



Unibertsitateko panela
Plataforma digitalak
eta X
2024-2025

57. TXOSTENA · 2025EKO MAIATZA



AURKIBIDEA

IKUSIKER.....	2
FITXA TEKNIKOA.....	3
EMAITZAK.....	4
IKUSITAKO AZKEN EDUKIAK.....	4
Interneten	4
Telebistan.....	10
PLATAFORMAK.....	14
X (Twitter).....	26
LABURREAN	40
PLATAFORMAK.....	40
X.....	41

IKUSIKER

Gazteek ikus-entzunezkoak kontsumitzeko eta Informazio eta Komunikazio Teknologia (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, Kulturaren Euskal Behatokiak eta Euskararen Erakunde Publikoak osatzen dute IKUSIKER Behategia (US24/29).



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



UPV/EHUko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Sarriena auzoa z/g, 48940 Leioa (Bizkaia)

+34 747 414 355

ikusiker@ehu.eus

Egileak: Edorta Arana Arrieta, Bea Narbaiza Amillategi, Garazi Sánchez Murciano, Ane Zugaza Goienetxea, Jone Hernández Perez de Gereñu, Helene Sagarzazu Aizpuru, Mikel Peña Sarrionaindia, Itziar Zorita Agirre eta Maialen Goirizelaia Altuna.

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



FITXA TEKNIKOA

2024-2025 ikasturtean, IKUSIKERen Unibertsitateko panelean bat egiten dute Euskal Herriko Unibertsitateko (UPV/EHU) eta Nafarroako Unibertsitate Publikoko (UPNA/NUP) ia bi mila ikaslek. 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 lau galdetegiak, hilean behingo maiztasunarekin.

Txosten honetan aurkitu daitezke 2025eko martxoaren 17 eta 23 bitartean plataforma digitalei eta Xri (Twitter) buruz egindako inkestaren emaitzak. Guztira, 1820 ikasleren erantzun baliagarri jaso dira.

IKUSIKERen Unibertsitateko panela UPV/EHU eta UPNA/NUPeke ikasle guztien errepresentagarri da. Unibertso horren kopurua lortzeko, laginaren datuen gaineko ponderazioa egin da, eta horretarako, aldagai hauek erabili dira:

- Sexua/generoa
- Unibertsitatea
- Herrialdea
- Ikasketa-eremua
- Ikasketa-maila

EMAITZAK

IKUSITAKO AZKEN EDUKIAK

Interneten

Ondoko hitz-hodeiak gazteek Interneten ikusitako azken edukiaren inguruko erantzunak jasotzen ditu, kontuan hartuta inkesta 2025eko martxoaren 17 eta 23 bitartean bete dutela.

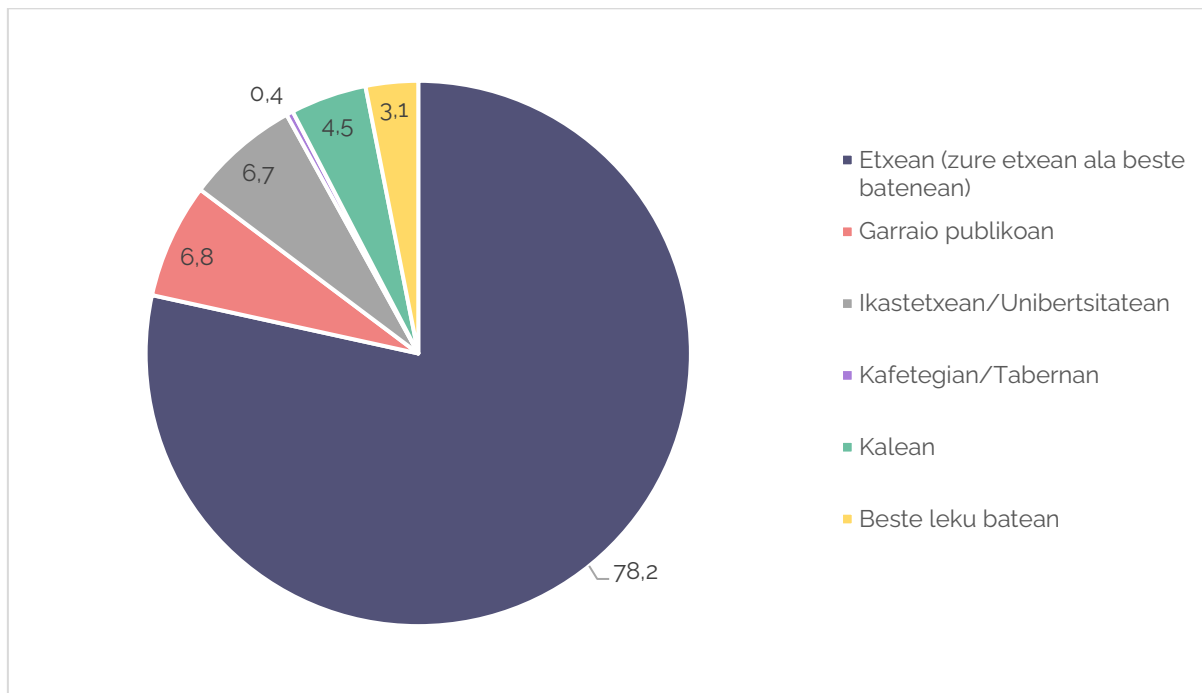
1. irudia: Interneten ikusitako azken edukien hitz-hodeia.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Sakelako telefonoak edukiak nonahi ikusteko aukera eskaintzen duen arren, ikasleen hiru laurdenak baino gehiagok etxean egin zuen Interneten azkenekoz kontsumoa, beheko grafikoan ikus daitekeenez.

2. irudia: Interneten azken edukia ikusteko lekua. Ehunekoak guztira.

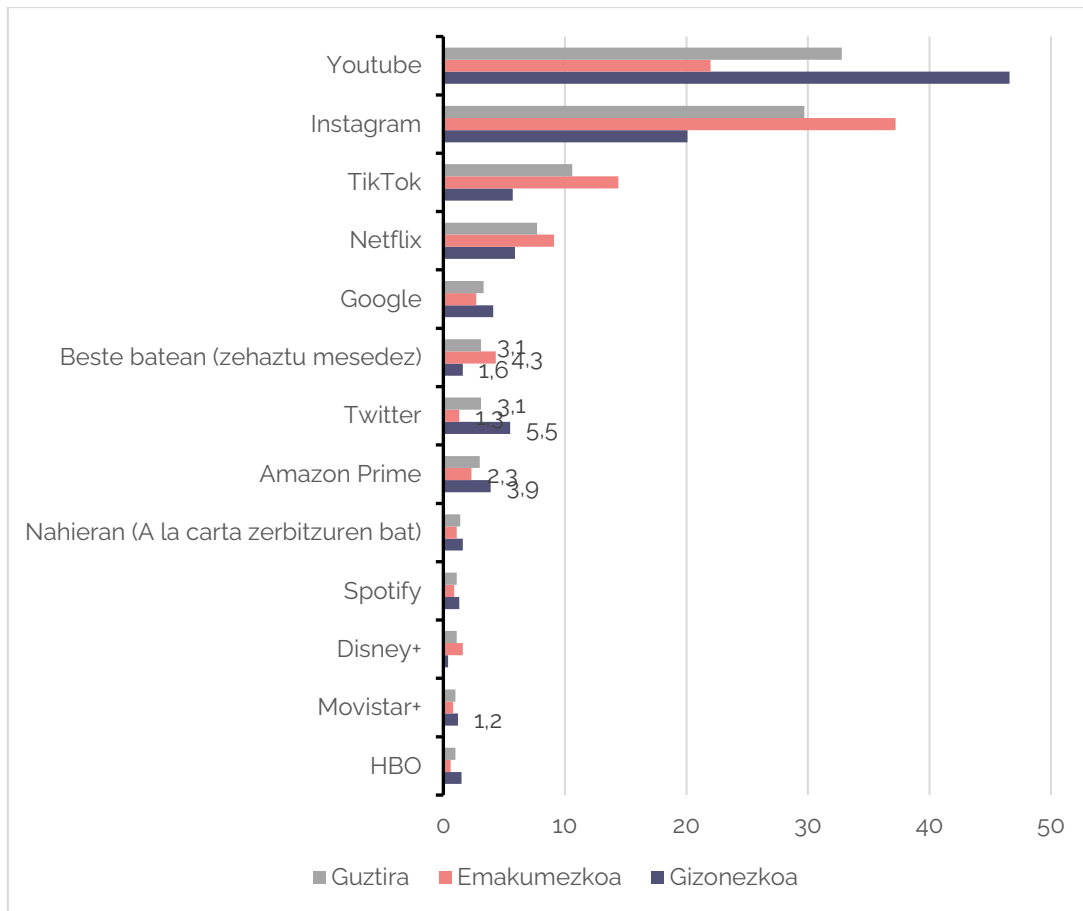


Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Hurrengo grafikoan ikus daiteke gazteek azken edukia ikusteko gehien erabili dituzten plataformak Youtube eta Instagram izan direla, genero banaketa argia agerian utziz. Mutilen artean, Youtube izan da azken edukia ikusteko plataforma erabiliena, gizonen ia erdia kategoria honetan batuz (% 46,6). Nesken kasuan, aldiz, Instagramek burutzen du zerrenda 37,2 ehunekoaz. Youtuben ematen den genero arrakala Instagramen antzematen dena baino handiagoa da: lehenengoaren kasuan, nesken ehunekoa ia 25 puntu atzerago geratzen da (% 22) eta bigarreanean neskek 17 puntuko aldea ateratzen diote mutilei (% 20,1).

TikTokek hirugarren postua hartzen du zerrendan. Antzematen da neskek plataforma hau erabiltzen dutela mutilek baino gehiago Interneteko azken edukia ikusteko (% 14,4 eta % 5,7). X (Twitter) plataformaren kasuan gizonen nagusitasuna aurkezten da: horien % 5,5k erabili du sare sozial hori Interneten azken edukia ikusteko.

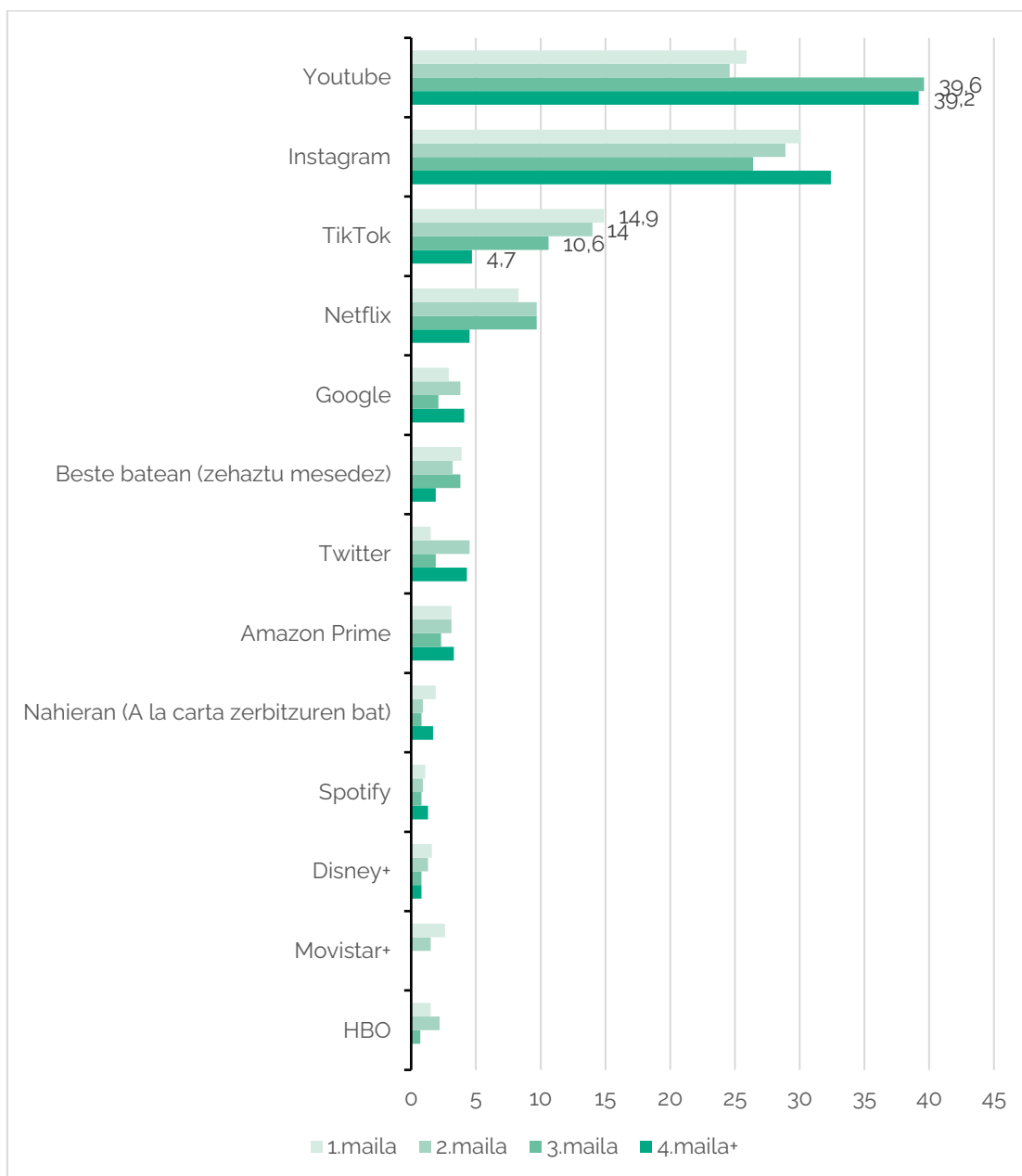
3. irudia: Interneten azken kontsumoa egiteko erabilitako plataforma. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Ikasketa-mailaren arabera datuen irakurketak erakusten du hirugarren eta laugarren mailako ikasleek bereziki erabiltzen dutela Youtube, gainerako ikasleekin konparatuz, azken kontsumoa egiteko (% 39,6 eta % 39,2, hurrenez hurren). Gainera, TikToken kasuan ikusten da ikasleek mailan gora egin ahala, gutxiago erabiltzen dutela sare sozial hori.

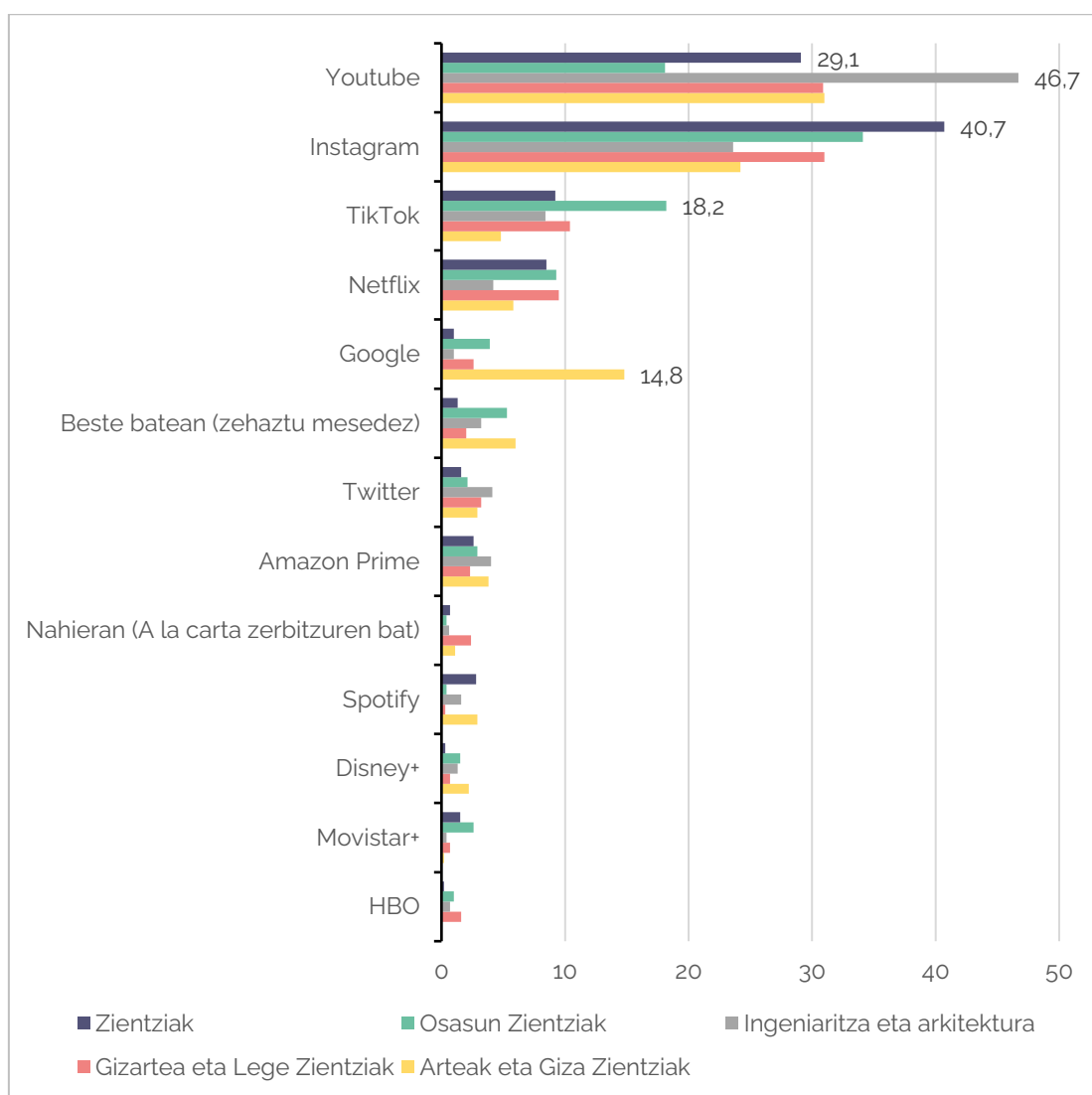
4. irudia: Interneten azken kontsumoa egiteko erabilitako plataforma. Ehunekoak ikasketa-mailaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Ikasketa-eremuaren inguruko datuek agerian uzten dute badirela joera orokorrak urratzen dituzten zenbait kasu. Youtuberen kasuan, ehunekoak 20 eta 30aren bueltan ibiltzen dira, baina Ingeniaritza eta Arkitekturako ikasleak tarte horretatik dezente urruntzen dira (% 46,7). Bestalde, Instagramen gehien dabiltzanak Zientzietako ikasleak dira (% 40,5), Osasun Zientzietako eta Gizarte eta Lege Zientzietako ikasleak baino zertxobait gehiago. TikTok-en kasuan ere, Osasun Zientzietako ikasleek ehunekoak gainerakoengandik nahiko urruntzen da. Arlo honen ehunekoak % 18,2koa da eta gainerako ikasketa-eremuekiko hamar bat puntuko aldea dauka. Azkenik, deigarria da Google-en kasua: orokorrean aukera nahiko minoritarioa izanik (% 3aren bueltan), Arte eta Giza Zientzien ikasleek % 14,8ren aukera izan da.

