiteko.

Entretenimenduzko edukiek lortzen dute harrerarik onena unibertsitarien artean (% 39,1). Fikzioa ikusteko pizten dute telebista ikasleen % 19,3k, eta kasu honetan, plataforma digitalek telebistarekin duten lehian garaile suertatzen dira. Kirolarekin zerikusia duten edukiak ikusteko baliatzen dute telebista gazteen % 16k, eta informazio-iturri modura, albistegiak ikusteko % 13,6k.

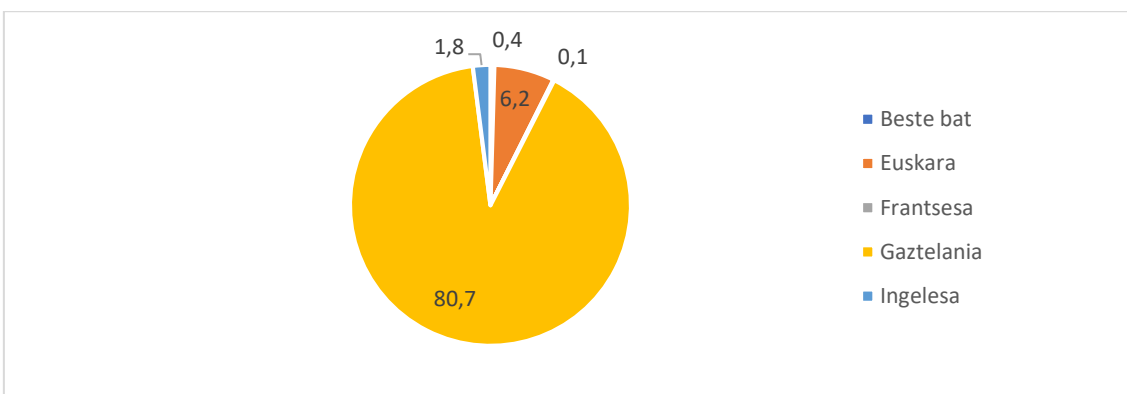
Emakumezko gehienek entretenimendurekin lotutako telebista programak lehenesten dituzte (% 49,1). Gizonezkoen kasuan, kirolarekin eta entretenimendurekin lotutako edukiek harrera oso antzekoa lortzen dute (% 29,2 eta % 26,4). Zerrendan aurkeztu zaizkien gainerako kategorietan, oso berdintsu kokatu dira batzuk zein besteak.

33. Irudia- Telebistako eduki gustukoena. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



Hizkuntzari dagokionez, ikasleen % 80,7k gaztelaniazko edukiak ikusteko ohitura du. Gazteen % 6,2k euskarazko programak kontsumitzen ditu, eta ingelesak pisua galtzen du telebistan, soilik % 1,8k aukeratzen ditu hizkuntza honetako edukiak.

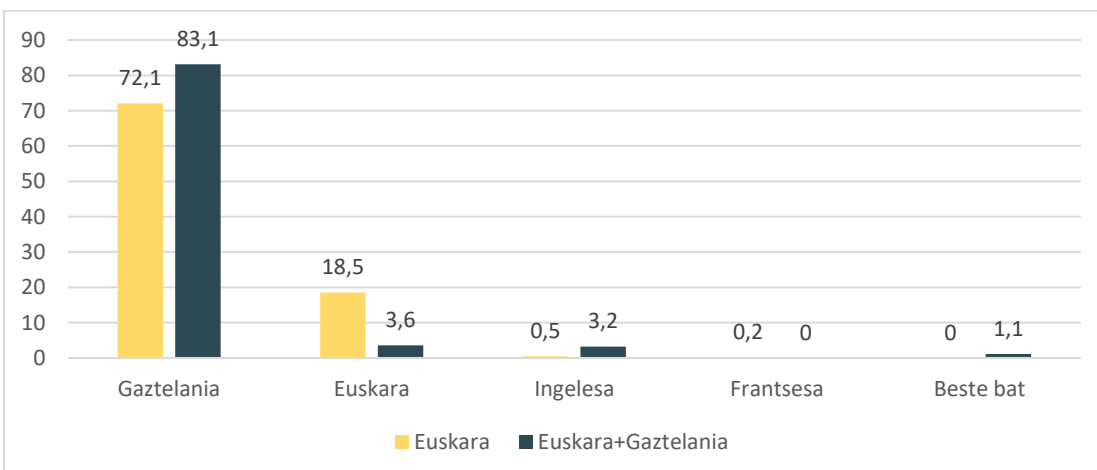
34. Irudia- Telebistako edukien hizkuntza.



