



BIGARREN HEZKUNTZAKO IKASLEEN IKUS-
ENTZUNEZKOEN KONTSUMOAK ETA IKTeN
ERABILERA

2024-2025 IKASTURTEKO
IPAR EUSKAL HERRIKO TXOSTEN OROKORRA



AURKIBIDEA

IKUSIKER BEHATEGIA.....	4
SARRERA	5
Ikerketaren nondik norakoak	5
Fitxa teknikoa	6
Txostenaren egitura	6
EMAITZAK.....	9
Panelkideen profil soziodemografikoa	9
Ikusitako azken edukiak	14
Interneten, plataforma digitaletan ala sare sozialetan.....	15
Telebista arruntean.....	18
Sare sozialak.....	20
Gehien erabiltzen dituzten sare sozialak	20
Instagram.....	22
Snapchat.....	33
YouTube	39
TikTok	47
X (Twitter).....	55
Streaming plataformak.....	57
Podcastak	60
Musika.....	64
Telebista	68
Informazioa	72
BIDEOJOKOak	78
LABURREAN	84
Sare sozialak.....	84
Instagram.....	85

Snapchat.....	86
YouTube	86
TikTok	87
X (Twitter).....	88
<i>Streaming</i> plataformak.....	89
Podcastak	89
Musika.....	90
Telebista	90
Informazioa	90
Bideojokoak.....	91

IKUSIKER BEHATEGIA

Gazteek ikus-entzunezkoak kontsumitzeko eta Informazioaren eta Komunikazioaren Teknologia (IKT) erabiltzeko ohiturak, moduak eta joerak aztertzen ditu IKUSIKER Ikus-entzunezkoen Behategiak. 2018/2019 ikasturtean sortu zen eta gaur egun EHUko NOR Ikerketa Taldeaz gain EITBk, Kulturaren Euskal Behatokiak, Euskarabideak eta Euskararen Erakunde Publikoak osatzen dute IKUSIKER Behategia (US24/29).



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): *Ipar Euskal Herriko Bigarren Hezkuntzako ikasleen ikus-entzunezkoen kontsumoak eta IKTen erabilerak. 2024-2025eko txosten orokorra.*

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

www.ikusiker.eus.

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



SARRERA

IKERKETAREN NONDIK NORAKOAK

IKUSIKER ikerketak Euskal Herri osoko 11-23 urte bitarteko gazteek dauzkaten ikus-entzunezkoen kontsumoak eta Informazioaren eta Komunikazio Teknologiaren (IKT) erabilerak aztertzen ditu.

Egitasmo hau EHuko NOR taldeak, EITBk, Kulturaren Euskal Behatokiak, Euskarabideak eta Euskararen Erakunde Publikoak burutzen dute, tokian tokiko ikasketa-zentroekin elkarlanean (US24/29).

IKUSIKER ikerketan parte hartzen dute Ipar Euskal Herriko zazpi ikastetxek eta Euskal Autonomia Erkidegoko eta Nafarroako hamahiru ikasketa-zentrok, proportzio berean kostaldekoak eta barne aldekoak, herri txiki eta handietakoak, publikoak eta kontzertatuak eta eremu soziolinguistiko desberdinetakoak. Ikastetxe hauetako zuzendaritzek zehaztutako datetan EHuko ikertzaileak zentroetara bertaratzen dira eta gelaz gela zabaltzen dituzte *online* inkestak. Ikastetxeek dituzten baliabide informatikoak erabiliz burutzen da ikerketa.

Txosten honetan aurkitu daitezke Iparraldean 2024-2025 ikasturtean burutu diren bi inkestaldien emaitzak (lehen 2024ko udazkenean eta bigarrena 2025eko udaberrian). Zuberoa, Lapurdi eta Nafarroa Behereko ikasleen laginaren adina 11-18 urte bitartekoa da. Hauek dira ikerketan parte hartu duten ikasketa-zentroak:

- Kanboko Xalbador Ikastola,
- Hendaiaiko Saint Vincent Kolegioa,
- Uztaritzeko Saint Joseph Kolegioa,
- Baionako Largenté Lizeoa,
- Angeluko Cantau Lizeoa,
- Garaziko Navarre Lizeoa, eta
- Maule-Lexarreko Argia Kolegioa.

Digitalizazioak ekarri dituen kontsumo modu berrietan, gazteak izaten ari dira bereziki aitzindari. Ikus-entzunezko produktuen kontsumitzaile oparoak dira eta funtzio askotarako erabiltzen dituzte informazioaren eta komunikazioaren teknologiak (IKT):

entretenezko, komunikatzeko eta baita informatuta egoteko ere. Txosten honek kontsumo horien ikuspegi zabala ematen du, Bigarren Hezkuntzako (11-18) ikasleei luzatutako galdetegietaik lortutako datuetan oinarrituta.

FITXA TEKNIKOA

Aurreko azpi-atalean esan bezala, IKUSIKER ikerketak bi inkesta egin ditu 2024-2025 ikasturtean zehar. Lehena, 2024ko udazkenean eta bigarrena 2025eko udaberrian. Ipar Euskal Herriko zazpi ikastetxeetan burutu den lehenengo inkestaldian, 11-18 urte bitarteko 1014 neska-mutil kontuan hartu ditugu. Bigarreanean aldiz, 704 ikaslek erantzun diote galdetegiari. Galderak erantzuten dituzten bitartean, gelan bertan izaten dira maisu-maistrak eta unibertsitateko ikertzaileak ikasleen zalantzak edota arazo teknikoak konpondu ahal izateko. *Online* bidez bete ahal izan dituzte galdetegiak eta ikasleek aukeran izan dute horretarako nahiago duten hizkuntza erabiltzea (euskara, frantsesa ala gaztelania).

Ikasleek encuestafacil.com plataformaren bidez erantzun dituzte *online* inkestak. Datu-basearen diseinuan eta gorpuztean Aztikerren laguntza izan dugu eta emaitzen kudeaketarako ODEC enpresaren Galileo programaz baliatu gara.

Ikastetxe bakoitzari txosten berezi bat bidali zaio inkestaldi bakoitzaren ostean, bere ikasleen gaineko informazio zehatzagoa izan dezan. Oraingo txosten orokor honek baina, zazpi zentroetan jasotako informazio guztia biltzen du. Modu honetara Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen ikus-entzunezko kontsumoak eta IKTen erabilerak modu orokorrean ezagutu daitezke.

TXOSTENAREN EGITURA

Txosten honen barruan, atal desberdinak definitu dira ikergaia bere osotasunean garatu ahal izateko. Hasierako zatian panela osatzen duten gazteen izaera soziodemografikoa eta eskura dauzkaten IKTen gaineko informazioa biltzen da. Hortik aurrera zortzi eremu gehiago jorratzen dira:

- (1) Ikusitako azken ikus-entzunezkoen inguruko informazioa (plataforma digitaletan/interneten eta telebistan);
- (2) Sare sozialak (Instagram, Snapchat, YouTube, TikTok eta X);

(3) *Streaming* plataformak;

(4) Podcastak;

(5) Musika;

(6) Telebista;

(7) Informazioa; eta

(8) Bideojokoak.

Lehenengo atalean, ikasleek interneten edo sare sozialetan ikusi duten azken edukia zein izan den aztertu da. Galdera honek, bat-batean gogora datozkien ikus-entzunezko edukiak (*top-of-mind*) zeintzuk diren argitzen du eta eduki digitalaren kontsumoan gaur egun dauden joerei eta lehentasunei buruzko ikuspegi argia ematen du.

Bigarren multzoan, bost sare sozial zenbateraino erabiltzen dituzten, non, noiz eta horien zergatietan sakondu da. Eskura dituztenetatik Instagram, Snapchat, YouTube, X eta TikTok aukeratu ditugu, neurri handi batean ohikoenak zaizkielako eta, aldi berean, ikus-entzunezko izaera oso indartsua delako sare sozial horietan.

Hirugarren blokean, erabiltzen dituzten *streaming* plataformei buruzko informazioa aurkezten da: eskura dituzten plataforma digitalak eta erabilera maiztasuna, *streaming* plataformetako hizkuntza ohiturak, plataforma bakoitza erabiltzeko arrazoi nagusiak eta beren balorazio orokorra.

Laugarren atalean, Podcasten kontsumoari buruzko informazio biltzen da: musika non entzuten den gehienbat, zein genero eta zein bidetatik; eta podcasten kontsumo-ohiturak eta balorazioak.

Bostgarrenean, Musika eta zeharka bada ere irratia. Bereziki arreta jartzen da musikari eskainitako denboran, erabilitako gailuetan eta gazteen gehien aukeratzen duten musika estiloetan.

Seigarrenean, Telebista tradizionalaren egungo garrantzia aztertzen du, irismena, denbora eta kanalen aukeraketan sakonduz.

Zapigarren atalean, informatzeko ohiturari buruzko datuak aurkezten dira; zein informazio-iturri diren erabilienak, zein formatu lehenesten duten, edo zein telebista kanal aukeratzen duten informazio jasotzeko.

Azken atalean, zortzigarreanean, gazteek bideojokoetara jolasteko duten ohituren azterketa egiten da, eta besteak beste, maiztasunaz, egunero eskaintzen dieten denboraz edo bideojoko mota maitatuenaz galdetu da.

Txostenaren azken orrietan, datu nagusien aurkezpen labur bat egiten da.

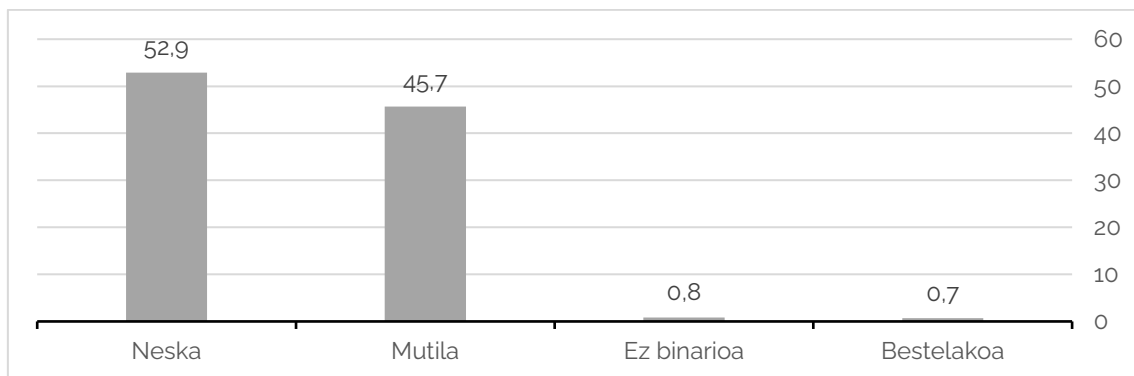
EMAITZAK

PANELKIDEEN PROFIL SOZIODEMOGRAFIKOA

Txostenaren lehen zati honetan, inkesta erantzun duten 1014 ikasleen hainbat aldagai soziodemografiko zehazten dira: generoa, ikasketak eta hizkuntzen ezagutza eta erabilera.

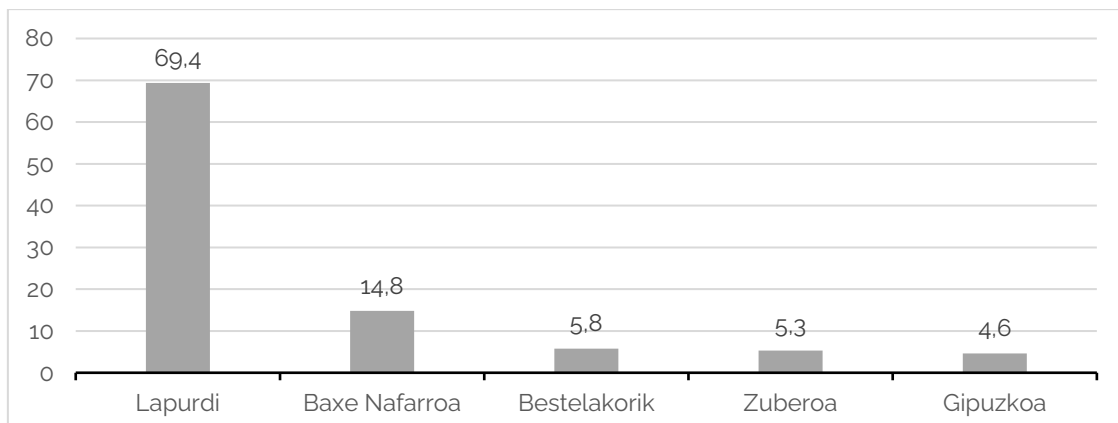
Hasteko, beheko irudian ikusi daitekeenez, ikerketan parte hartu dutenen artean, altuxeagoa da nesken kopurua mutilena baino (7,2 puntu) eta ikasleen ehuneko 1,5ek ez du bere burua neska/mutil ereduaren barruan kokatzen.

1. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteak, generoaren arabera (2024-2025 ikasturtea).



Inkestatuetatik, % 69,4 Lapurdin bizi da eta % 14,8 Nafarroa Beherean, gainerako bizilekuen kopuruak apalagoak dira eta ehuneko bostaren bueltan kokatzen dira Akitania Berriko beste toki batzuetan bizi direnak, Zuberokoak eta Gipuzkoakoak.

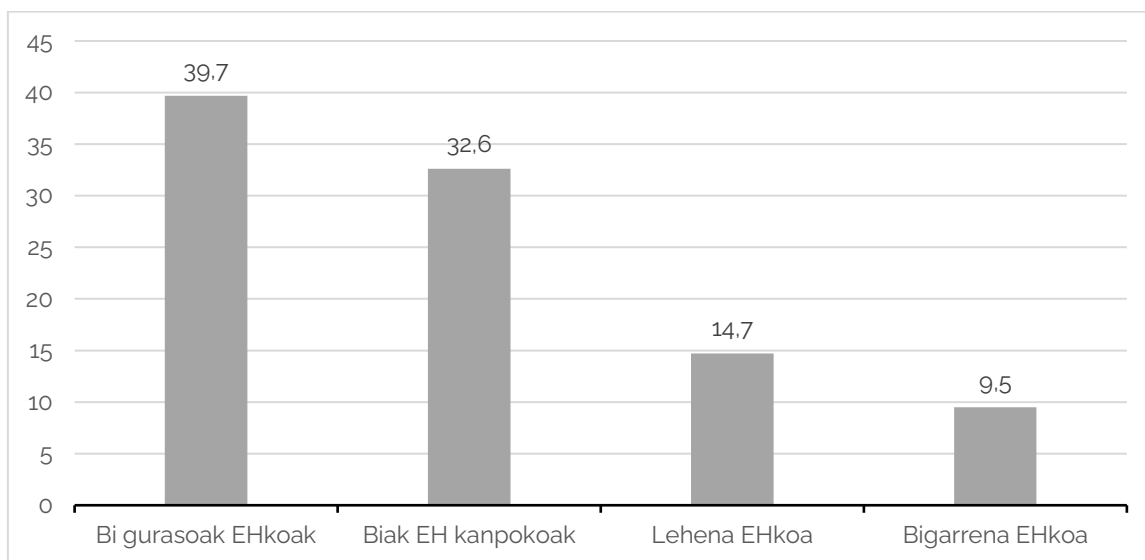
2. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteak, bizilekuaren arabera (2024-2025 ikasturtea).



Espero izatekoa den bezala, Lapurdiren pisua handia da, ez bakarrik Ipar Euskal Herriko populazio gehiena bertan biltzen delako, baizik eta ikerketan parte hartzen duten ikastetxe eta ikasle kopuruei dagokionez handiagoa delako. Edozelan ere, Okzitaniako eta Landetako ikasleak, Zuberoan bizi direnak eta, Hendaia-ko ikastetxeari dagokionez, egunero Hendaia-ko ikastetxera joaten direnen gipuzkoarren kopuruak ikusi daitezke aurreko irudian. Gipuzkoar jatorriko ikasleen presentzia antzeman daiteke baita Hegoaldeko gazteen hizkuntza ohituren eta ikus-entzunezko produktuen kontsumoan ere, aurrerago ikusiko dugun bezala.

Ikasle hauen guraso (edo tutoreen) jatorriari erreparatu nahi izan diegu eta, gainera, aztertu ikasle horien hizkuntza-ezagutza eta -erabilera nolakoak diren eta *online* teknologiekin nola harremantzen diren.

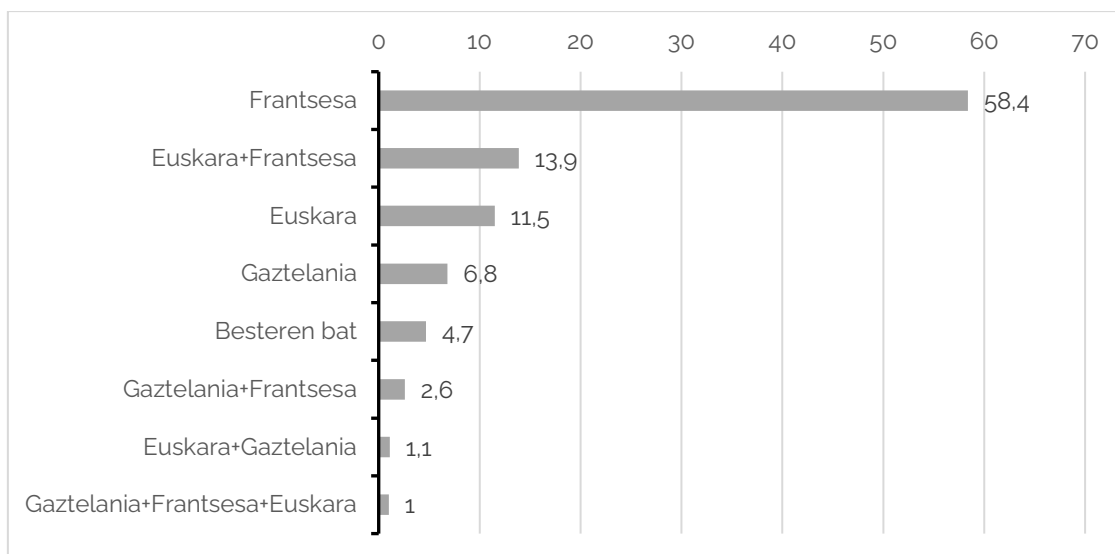
4. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteak, gurasoen jatorriaren arabera (2024-2025 ikasturtea).



Ia hamar ikasletik lauk euskal herritarrek dituzte guraso biak (ala tutoreak). Beste % 24,2 gurasoetako bat bertakoa da eta bestea Euskal Herritik kanpo jaioa. Irudian ikusi daitekeenez, ez dira gutxi guraso biak Euskal Herritik kanpoko jatorria daukaten ikasleak (% 32,6).

Inkestatutako gazteen profil soziodemografikoa osatuz, 2024-2025 ikasturtean bosgarren eta terminala bitartean dauden ikasleen hizkuntzari buruzko informazioa jaso dugu. Lehenik eta behin, galdetu diegu zein den beraien lehen hizkuntza, etxean ikasitako lehena(k).