5. irudia: Interneten azken kontsumoa egiteko erabilitako plataforma. Ehunekoak ikasketa-eremuaren arabera.

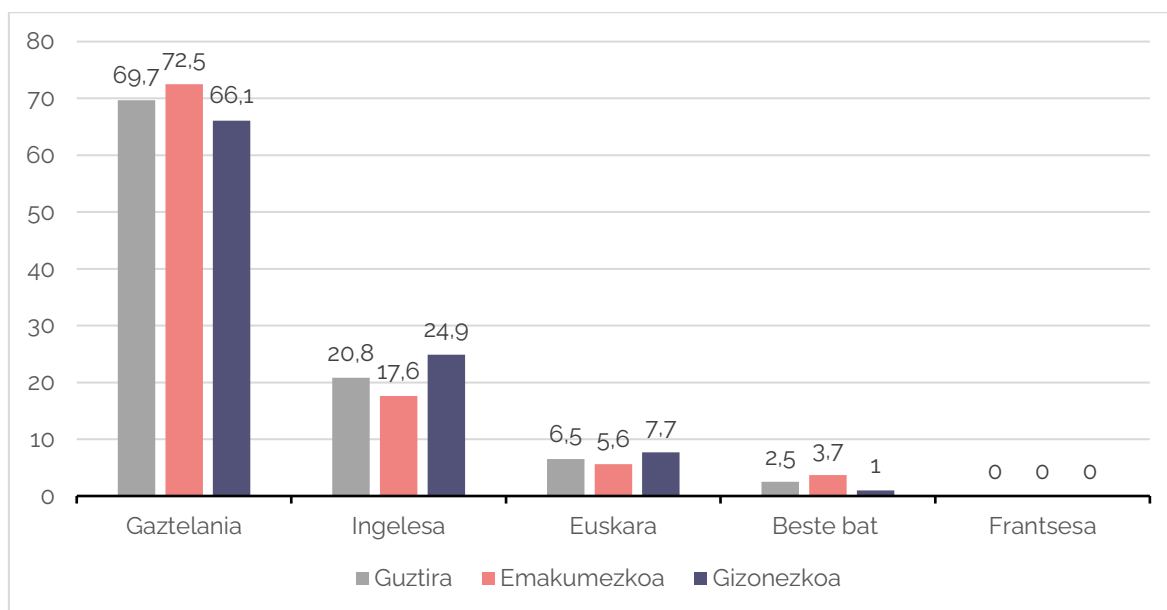


Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Interneten dagoen eskaintza zabalaren baitan, hizkuntza ezberdinetan egiten diren kontsumoen inguruko datuak kontuan hartzeko modukoak dira. Martxoaren 17 eta 23a bitartean egin den inkestan horri buruz galdetu da eta azpiko grafikoan Interneten egin duten azken kontsumoaren hizkuntzaren inguruko informazioa jasotzen da.

Aurreko txostenetan bezala, gaztelaniak zerrenda burutzen du, ia % 70eko datuaz, eta horri ingelesak jarraitzen dio atzetik (% 20,8). Euskararen eta beste hizkuntza batzuen ehunekoak gehituta, ez dira % 10era iristen. Grafikoan ikusten denez, azken edukia gaztelaniaz kontsumitu dute zertxobait gehiago emakumeek. Ingelesaren kasuan, mutilak gailentzen dira (% 24,9, emakumeen % 17,6ren aurrean).

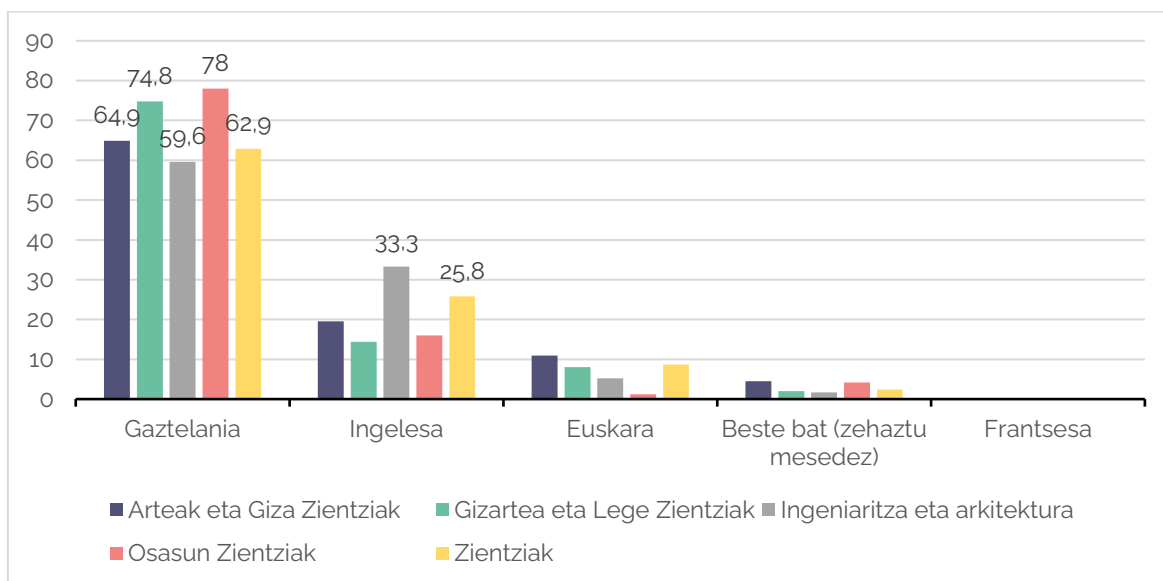
6. irudia: Interneten kontsumitutako azken edukiaren hizkuntza. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Interneten egindako azken kontsumoaren hizkuntza ikasketa-eremuaren arabera aztertuz gero, arloen arteko ezberdintasun batzuk ikusten dira. Azken kontsumoa gaztelaniaz egin dute gehiago Gizarte eta Lege Zientzietako eta Osasun Zientzietako ikasleek, beste ikasketa-eremuekin alderatuta. Ingelesaren kasuan kontrakoa gertatzen da, eta Ingeniaritza eta Arkitektura eta Zientzietako ikasleak dira nagusi.

7. irudia: Interneten kontsumitutako azken edukiaren hizkuntza. Ehunekoak ikasketa-eremuaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Telebistan

Inkestaren bitartez ere jakin dezakegu nolakoa izan den telebistan egin duten azken kontsumoa, kontuan hartuz ikasleek martxoaren 17 eta 23 bitartean erantzun zutela.

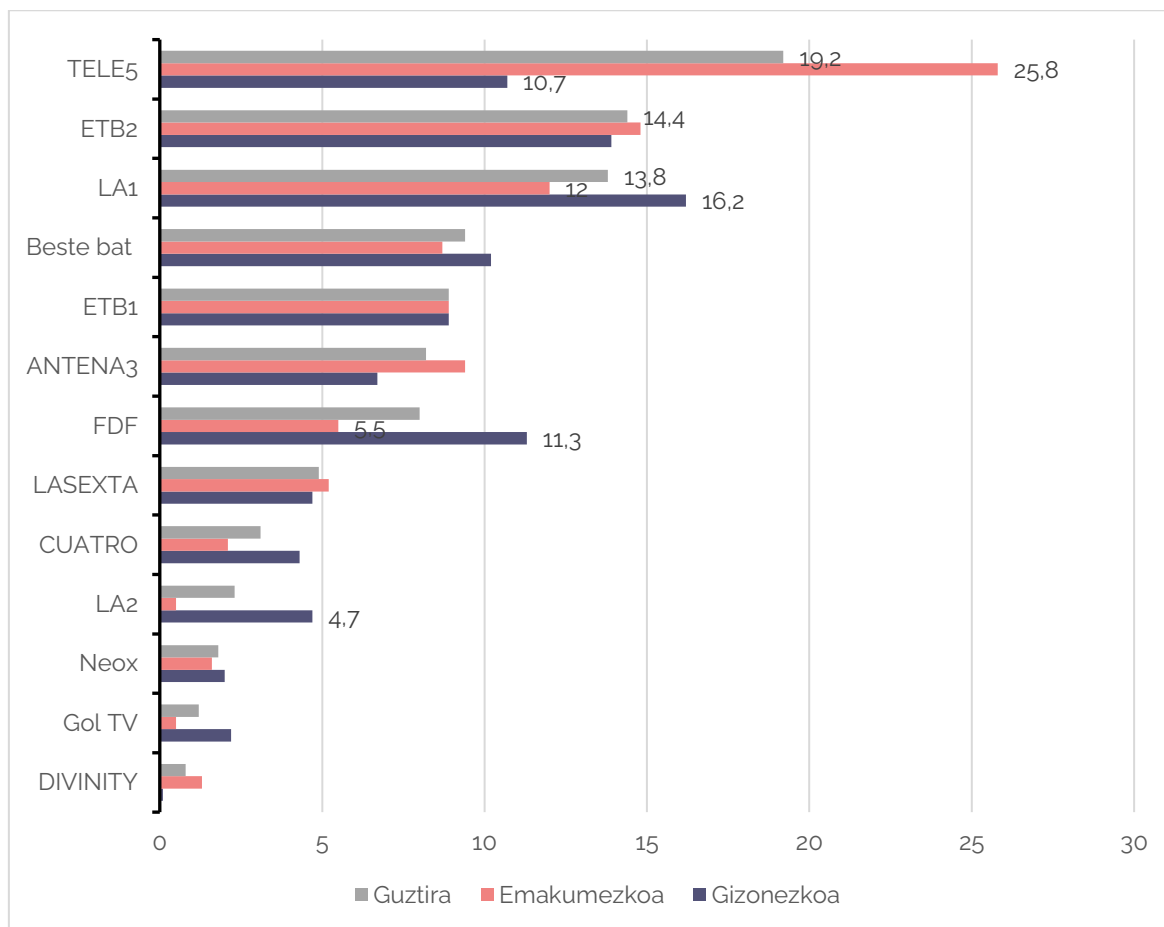
8. irudia: Telebistan ikusitako azken edukien hitz-hodeia.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Hurrengo grafikoko datuek erakusten dute gazteek zein kanaletan ikusi duten azkeneko edukia telebistan. Tele5 besteen gaitetik nagusitzen den arren (% 19,2), oso hurbiletik jarraitzen du ETB2k, 5 puntu inguruko aldeaz. Guztirako ehunekoei erreparaturaz, La1k ere ETB2 are gertuagotik jarraitzen du (% 13,8). Guztirako eta emakumeen ehunekoei Tele5> ETB2> La1 ordena erakusten duten bitartean, justu alderantzizkoa ikusten da gizonezkoetan, ehunekoen arteko alde txikiagoekin bada ere. Izan ere, lau emakumeetatik batek Tele5n egin dute azken kontsumoa, ETB2n % 14,4k, eta La1n % 12k. Hau da, emakumeen kasuan Tele5k gainerako kanalekin markatzen duen aldea oso handia da. Aipatzekoa da ere FDF kanala zerrendan behe-rango dagoen arren, mutilen ehunekoa Tele5koa baino altuagoa dela (% 11,3), mutilen rankinean 3. postua lortuz. Konparaketa hauek guztiek erakusten dute telebista kanalaren kasuan kontuan hartu beharreko moduko ezberdintasunak daudela emakumeen eta gizoneen arteko kontsumoan.

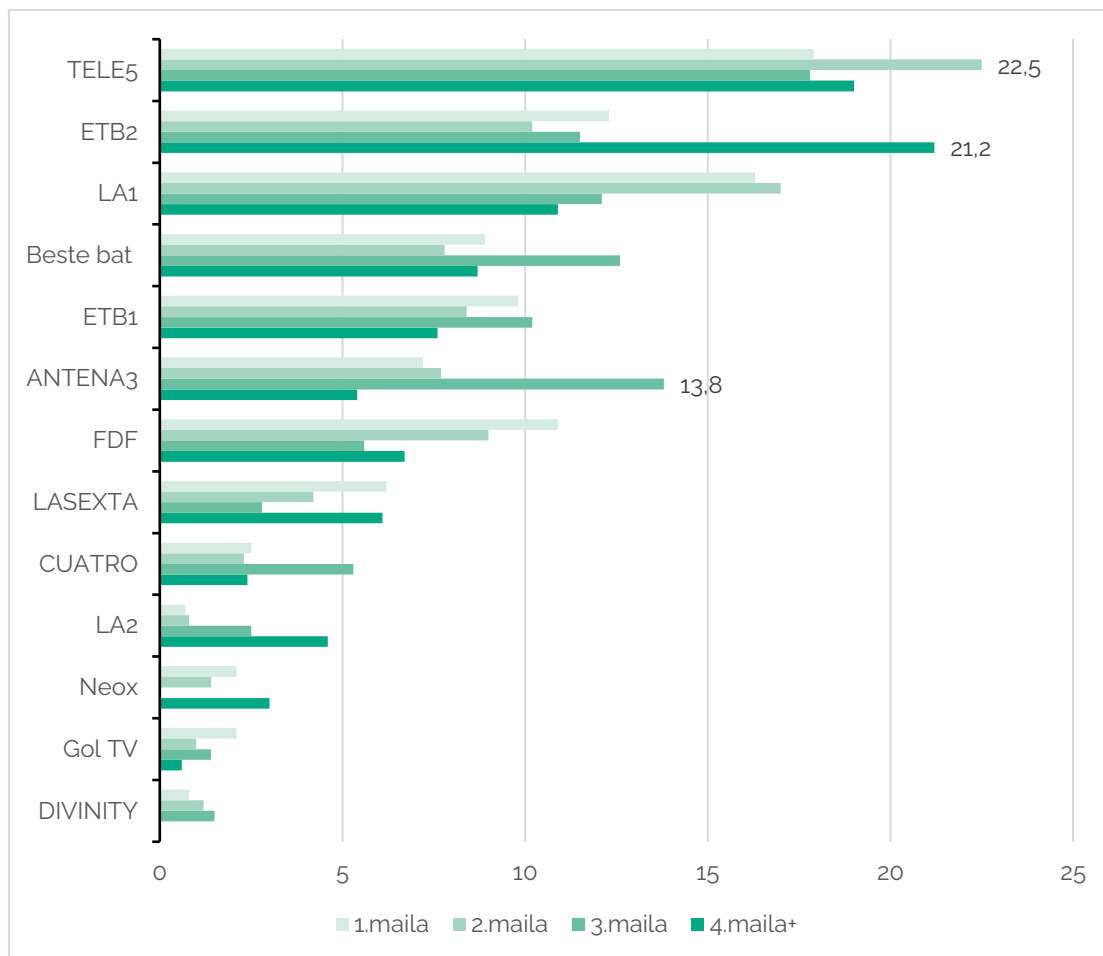
9. irudia: Telebistan ikusitako azken edukiaren kanala. Ehunekoa guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Azken kontsumoa egiteko kanal aukeraketa ikasketa-mailaren arabera aztertuz gero, antzematen da laugarren mailakoek gainerako ikasleek baino gehiago aukeratu dutela ETB2 (4. mailako ikasleen laurden batek). 3. mailako ikasleek alde handia markatzen dute Antena3en aukeraketan, gainerako mailak % 5en inguruan mugitzen diren bitartean, 3. mailakoen ehunekoa % 13,8koa izanik.

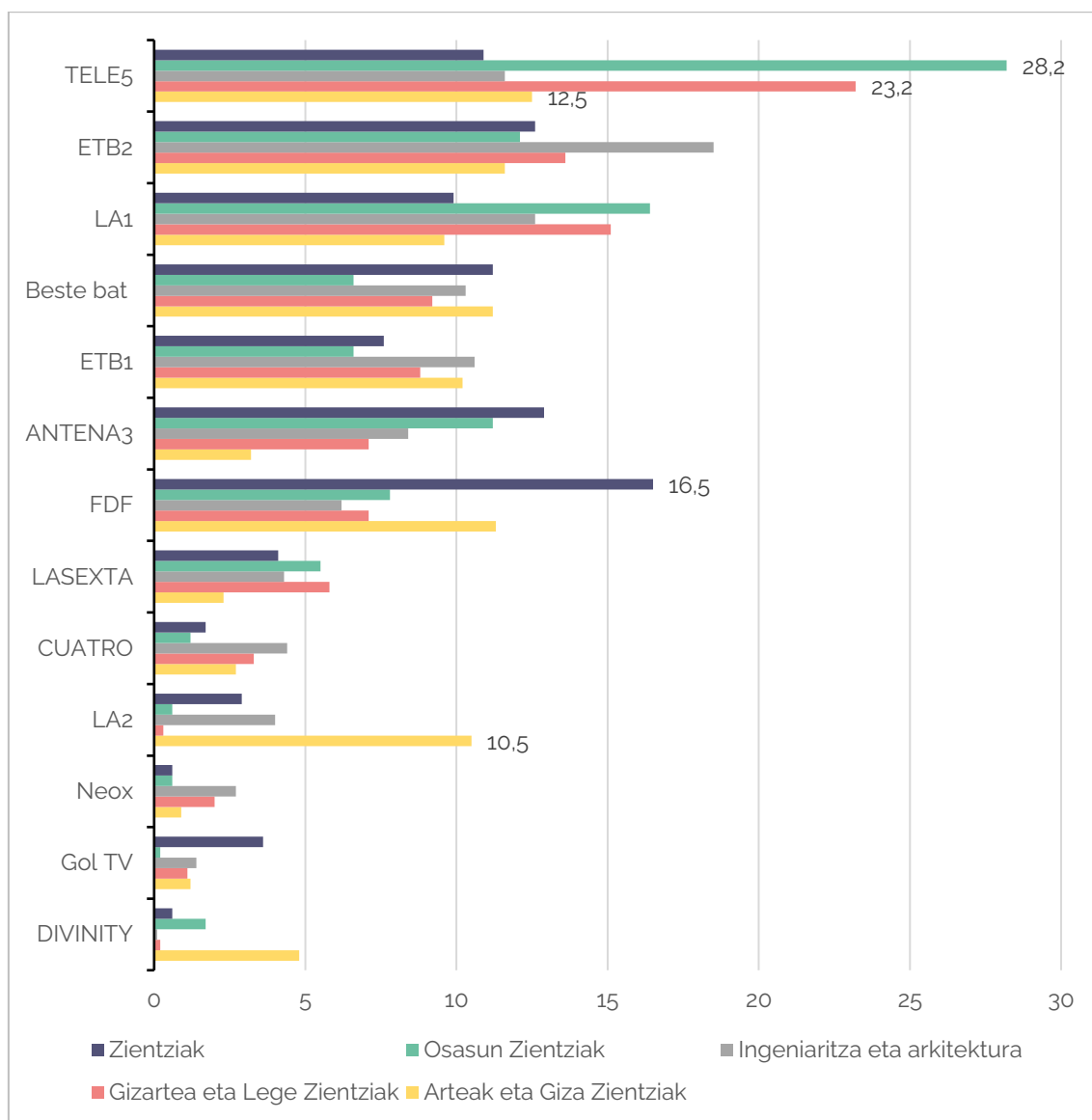
10. irudia: Telebistan ikusitako azken edukiaren kanala. Ehunekoak ikasketa-mailaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Ikasketa-eremuaren arabera datuek erakusten dutenez, telebistako azken kontsumoa egiteko Tele5 gehien aukeratu dutenak Osasun Zientzietako eta Gizarte eta Lege Zientzietako ikasleak izan dira, beste ikasleak baino 10 puntu inguru gehiago. Zientzietako ikasleek gehiago aukeratu dute FDF (% 16,5), Tele5ren gainetik. Orokorrean aukera minoritarioa den La2 kanalean Arte eta Gizarte Zientzietako ikasleak besteei gailentzen zaie (% 10,5), ikasketa-eremu honetako ikasleen Tele5ko ehunekoari ia-ia parekatuz.