Ikasleen kontsumoen eta hizkuntzaren arteko azterketan gehiago sakontze aldera, hurrengo grafikoan gazteen lehen hizkuntzaren arabera azterketa egin da, lehen hizkuntza horrek, telebistako edukien aukeraketan eraginik duen edo ez jakiteko.

Euskara lehen hizkuntza dutenen artean (% 27,5), % 18,5ek hizkuntza bereko edukiak ikusten dituela adierazi du. Euskara eta gaztelania lehen hizkuntza bezala dutenek (% 11) artean berriz, soilik % 3,6k aukeratzen ditu euskarazko ikus-entzunezkoak. Kasu bietan, gaztelaniazko edukien kontsumoa nagusitzen dela ikusten da, baina lehen hizkuntza horrek, badu eragina telebistan zer ikusiko duten aukeratzeko orduan.

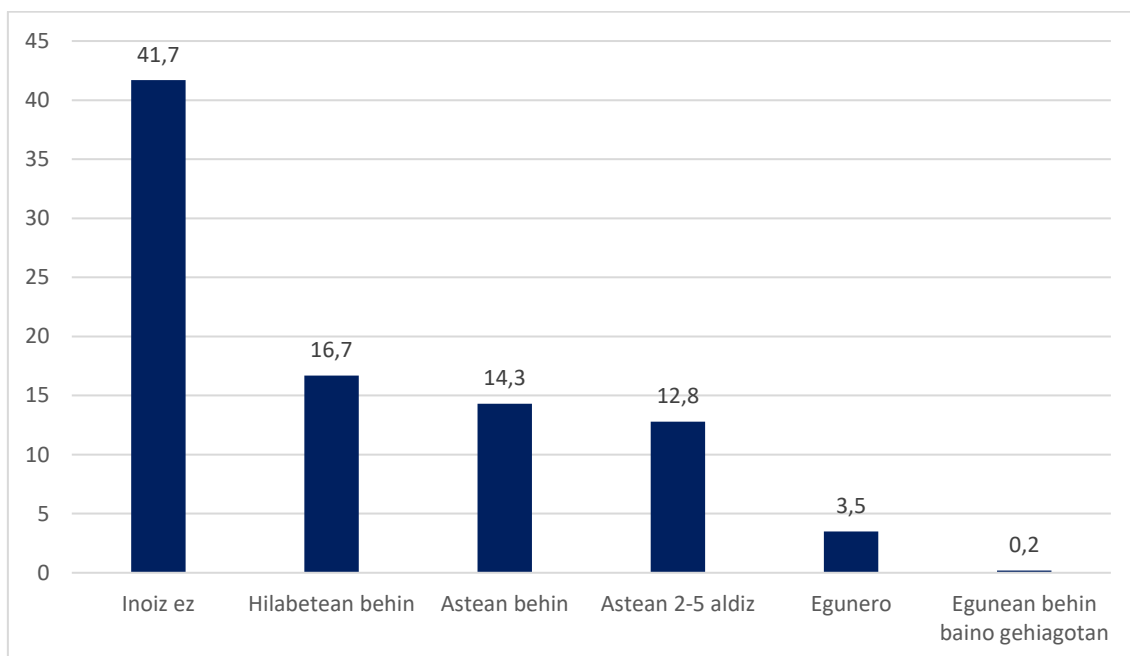
35. Irudia- Telebistako edukien hizkuntza, euskara eta euskara eta gaztelania lehen hizkuntza moduan dutenen arabera.



Hizkuntza eta kontsumoen arteko hausnartze honetan, UPV/EHUko eta UPNA/NUPeko ikasleen artean telebistako euskarazko edukiek duten presentzia zenbatekoa den aztertu da.