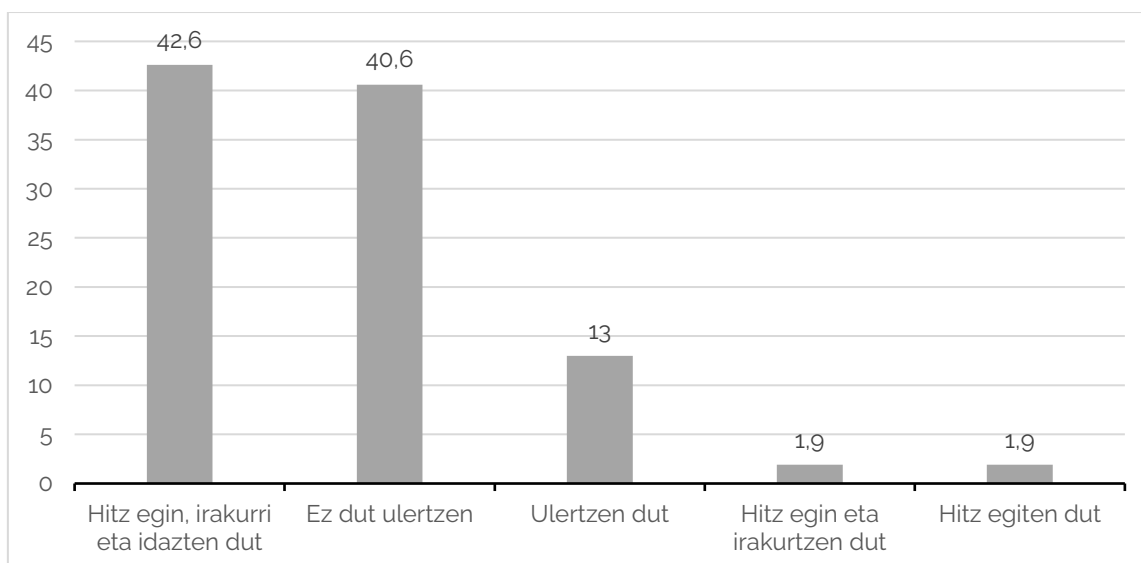
5. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteak, ikasitako lehen hizkuntzaren arabera (2024-2025 ikasturtea).



Frantsesa lehen hizkuntzatzat daukate inkestatutako gazteen % 58,4k. Bestetik, euskara eta frantsesa, biak ala biak, etxetik dakiten ikasleen kopurua % 13,9. Ikasitako lehen hizkuntza euskara dutenen ehunekoa 11,5 da. Etxetik beste hizkuntza batzuk ekarritakoen pisuak apalagoak dira (gaztelania % 6,8 eta bestelakoena % 4,7).

Hizkuntzen ezagutzan sakonduz, inkestaren bidez ikasleei galdetu diegu ea zenbateraino menperatzen duten euskara. Ondoko irudian ikusi daitezke emaitzak.

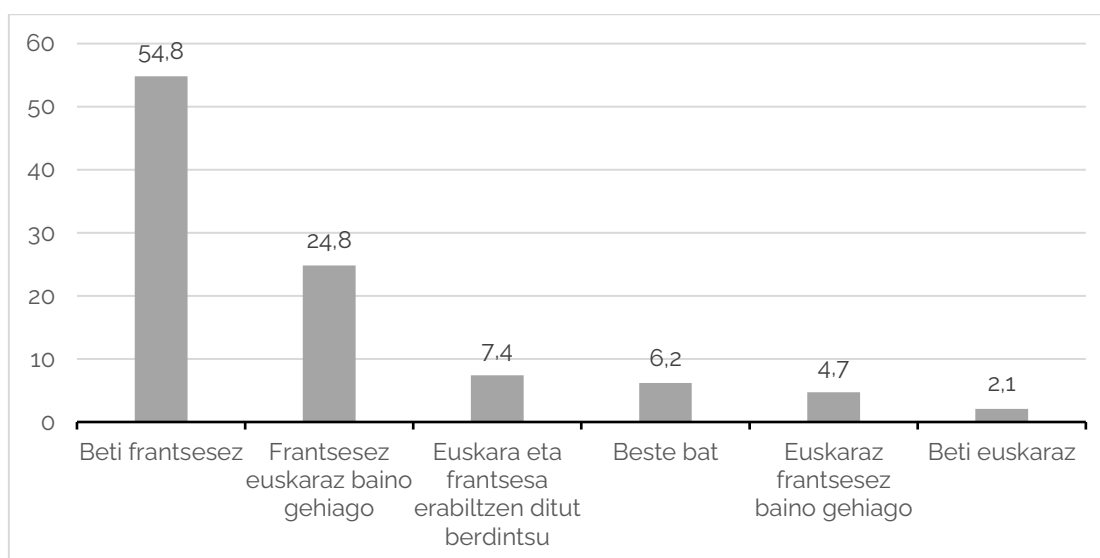
6. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteak, euskararen ezagutzaren arabera (2024-2025 ikasturtea).



Inkestan parte hartu duten mila ikasle pasatxotik, antzerako kopuruetan kokatzen dira euskara oso ondo ezagutzen dutenak (hitz egin, irakurri eta ulertzeko gauza direnak) eta bat ere ulertzen ez dutenak, % 42,6 eta % 40,6, hurrenez hurren. Argazkia osatzearen, bada beste % 16,8 gutxienez ulertzeko gai dena (eta batzuk hortik gorako konpetentzia linguistikoa daukate).

Edozelan ere, ezagutza eta erabileraren arteko alde handia argitzeko, beheko taulak erabilerari dagokion informazioa eskaintzen digu. Bertan ikusi daitekeenez, frantsesa nagusitzen da, ikasle gehienek artean. Beti frantsesa ala euskara baino gehiagotan erabiltzen dutenen kopurua % 79,6 da.

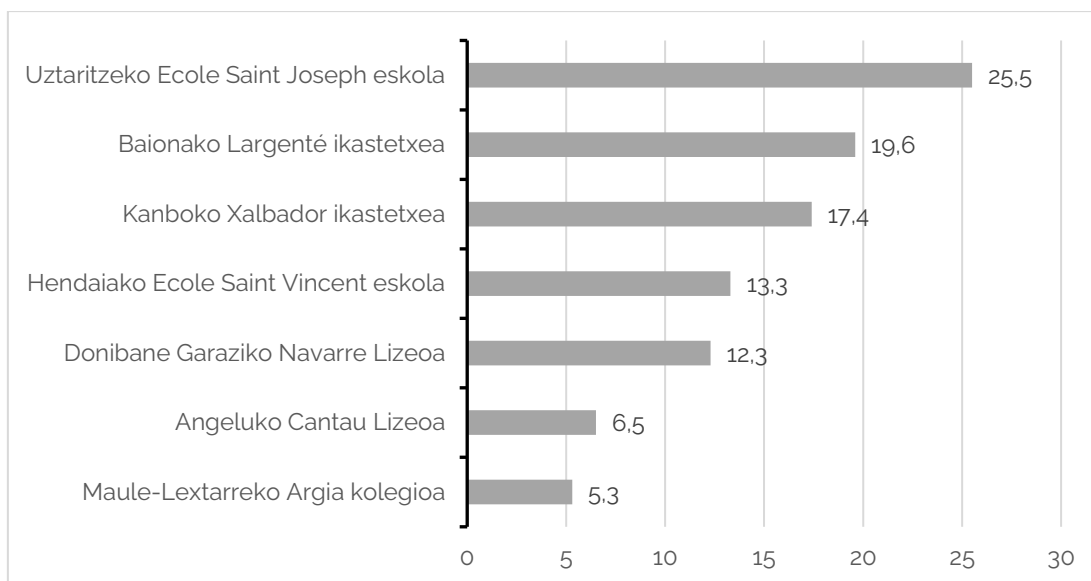
7. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteak, euskararen erabileraren arabera (2024-2025 ikasturtea).



Erabileran euskara lehenesten dutenen ehunekoa 6,8 da, eta beste % 7,4k modu beretsuan erabiltzen ditu euskara eta frantsesa.

Inkestatuen soslaia soziodemografiko orokorra osatuz, gazteen ikaslekua eta ikasketa-mailari erreparatuko dizkiegu.

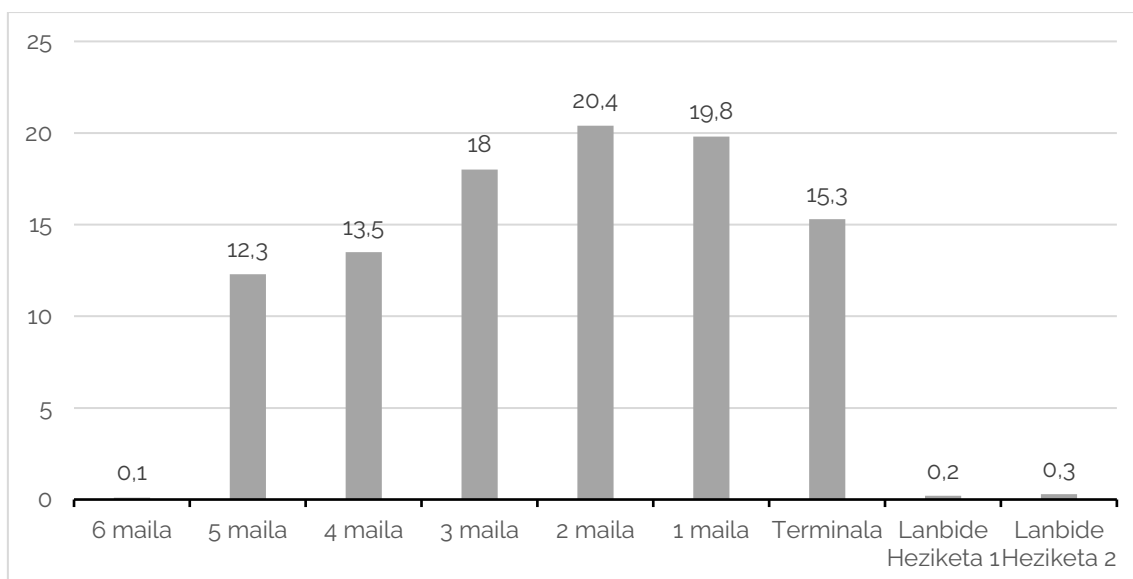
8. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteak, ikastetxearen arabera (2024-2025 ikasturtea).



Irudiak agerian jartzen duen bezala, inkestan parte hartu dutenen artean oso altua da Lapurdiko zentroetan ikasten duten gazteen kopurua: % 82,3. Aldiz apalagoa da Nafarroa Beherean (% 12,3) eta Zuberoan (% 5,3) ikasle gisa ari direnak.

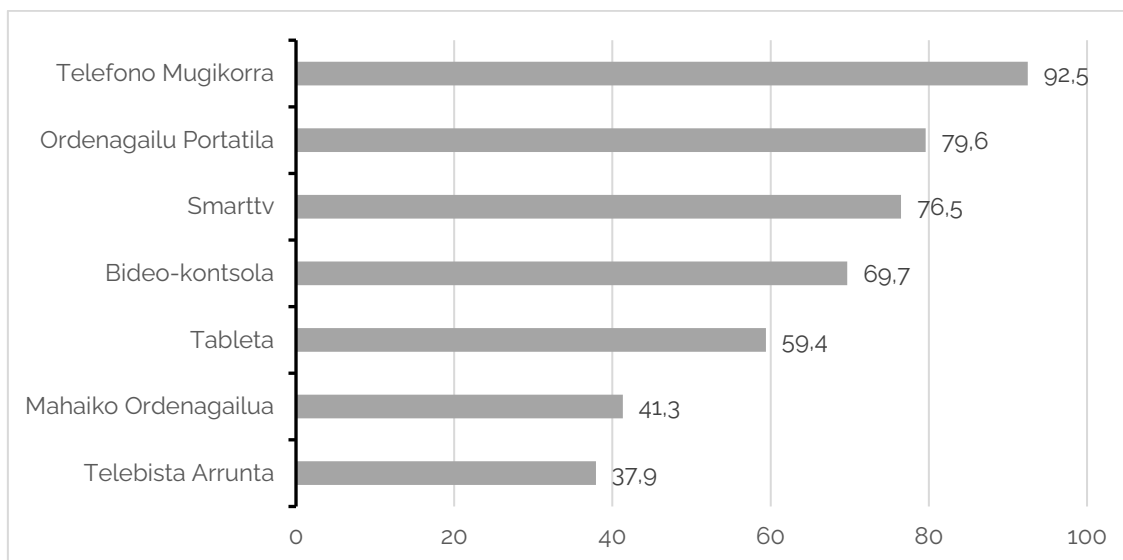
Adinari dagokionez, apur bat altuxeagoa da bigarren eta lehen mailan ikasten dutenen kopurua, baina edozelan ere, gainerako ikasketa-mailetako ikasleen lagina sendoa da.

9. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteak, ikasketa-mailaren arabera (2024-2025 ikasturtea).



Lehen azpi-atal hau amaitzeko, eta ikasleek egiten dituzten sare sozial edota bestelako *online* baliabideen erabileran sakondu aurretik, eskura dituzten tresna elektronikoen errepasoa egingo dugu. Izan ere, oso erlaxionatuta daude ikus-entzunezko kontsumoak eta gazteek erabilgarri dituzten gailuak.

10. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek, eskura dituzten gailu elektronikoen arabera (2024-2025 ikasturtea).



Goiko irudian ikusi daitekeenez, erabat zabaldua dago telefono mugikorra edukitzeko joera % 92,5. Gainera, oso ohikoa da ordenagailu eramangarria eskura izatea eta internetera konektatuta dagoen telebista gailua edukitzea etxean. Hamarretik ia-ia zazpi bideo-kontsola baten jabea da eta % 59,4k tableta ere badauka.

IKUSITAKO AZKEN EDUKIAK

2024-2025 ikasturtean zehar, Bigarren Hezkuntzan ikasten ari diren gazteei egin zaizkien bi galdetegietan, interneten, sare sozialetan eta telebistan ikusi dituzten azken edukiez galdetu zaie. Galdera hauek, bat-batean gogora datozkien ikus-entzunezko edukiak (*top-of-mind*) zeintzuk diren azaleratzen laguntzen dute eta, beraz, gaur egun bolo-bolo dauden joerei eta lehentasunei buruzko ikuspegi argia eman.

Interneten, plataforma digitaletan ala sare sozialetan

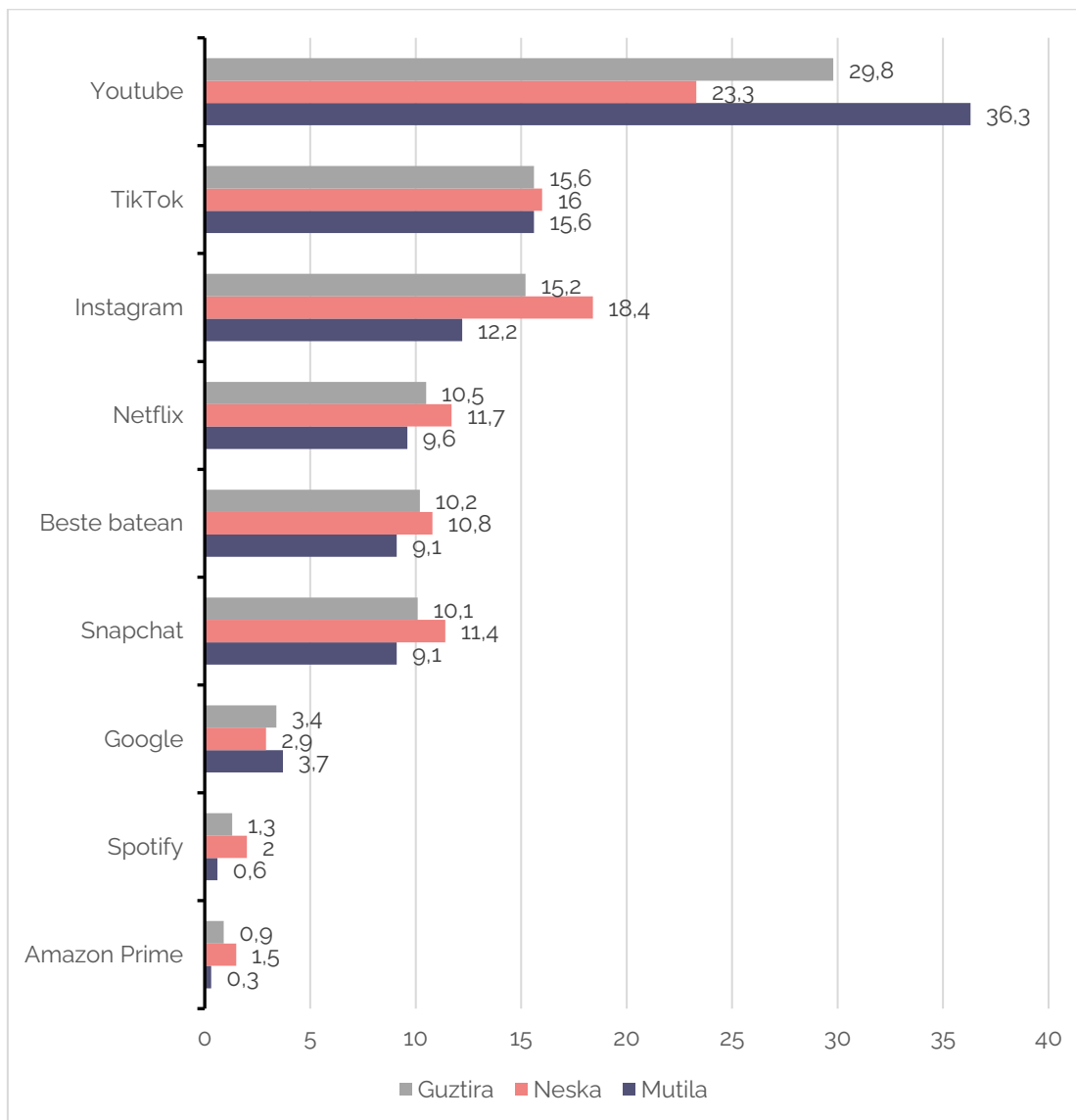
Jarraian, *streaming* bidez edo sare sozialez baliatuz ikusitako azken edukiak zeintzuk diren zehaztuko da, ikusteko erabilitako plataforma/kanalak eta zein hizkuntzan. Hurrengo hitz-lainoan, 2024/2025 ikasturtean Iparraldeko Bigarren Hezkuntzako ikasleek interneten edo sare sozialetan ikusitako eduki aipatuena biltzen ditugu.

11. irudia. Interneten ala sare sozialetan ikusitako azken edukiarekin eginiko hitz-lainoa (2024-2025)



Erabilitako plataformei dagokienez, hiru multzo nagusi definitzen dira. Lehenean, YouTube dago, azken eduki askok bertan ikusi dutelako. Bigarren multzoan TikTok eta Instagram eta, hirugarrenean, oso desberdinak diren bi: Netflix eta Snapchat.

12. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek interneten edo sare sozialetan ikusitako azken edukietarako plataformak, generoaren arabera (2024-2025)



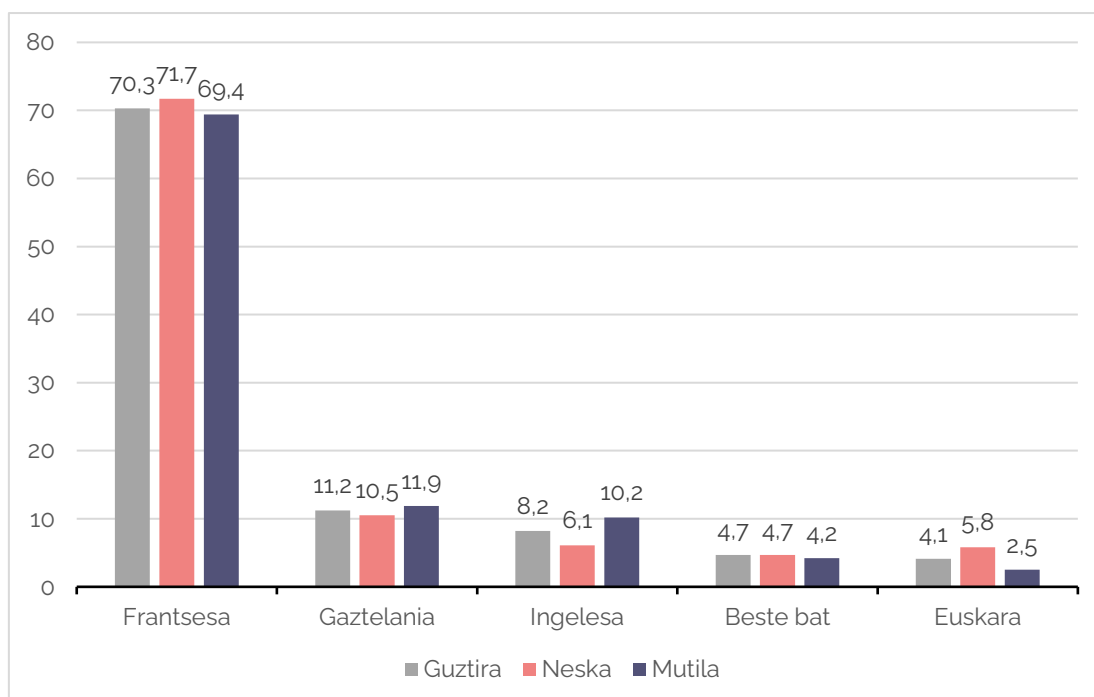
Esan dugun bezala, erabilitako plataformei dagokienez, galdetegi guztietan behin eta berriro errepikatzen den erantzuna YouTube da (% 29,8). Plataforma horren atzetik datoz, Instagram (% 15,6) eta TikTok (% 15,2) aukeratu dutenak. Gainerako erantzunen pisua txikiagoa da.

Edozelan, ere, goiko irudian ikusi daitekeen bezala, ezberdintasun aipagarriak daude neska eta mutilen portaeretan. Esaterako, kasu guztietan YouTube nagusitzen bada ere, mutilek askoz gehiagotan aipatzen dute azken kontsumoa egiteko orduan erabilitako plataforma hori. Hiru mutiletatik bat pasatxok YouTube ikusi du bere

azken edukia eta neskena aldiz % 23,3ra mugatzen da. Instagramek kontrako joera erakusten du. Nesken artean pisu gehiago du (% 18,8) eta mutilek kasuen % 12,2 baino ez dute aipatzen.

TikTok proportzio beretsuan agertzen da genero bietako gazteen artean.

13. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek interneten ala sare sozialetan ikusitako azken edukien hizkuntza, generoaren arabera (2024-2025)



Goiko irudiak nabarmentzen duenez, hamar ikasletik zazpik frantsesezko edukiak aipatzen ditu ikusitako azken bideoetan. Gaztelania eta ingelesa agertzen dira beherago eta beste hizkuntza batzuk eta euskara kasuen ehuneko lauaren bueltan kokatzen dira. Generoaren arabera ezberdintasun nabarmenik ez da antzematen ikusitako azken bideoen hizkuntza aztertzerakoan.

Telebista arruntean

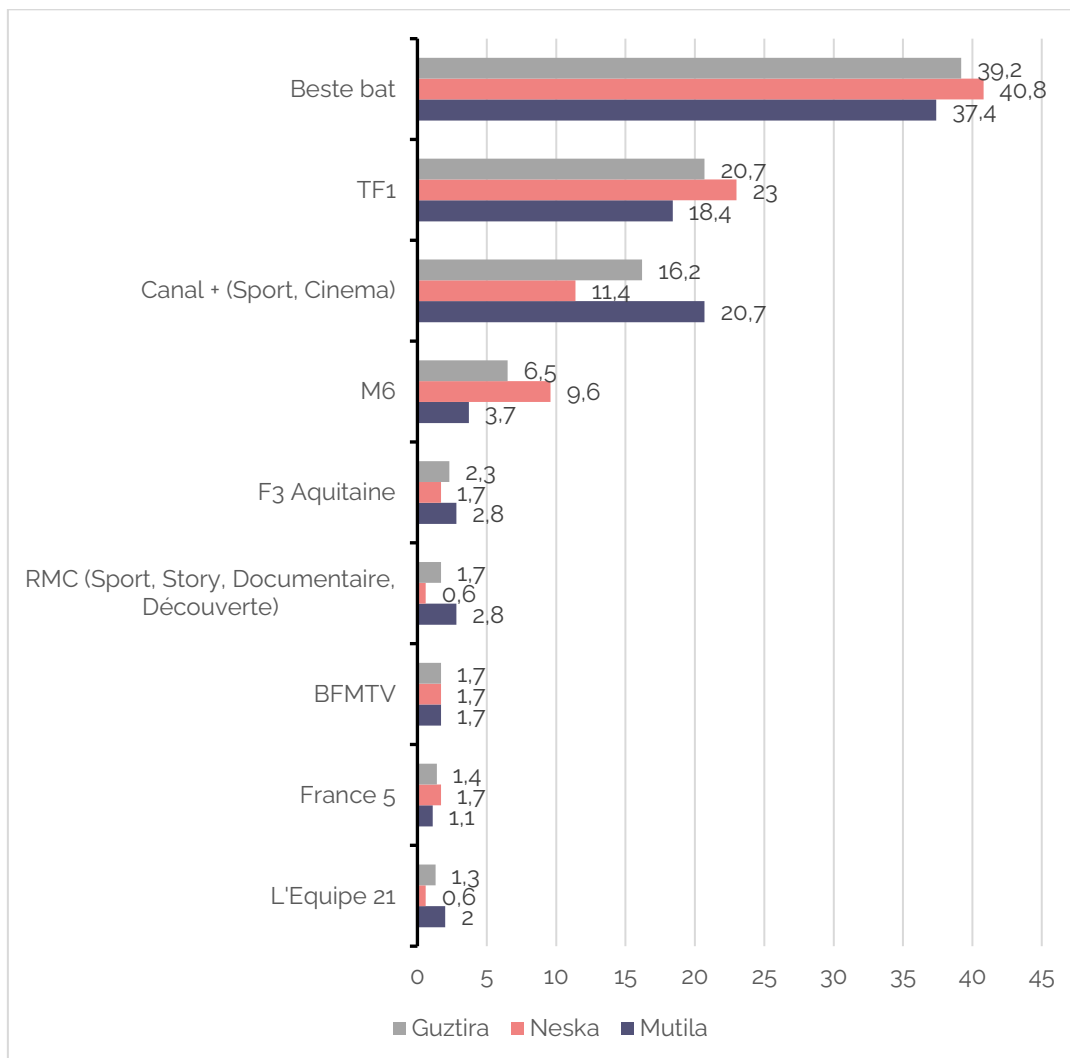
Online ikusitako edukiak eta gero, telebistan kontsumitutakoak zeintzuk diren aztertuko dugu. Hemen, telebista programa arrakastatsuenak agertuko dira eta baita zein kanaletan eta zein hizkuntzan emitituak izan diren ere.

Beraz, hurrengo hitz-lainoak, 2024/2025 ikasturtean Iparraldeko Bigarren Hezkuntzako ikasleek telebista arruntean ikusitako eduki aipatuak biltzen ditu.

14. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek telebistan ikusitako azken eginiko hitz-lainoa (2024-2025)



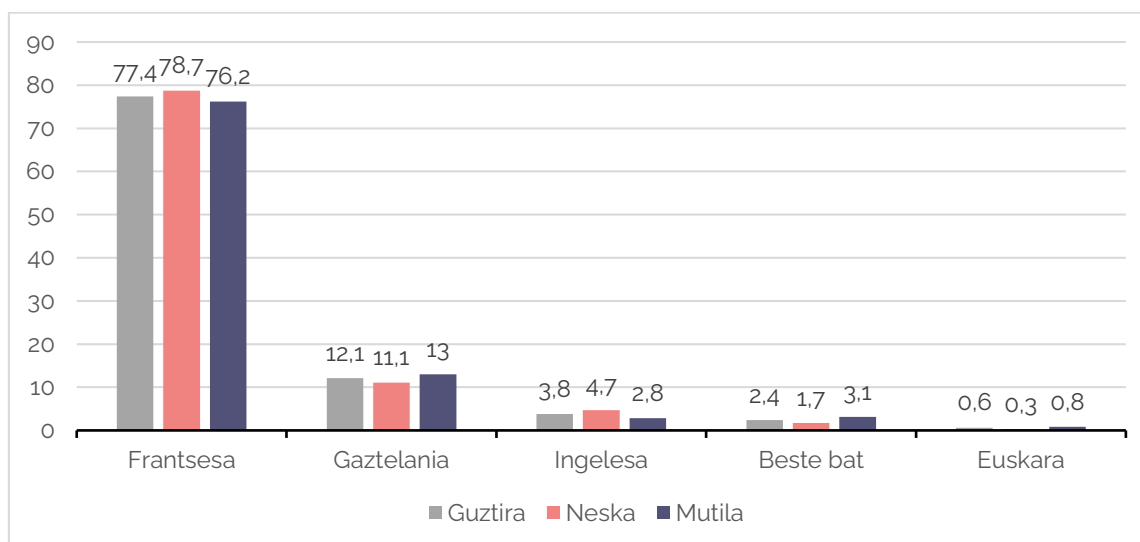
15. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek telebistan ikusitako azken edukia zein kanalean ikusi duten, generoaren arabera (2024-2025)



Estatu frantziarrean nagusi diren telebista kanalak dira gazteek aipatzen dituztenak beraien azken kontsumoak zehazterakoan ere. Hala nola TF1, Canal+ (Sport, Cinema) eta M6. Baina oso aipagarria da Bigarren Hezkuntzako ikasleek "azken ikustaldiak" egiterakoan oso kanal anitzetara jotzen dutela. Beste era batera esanda, bakoitzak berea aukeratzen duenez, orokorrean adin tarte honetakoek eduki ohikoenak zeintzuk diren jakiteko aukera ematen digu. Bestetik, kontuan hartzekoa da "beste bat" delako etiketapean dagoen kopurua: % 39,2. Ehuneko handi horren atzetik dago, kanal katalogo handia, baina baita gazte hauentzako "telebista" hitzaren esanahi bera ere eta nola birdefinitu duten azken denboraldian. Izan ere, eskatu diegunean "beste"

telebista kanal hori zein den zehazteko, askotan aipatu dituzte *streaming* plataformak (Netflix, Dzon, Disney+...), hein txikiagoan Youtube eta kanal espainiarrak.

16. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek telebistan ikusitako azken edukien hizkuntza, generoaren arabera (2024-2025)



Online baliabideen bidez ikusitako azken edukiari buruz hitz egiterakoan bezala, telebistaren kasuan frantsesa da lehenesten duten hizkuntza. Lautik hiru pasatxok frantsesez ikusia du azken edukia. Atzerago datoz gaztelaniaren (% 12,1) edota ingelesaren (% 3,8) kopuruak. Generoaren arabera ezberdintasun handirik ez dago inkestan parte hartu duten gazteen erantzunetan.

SARE SOZIALAK

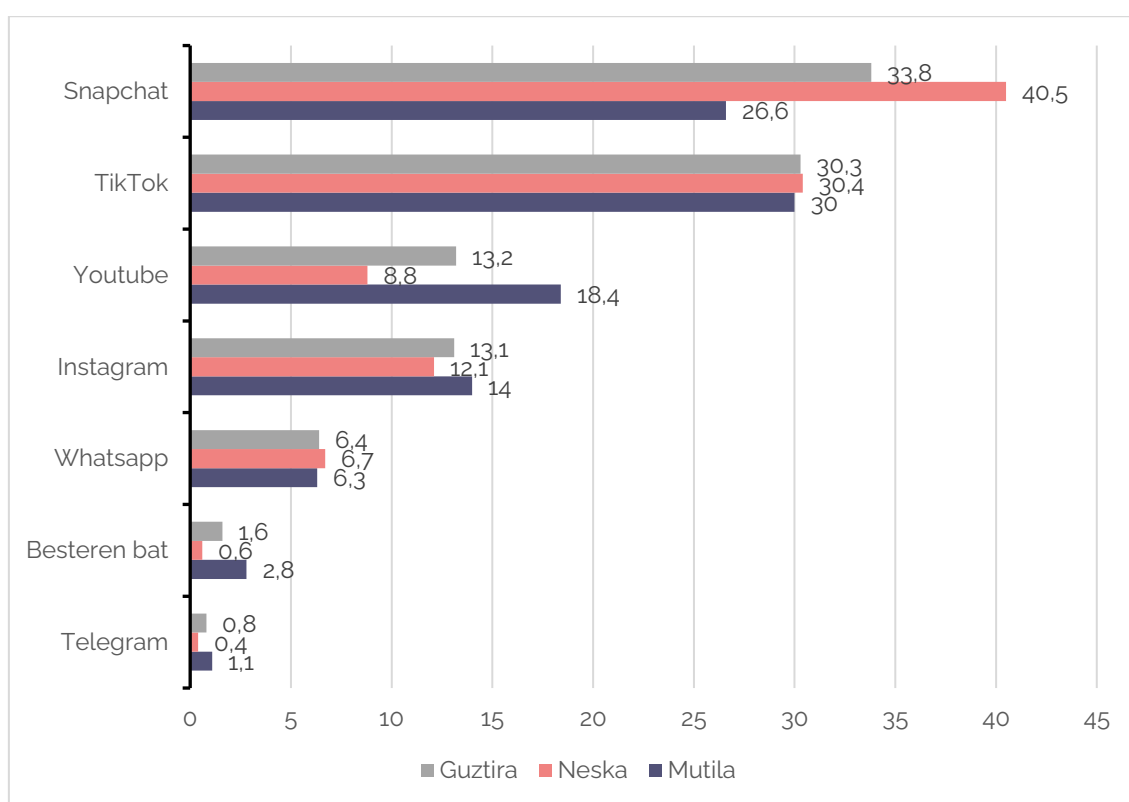
Sare sozialak oso presente daude ikerketan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko ikasle gazte hauen egunerokoan. Askok dira sare sozialek betetzen dituzten funtzioak baina hiru aipatuko ditugu inkestatuek emandako erantzunetan oinarrituta: komunikatzea, informatzea eta denbora pasatzea.

Gehien erabiltzen dituzten sare sozialak

Sare sozialek irauli egin dituzte jendeak harremanak izateko, entretenitzeko edo informazio jasotzeko moduak eta aldaketa horretan, gazteak beti daude beste adinetakoen aurretik. Horregatik da interesgarria Iparraldeko Bigarren Hezkuntzako ikasleek gehien erabiltzen dituzten sare sozialak zeintzuk diren aztertzea.

Beheko taulak erakusten duenez, eskatu zaienean zehaztea zein den gehien erabiltzen duten sare soziala, hauek dira aipatuenak; Snapchat, TikTok, YouTube eta Instagram. Beraien artean oso desberdinak diren arren sare sozial horiek, agerian geratzen da pisu handia daukatela argazkiak eta mezuak bidaltzeko erabiltzen den Snapchat (% 33,8) eta, bestetik, bideoak ikusteko sekulako arrakasta daukaten TikTok (% 30,3) eta YouTube (% 13,2). Apur bat atzerago dator Instagram (% 13,1).

17. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek gehien erabiltzen duten sare soziala, generoaren arabera (2024-2025)



Irudiak agerian uzten du bestalde, generoaren arabera ezberdintasun handiak daudela sare sozial batzuen kontsumoan. Hala nola, nesken artean askogatik nagusitzen da Snapchat (% 40,5), mutilen ehunekoetatik ia-ia 14 puntu gehiagorekin. TikTok sarearen kasuan, ez da generoaren araberrako ezberdintasunik, ia berberak baitira neskek eta mutilek emandako erantzunen kopuruak. Antzerakoa da Instagramen egoera.

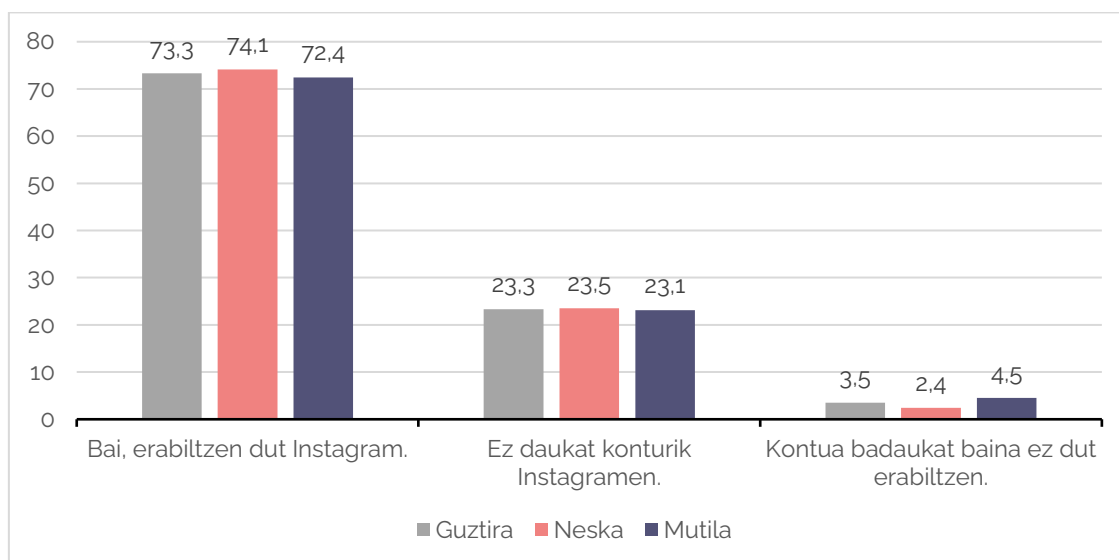
Beste kontu bat da YouTube sare sozial maitatuena daukaten neska-mutilena. Mutilek modu nabarmenagoan aukeratzen dute YouTube bere sarerik aukeratuena bezala (% 18,4) Nesken artean, ehunekoa ez da 8,8tik gorakoa.

Ondoko azpiataletan, sare sozial horietarikoetan sakonduko dugu eta bakoitzak erakusten dituen berezitasunetan murgilduko gara.