11. irudia: Telebistan ikusitako azken edukiaren kanala. Ehunekoak ikasketa-eremuaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

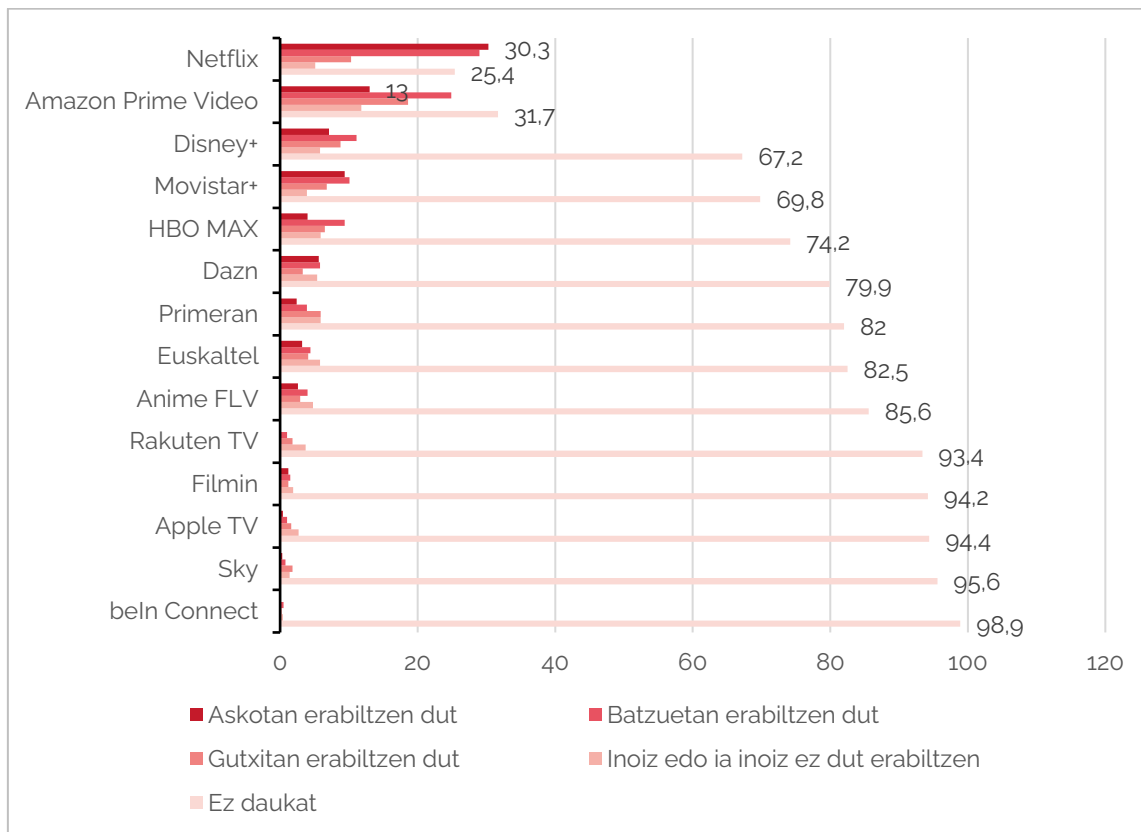
PLATAFORMA DIGITALAK

Galdetegian plataforma digitalen inguruko erabilerari buruz sakonago galdetu zitzaizen ikasleei.

Normalean, telebista tradizionalen ikusi duten azken edukia zein kanaletan ikusi duten galdetzerakoan, ikasleen ehuneko batek "beste bat" aukera markatzen du (inkesta honen kasuan % 9,4k), eta plataforma baten izena idazten dute gehienek. Honek plataformek telebistan (euskarri gisa) izan duten integrazioa erakusten dute, eta telebista euskarri bezala eta medio bezala ez direla guztiz bereizten kasu batzuetan.

Ondoko grafikoak adierazten du unibertsitateko ikasleek zein maiztasunekin erabiltzen dituzten zerrendatutako *streaming* plataformak. Plataforma gehienetan, Netflix eta Amazon Prime Video kenduta, "ez daukat" aukerak beste edozein maiztasunek baino pisu askoz handiagoa du. Izan ere, Netflixen kasua da bakarra non "askotan erabiltzen dut" aukera "ez daukat" aukera baino handiagoa den.

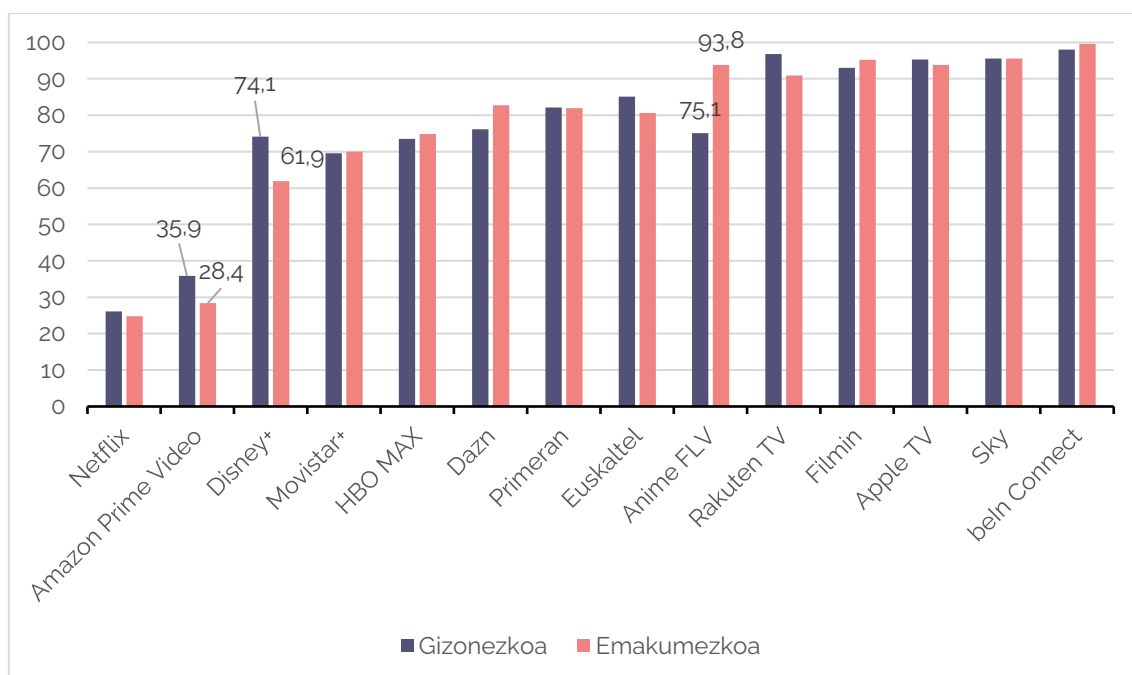
12. irudia: Plataforma ezberdinak erabiltzeko maiztasuna. Ehunekoak guztira.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Zerrendatutako plataformak ez dituztenen ehuneko altuak ikusita, ondoko grafikoan generoaren arabera banatzen dira datuak. Agerian geratzen da plataforma batzuk kenduta ez dagoela ezberdintasun nabarmenik emakumeen eta gizonen artean. Salbuespen horiek Amazon Prime Video, Disney+ eta AnimeFLV dira. Lehenengo bien kasuan mutilek 10 puntu inguruko aldea ateratzen diote neskei, baina Anime FLVren kasuan ezberdintasuna nabariagoa da: nesken % 93,8k ez du kontua plataforma horretan, mutilen % 75,1en aurrean.

13. irudia: Plataformak ez dituztenen ehunekoa. Ehunekoak generoaren arabera.

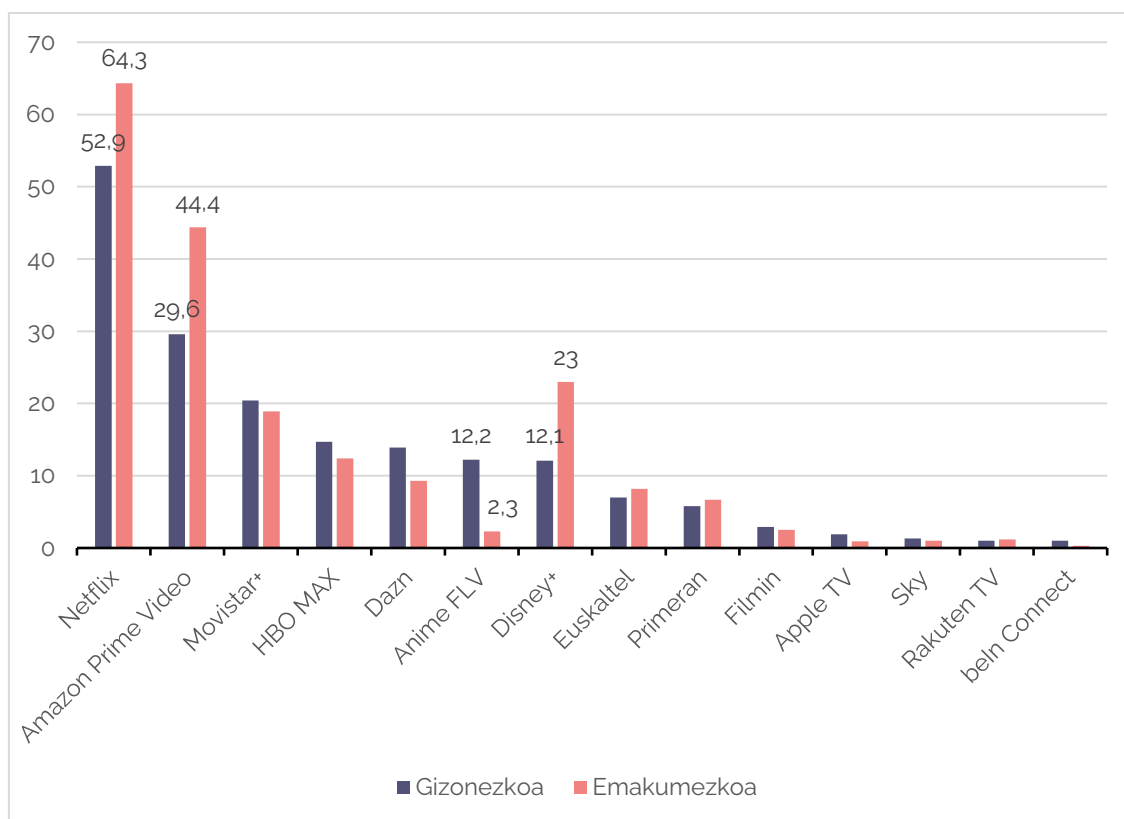


Ondoko grafikoa "askotan erabiltzen dut" eta "batzuetan erabiltzen dut" kategoriak gehituz sortu da. Datu honen bidez maiztasun altuko kontsumoak azaltzen dira plataformaz plataforma eta generoaren arabera. Gehienek ez dute generoaren araberako ezberdintasun nabaririk erakusten, lau kasutan izan ezik: Netflix, Amazon Prime, Anime FLV eta Disney+.

Horietan, emakumeen nagusitasuna ematen da maiztasun altuko kontsumoetan, mutilekiko honako aldeak ezarriz: Netflixen kasuan 11,4; Amazon Prime Video-renean 17,8 eta Disney+ plataformarenean 10,9.

Anime FLV da kasu bakarra non gizonek emakumeek baino gehiago duten maiztasun altuko erabilera. Horretan, mutilen ehunekoa 12,2 da eta neskena 2,3.

14. irudia: Plataformak askotan eta batzuetan erabiltzen dituztenen ehunekoa. Ehunekoak generoaren arabera.

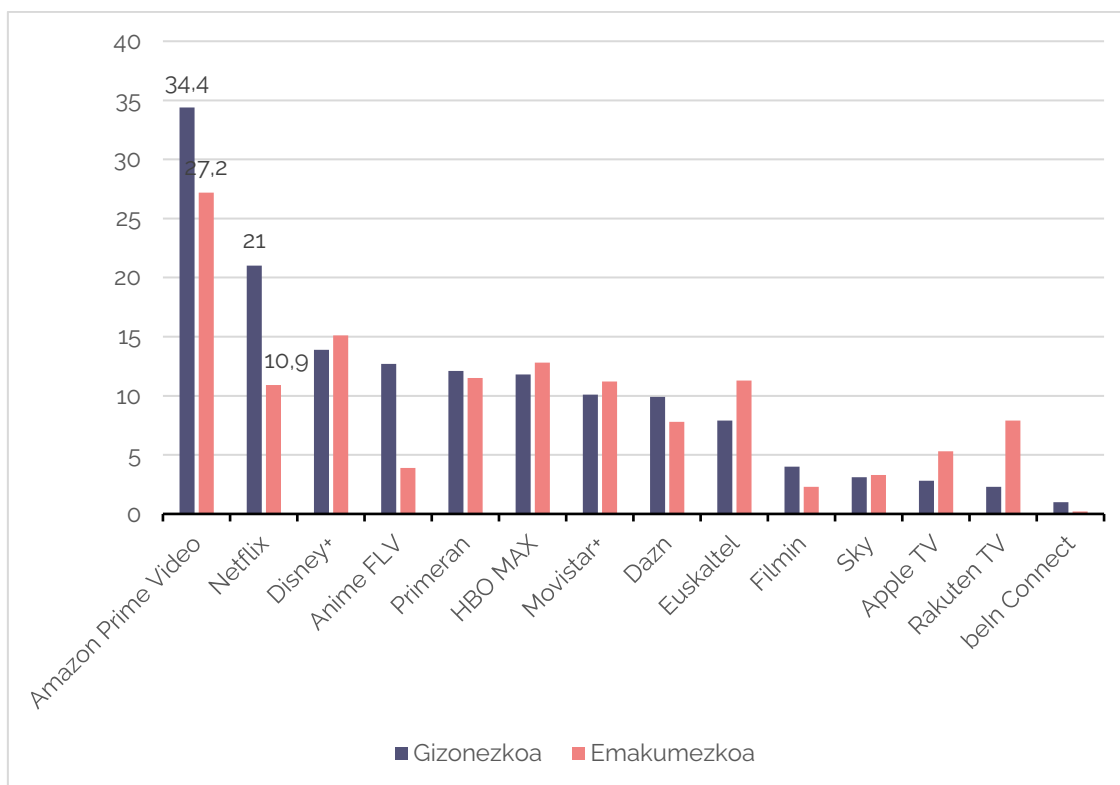


Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Hurrengo grafikoko datuak "gutxitan erabiltzen dut" eta "inoiz/ia inoiz ez dut erabiltzen" gehituz atera dira, maiztasun baxuko erabilerak plataformaz plataforma erakutsiz.

Grafiko honetan aurreko irudiarekiko kontrako joerak ikusten dira. Maiztasun baxuagoko erabilerak gehiago egiten dituzte mutilek neskekin konparatuta Amazon Prime Video eta Netflix plataformetan. Hala ere, Anime FLVren kasuan, mutilen ehunekoa neskena baino altuagoa da kontsumo baxuko erabileretan ere: hau da, kontsumo maiztasun guztietan (bai altuak zein baxuak) gizonak dira nagusi.

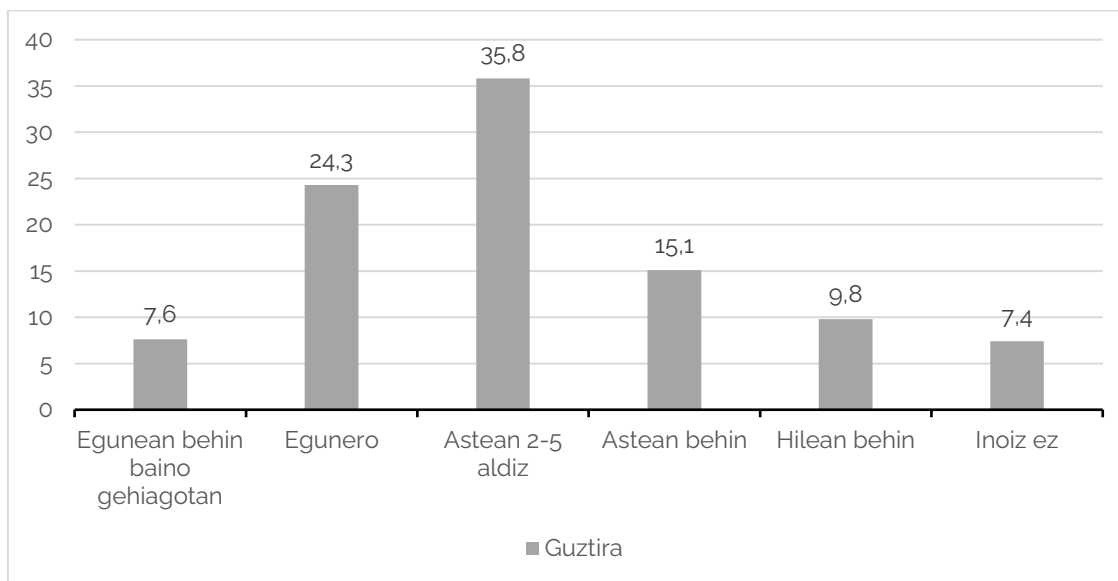
15. irudia: Plataformak gutxitan eta inoiz/ia inoiz erabiltzen dituztenen ehunekoa. Ehunekoak generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Ondoren agertzen diren datuek ikasleek plataformak zein maiztasunez erabiltzen dituzten azaltzen dute. Ehuneko altuena "astean 2-5 aldiz" kategoriak biltzen du 35,8 ehunekoaz. Lau ikasletik ia batek egunero erabiltzen ditu eta egunean behin baino gehiagoko erabilera ikasleen % 7ra mugatzen da. Bestalde, lau ikasletik bat (% 24,9) maiztasun baxuetako kategorietan biltzen da ("astean behin" eta "hilean behin"). Plataformak inoiz erabiltzen ez dituztenen ehunekoa txikiena da (% 7,4).