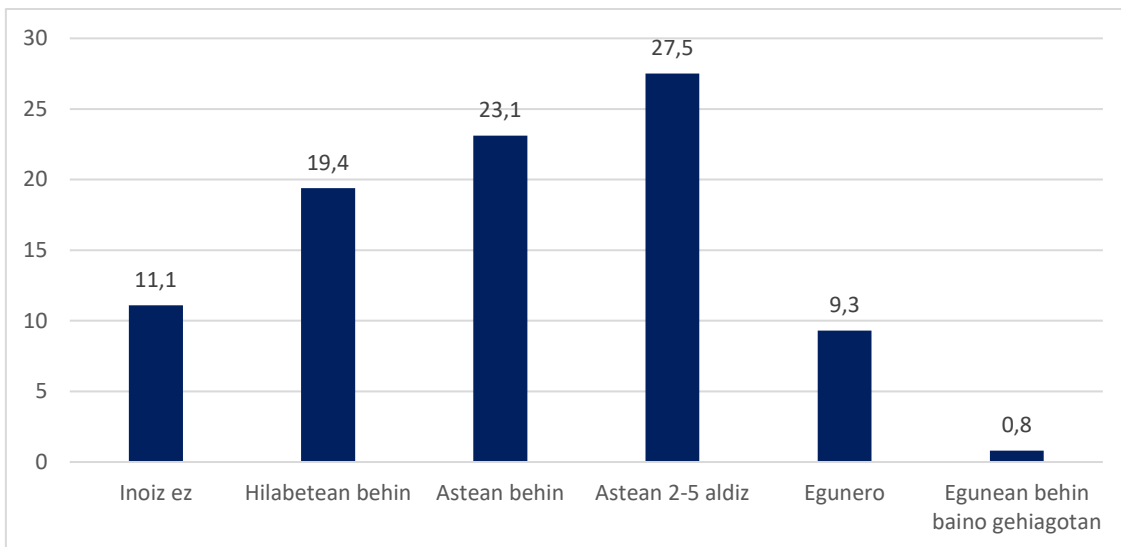
Grafikoak erakusten duenez, euskarazko edukiek ez daude ikasleen ohiko kontsumoen artean. Hilean behiko maiztasuna aipatu dute % 16,7k, eta asterokoa % 27,1ek. Hamarretik lauk baino gehiagok ez dute telebistan euskarazko edukirik inoiz ikusten.

36. Irudia- Telebistako edukiek euskaraz ikusteko maiztasuna.



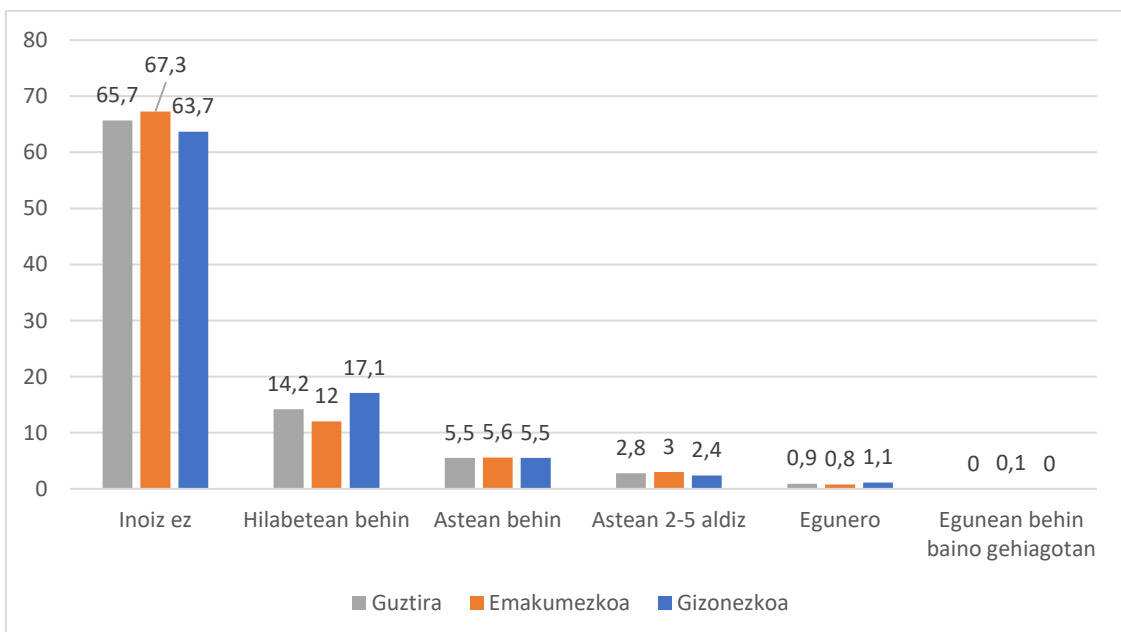
Jarrian, azterketa euskara lehen hizkuntza dutenen arabera gauzatu da (% 27,5), eta datuek erakusten dute, maiztasunak gora egiten duela hauen artean, eta hortaz, lehen hizkuntzaren faktorea oso garrantzitsua dela edukia aukeratzeko orduan.