Instagram

Sare sozial hau arrakastatsuenak direnen artean dago, irismenean, erabilera-maiztasunean eta gazteek eskaintzen dioten denboran, besteak beste. Instagram hobeto ezagutzeko faktore horiek eta gehiago aletzen joango gara ondorengo pasarteetan, bereziki arreta jarritz generoaren arabera ezberdintasunetan.

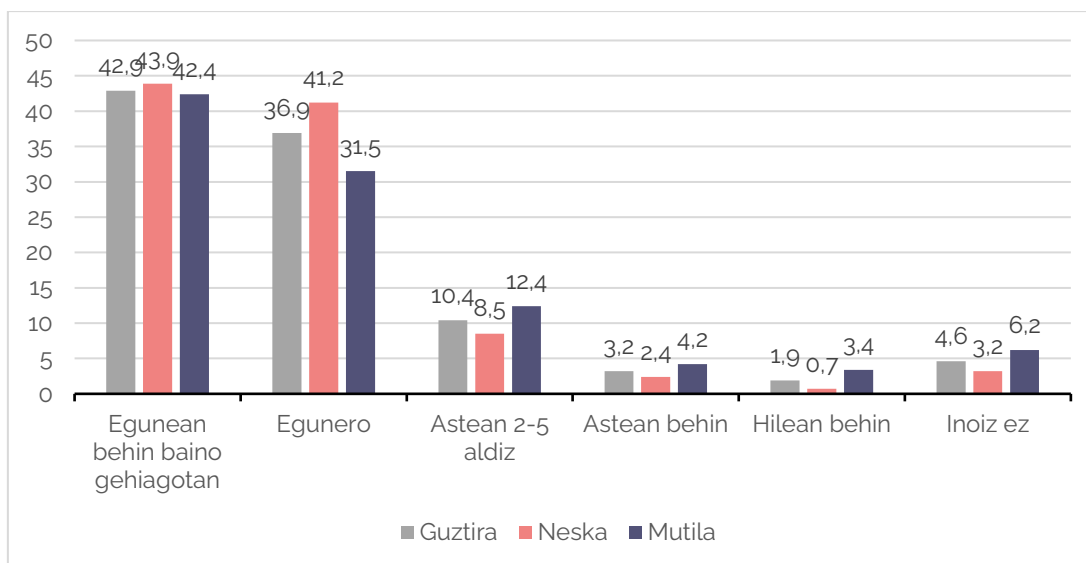
18. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Instagramen kontua edukitzea, generoaren arabera (2024-2025)



Inkestatu ditugun 11-18 urte bitarteko Ipar Euskal Herriko gazteen artean % 73,3k erabiltzen du Instagram. Gainerako % 26,8k ez dauka konturik ala ez du inoiz erabiltzen sare sozial hau.

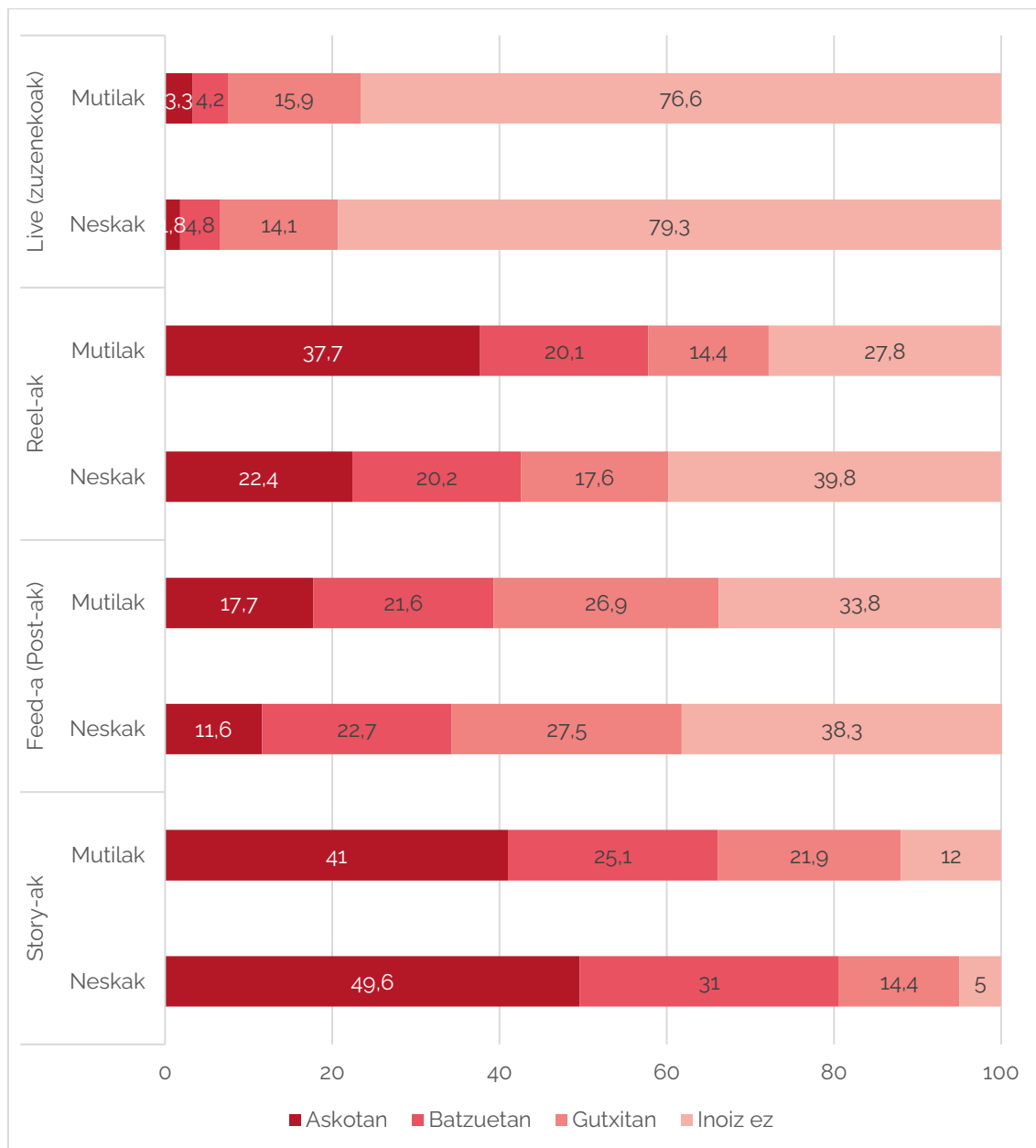
Neska eta mutilen artean ez dago alde askorik eta antzerako irismen-tasa daukatela esan daiteke.

19. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Instagram erabiltzeko maiztasuna, generoaren arabera (2024-2025)



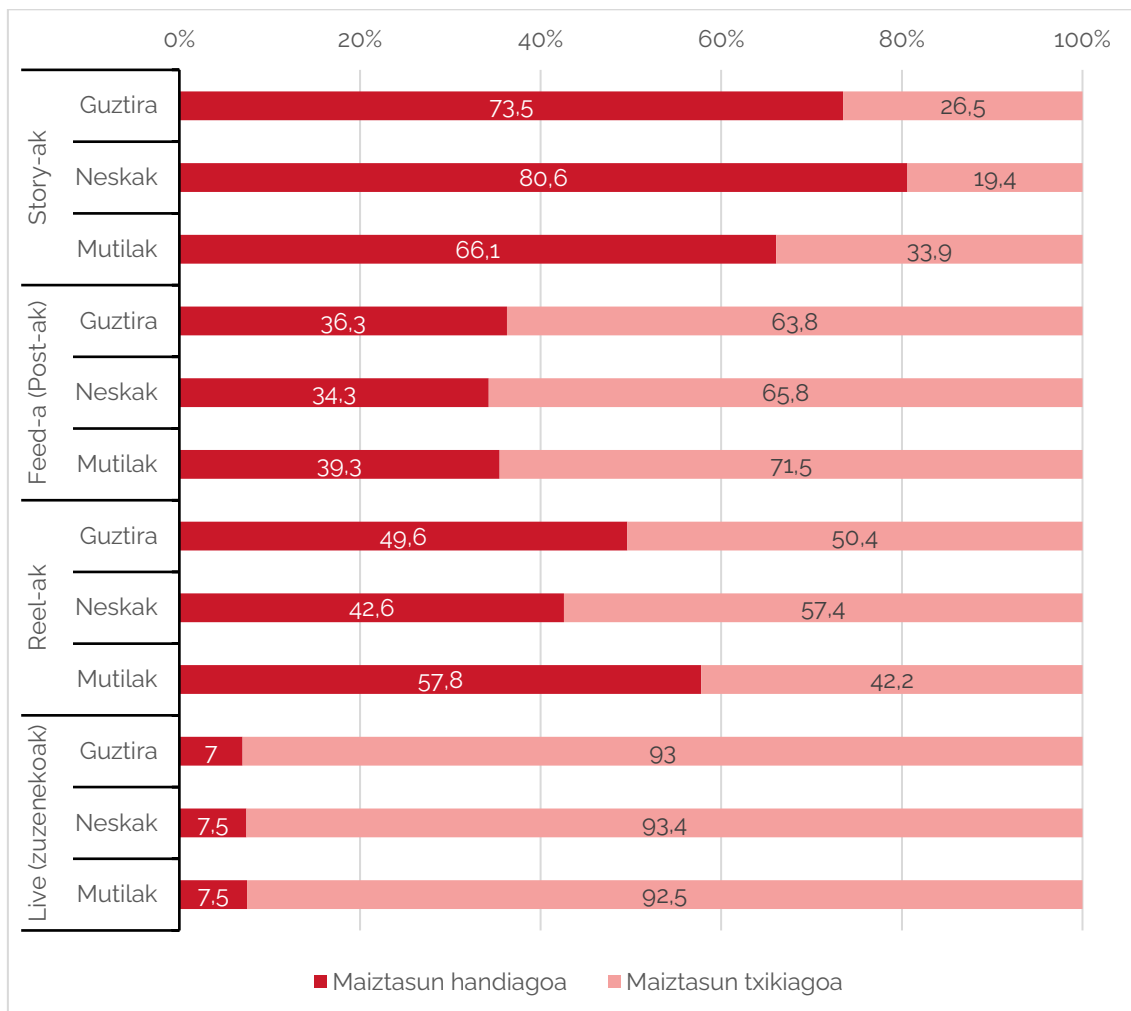
Instagrami buruzko lehen irudian ikusi dugu handia dela sare honek lortzen duen irismena 11-18 urte bitarteko ikasleen artean, baina ez da hori bakarrik, 19. irudiak begien aurrean jartzen du zenbateko maiztasunarekin konektatzen diren. Hala nola, % 79,8 egunero aritzen da Instagramen eta horietatik % 42,9 egunean behin baino gehiagotan. Nesken kasuan, eguneroko kontsumoa oso hedatuta dago (% 85,1), mutilen artean baino gehiago (% 73,9). Edozelan ere, oso antzerako ohiturak dituzte genero bietako gazteek egunean behin baino gehiagotan Instagramen ibiltzeari dagokionez.

20. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Instagramen erabiltzen dituzten funtzionalitateak, generoaren arabera (2024-2025)



Story-ak eta Reel-ak zaizkie errekurtsorik ohikoenak, hala diote inkestatutako nesken % 49,6k eta mutilen % 41ek. Reelei dagokionez, ezberdintasun handiagoak daude bi multzoen artean: mutilen % 37,7k askotan erabiltzen du eta nesken ehuneko 22,4 da. Oro har, esan daiteke bai mutilen eta bai nesken artean Storyak direla baliabide maitatuenak.

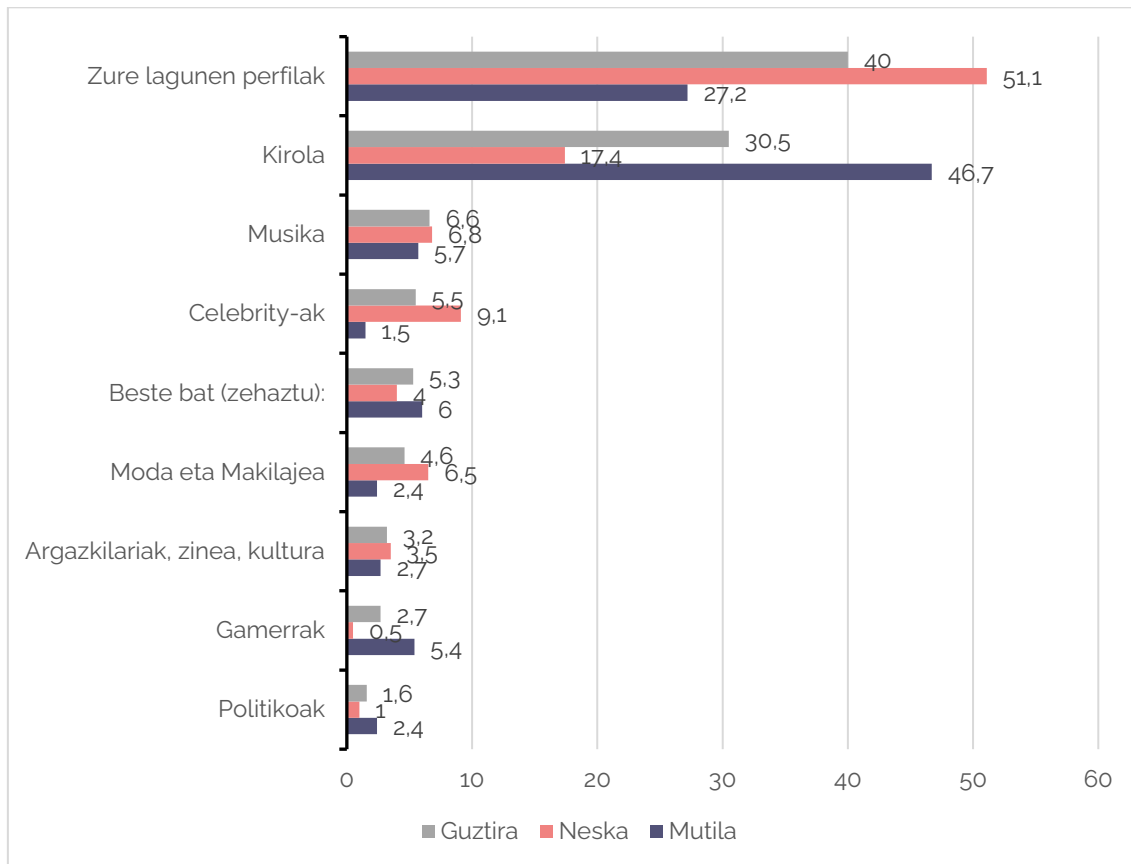
21. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Instagramen erabiltzen dituzten hiru funtzionalitate nagusienak, maiztasunak kontuan hartuz eta generoaren arabera (2024-2025)



Neska eta mutilen arteko ezberdintasunak hobeto aztertu ahal izateko, batu egin ditugu askotan eta batzuetan aritzen direnen kopuruak eta tendentzia horren adierazle dira nesken % 80,6ra heltzen dela eta % 66,1 mutilenean, goiko taulan ikusi daitekeenez. Reelen kasuan, mutilak jartzen dira aurretik (askotan+batzuetan): % 57,8 eta neskak atzetik datoz: % 42,6rekin. Feedei dagokionez, apur bat gorago daude mutilak maiztasun handiko erabileretan eta neskak apalago moldatzen dira.

Laburtuz, neskak gehiagotan aritzen dira Storyak ikusten, Feedetan antzerako joerak erakusten dituzte neskek eta mutilek baina, Reelen kasuan gorago daude mutilak neskak baino.

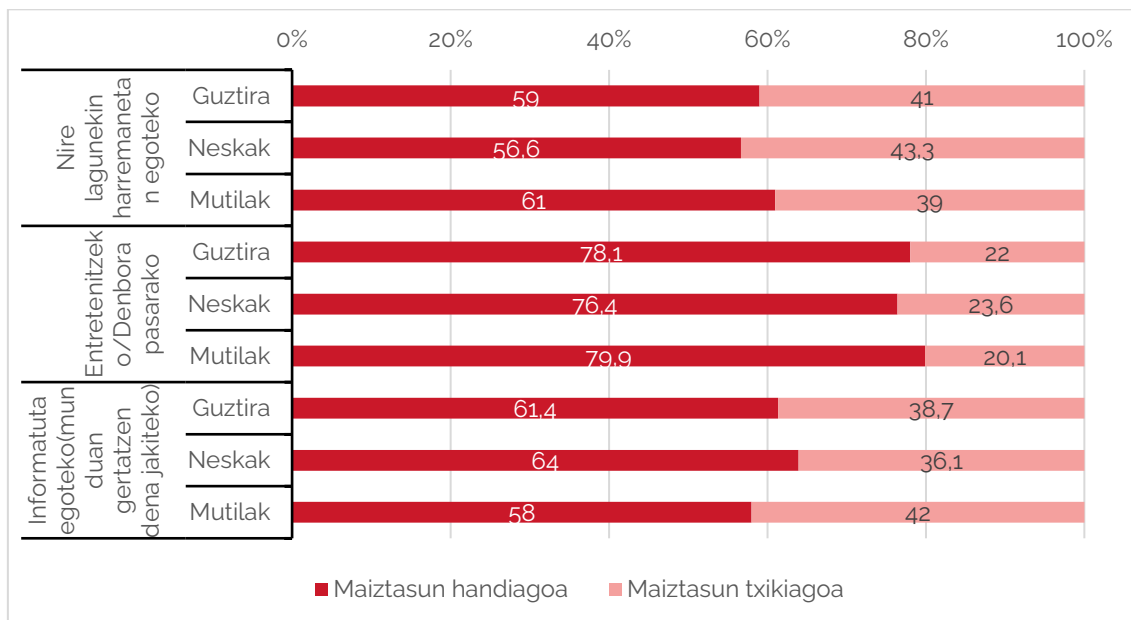
22. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Instagramen gehien jarraitzen dituzten perfilak, generoaren arabera (2024-2025)



Irudian garbi ikusi daiteke lagunen perfilak eta kirolarienak direla Instagramen gehien jarraitzen dituztenak. Bi kasu horietan ezberdintasun nabarmenak daude neska eta mutilen artean. Hala nola, lagunen jarraipena egitea oso ohikoa da neskentzat (% 51,1) eta mutilekin alderatuta, azken hauek % 27,2 baino ez da. Kirola aukeratzen dutenen kasua kontrakoa da, batez bestekoa % 30,5 bada ere, mutilena % 46,7 da eta neskena horren erdira ez da iristen: % 17,4.