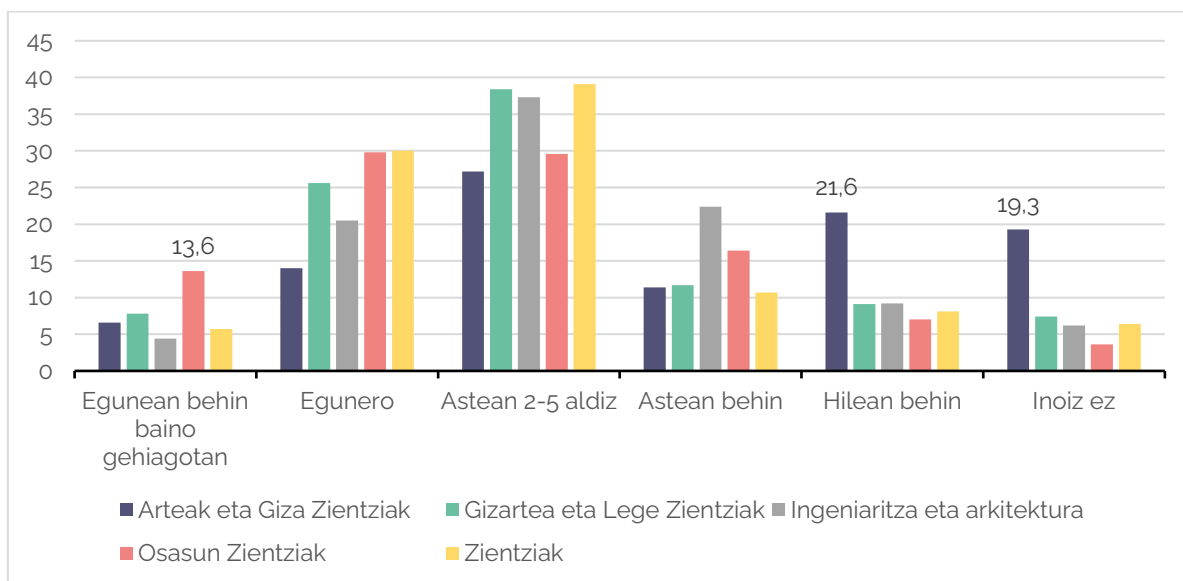
16. irudia: Plataformak erabiltzeko maiztasuna. Ehunekoak guztira.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Ikasketa-eremuaren arabera datuak ikusita, badira beste arloekiko aldea erakusten duten zenbait kategoria. Nabarmenena Arte eta Gizarte Zientzietako ikasleen kasua da: ikasle horiek dira nagusi "hilean behin" eta "inoiz ez" kontsumitzen dutenen artean (% 21,6 eta % 19,3, hurrenez hurren). Gainera, gainontzeko kategorietan, erabilera maiztasun altuagoak aurkezten dituzten horietan, arlo hauetako ikasleena beti da ehuneko baxuena. Osasun Zientzietako ikasleak dira egunean behin baino gehiagotan plataformak erabiltzen dituztenen artean gehienak (% 13,6).

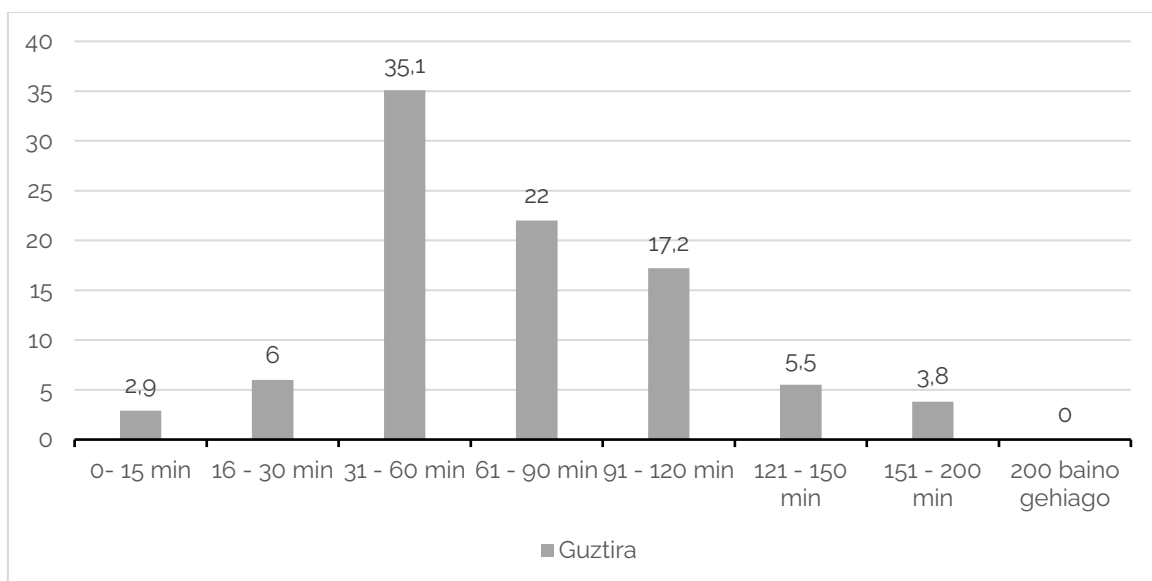
17. irudia: Plataformak erabiltzeko maiztasuna. Ehunekoak ikasketa-eremuaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Unibertsitateko ikasleek erabilera denborari buruzko galderari erantzun diote inkestan, eta horren inguruko informazioa beheko irudian jasotzen da. Gazteen erdia baino gehiago (% 57,1) 31 eta 90 minutuko tartean pilatzen da. Denbora hori gainditzen duten ikasleen proportzioa laurden batekoa da, gutxi gora behera (% 26,5). Plataformetan ordu erdi baino gutxiago dirautenak ez dira % 10era iristen.

18. irudia: Erabiltzen duten bakoitzean plataformetara konektatuta pasatzen duten denbora. Ehunekoak guztira.

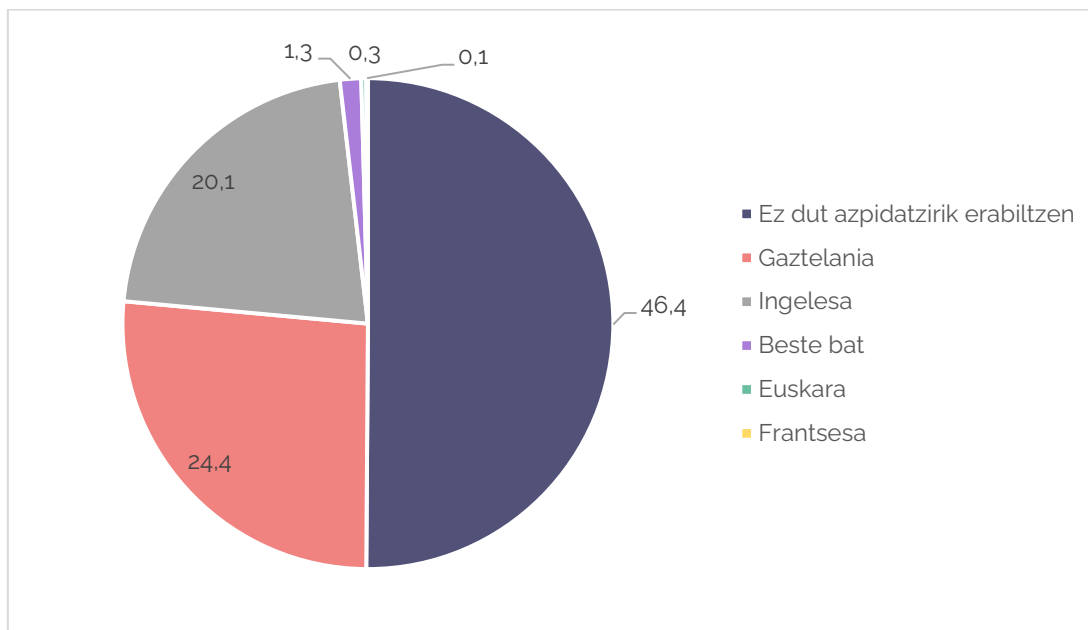


Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Streaming plataformen *on demand* nolakotasunak askatasuna ematen dio ikusleari aukeratutako lekuan eta unean edukiak aukeratzeko, baina kontsumorako hizkuntza hautatzeko parada ere ematen dio ikusleari. Hurrengo irudietan hizkuntzari buruzko informazioa jasotzen da eta horietako lehenengoa *streaming* plataformetan edukia ikusteko hizkuntza da.

Zerrenda burutzen duen hizkuntza gaztelania da: hiru ikasletik bik ikusten dituen edukien audioa hizkuntza horretan ikusten ditu. Jarraian, edukiak ingelesez ikusi ohi duten ikasleen ehunekoa dago (% 22). Gainerako hizkuntzen batura ez da % 5era iristen.

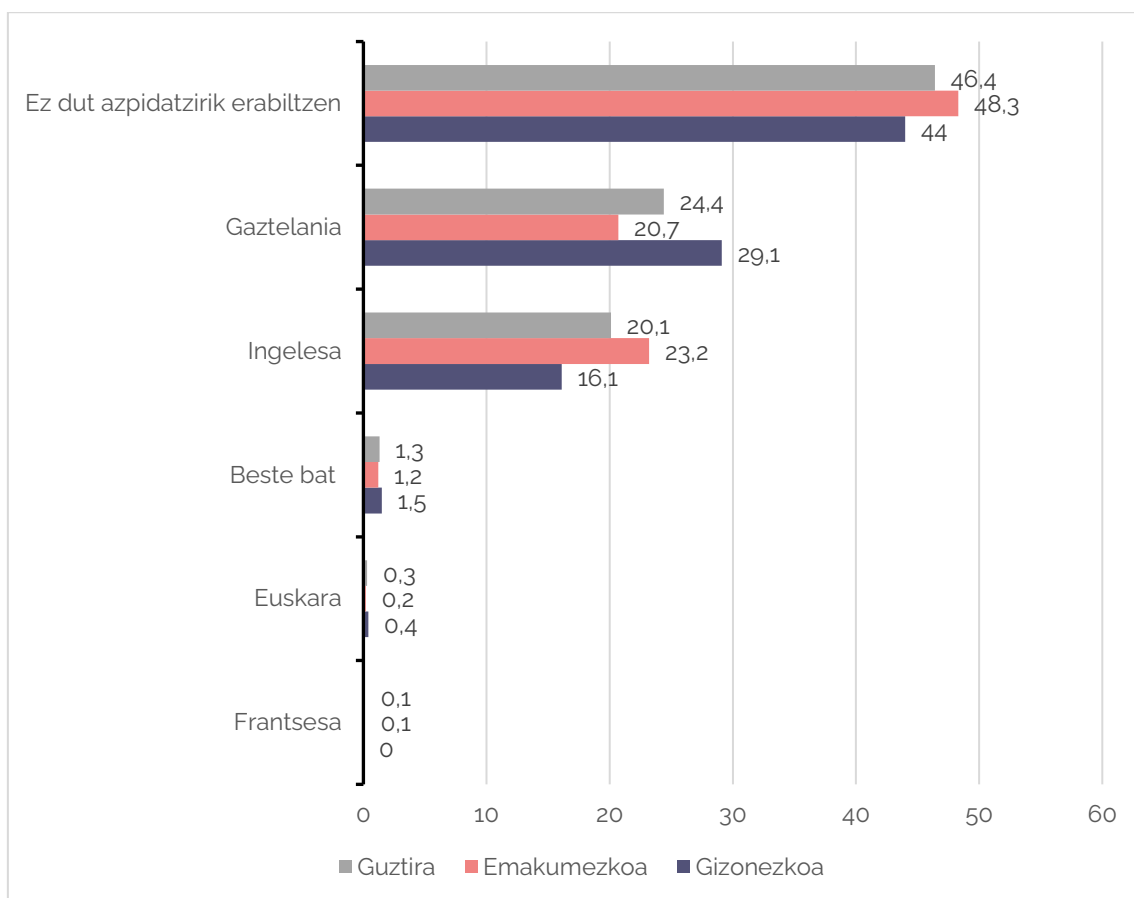
19. irudia: Normalean streaming plataformetan edukia ikusteko hizkuntza (audioa). Ehunekoak guztira.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Hizkuntzari buruzko galderekin jarraituz, hurrengo grafikoak azpidatzien hizkuntzaren inguruko informazioa biltzen du. Ikasleen % 46,4k ez du azpidatzirik erabiltzen ikus-entzunezkoen kontsumoa laguntzeko, eta gainerako ikasleen ehunekoak gaztelaniazkoak eta ingelesezkoak erabiltzen dituztenen artean banatzen da (% 24,4 eta % 20,1, hurrenenez hurren). Aipatzekoa da mutilek neskek baino gehiago erabiltzen dituztela gaztelaniazko azpidatziak, eta kontrakoa gertatzen da ingelesaren kasuan, batzuen eta besteen arteko aldeak antzekoak izanik bi kasuetan.

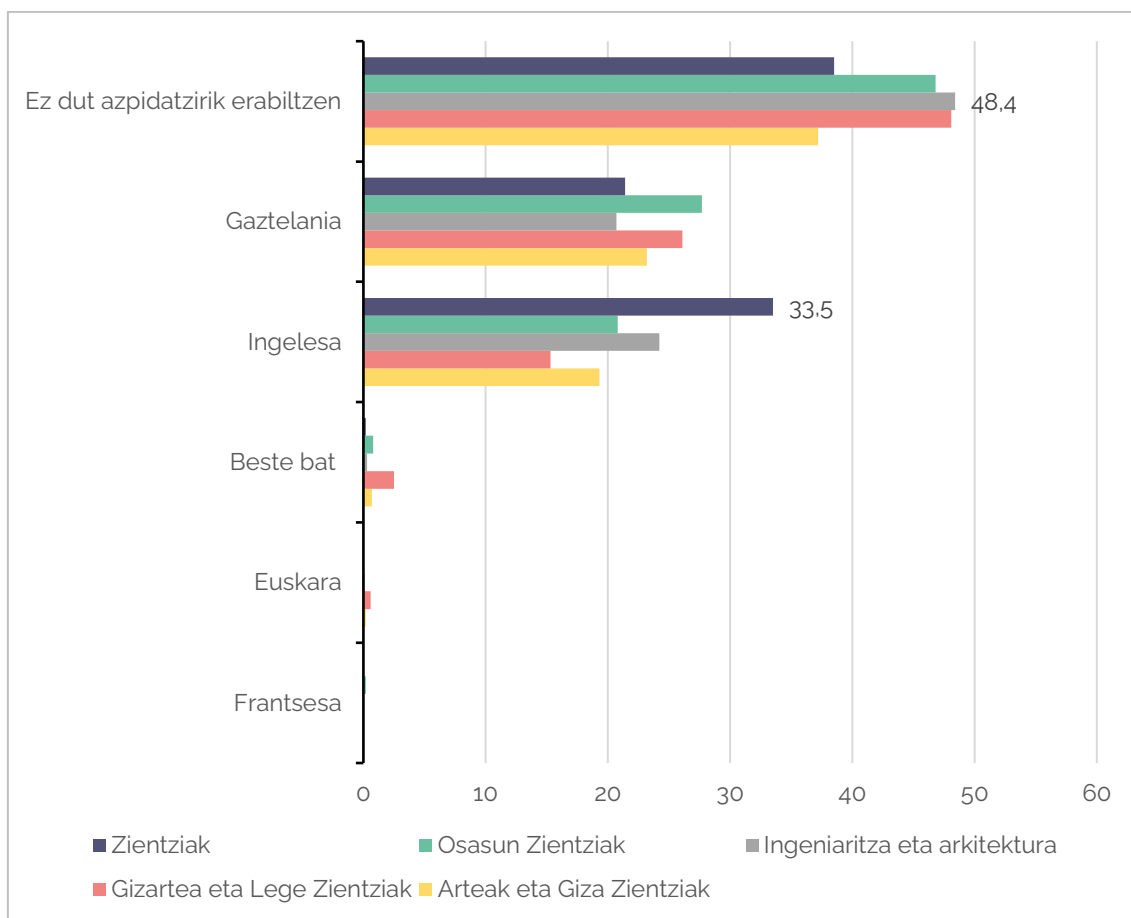
20. irudia: Plataformetako edukiak azpidatziekin ikusten dituzten. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Ikasketa-eremuaren arabera datuek erakusten dute Zientzietako eta Arte eta Giza Zientzietako ikasleak azpidatziak gehien erabiltzen dituztenak direla. Gainerako arloetan idatzizko laguntza erabiltzen ez dituztenen ehunekoa ia-ia 50era iristen da. Ingeleseko azpidatzien kasuan, Zientzietako ikasleak dira gehien aktibatzen dituztenak (% 33,5).

21. irudia: Plataformetako edukiak azpidatziekin ikusten dituzten. Ehunekoak ikasketa-eremuaren arabera.