37. Irudia- Telebistako edukiak euskaraz ikusteko maiztasuna, euskara lehen hizkuntza dutenen arabera.



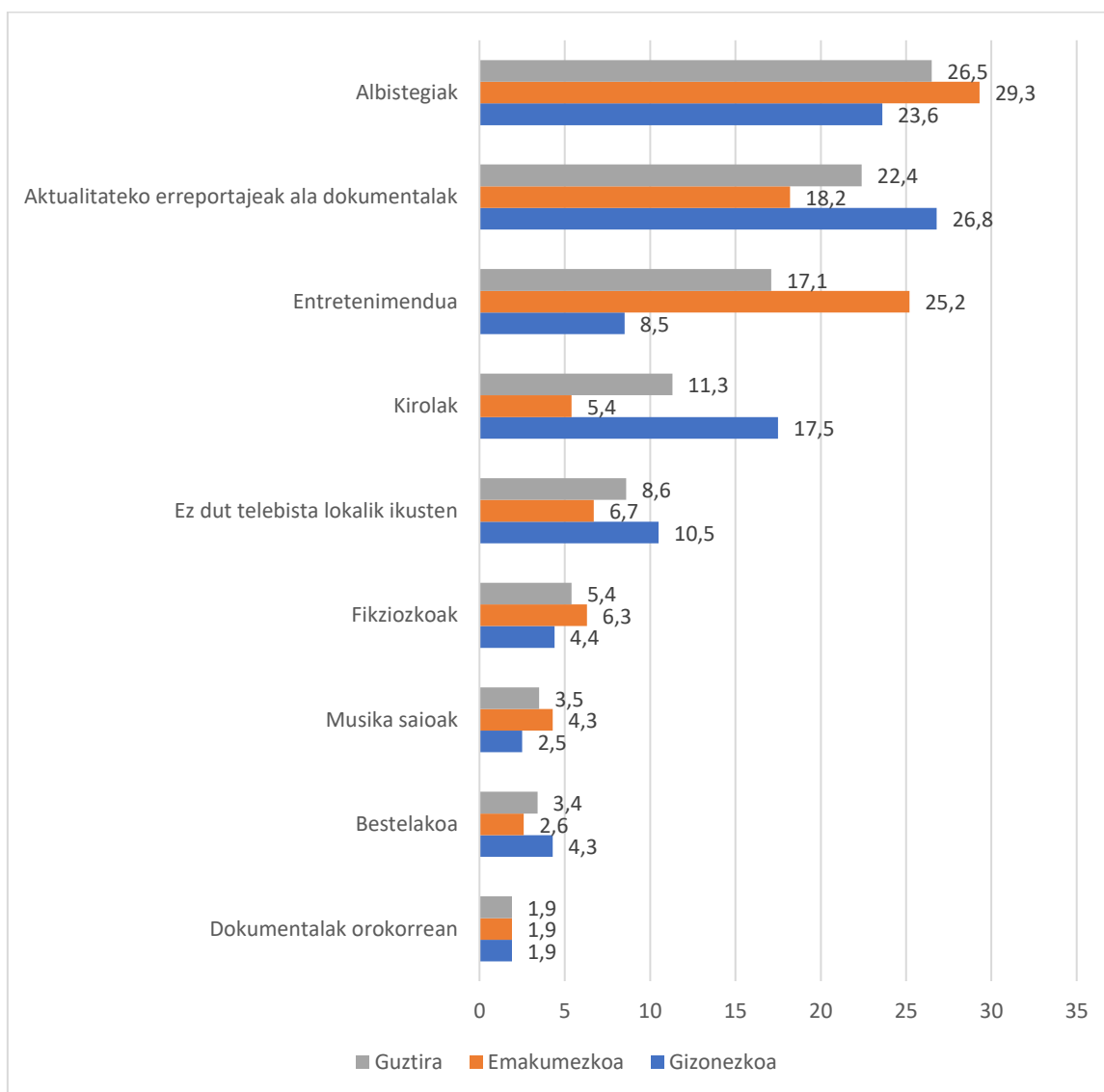
Ondoren, tokiko kezka, interesak eta kultura islatzen dituzten telebista lokaletan jarri da arreta. Ikerketaren arabera, beraien gertuko informazioa eskaintzen duten komunikabideen oso kontsumo urria egiten dute unibertsitariek. Gehienek adierazi dute ez dituztela kontsumitzen (% 65,7). Ikusleen artean, % 14,2k hilean behineko maiztasuna aitortu du.