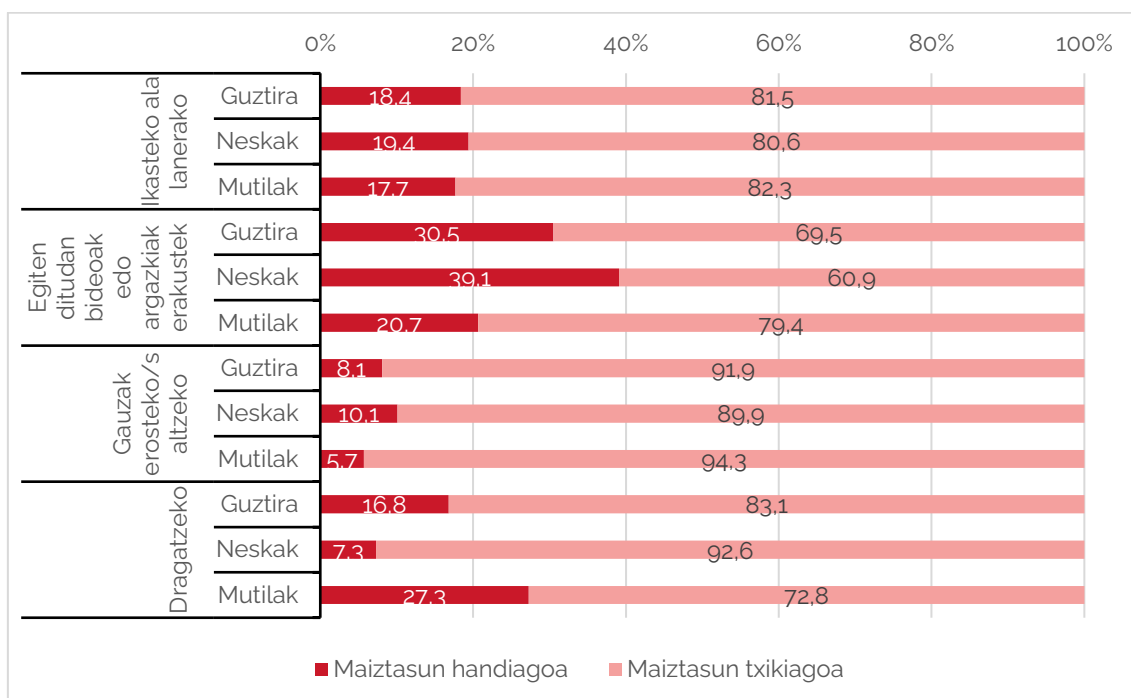
Zazpi zeregin definitu ditugu gazteak Instagramen zertan aritzen diren jakiteko. Horietariko hirutan handiagoak dira erabilera-maiztasunak: entretenitzea (% 78,1), informatuta egotea (% 61,4) eta lagunekin harremanetan mantentzea (% 59). Beste zergatien pisua txikiagoa da, besteak beste, erosketak, ikasketa/lana eta dragatzea.

23. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Instagram erabiltzeko hiru arrazoi ohikoenak, multzoka eta generoaren arabera (2024-2025)



Aipatutako zeregin horietan, ehunekoak markatuagoak erakusten dituzte mutilek neskek baino, informatzeko kasuan izan ezik.

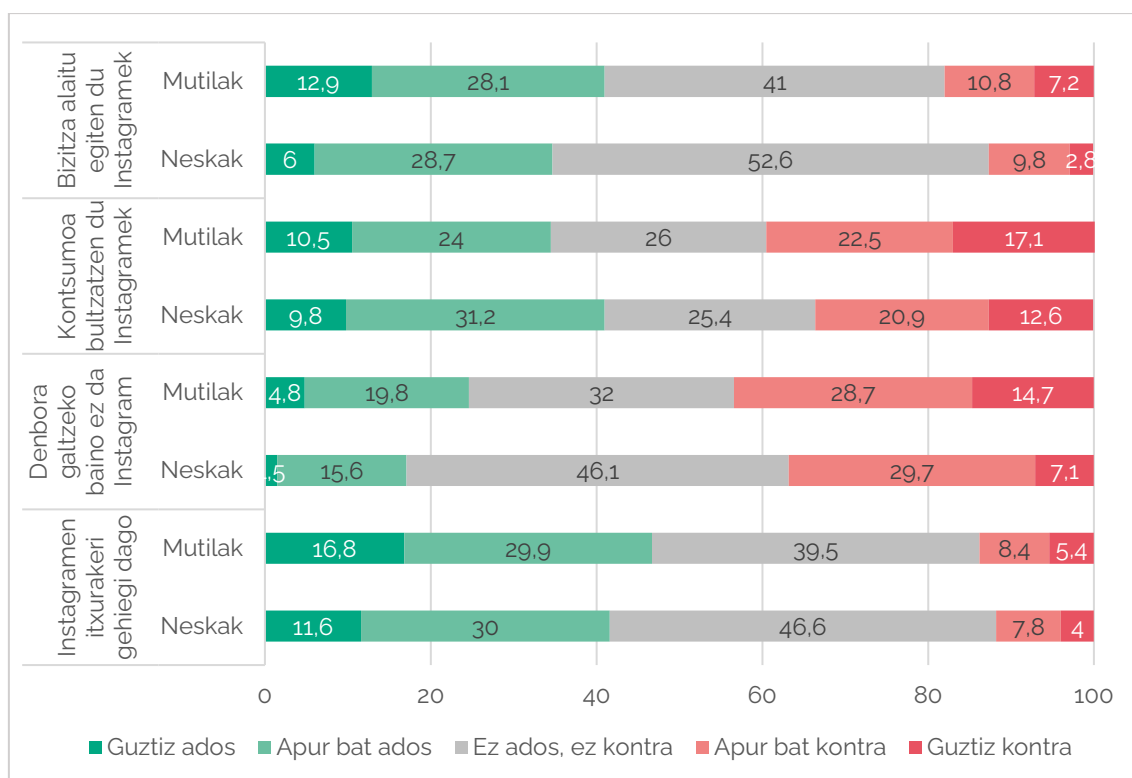
24. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Instagram erabiltzeko arrazoi ez hain ohikoak, multzoka eta generoaren arabera (2024-2025)



Aurreko taulan kokatu ditugu hain ohikoak egiten ez zaizkien zereginak. Bereziki markatua da maiztasun txikia daukatela gauzak erostea (%91,9k oso gutxitan edo inoiz ez du horretarako erabiltzen), dragatzea eta ikasteko/lanerako Instagramera sartzea. Azkenik, gutxiagotan egiten badute ere, hiru ikasletik batek ekoizten dituen bideoak/argazkiak erakusteko baliatzen da Instagram sare sozialaz.

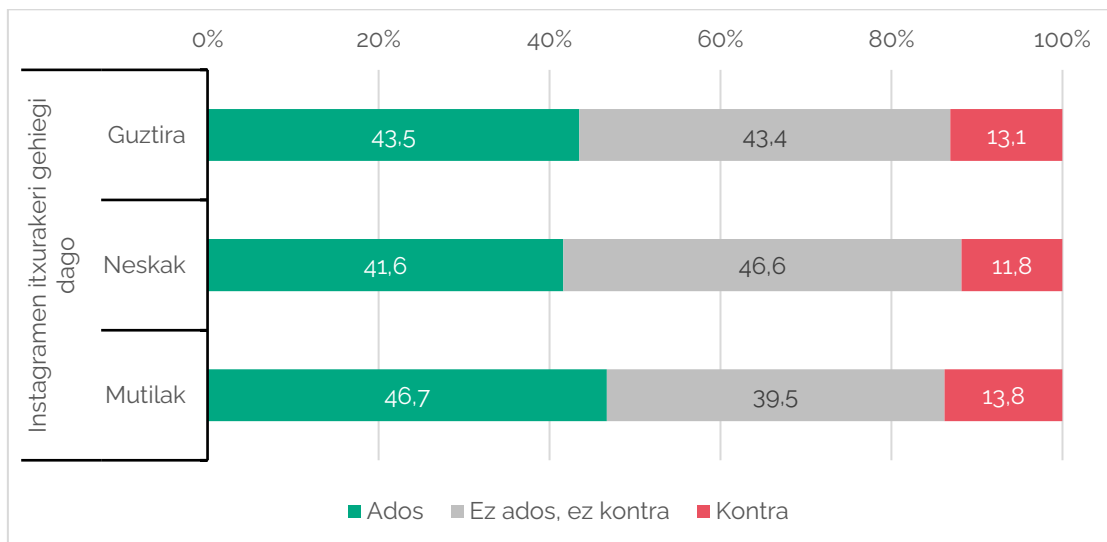
Ondoko pasarte eta irudietan, Instagrami buruz ikasleek dituzten pertzepzioei eta iritziei buruz gehiago jakin nahi izan dugu. Horretarako, hainbat esaldi luzatu dizkiegu eta eskatu diegu adieraztea noraino dauden ados esandakoarekin. Banan-banan aztertuko ditugu esaldi horiek, neska eta mutilen artean ezberdintasunak dauden ala ez zehaztuz.

25. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Instagramen inguruko esaldiekiko adostasun-maila, generoaren arabera (2024-2025)



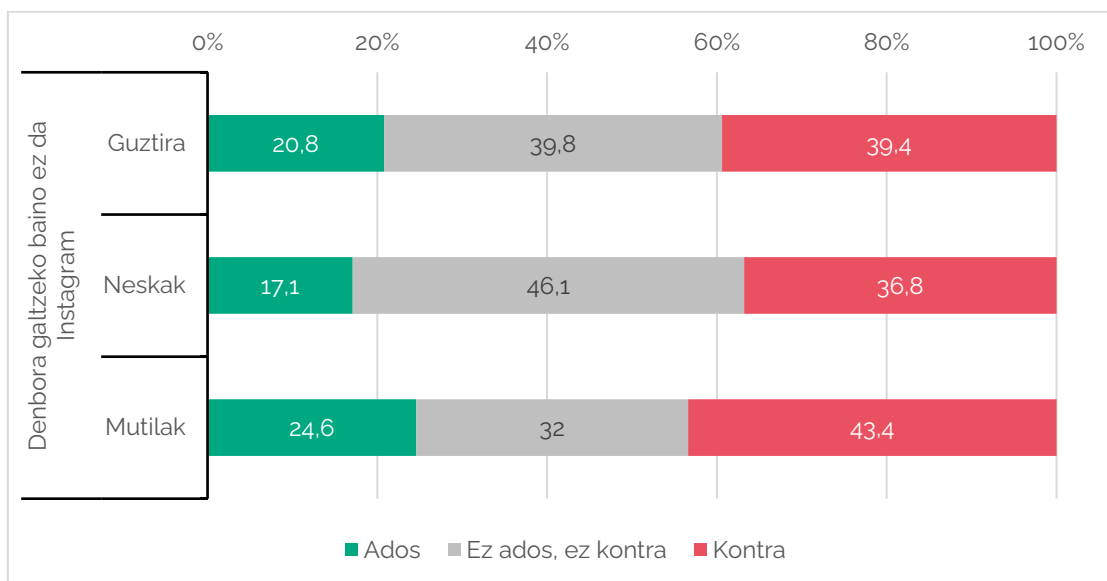
Goiko taulan lau galderen gaineko informazio orokorra eskaintzen da. Ondokoak zehatzagoak izango dira eta horien bidez gehiago sakonduko dugu neska-mutilen iritzietan hiru multzo nagusi sortuz: ados, neutroa, aurkakoa.

26. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen iritziak Instagramen "itxurakeria gehiegi dago" esaldiaren aurrean, generoaren arabera (2024-2025)



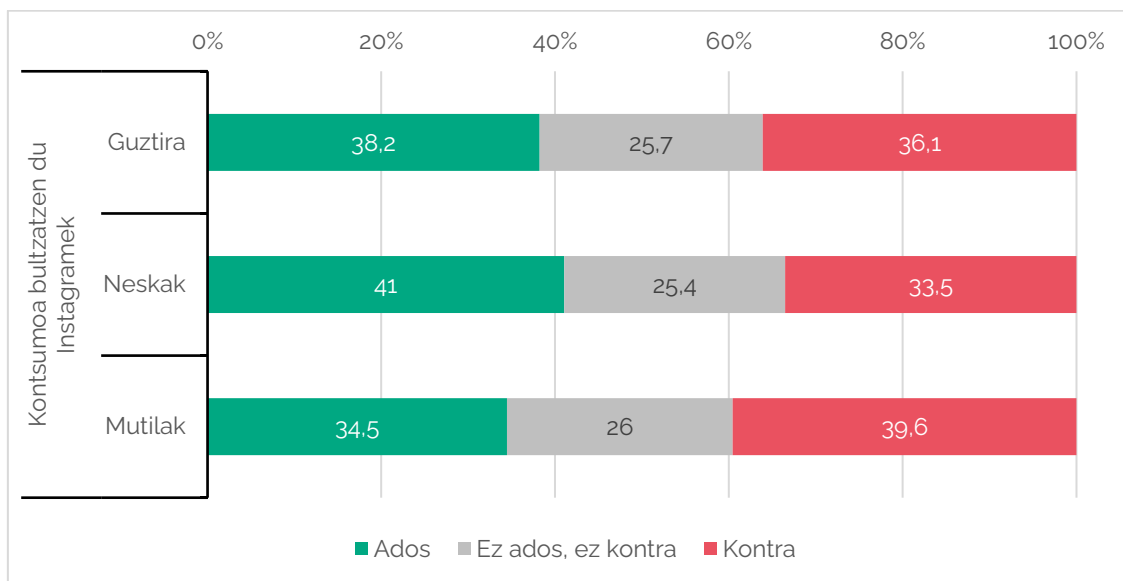
Irudiak ondo erakusten duen bezala, proportzio berean banatzen dira Instagramen itxurakeria gehiegi dagoela uste dutenak eta oso garbi ez daukatenak. Edozelan ere, mutilen posizionamendua argiagoa da (% 46,7) nesken artekoa baino (% 41,6) eta gehiago dira ados daudenak itxurakeria hori egon badagoela esatearekin. Itxurakeriarik ikusten ez duten gazteen ehuneko orokorra 13,1 da.

27. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen iritziak Instagramek "denbora galdu arazi egiten du" esaldiaren aurrean, generoaren arabera (2024-2025)



Goiko taulak erakusten dituen datuen arabera, bost ikasletik batek bakarrik garbiki azaltzen du Instagramek denbora galtzea baino ez dakarrela. Mutilek (% 24,6) iritzi argiagoa daukate neskek baino (% 17,1). Eta gauza bera gertatzen da kontrakotasuna erakusten dutenen artea, handiagoa da mutilen (% 43,4) kopurua neskena baino (% 36,8). Orokorrean, beraz, mutilen iritziak muturretara jotzeko joera daukate.

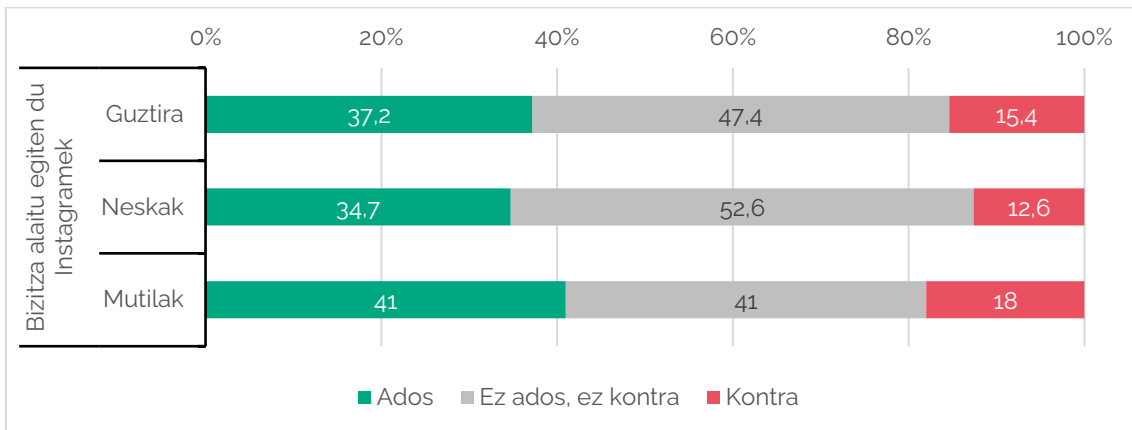
28. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen iritziak Instagramek "kontsumoa bultzatzen du" esaldiaren aurrean, generoaren arabera (2024-2025)



Instagramek "kontsumoa bultzatzen duela" iritziaren aurrean antzerako kopuruetan banatzen dira ados eta aurka dauden gazteak. Baina aipatzekoak dira neska eta mutilen arteko ezberdintasunak. Nesken % 41ek garbi du kontsumoa sustatzen duela sare sozial honek. Kontrako iritzia daukaten nesken ehunekoa % 33,5 da.

Aurretik ikusi izan dugun joera bati jarraiera emanez, mutilen iritziak nahiko banatuta daude, baina handiena da kontsumoa bultzatzen duela esaldiarekin kontrako iritzia azaleratzen dutenak (% 39,6).

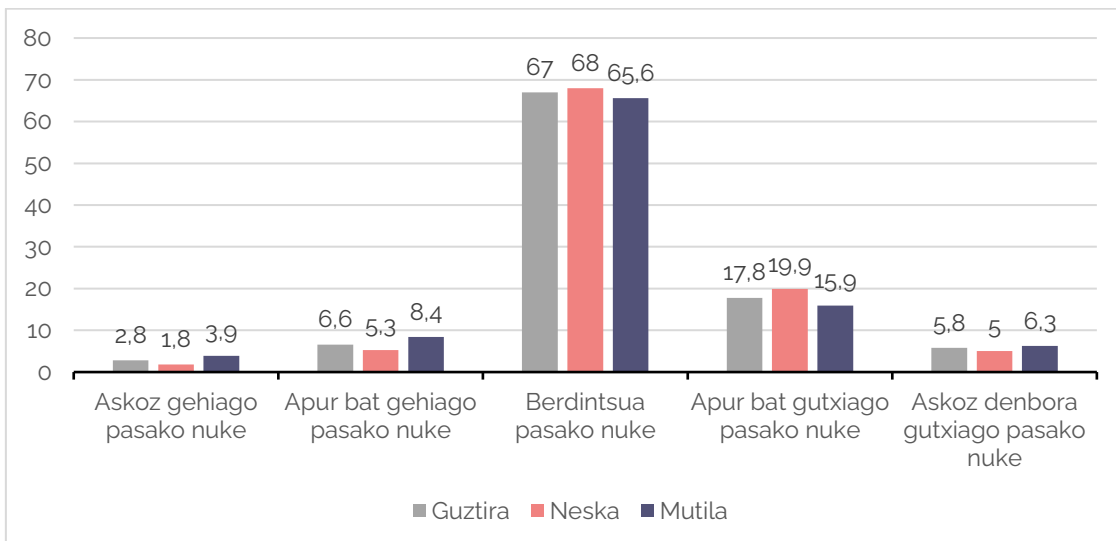
29. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen iritziak Instagramek "bizitza alaitzen du" esaldiaren aurrean, generoaren arabera (2024-2025)



Instagramek "bizitza alaitzen" duela esaldiaren aurrean, asko dira ez alde ezta kontra daudenak ere (% 47,4). Baina hortik aurrera, gehiago dira aldeko iritzia daukatenak (% 37,2) aurkakoa baino (% 15,4). Positibotasun hori garbiago berbalizatzen dute mutilek (% 41), neskek baino (% 34,7).

Ikusita Instagram noraino sartuta dagoen ikasle gazteen egunerokoan, jakin nahi izan dugu ea pozik dauden gaur egun bertan pasatzen duten denborarekin ala, ahal izanez gero, gehiago ala gutxiago pasatuko zuten. Amaitzeko, gainera, Instagrami buruzko balorazio orokorra egiteko eskatu diegu.