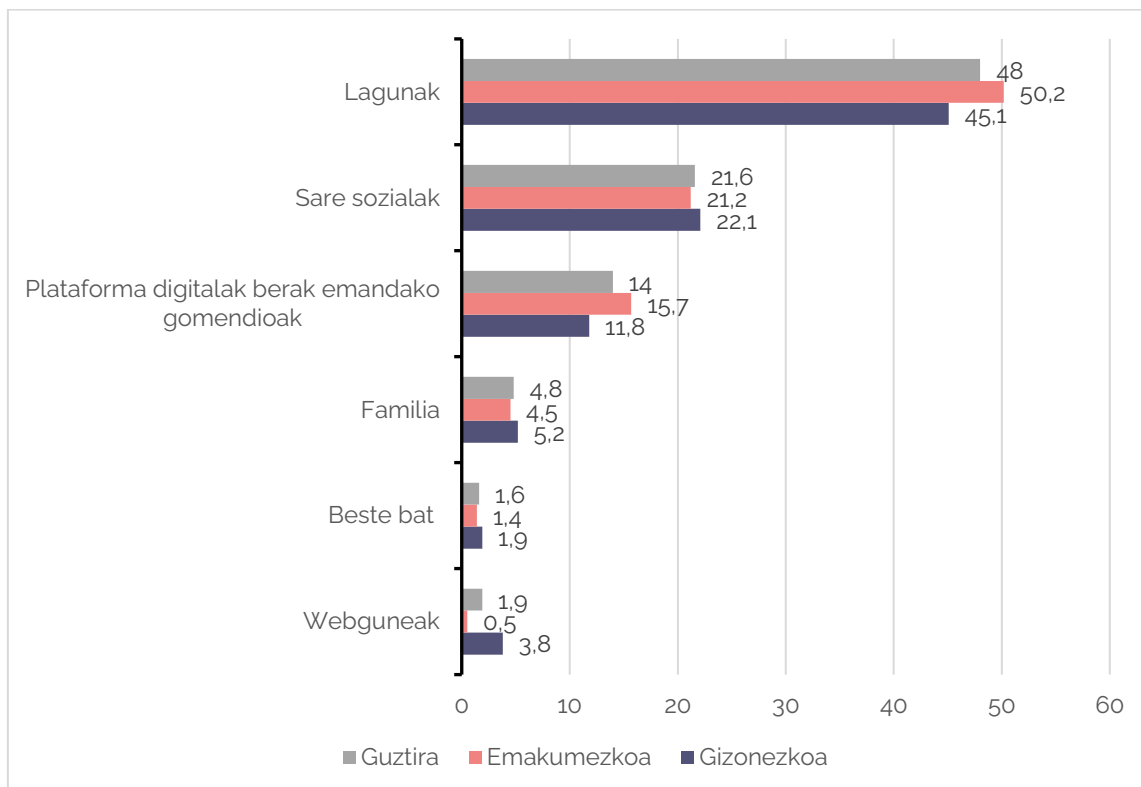


Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Plataformetan eskuragarri dagoen ikus-entzunezkoen eskaintza amaigabearen baitan, gomendioek paper garrantzitsua jokatzen duten ikusleen kontsumoan. Horregatik, ikusteko edukiak aukeratzeko zein gomendio jarraitzen duten galdetu zaie ikasleei.

Emakumeen kasuan, horien erdiak lagunengomendioak jarraitzen dituzte edukiak hautatzeko orduan. Mutilen datua hurbil dago baina zertxobait baxuagoa da (5 puntu, hain zuzen ere). Bigarren kategoria hautatuena sare sozialak dira, ikasleen %20 bilduz. Plataformek berauek eginiko gomendioak ikasleen %14k bakarrik jarraitzen dituzte.

22 irudia: Plataformetako edukiak aukeratzeko jarraitzen dituzten gomendioak. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

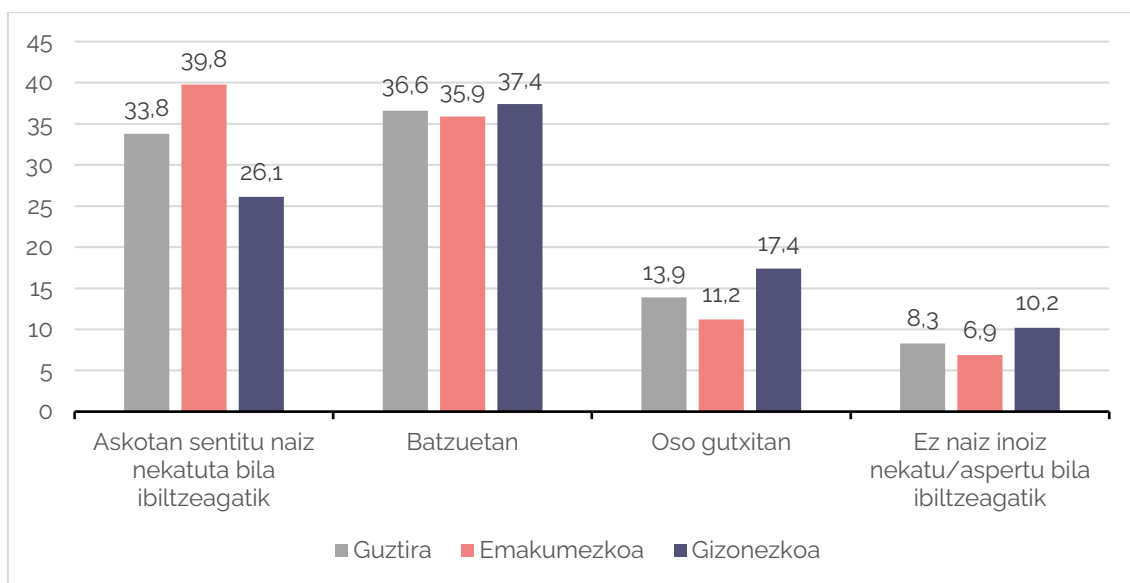


Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Kontsumoari buruz ari garenean, eskaintza zabalegiek nekea eragiteko arriskua dakarte, erabakitze prozesu luzeegiak sortzen dituztelako. Plataforma digitalen eskaintza horren adibide da, eta horregatik, ikasleei galdetu zaie zenbatetan sentitu duten nekea edukien aukeraketa prozesuan.

Ondoko grafikoak adierazten duenez, mutilek orokorrean neskek baino neke gutxiago sentitzen dute erabakitze prozesuetan: askotan nekea sentitu dutenak emakumeen % 39,8 izan dira, gizonen % 26,1en aurrean. Neke hori oso gutxitan eta inoiz izan ez dutenen ehunekoak altuagoak dira mutilen kasuan (6,2ko aldea markatuz lehenengoan eta 3,3koa bigarrenen). "Batzuetan" kategoria hautatu dutenak ikasleen herena baino zertxobait gehiago da.

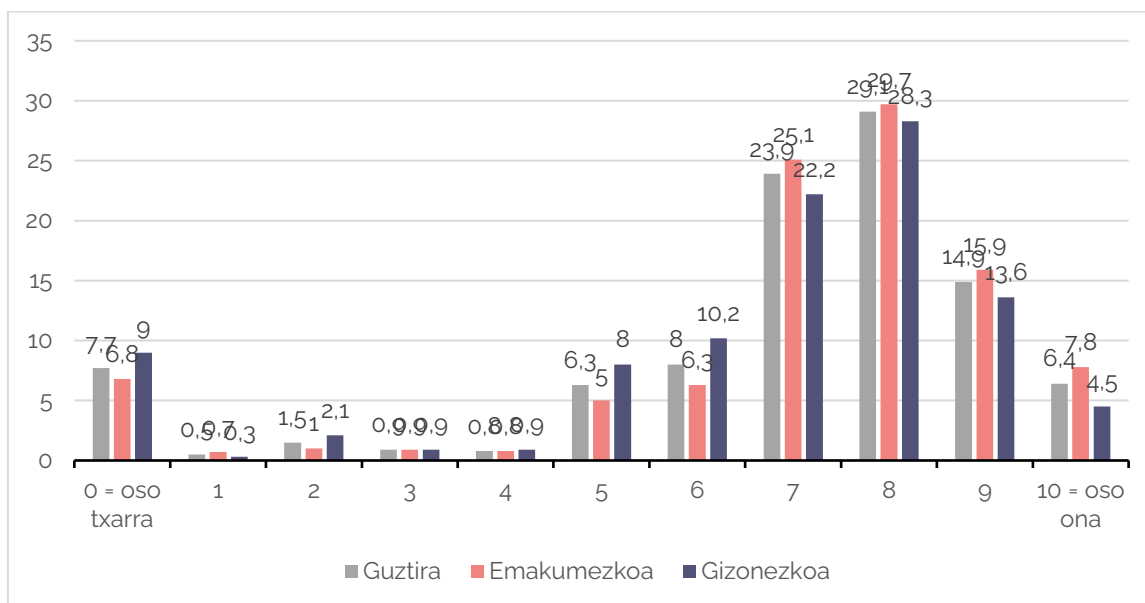
23. irudia: Plataformetan zer ikusi erabakitzerakoan, ikasleek duten neke sentsazioa. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

Plataforma digitalei nota esleitzerako orduan, ikasleen erdiak baino zertxobait gehiagok 7-8 bitarteko puntuazioa eman dute. Hala ere, 0 jarri duten ikasleen ehunekoa 7,7ra iristen da. Orokorrean, nesken ehunekoa altuagoa da 7 eta 10 bitarteko puntuazioetan, eta mutilena altuagoa 0 eta 6 artekoetan.

24. irudia: Plataforma digitalei ematen dioten nota. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



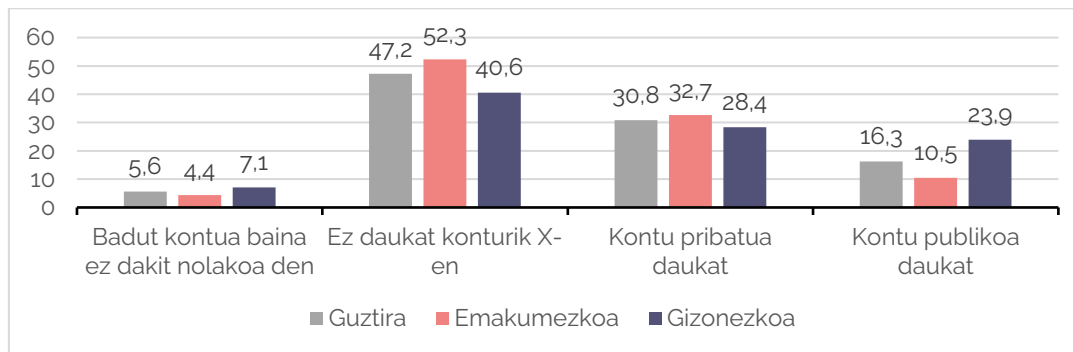
Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

X (TWITTER)

2025eko martxoaren 17 eta 24 bitartean erantzundako inkestaren galderetako batzuk X sare sozialari buruzkoak izan dira. Horietan erabilera ohiturez, kontua izateaz, eskaintzen dioten denboraz eta beste zenbait aferez galdetu zaie.

Atal honetako lehenengo irudiak ikasleek Xn kontua duten laburbiltzen du. Ikasle gehienek ez dute konturik Xn (% 47,7), baina gehiago dira neskak. Emakumeen kasuan, horien erdiak baino zertxobait gehiagok (% 52,2k) ez dauka konturik, gizonen % 40,6ren aurrean. Gainera kontu publikoa duten ikasleen artean, dezente gehiago dira mutilak neskak baino (% 23,9 eta % 10,5, hurrenez hurren).

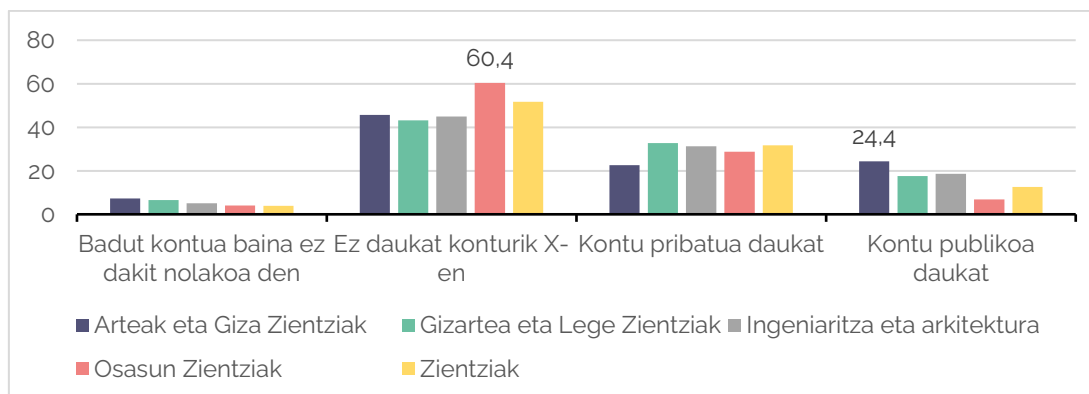
25. irudia: Xn kontua izatea. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

Datuak ikasketa-eremuaren arabera atera dira ere, eta hurrengo irudian ikusten den moduan, Osasun Zientzietakoak dira gehienak kontua ez dutenen artean. Kontu publikoa dutela gehien markatu duen ikasketa eremua Arte eta Giza Zientzietakoa izan da (% 24,4).

26. irudia: Xn kontua izatea. Ehunekoak ikasketa-eremuaren arabera.

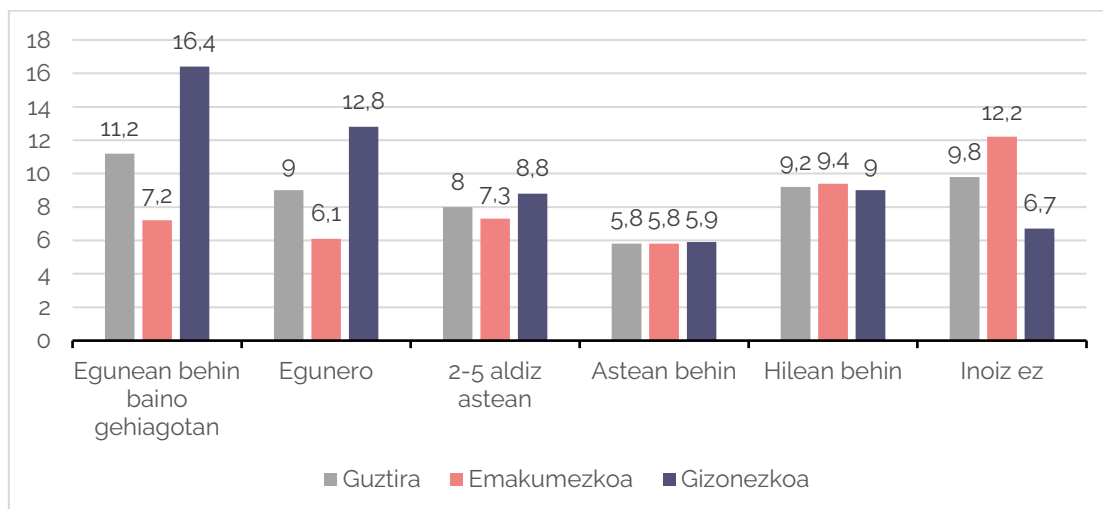


Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

Ondoren datozen Xri buruzko datu guztiak sare soziala noizbait erabiltzen duten ikasleak iragazita lortu dira. Hau da, zenbaketatik kanpo geratu dira maiztasunari buruz galdetzerakoan "inoiz ez" erantzun dutenak. Gauzak horrela, unibertso berria ikasle guztien % 44,2ra mugatzen da.

Hurrengoko datuek ikasleek X sare soziala erabiltzeko maiztasuna azaltzen dute. Generoaren arabera banaketaren kasuan, alde handia ikusten da batzuen eta besteen arteko erabileran. Maiztasun altuagoetan (2-5 aldiz astean, egunero eta egunean behin baino gehiagotan), mutilek markatzen duten aldea nabaria da, eta alde hori gero eta gehiago hazten da maiztasuna altuagoa den ahala. Hau da, "egunean behin baino gehiagotan" kategorian aldea ia 10 puntukoa da, eta "2-5 aldiz astean" aukeraren kasuan 1,5ekoa. Inoiz ez konektatzen dira emakumeen % 12,2, gizonen % 6,7ren aurrean.

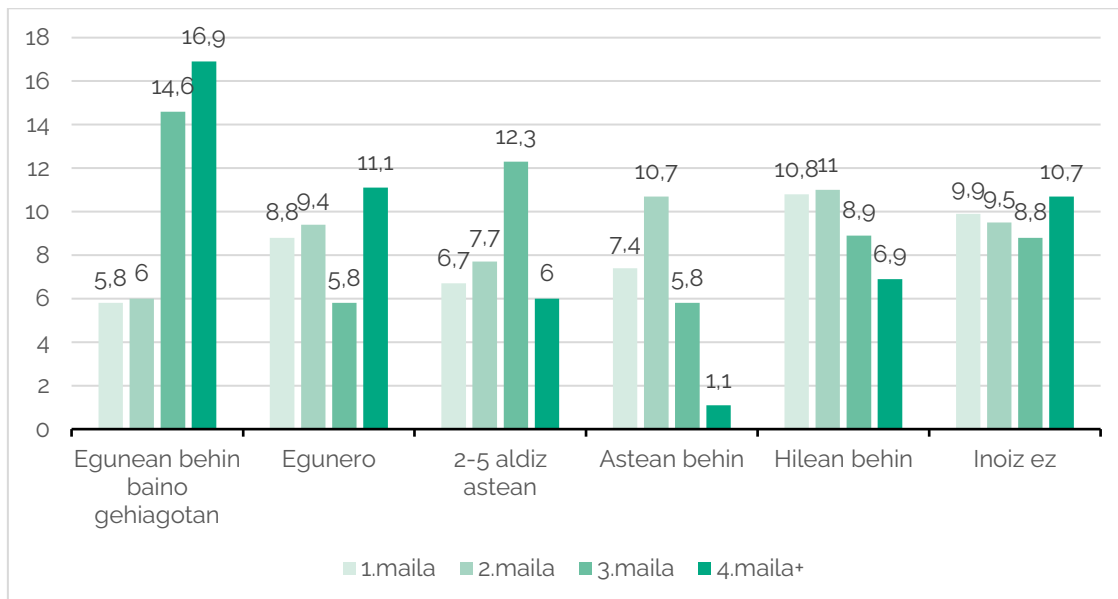
27. irudia: Xra konektatzeko maiztasuna. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Datuari ikasketa-mailaren banaketaren arabera erreparatuz, maila guztietako ikasleen % 10 inguruk ez du inoiz sare sozial hori erabiltzen, baina "egunean behin baino gehiagotan" kategoriari begiratuta, hirugarren eta laugarren mailako ikasleek gainerakoengandik markatzen duten ezberdintasuna nahiko handia da, hamar puntu ingurukoa, hain zuzen ere.