38. Irudia- Telebista lokalen kontsumo maiztasuna. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



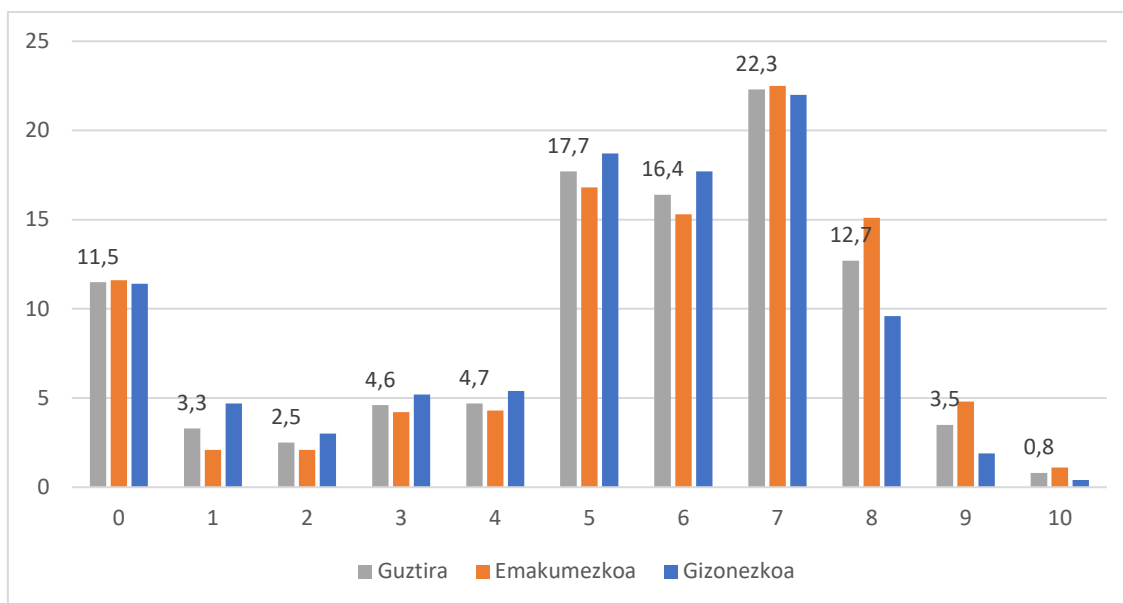
Telebista lokalak ahalbidetzen dien gertutasun hori, bereziki hurbileko albisteak ikusteko baliatzen dute. Aktualitateko erreportajeek ala dokumentalek ere harre ona daukate ikasleen artean, nahiz eta, oro har, komunikabide hauek ez diren unibertsitarien eguneroko kontsumoen parte.