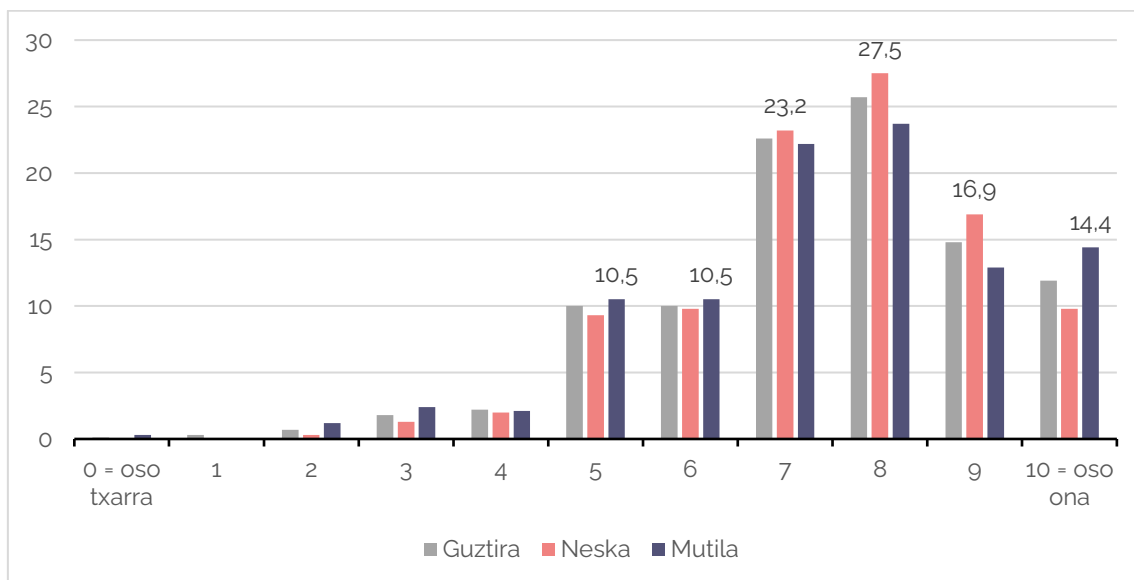
30. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Instagramen pasatu nahiko zuten denborari buruz, generoaren arabera (2024-2025)



Inkestan parte hartu duten hiru gaztetik bi ados daude Instagramen pasatzen duten denborarekin. Alegia, galdetu zaienean ea astirik izanda denbora gehiagoz ala gutxiagoz arituko ziren, % 67k egungo denbora-tartean mantenduko litzatekeela dio, paretsu neskak eta mutilak. Hala ere aipatzekoa da % 23,6k denbora gutxiago eskaini nahiko liokeela Instagrami eta bakarrik % 9,4k puztuko lukeela bere kontsumoaldia.

Instagrameko azterketa amaitzeko, azken galderaren bidez jakin nahi izan dugu zerotik hamarrerako eskalan zenbat punturekin ebaluatzen duten sare sozial hau. Emaitzak beheko irudian ikus daitezke.

31. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek zenbateko nota jartzen dioten Instagrami, generoaren arabera (2024-2025)

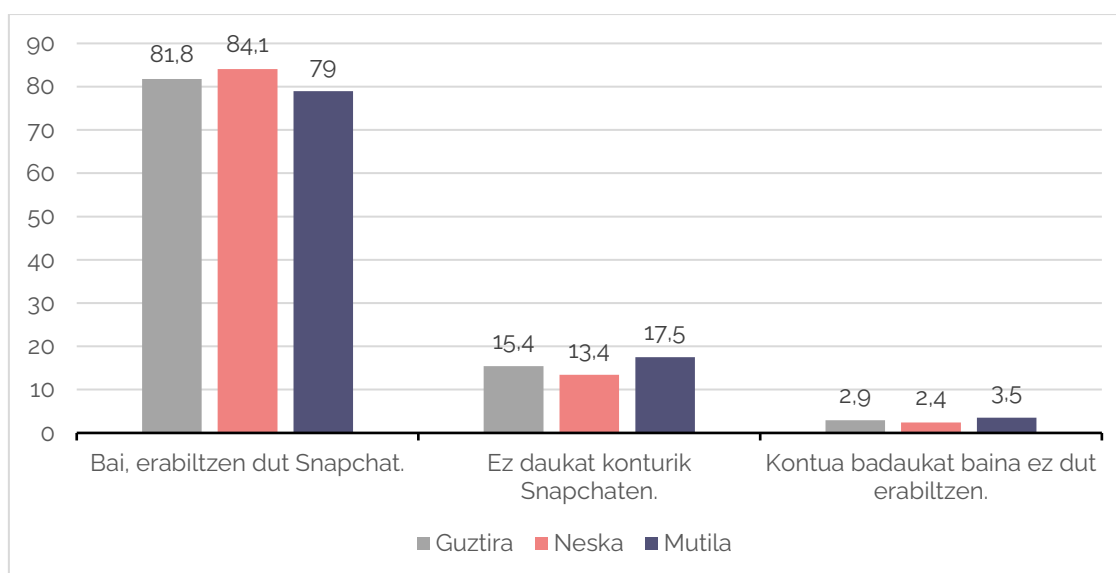


Puntuazio gehienak 7tik gorakoak dira eta nesken hirutik bik 7-9koarekin puntuatzen dute Instagram. Mutilek ere oso ondo baloratzen duten sare sozial hau baina modu apalagoan. Edozelan ere, mutilen artean 10eko nota ematen diotenak gehiago dira nesketan baino.

Snapchat

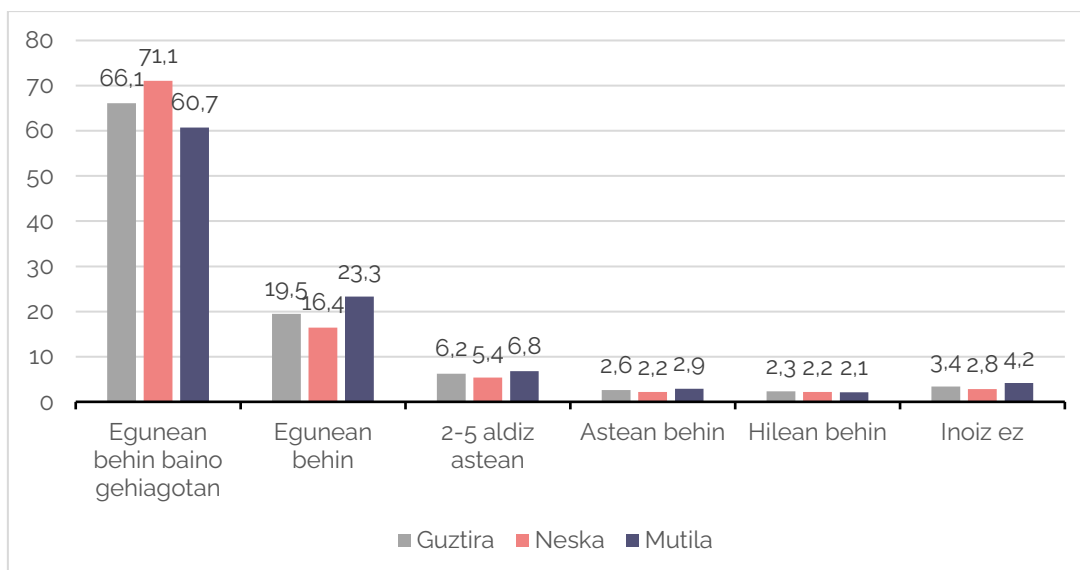
Jakina den bezala, Snapchat berehalako mezularitza aplikazioa da eta argazkiak, bideoak zein testuak partekatzeko aukera ematen du. Edukiak ikusi ondoren edo 24 orduko epean, betiko desagertzen dira. Oso erabilia da "Stories-ak" partekatzeko. Lagunekin modu azkar eta dibertigarrian komunikatzeko da ezaguna. Ondoko lerroetan ikusiko dugunez, Snapchat oso-oso hedatuta dago Iparraldeko gazteen artean eta denbora asko eskaintzeaz gain, inkestatuen funtzio eta zeregin dezente betetzen ditu. Orokorrean balorazio oso ona jasotzen duen sare soziala da.

32. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen Snapchaten erabilera, generoaren arabera (2024-2025)



Irismen-maila altuena duenatariko sare soziala da Snapchat. 11-18 urte bitarteko ikasleen artean. Hala nola, hamar ikasletik zortzik erabiltzen du Snapchat eta ez da ehuneko hogeira heltzen (% 18,3) sare sozial hau ez daukana edota erabiltzen ez duena. Nesken artean, Snapchatez baliatzen direnen kopurua % 84,1ekoa da, mutilen artean baino 5 puntu gehiago.

33. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen Snapchaten erabileraren maiztasuna, generoaren arabera (2024-2025)

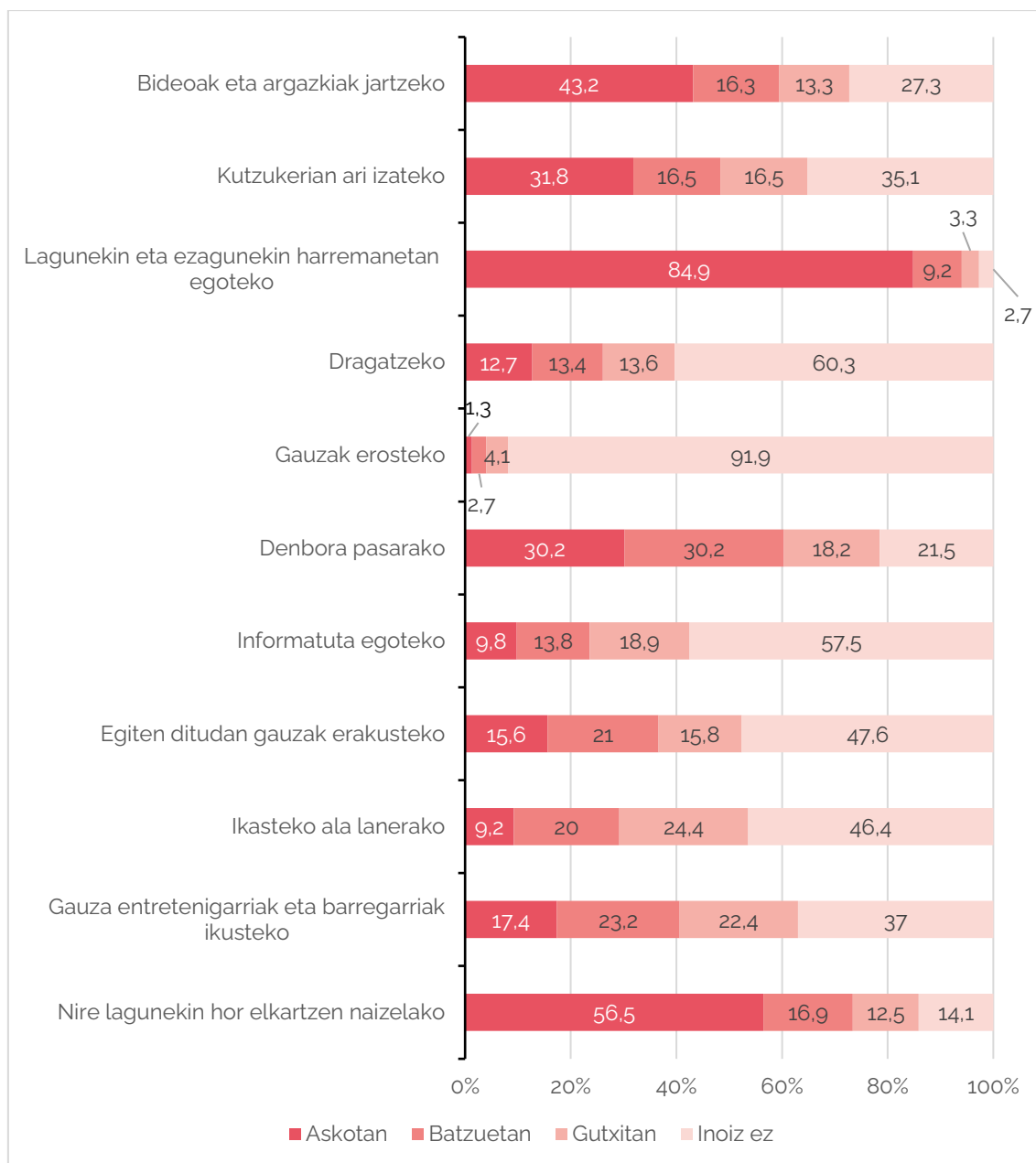


Irismenaren datua osatuz, inkestatuen % 85,6k esan du egunero erabiltzen duela (egunean behin % 19,5ek edo behin baino gehiagotan % 66,1ek). Hemen ere aipatzekoa da nesken kasua, izan ere % 71,1 egunean behin baino gehiagotan konektatzen da, mutilak baino hamaika puntu gorago (% 60,7).

Zeintzuk dira baina Snapchat erabiltzeko arrazoiak? Inkestatuen esanetan, zenbatero sartzen dira sare sozial honetara zortzi funtzio hauek asetu asmoz?

Lehen irudian datu orokorrak ikusi daitezke eta ondorengoetan zeregin bakoitzean sakonduko dugu, aukerak bi multzotan pilatuz: maizago (askotan+batzuetan) eta gutxiagotan (gutxiago+inoiz ez) burutzen dituztenak.

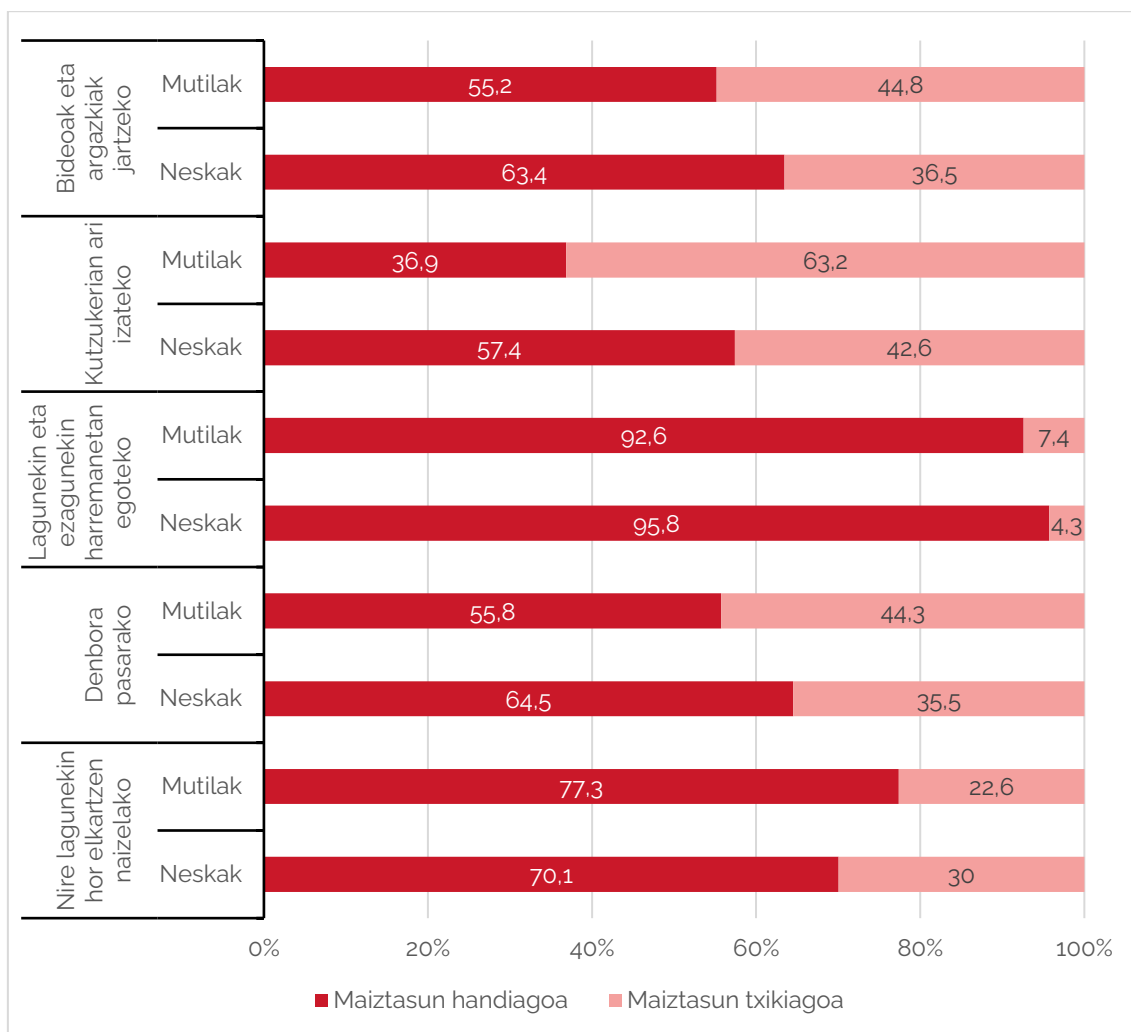
33. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen Snapchaten erabilera-ekintzak, guztira (2024-2025)



Goiko irudian, lau eskalako graduan, funtzio ezberdinak ikusi daitezke. Horietatik, hiru oso maiz burutzen dituzte (lagunekin egotea, denbora pasatzea eta, maila apalagoan, bideoak edo argazkiak ikustea). Aldiz beste batzuetarako askozaz gutxiagotan erabiltzen dute Snapchat: erostea, dragatzea, informatzea, ekoiztutako bideoak erakustea eta, azkenik, lanerako ala ikasteko.