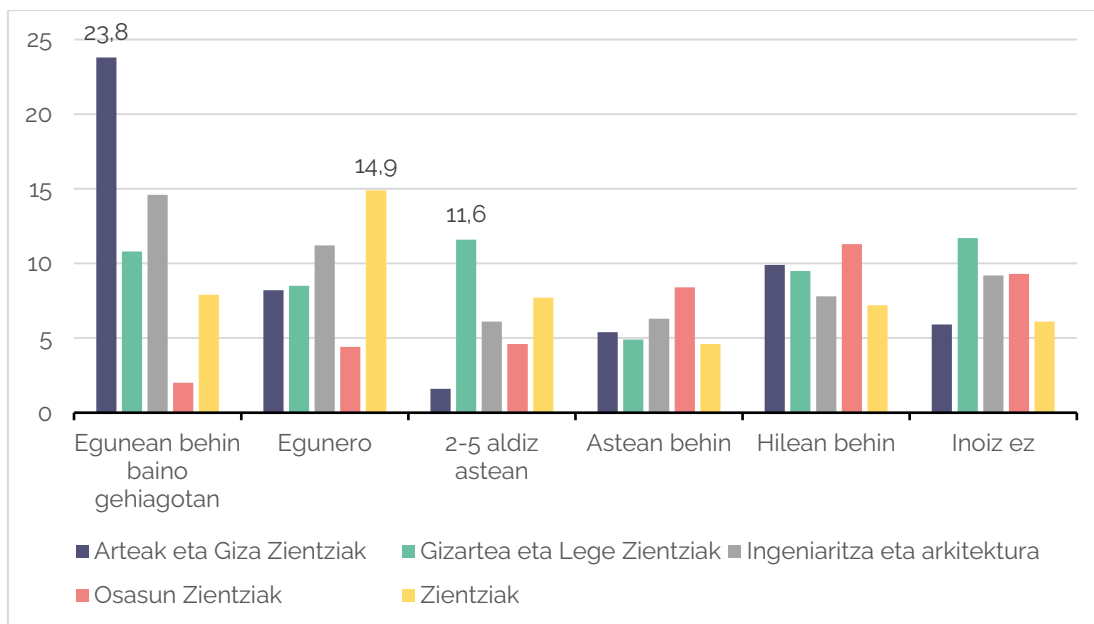
28. irudia: Xra konektatzeko maiztasuna. Ehunekoak ikasketa-mailaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

Xn kontu publikoa dutenen artean gehienak Arte eta Giza Zientzietako ikasleak direla ikusi da lehenago. Ikasketa-eremuaren araberrako maiztasunen ehunekoei begiratuta, ikasle horien ia laurdena egunean behin baino gehiagotan konektatzen dela ere antzematen da, gainerako ikasketa-eremuekiko alde markatuz.

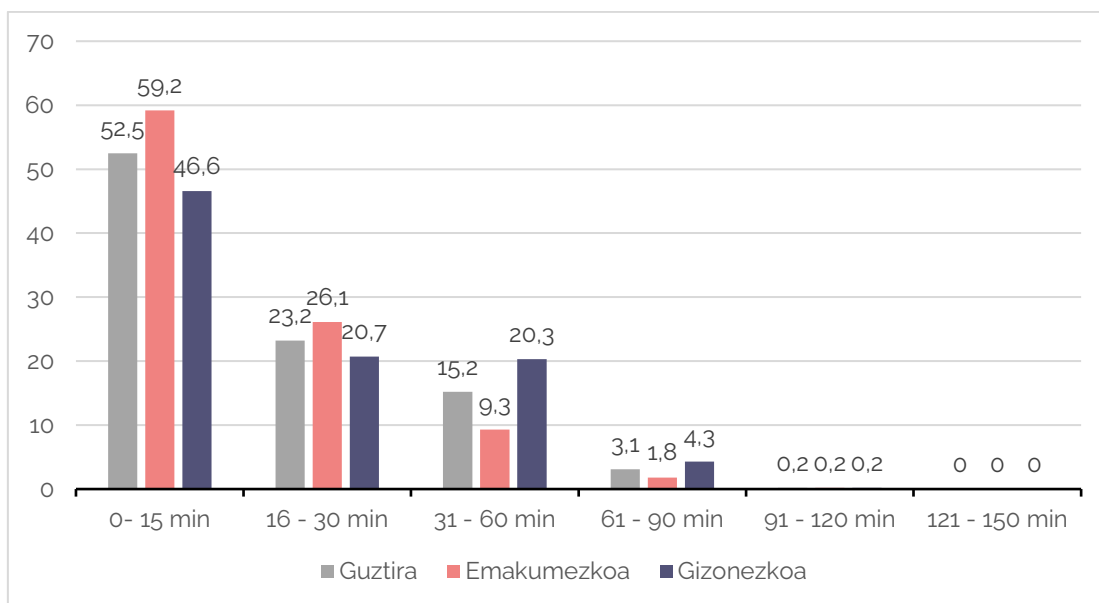
29. irudia: Xra konektatzeko maiztasuna. Ehunekoak ikasketa-eremuaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

X erabiltzen duten ikasleek sare soziala zenbat denboraz erabiltzen duten jakin nahi izan da. Datuei begiratuta, ikusten da ikasleen erdiak baino gehiagok 0-15 minutuko tartean erabiltzen duela. Kasu honetan, emakumeen ehunekoa gizonezkoena baino altuagoa da (% 59,2 eta % 46,6, hurrenez hurren). Denbora tarteak gora joan ahala, ikasleen ehunekoak txikituz doaz.

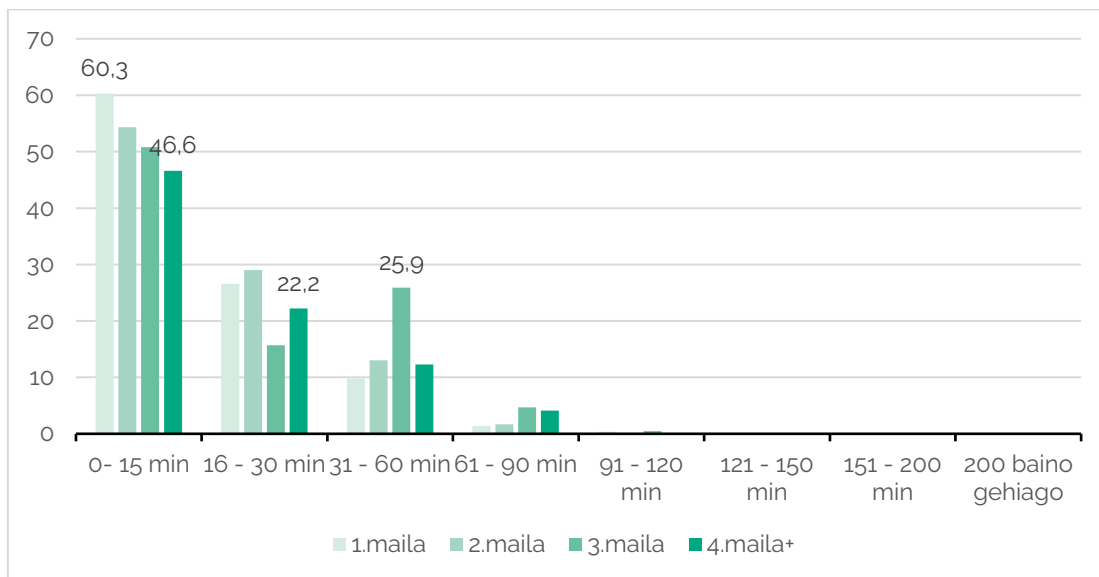
30. irudia: Xra sartzen diren egunetan, konektatuta pasatzen duten denbora, minututan. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Xn emandako denbora ikasketa-mailaren banaketan ikusita, antzematen da maila baxuagoko ikasleek (1. eta 2. mailakoak) ehuneko altuenak dituztela denbora tarte laburragoetan (0-30 minutu) eta denbora tarte horretatik gora, 3. eta 4. mailako ikasleek burutzen dituzte ehunekoak.

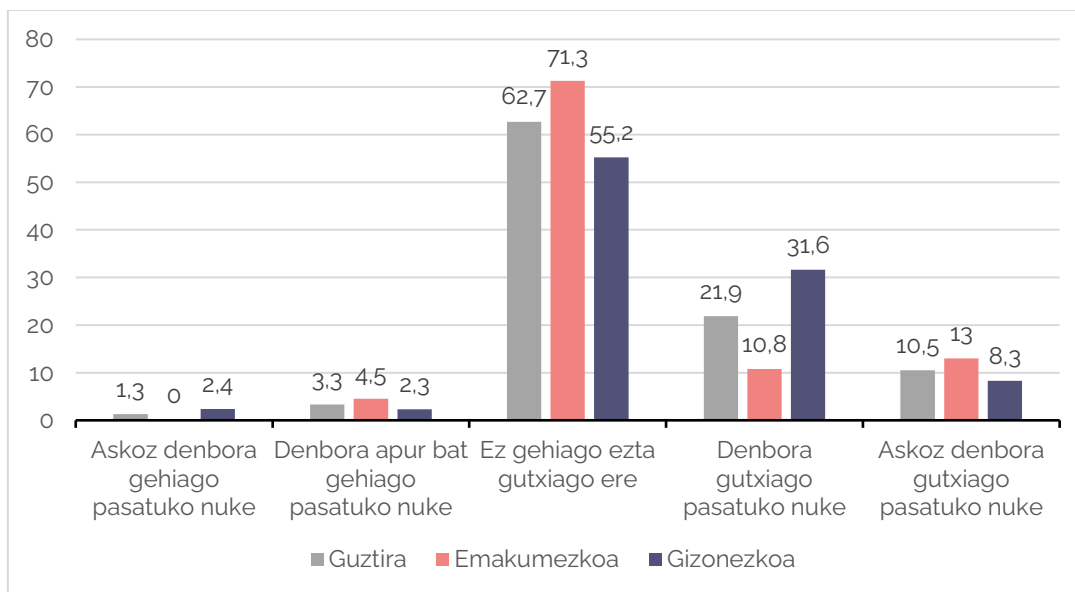
31. irudia: Xra sartzen diren egunetan, konektatuta pasatzen duten denbora, minututan. Ehunekoak ikasketa-mailaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Xri buruzko galderen artean, ikasleei galdetu zaie ea egokia iruditzen zaien sare sozialean pasatzen duten denbora. 10 emakumetik 7k kontsumoa bere horretan utziko luke, mutilen % 55,2ren aurrean. 20 puntuko ezberdintasun hau mutilek neskei ateratzen diote "denbora askoz gutxiago pasatuko nuke" kategorian. Orokorrean, mutilen ia % 40k denbora gutxiago pasatu nahiko luke Xn.

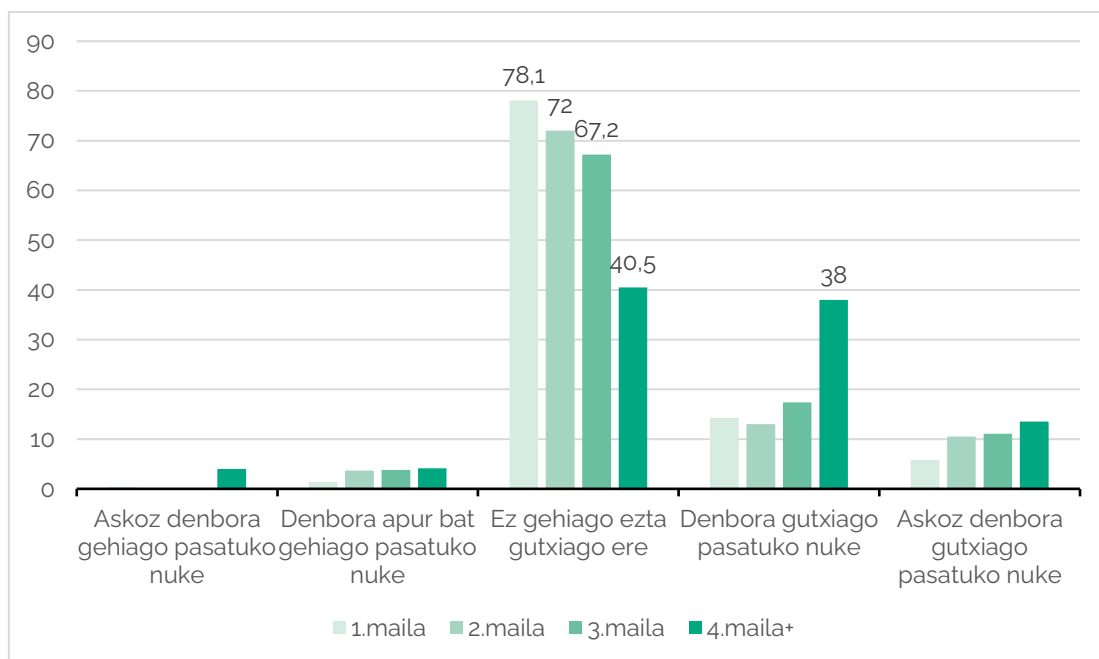
32. irudia: Xn pasatu nahiko luketen denbora. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Beheko grafikoan mailaren arabera banaketa ikusten da. Mailan gora joan ahala, kontsumoa bere horretan mantenduko luketen ikasleen ehunekoa jaitsiz doa (lehenengo mailako 78,1 ehunekoa %40,5era erortzen da laugarren mailan). "Denbora gutxiago pasatuko nuke" aukeran, kontrakoa gertatzen da: mailan gora joan ahala, ehunekoak handituz doaz.

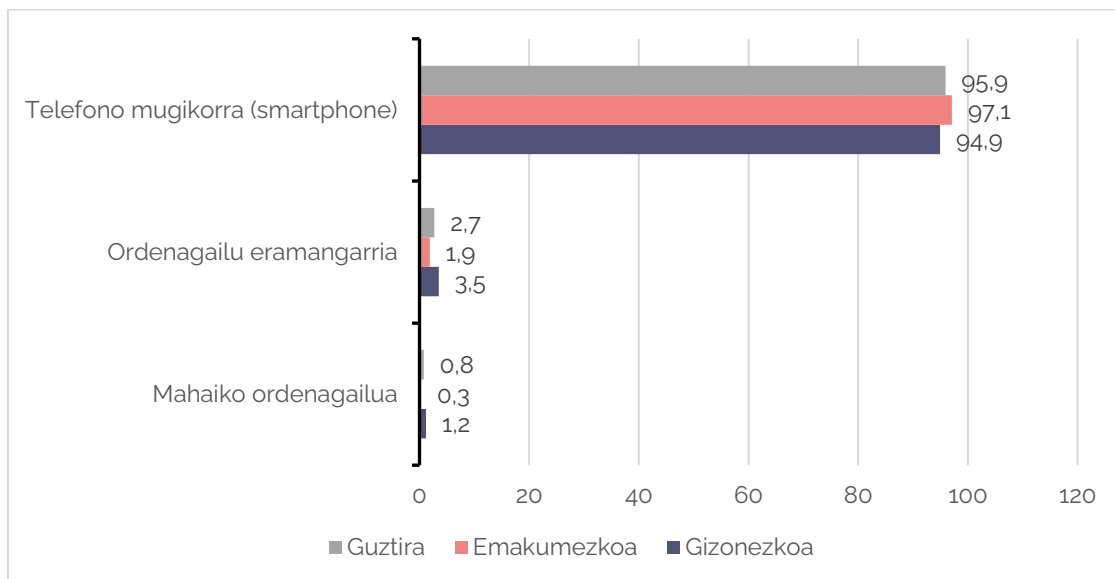
33. irudia: Xn pasatu nahiko luketen denbora. Ehunekoak ikasketa-mailaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Xn sartzeko erabilitako gailuari begiratzuz, sakelakoa da, beste sare sozialen antzean, erregina, ikasleen % 95,9 bilduz.

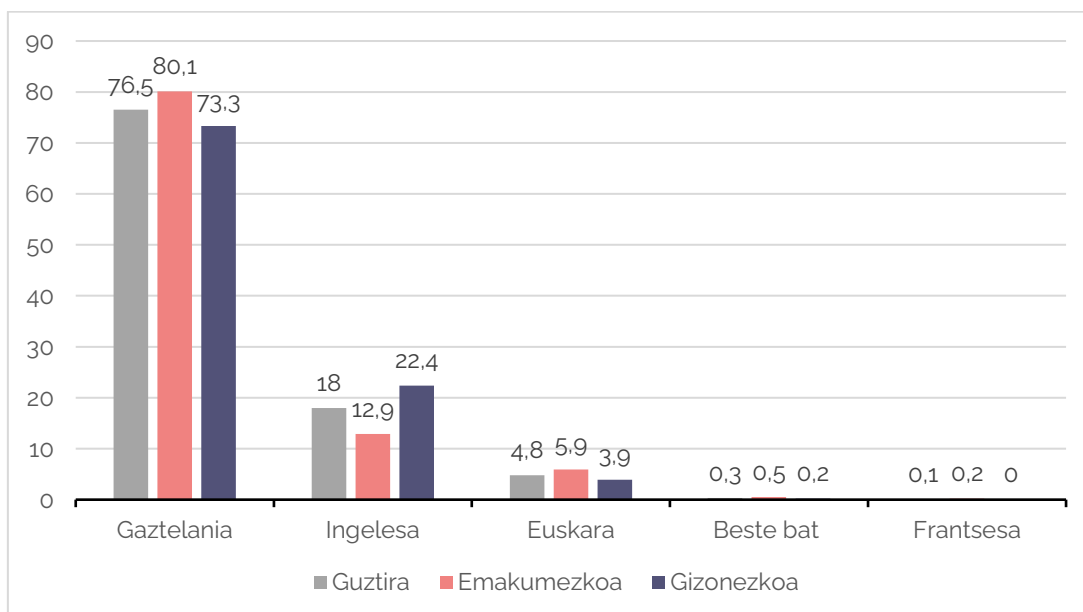
34. irudia: Xn konektatzeko erabiltzen duten gailua. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

X sare sozialeko edukiak zein hizkuntzatan irakurtzen dituzten galdetzerakoan, lau ikasletik hiruk gaztelania aipatzen dute. Ingelesez mutilen % 22,4k ikusten ditu edukiak ingelesez, nesken % 12,9ren aurrean.