39. Irdia- Telebista lokaletako eduki gustukoena. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



Amaitzeko, eta UPV/EHUko eta UPNA/NUPEko gazteek telebistarekiko duten pertzepzio orokorra zein den jakiteko, zer puntuazioa jartzen dioten galdetu zaie. 7ko nota izan da gehien errepikatu dena, baina Likert horretan, 5etik gorako balore askotan, puntuazioa handia izan da. 5etik beherako baloretan, 0 izan da notarik aukeratuena.

40. Irudia- Telebistari jartzen dioten nota. Datu orokorra eta sexuaren arabera.



LABURREAN ESANDA

- Informazioa eduki interesgarria da unibertsitariarentzat, ikasleen erdiari baino gehiagori nahiko interes pizten dio. Soilik ehuneko biak adierazi du ez diola batere kasurik egiten, eta ehuneko ia seiri, ez zaio gehiegi interesatzen.
- Sare sozialak dira gehienek informazio-iturri, ondoren, telebista kanal normalak izan dira aipatuena. Komunikabide tradizionalen gainbeheraren erakusgarri da, egunkariak eta bereziki irratiak lortzen duten datu txikia.
- Twitter eta Instagram dira sare sozialetan informazioa bilatzen duten erabiltzaileen artean aplikazio gogokoak, jarraian TikTok aipatzen dute gehien eta ondoren, YouTube. Twitter da mutilek informazioa lortzeko gehien darabilten sare soziala, eta Instagram da neska gehienek lehen aukera.
- Irudiak pisu handia dauka informazioarekin lotutako edukia aukeratzeko orduan, bereziki gazteen artean. Soinuz edo testuz doitutako edukiek ez dute belaunaldi honen hainbesteko arretarik erakartzen.
- Komunikabide tradizionalak sare sozialetan zabaltzen dituzten edukiak dira ikasle gehienek informazio-iturri nagusia. Sareko erabiltzaileek sortutako edukiak dira ondoren ikasle gehienek kontsumitzen dituztenak.

- Formatuari dagokionez, Twitterreko txioek eta hariak, eta Instagrameko edo TikToko storyek lortzen dute arrakasta gehien. Emakumezkoek storyen formatua lehenesten dute, aldiz, gizonezkoen kasuan, Twitterreko txioek lortzen dute jarraitzaile gehien. Gazteenak dira informazioa story formatuan jasotzea gehien aukeratzen dutenak. Twitterrek ahalbidetzen dituen txio eta hariak, 3. maila edo gehiagokoen lehen aukera izaten dira.
- Unibertsitarien hamarretik zazpi baino gehiegok adierazi du batzuetan informazio sahiestu egiten duela. Informazioa sahiesteko arrazoien artean, “gehiagizko kopurua” nagusi. Fidagarritasun eza izan da hirugarren motibo aukeratuenak.
- Telebistako albistegiaren nohizbehinkako kontsumoa egiten dute gehienek, astean 2-5 artekoa batez ere. Ikasleen hamarretik batek baino ez du albistegia egunero ikusten.
- Aukeratzen duten albistegiaren kanalarik dagokionez, ETB2 gailentzen da, ondoren TELE5 eta jarraian, ANTENA3.
- Telebista orokorrean hartuta, ETB2 da ikasleen kanal gustukoena. TELE5 izan da ondoren jarraitzaile gehien biltzen dituenak, eta segidan ANTENA3.
- Telebistako entretenimenduzko edukiek lortzen dute harrerarik onena unibertsitarien artean.
- Hizkuntzari dagokionez, ikasleen hamarretik zortzik gaztelaniazko edukiak ikusteko ohitura du. Gazteen hamarretik seik, euskarazko ikus-entzunezkoak kontsumitzen ditu, eta ingelesak pisua galtzen du telebistan, soilik ehuneko ia biak aukeratzen ditu hizkuntza honetako edukiak.
- Telebista lokalaren kontsumoa oso eskasa da unibertsitarien artean, ikasleen hamarretik seik, ez du inoiz ikusten. Telebista lokalak ahalbidetzen dien gertutasun hori, bereziki entretenimenduzko edukiak ikusteko baliatzen dute.
- UPV/EHUko eta UPNA/NUPeke gazteek telebistari orokorrean ematen dioten batzbesteko nota 5,7 da.