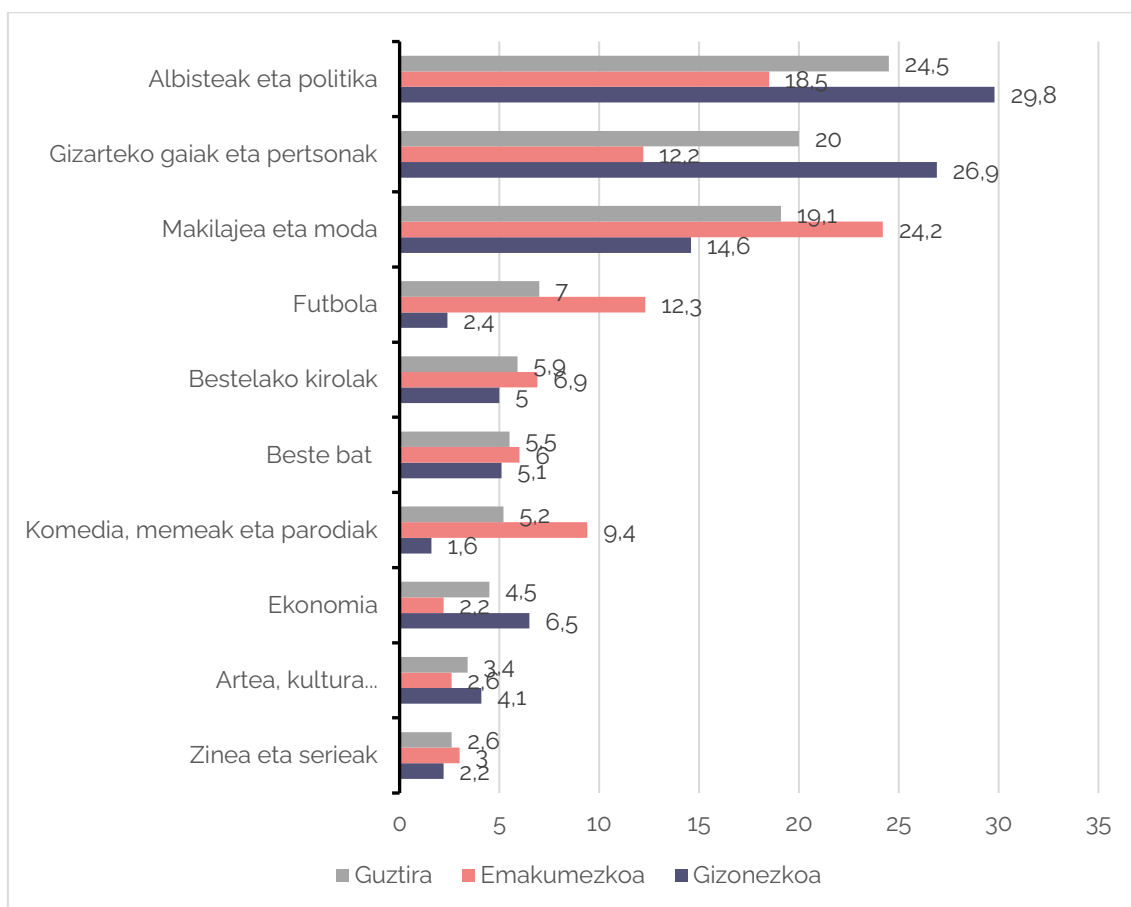
35. irudia: Xn ikusten dituzten edukien hizkuntza nagusia. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

Inkestako beste galderetako bat da X gehien jarraitzen duten gaia edo kategoria zein den. Generoaren arabera alde handiak igartzen dira aukeratutako kategoriatan. Albisteak eta politika eta gizarteko gaiak eta pertsonak gaitan, gizonen nagusitasuna ikusten da (% 29,8 eta % 26,9, hurrenez hurren), nesken ehunekoa dezente atzean utziz. Makillajea eta moda gaian, hirugarren aukera hautatuenean, nesken ehunekoa mutilena baino 10 puntu altuagoa da, eta futbolaren kasuan berdina gertatzen da.

36. irudia: Xn gehien jarraitzen duten gaia edo kategoria. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

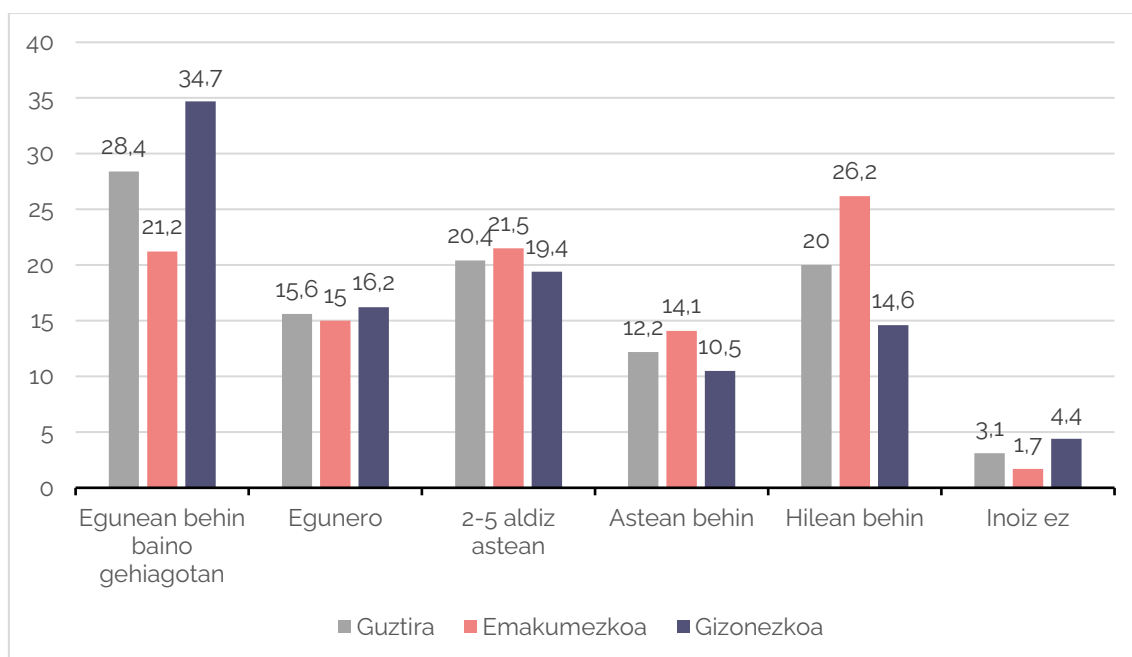


Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Hurrengo grafikoetan, ikasleek Xko ekintza batzuk zenbateko maiztasunarekin egiten dituzten ikusiko da. Ekintza hauen grafikoak pasiboenetik aktiboenera daude ordenatuta, era honetan: Besteen txioak irakurri > besteen txioei bihotza eman > besteen txioak birtxiokatu > besteen txioak birtxiokatu aipamenarekin > besteen txioei erantzun edo aipamena idatzi > txio bat idatzi > txioak irudi edo bideoekin igo > fleetak igo > bozketa bat sortu.

Lehenengo grafiko honetan ikasleek besteen txioak irakurtzeko maiztasuna azaltzen da. Mutilen % 34,7k egunean behin baino gehiagotan irakurtzen ditu (nesken % 21,2k). Gainerako guztirako ehunekoak % 15 eta % 20ren bueltan ibiltzen dira, "inoiz ez" kategoria kenduta (% 3,1), lehen azaldu bezala, grafiko hauek X noizbait erabiltzen dutenak iragaziz sortu baitira.

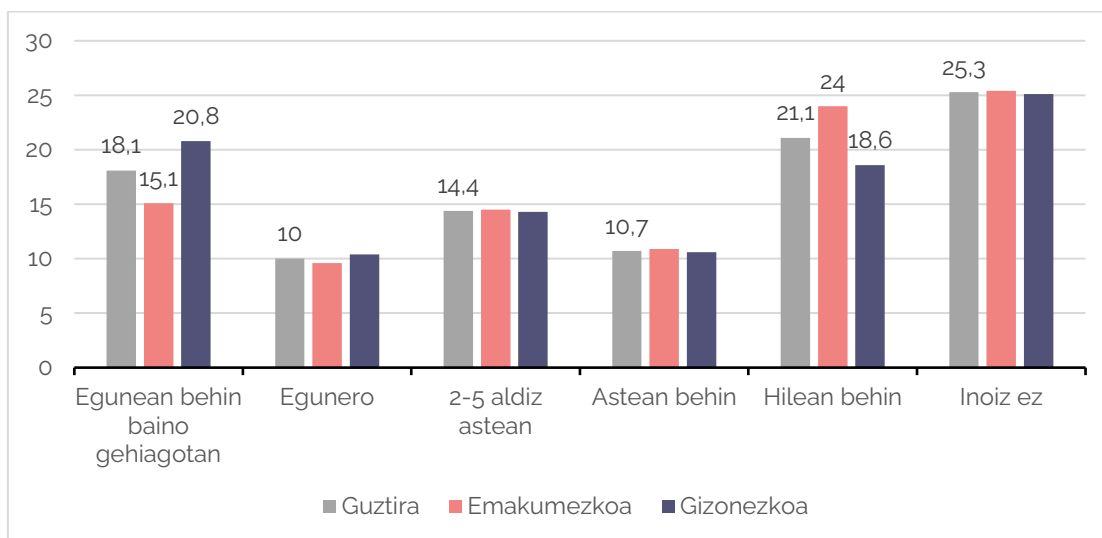
37. irudia: Xn ekintzak zenbatero egiten dituzten: besteen txioak irakurri (I). Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

Aurreko grafikotik hona, besteen txioei bihotza emateko maiztasuna erakusten duena, aldaketak nabaritzen hasten dira. "Inoiz ez" kategoria aukeratuena izatera igaro da, ikasleen laurdena bilduz, eta egunean behin baino gehiagotan egiten dutenen ehunekoak zortzi puntuko jaitziera du. Oraindik ere, mutilak neskak baino gehiago dira maiztasun honen kategorian nagusi (% 20,8 eta % 15,1, hurrenez hurren).

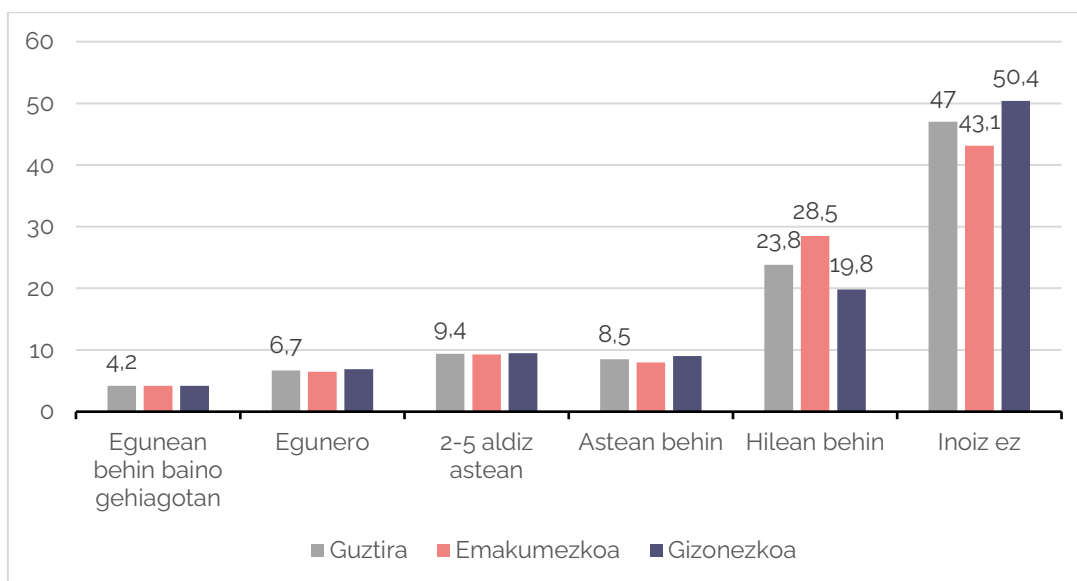
38. irudia: Xn ekintzak zenbatero egiten dituzten: besteen txioei bihotza eman (II). Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

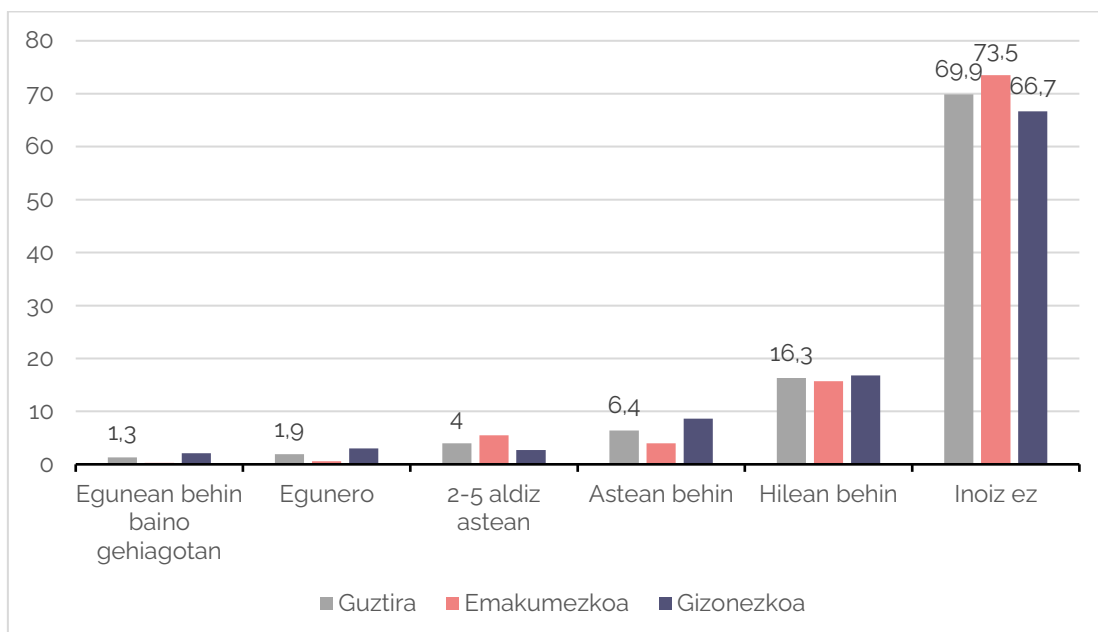
Ondoren datorren grafikotik aurrerakoetan, aldaketa handiak erakusten hasten dira datuak. "Inoiz ez" aukera gero eta gehiago haziz doa ekintzen "aktibotasunak" gora egin ahala, eta maiztasun altuagoak presentzia galtzen doaz pixkanaka, gerora maiztasun baxuek ere norabide berbera jarraituz.

39. irudia: Xn ekintzak zenbatero egiten dituzten: besteen txioak birtxiokatu (III). Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



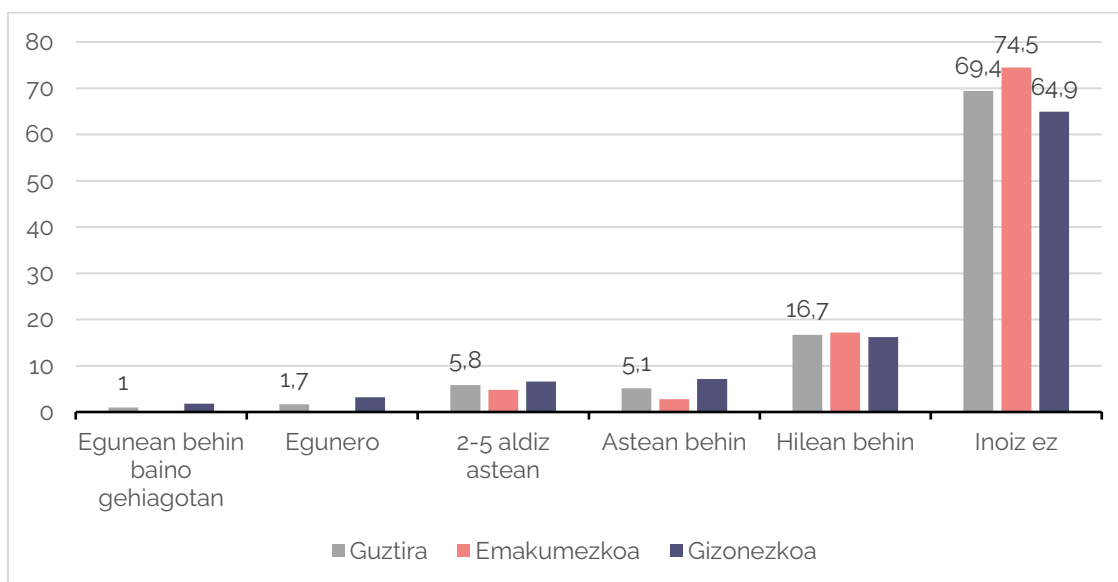
Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

40. irudia: Xn ekintzak zenbatero egiten dituzten: besteen txioak birtxiokatu aipamenarekin (IV). Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



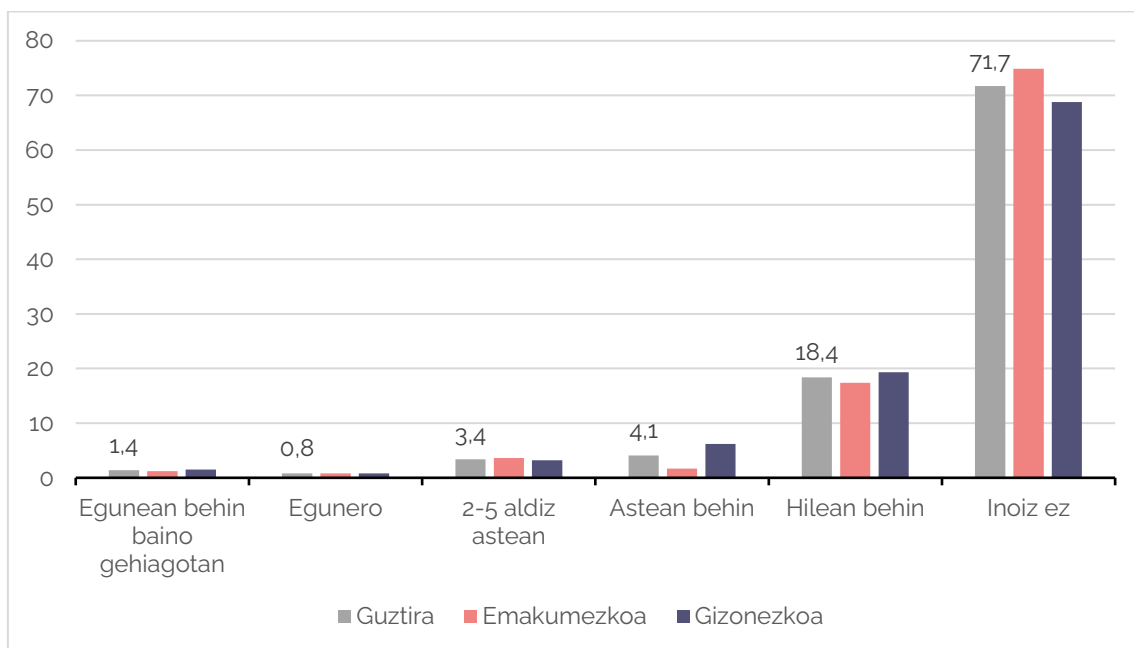
Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

41. irudia: Xn ekintzak zenbatero egiten dituzten: besteen txioei erantzun edo aipamena idatzi (V). Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



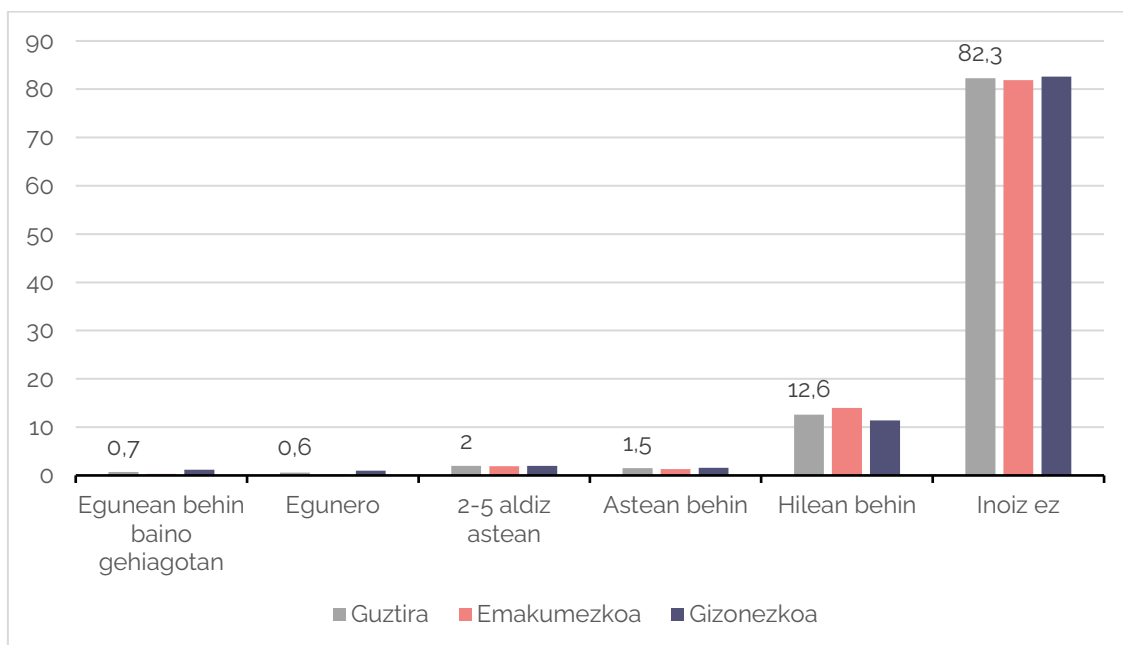
Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

42. irudia: Xn ekintzak zenbatero egiten dituzten: txio bat idatzi (VI). Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



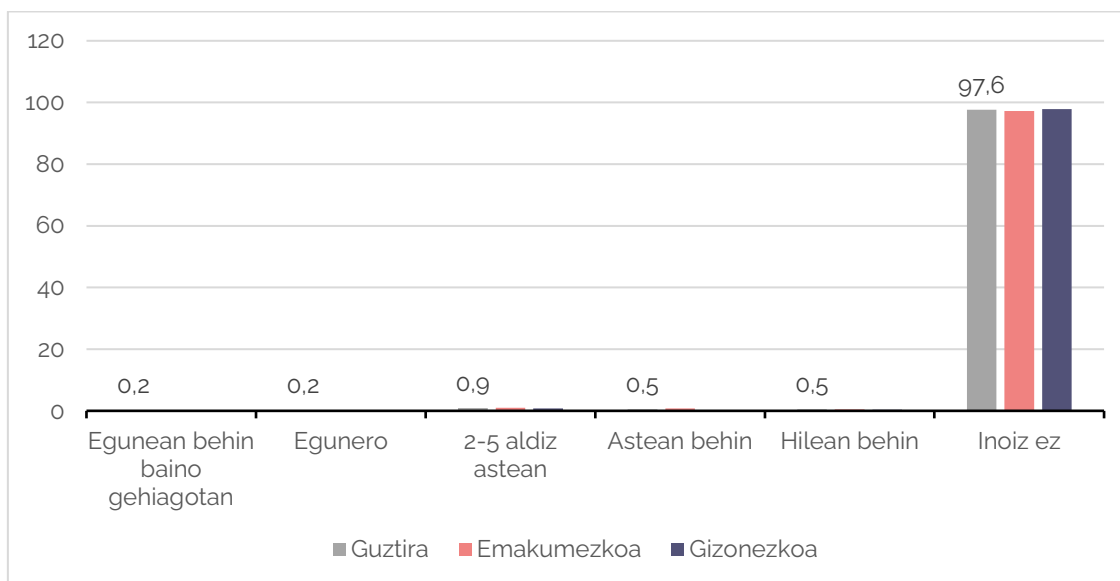
Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

43. irudia: Xn ekintzak zenbatero egiten dituzten: txioak irudi edo bideoekin igo (VII). Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



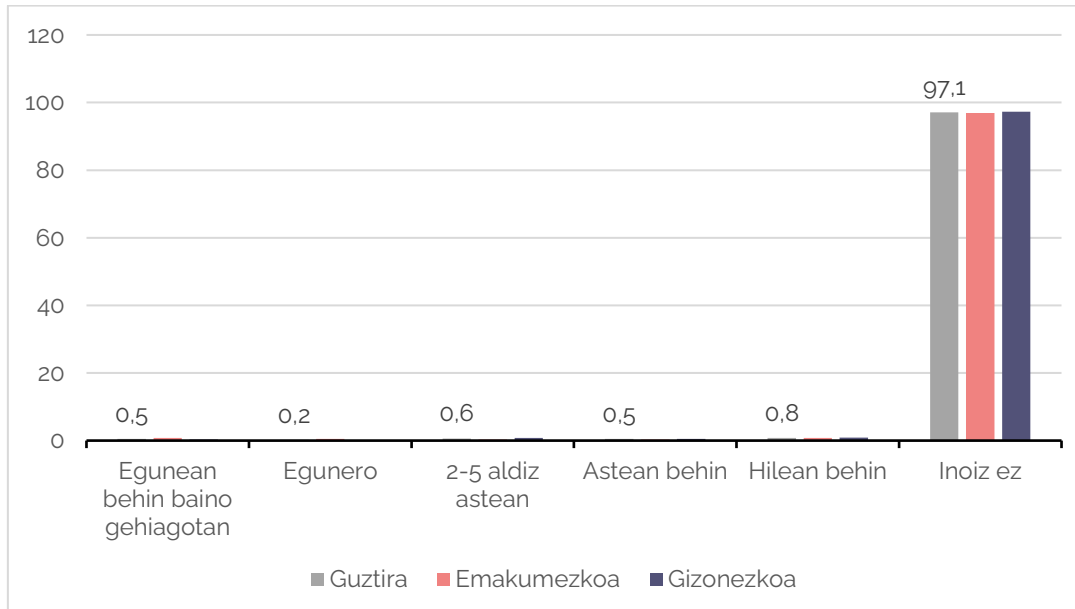
Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

44. irudia: Xn ekintzak zenbatero egiten dituzten: fleetak (Twitter-eko stories-ak) igo (VIII). Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

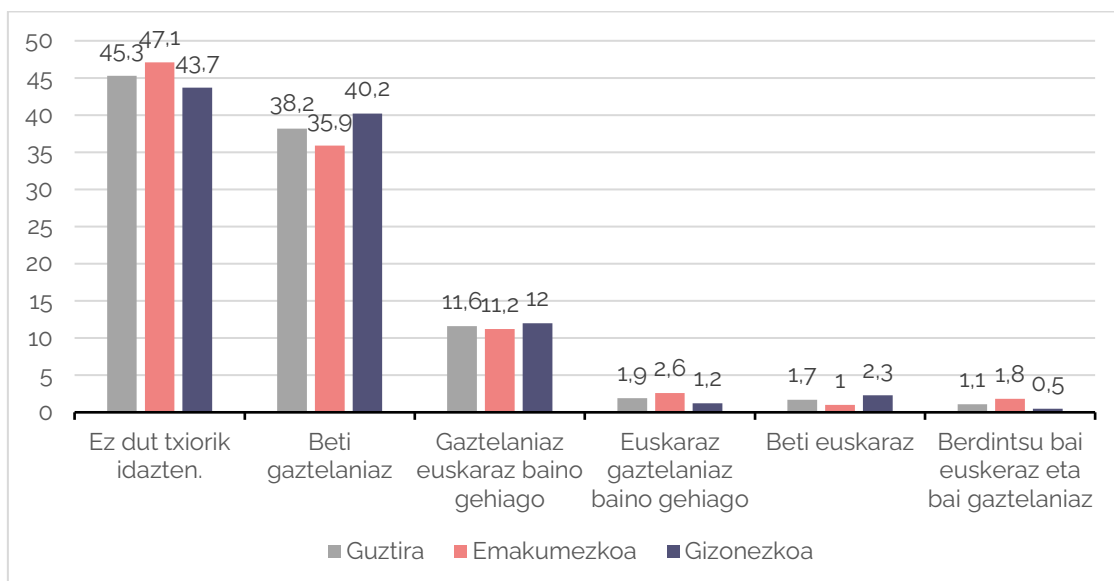
45. irudia: Xn ekintzak zenbatero egiten dituzten: bozketa bat sortu (IX). Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxoa

Hurrengo grafikoak ikasleek txioak idazteko hizkuntzari buruzko datuak biltzen ditu. X erabiltzen duten ikasleen ehuneko ia 40k beti idazten ditu txioak gaztelaniaz, eta beste % 11,6k euskara ere darabil, baina gaztelania baino gutxiago.

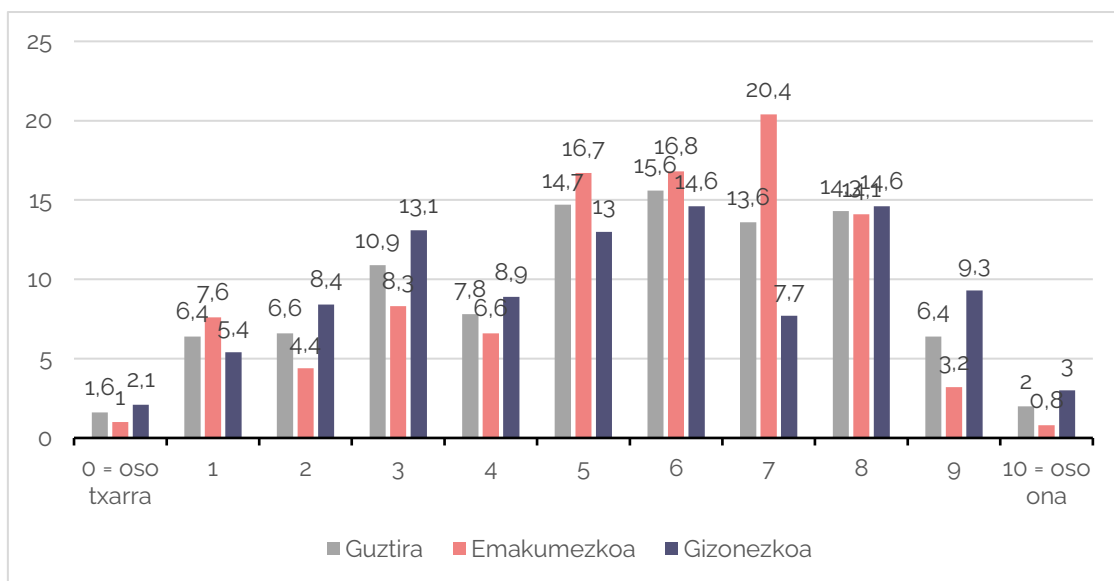
46. irudia: txioak zein hizkuntzatan idazten dituzten. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

Xri emandako notari erreparatzean, ikusten da beste sare sozialetan baino banatuago dagoela nota. Normalean ikasleen erdia baino gehiago biltzen dituen 7-8 bitarteko nota ez da ikasleen % 30 biltzera heltzen. Nesken % 53,9k 5-7 bitarteko notak esleitu dituzte eta mutilen ehunekoak askoz ere sakabanatuago daude era heterogeneoagoan.

47. irudia: Xri ematen dioten balorazioa. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



Iturria: Ikusiker, 2025eko martxo

LABURREAN

- Ikasleen hiru laurdenak baino gehiagok etxean egin zuen Interneten azkeneko kontsumoa.
- Mutilen artean, Youtube izan da azken edukia ikusteko plataforma erabiliena, gizonen ia erdia kategoria honetan batuz (% 46,6). Nesken kasuan, aldiz, Instagramek burutzen du zerrenda 37,2 ehunekoaz.
- Hirugarren eta laugarren mailako ikasleek bereziki erabili dute Youtube, gainerako ikasleekin konparatuz, azken kontsumoa egiteko.
- Interneteko azken kontsumoa egiteko hizkuntzaren zerrenda gaztelaniak burutzen du, ia % 70eko datuaz, eta horri ingelesak jarraitzen dio nahiko atzetik (% 20,8)
- Azken kontsumoa egiteko kanalaren aukeraketan genero ezberdintasun nabarmenak ikusi dira:
 - Lau emakumeetatik batek Tele5n egin zuten azken kontsumoa, ETB2n % 14,4k, eta La1n % 12k.
 - Mutilen artean, La1k burutzen du zerrenda (% 16,2), eta horri ETB2k (% 13,9) eta FDFk (% 11,3) jarraitzen diote.

PLATAFORMAK

- Netflix plataformaren kasua da bakarra non "askotan erabiltzen dut" aukera "ez daukat" kategoriari gailentzen zaion ehunekotan.
- Anime FLVren kasuan nesken % 93,8k ez du kontua plataforma horretan, mutilen % 75,1en aldean.
- Netflix, Amazon Prime eta Disney+ plataformetan emakumeek maiztasun altuko kontsumoak (askotan eta batzuetan) egiten dituzte gehiago.
- Lau ikasletik ia batek egunero erabiltzen ditu plataformak eta egunean behin baino gehiagoko erabilera ikasleen % 7ra iristen da. Beraz, ikasleen % 30 inguruk eguneroko kontsumoa egiten du plataformetan.
- Plataformak erabiltzeko denborari dagokionez, gazteen erdia baino gehiago (% 57,1) 31 eta 90 minutuko tartean pilatzen da.
- Hiru ikasletik bik ikusten dituen edukien audioa gaztelaniaz da. Jarraian, edukiak ingelesez ikusi ohi duten ikasleen ehunekoa dago (% 22).

- Ikasleen % 46,4k ez du azpidatzirik erabiltzen ikus-entzunezkoen kontsumoa laguntzeko, eta gainerako ikasleen ehunekoa gaztelaniazkoak eta ingelesezkoak erabiltzen dituztenen artean banatzen da (% 24,4 eta % 20,1, hurrenenez hurren).
- Ikasleen erdiak, gutxi gora behera, lagunen gomendioak jarraitzen ditu plataformetan zein eduki ikusi aukeratzeko orduan. Bigarren aukera hautatuena sare sozialak dira, ikasleen % 20 bilduz.
- Mutilek, orokorrean, neskek baino neke gutxiago sentitzen dute plataformetan zer ikusi erabakitzerakoan.
- Ikasleen erdiak baino zertxobait gehiagok 7-8 bitarteko puntuazioa eman diote plataformei.

X

- Emakumeen erdiak baino zertxobait gehiagok (% 52,2k) ez dauka konturik, gizonen % 40,6ren aldean.
- Kontu publikoa duten ikasleen artean, dezente gehiago dira mutilak neskak baino (% 23,9 eta % 10,5, hurrenez hurren).
- Mutilek maiztasun handiagoz erabiltzen dute X. Horien % 29,2k egunero erabiltzen du, nesken % 13,3rekin konparatuz.
- Emakumeen % 12,2 ez da inoiz konektatzen eta gizonen kasuan, aldiz, % 6,7.
- X egunean behin baino gehiagotan gehien erabiltzen duten ikasleak 3. eta 4. mailako ikasleak dira (% 14,6 eta % 16,9).
- Ikasleen erdiak baino gehiagok 0-15 minutuko tartean erabiltzen du X.
- 10 emakumetik 7k kontsumoa bere horretan utziko luke, mutilen % 55,2rekin alderatuz.
- Orokorrean, mutilen ia % 40k denbora gutxiago pasatu nahiko luke Xn.
- Mailan gora joan ahala, Xn kontsumoa bere horretan mantenduko luketen ikasleen ehunekoa jaitsiz doa.
- Ia ikasle guztiek erabiltzen dute mugikorra gehienbat Xra konektatzeko.
- Lau ikasletik hiruk edukiak gaztelaniaz ikusten ditu Xn.
- Generoaren arabera alde handiak igartzen dira jarraitutako gai motetan:
 - Albisteak eta politika eta gizarteko gaiak eta pertsonak gaietan, gizonen nagusitasuna ikusten da (% 29,8 eta % 26,9, hurrenez hurren).

- Makillajea eta moda gaian, nesken ehunekoa mutilena baino 10 puntu altuagoa da (% 24,2), eta futbolaren kasuan berdina gertatzen da (% 12,3).
- Ikasleek Xn egiten dituzten ekintzen maiztasunaren harira, "inoiz ez" aukera gero eta gehiago haziz doa ekintzen "aktibotasunak" gora egin ahala, ondoko ordena jarraituz: besteen txioak irakurri > besteen txioei bihotza eman > besteen txioak birtxiokatu > besteen txioak birtxiokatu aipamenarekin > besteen txioei erantzun edo aipamena idatzi > txio bat idatzi > txioak irudi edo bideoekin igo > fleetak igo > bozketa bat sortu.
- X erabiltzen duten ikasleen ehuneko ia 40k beti idazten ditu txioak gaztelaniaz, eta beste % 11,6k euskara ere darabil, baina gaztelania baino gutxiago.
- Normalean, beste sare sozialetan ikasleen erdia baino gehiago biltzen dituen 7-8 bitarteko nota ez da ikasleen % 30 biltzera heltzen Xren kasuan.