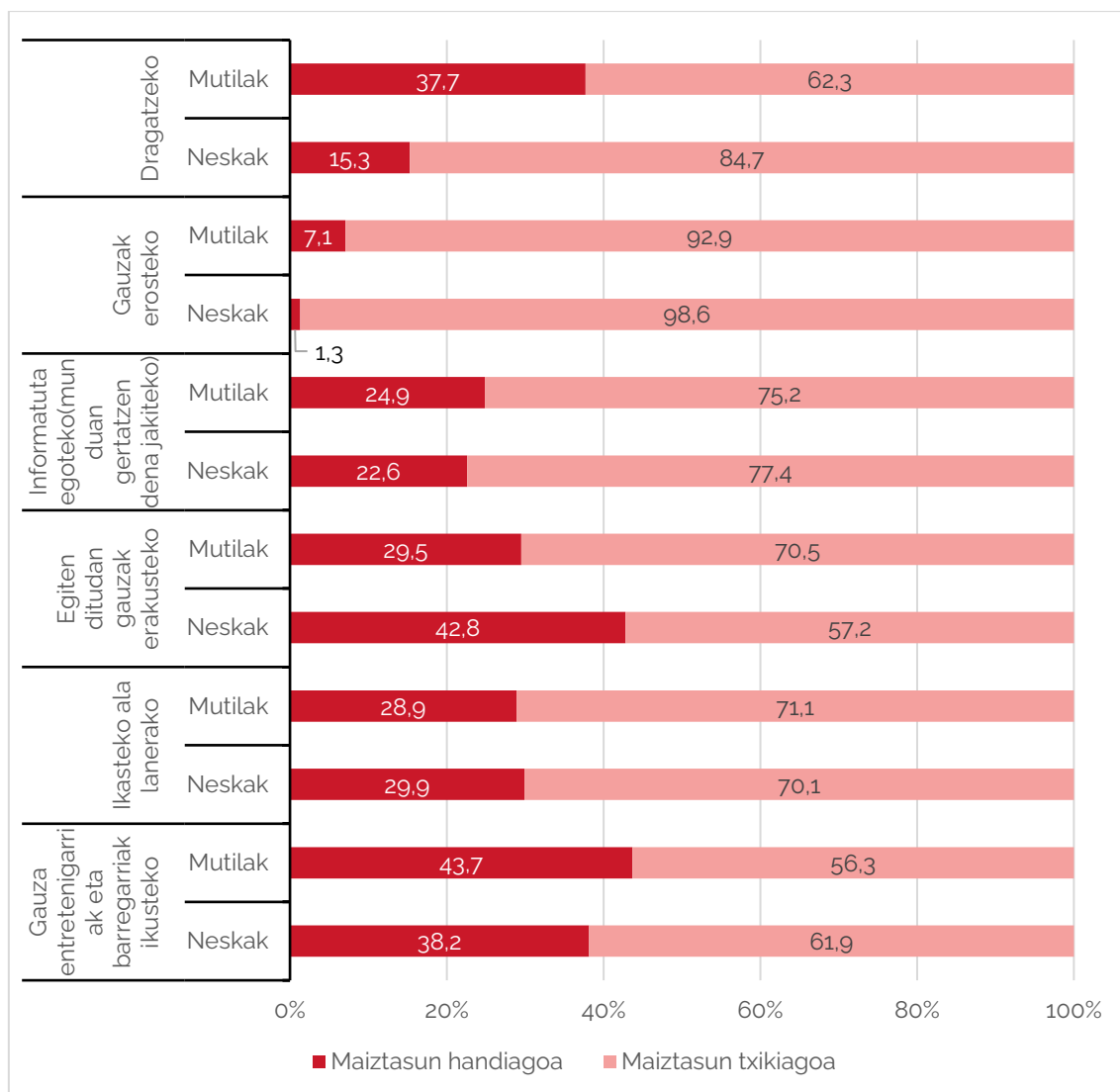
Esan dugun bezala, Snapchaten erabileran sakondu ahal izateko, ondoko pasarteetan, frekuentziak bi multzotan antolatu ditugu (maiz eta gutxitan) eta generoaren arabera aztertu ditugu.

34. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen Snapchaten erabilera-ekintzak (I), generoaren arabera (2024-2025)



Grafiko honetan aurreko irudian azaldutako informazioa laburtzen da: *askotan* eta *batzuetan* kategorien batuketa "maiztasun handiago" gisa berkodeatu da *gutxitan+inoiz* ez "maiztasun txikiago" gisa. Goiko irudian gehien egiten dituzten ekintzak ageri dira. Ehuneko deigarriena aurkezten duen motiboa "lagunekin eta ezagunekin harremanetan egotea" da. Mutil zein neska izan, ia guztiek erabiltzen dute guztien maiztasun handiz. Goiko grafikoko beste ekintzetan genero parekotasuna ikusten da, "kutzukerian aritzea" kategoría izan ezik: kasu horretan neskak mutilek baino ia 18 puntu urrunago kokatzen dira.

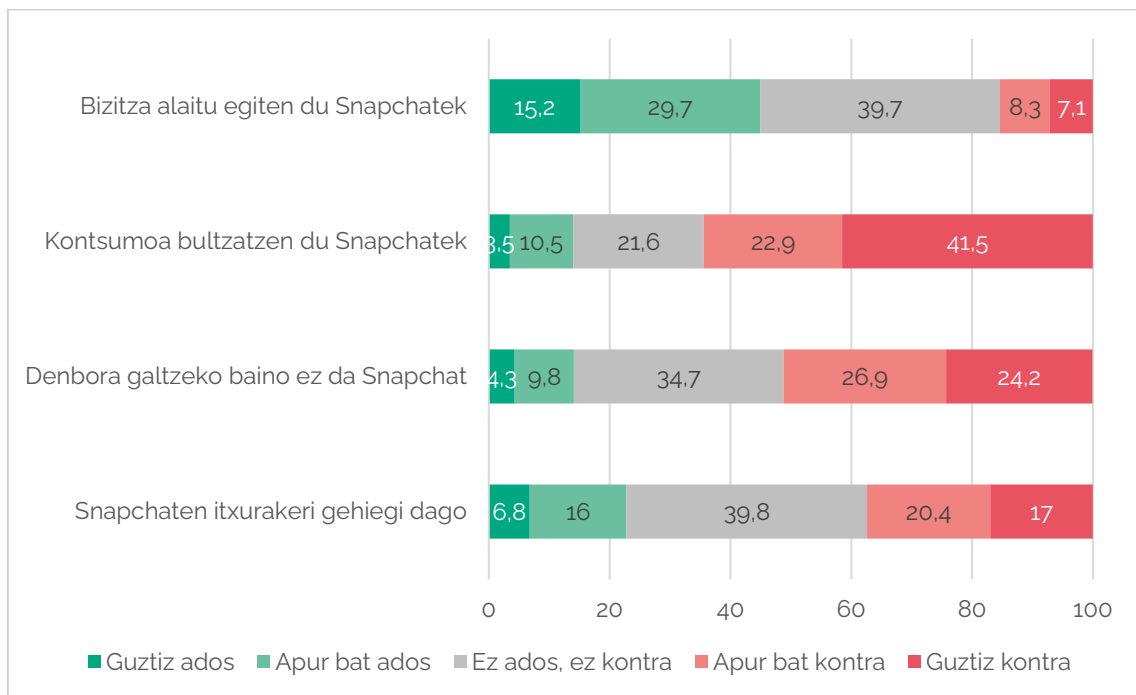
35. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen Snapchaten erabilera-ekintzak (II), generoaren arabera (2024-2025)



Goiko irudiak agerian uzten du 11-18 bitarteko gazteen artean oso-oso gutxi erabiltzen dutela normalean Snapchat gauzak erosteko. Gainerako ekintzetan antzeko ibiltzen dira neskak eta mutilak, baina "dragatzeko" aukeran erakusten da ezberdintasun handiena, mutilak neskak baino 22,4 puntu gehiago erakutsiz maiztasun handiagoan.

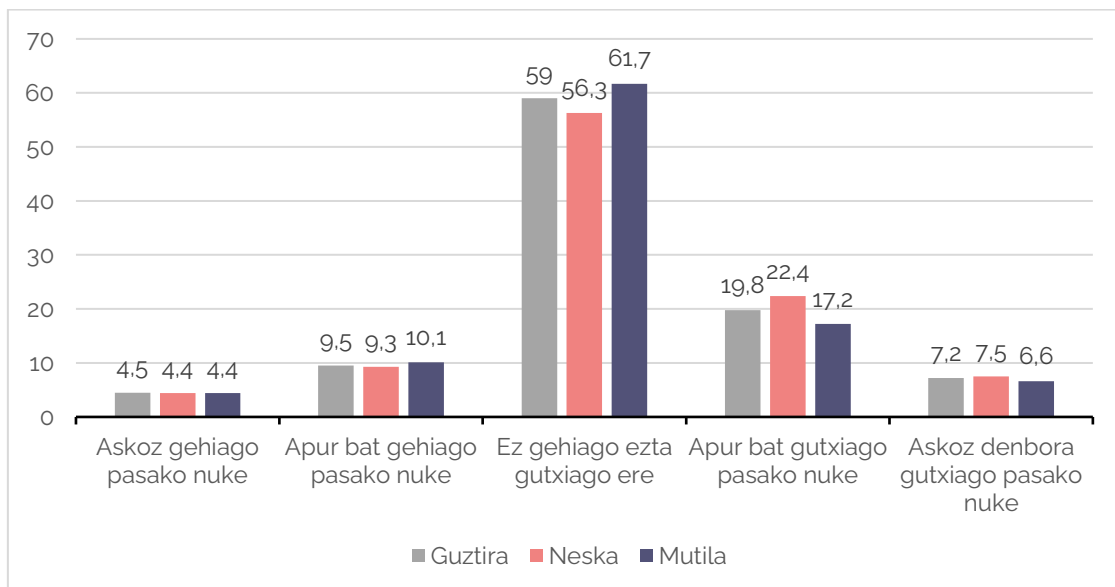
Ondoko lerroetan, Snapchati buruz gazteen iritziak bildu ditugu. Horretarako, lau esaldi bota dizkiegu ikasleei eta eskatu diegu adieraztea noraino dauden ados esaten denarekin. Oro har, Snapchati buruzko iritzi ona daukatela antzeman daiteke, beheko irudietan erakutsiko dugunez.

36. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Snapchati buruzko esaldi hauekin adostasun-maila, guztira (2024-2025)



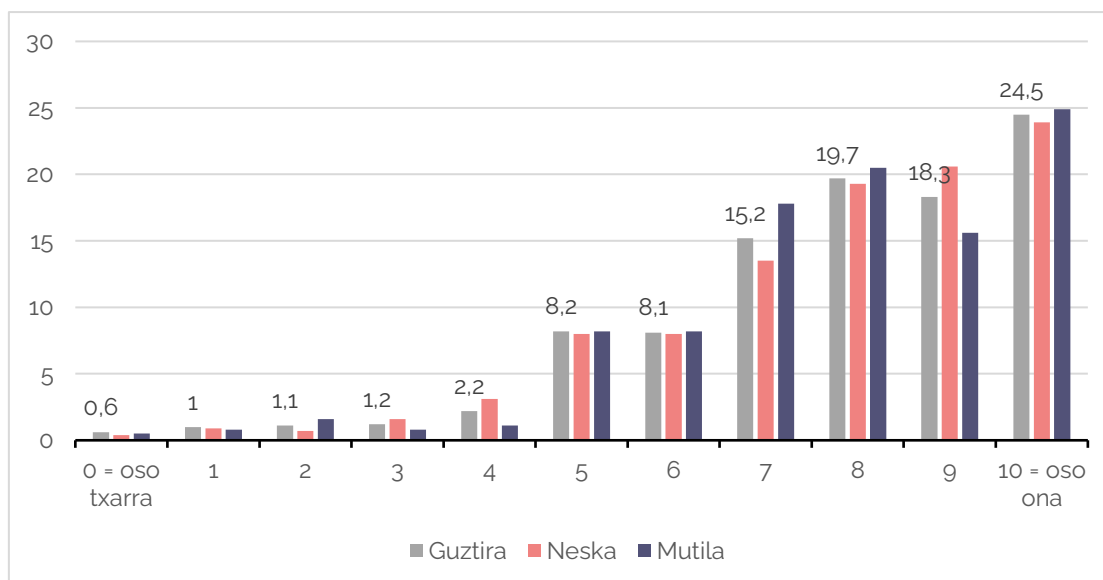
Amaitzeko baloratiboak diren bi galdera xehetuko ditugu. Lehen, Snapchaten pasatzen duten denboraren gainekoa da eta bigarrena, sare sozial honi buruz orokorrean hartuta, nolako balorazioa egiten duten.

37. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Snapchaten pasatu nahiko zuten denborari buruz, generoaren arabera (2024-2025)



Gorago ikusi dugun bezala, ikasleen % 81,8k erabiltzen du Snapchat eta gainera % 85,6k egunero (% 66,1ek behin baino gehiagotan). Baina denbora izango balute denbora gehiago ala gutxiago pasatuko lukete konektatuta? Aurreko irudiak erakusten duenez, gaur-gaurko kontsumoaldia nahiko orekatua kontsideratzen dute inkestatutako gazteek (% 59). Hori bai, altuagoa da denbora gutxiago pasa nahiko luketenak (% 27), gehiagorako guraria erakusten dutenak baino (% 14). Neskek, oro har, denbora gutxiago pasatu nahiko lukete (% 29,9) mutilek baino (% 23,8).

38. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek zenbateko nota jartzen dioten Snapchati, generoaren arabera (2024-2025)

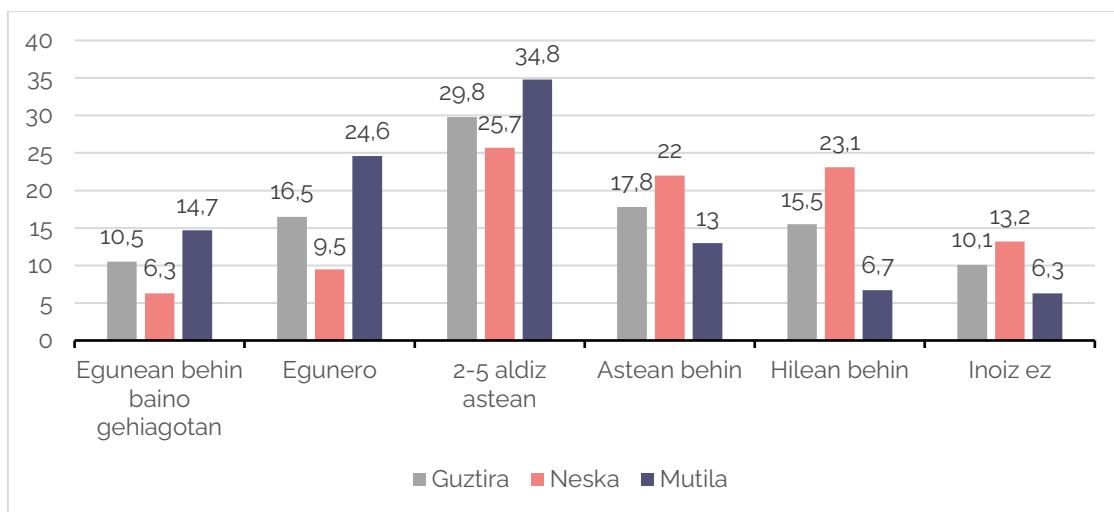


Snapchatek oso balorazio ona jasotzen du inkestatutako gazteengandik. Hauetatik % 77,7k zapitik gorako puntuak ematen dizkio sare sozial honi. Gainera, % 24,5ek hamarreko nota jarri dio eta beste % 18,3k bederatzikoa. Guztira, 9-10 tartean, gazteen % 42,8 kokatzen da.

YouTube

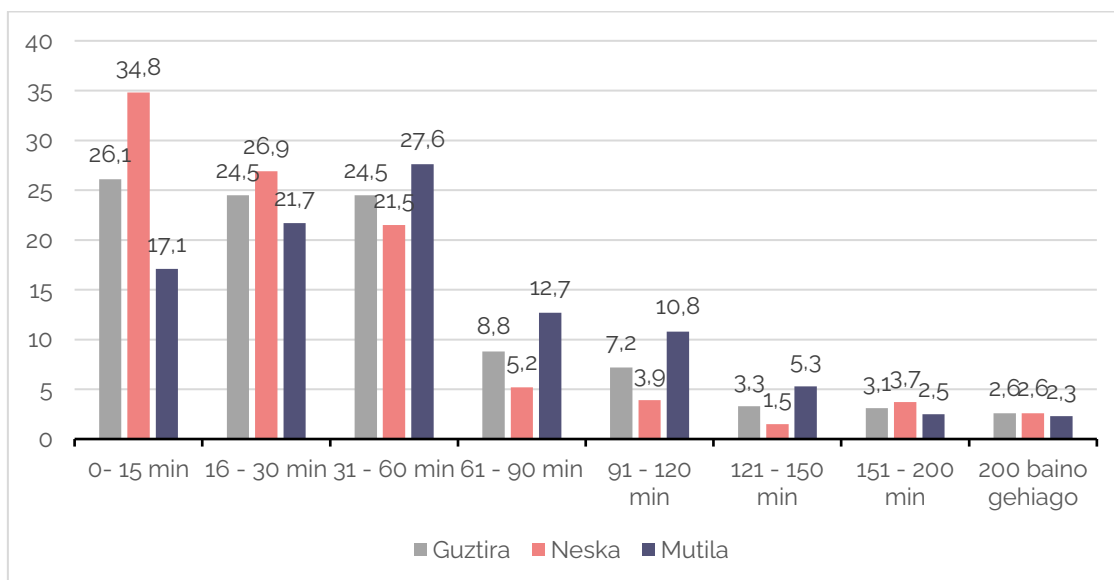
2024-2025 ikasturte honetan ere IKUSIKER ikerketak egiaztatu duen moduan, gazteen kontsumoari dagokionez, YouTube kokatzen da plataforma arrakastatsuenen artean. Beste sare sozialek baino eduki luzeagoak ikusteko aukera ematen du plataforma honek eta bereziki mutilen artean dauka pisu gehiago. Jarraian, YouTube Ipar Euskal Herriko Bigarren Hezkuntzako ikasleek egiten duten kontsumoetan sakontzen da.

39. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek YouTube ikusteko ohitura, generoaren arabera (2024-2025)



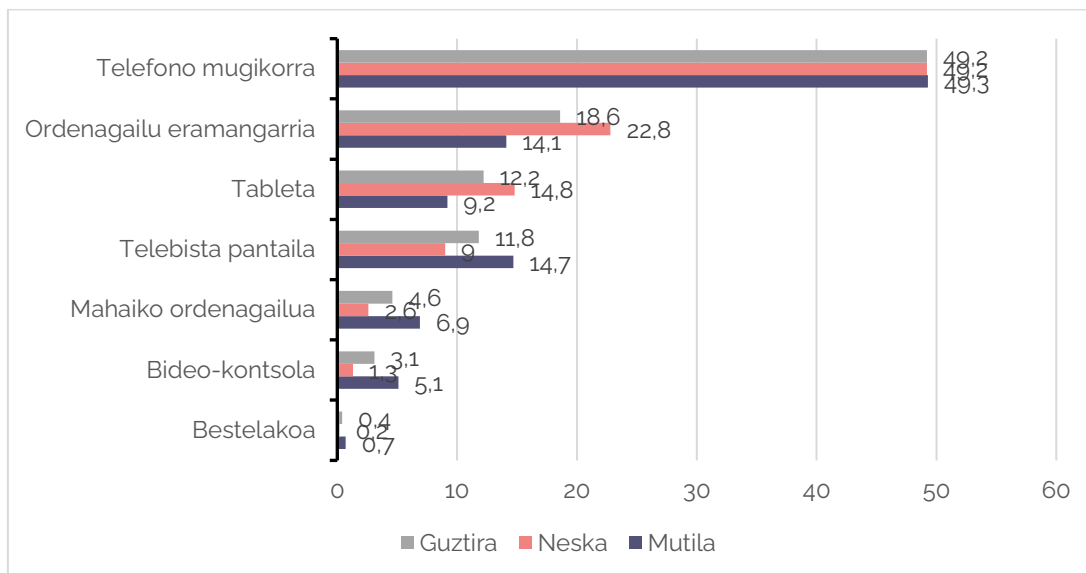
Mutilen % 39,3k erabiltzen du YouTube egunero, nesken % 15,8k. Astean behinetik beherako kontsumoetan mugitzen da nesken erdia baino gehiago (% 58,3).

40. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek YouTube zenbat denbora pasatzen duten, generoaren arabera (2024-2025)



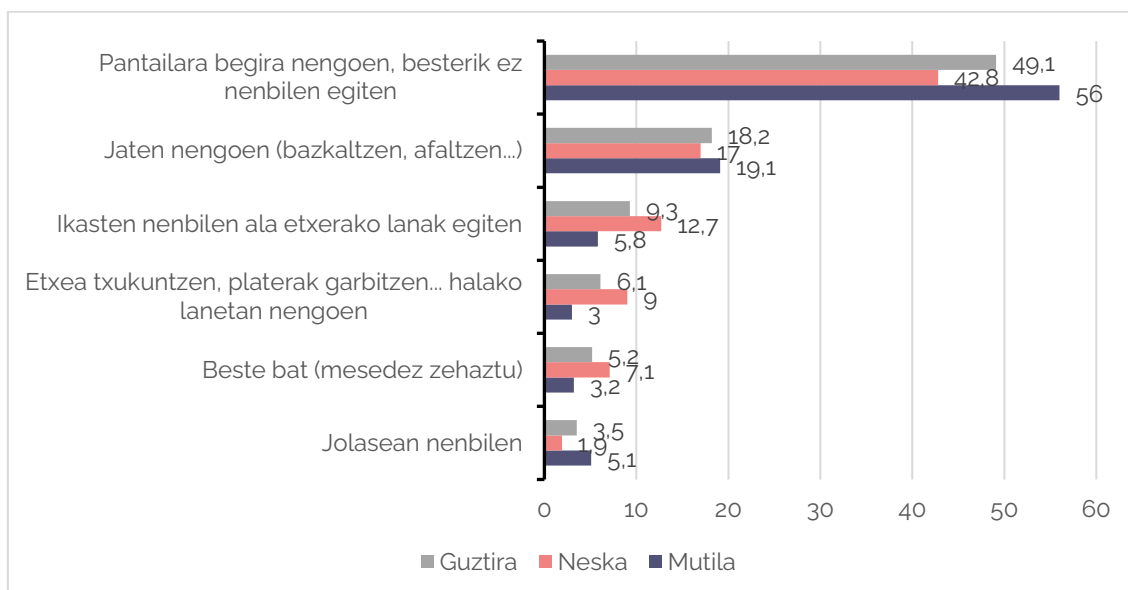
Maiztasunaz gain, erabilera-denboran ere mutilen nagusitasuna ikusten da. 30 minutuko kontsumoaldietatik gorako mutilen ehunekoa handiagoa da. 0-30 minutukoetan aldiz, neskena.

41. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek YouTube ikusteko gehien erabilitako gailua, generoaren arabera (2024-2025)



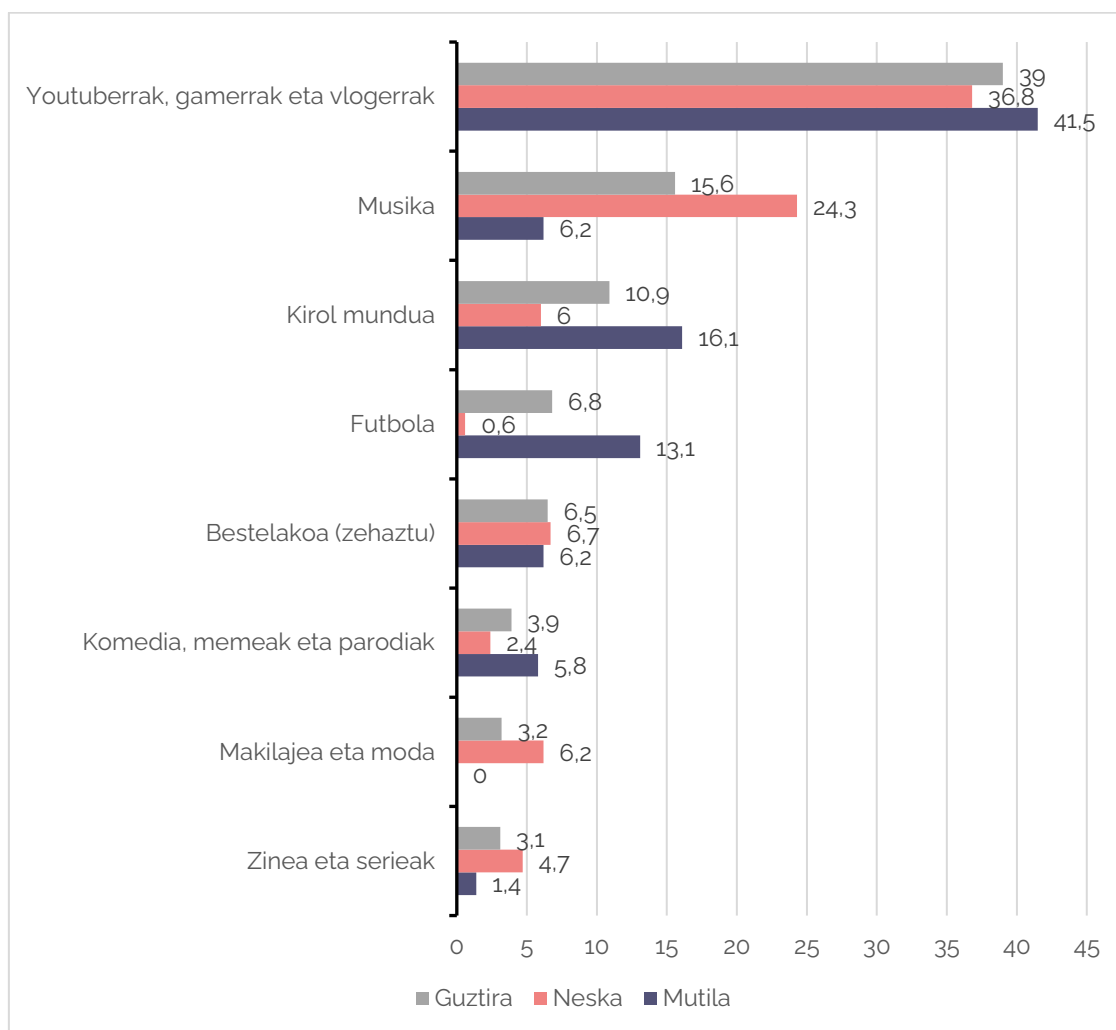
Telefono mugikorra da YouTubea konektatzeko gehien erabiltzen duten gailua, bai neskek eta baita mutilek ere (% 49,2). Gainerako gailuetatik ordenagailu eramangarria eta tableta agertzen dira. Nesken kasuan, ordenagailua eta tableta lehenesten dituztenen kopuruak handiagoak dira (% 22,8 eta % 14,8), mutilenak baino (% 14,1 eta % 9,2).

42. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek YouTube ikusten ari zirela zer egiten ari ziren, generoaren arabera (2024-2025)



IKUSIKER ikerketan parte hartu duten 11-18 urte bitarteko ikasleen ia-ia erdia buru-belarri egoten da YouTubeko bideoak ikusten ari den bitartean. Aldiz, beste erdia bestelako zereginetan dabil: jan (% 18,2), ikasi (% 9,3) ala etxeko lanak eginez (% 6,1). Mutilen artean askozaz handiagoa da arreta guztia YouTubeen jartzen dutenena (% 56), bestelakoetan aritu barik. Egoera berean, nesken kopurua % 42,8 da.

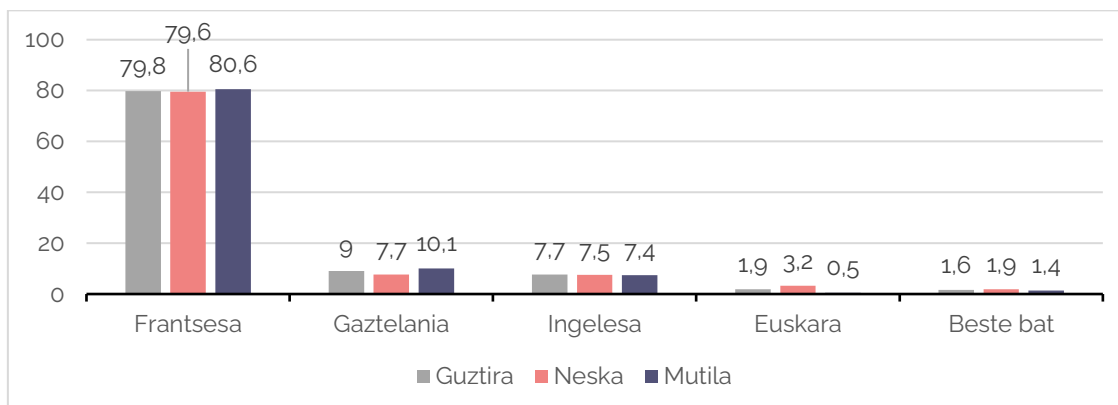
43. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek YouTubeen maitatuenak dituzten edukiak, generoaren arabera (2024-2025)



Maitatuenak dituzten edukien artean, *youtuberrek*, *gamerrek* ala *vlogerrek* sortutako bideoak dira (% 39), eta antzerako mailan neskak eta mutilak. Edozelan ere, horrezaz gain, gehiagotan aukeratzen dituzten bestelako edukien artean ezberdintasunak daude generoaren arabera. Hala nola, mutilen artean kirola eta futbola aukeratuenetarikoa den bitartean (% 29,2), nesken artean ez da % 6,6ra heltzen.

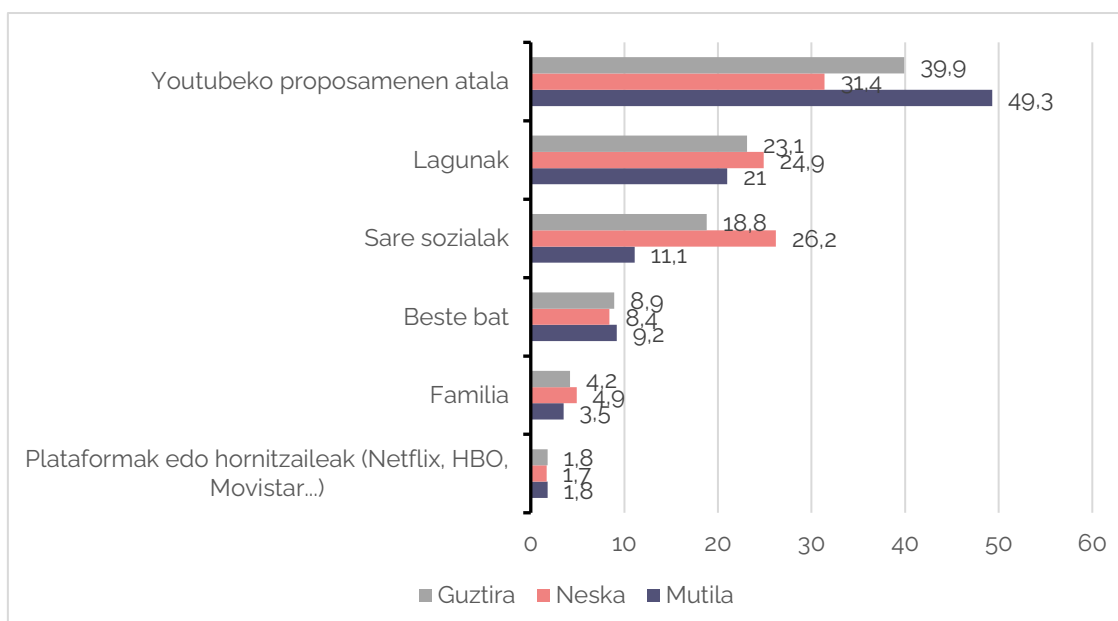
Kontrara, neskek asko maite dute musika (% 24,3), mutilek baino modu argiagoan (% 6,2). Gauza bera gertatzen da makilajea eta moda eta, bestetik, zineari eta serieei buruzko edukiekin.

44. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek zen hizkuntzan ikusten duten gehien YouTube, generoaren arabera (2024-2025)



Inkestatutako gazteen % 79,8k gehienetan frantsesez ikusten ditu YouTubeko edukiak, ehuneko bederatzian gaztelaniaz (datu hau bereziki handia da Hendaian ikasten dutenen artean) eta % 7,7 ingelesez. Euskararen pisua % 1,9koa da, baina alde handia dago nesken (% 3,2) eta mutilen (% 0,5) artean.

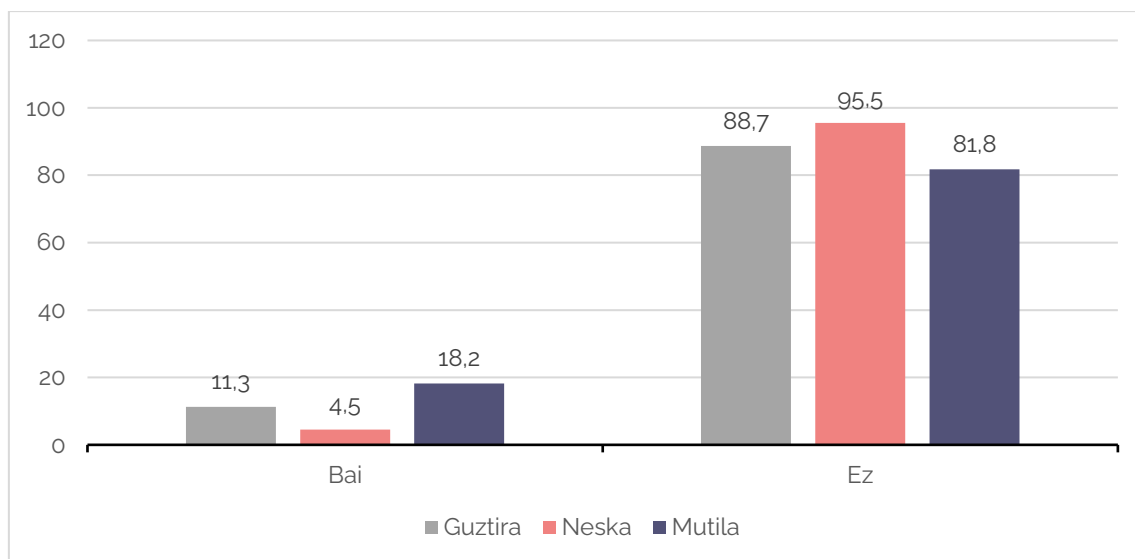
45. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek YouTubean gauzak ikusteko gomendioak nondik jaso, generoaren arabera (2024-2025)



Galdetu diegunean ikasleei nondik jasotzen dituzten gomendioak YouTubeen zer ikusi erabakitzerakoan, erantzunak argigarriak dira: % 39,9 aplikazioaren beraren gomendio atalekoak dira, % 23,1 lagunek esandakoak eta % 18,8 sare sozialetatik heldutakoak. Mutilek YouTubek iradokitakoak ikusten dituzte modu nabarmenagoan. Nesken kasuan, sare sozialetako gomendioak jarraitzearen aldekoagoak dira, mutilak baino. Lagunen gomendioek antzerako garrantzia daukate bi generoetako gazteen artean.

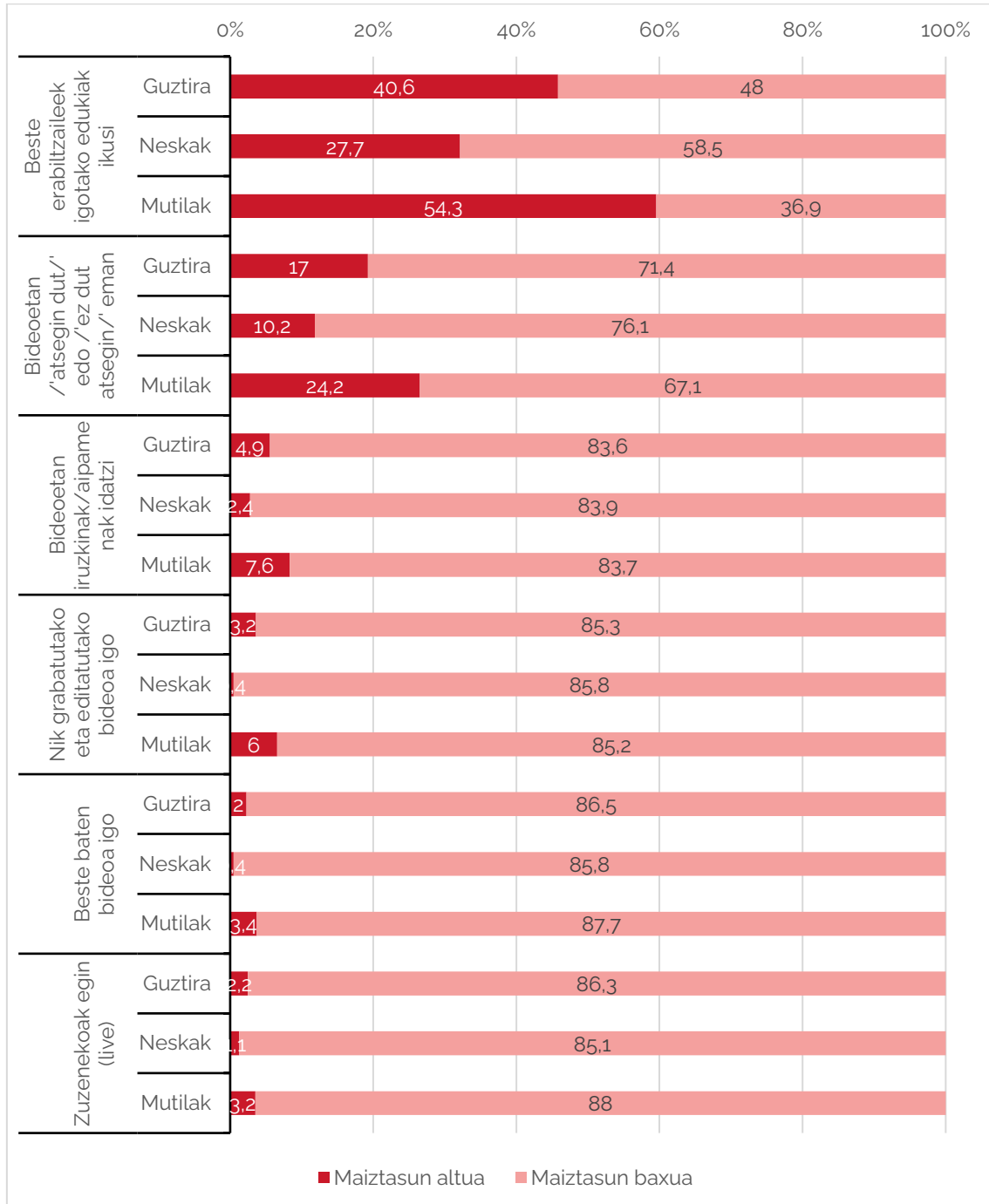
Segidan datozen irudietan, YouTubeen zenbateko aktibotasuna daukaten aztertuko dugu. Alegia, bideoak ikusteaz gain, inkestatuen zein proportzioan gauzak ekoiztu egiten dituzten eta zein hizkuntzan.

46. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek YouTubeen edukiak ikusteaz gain, egiten dituzten bideoak igotzea, generoaren arabera (2024-2025)



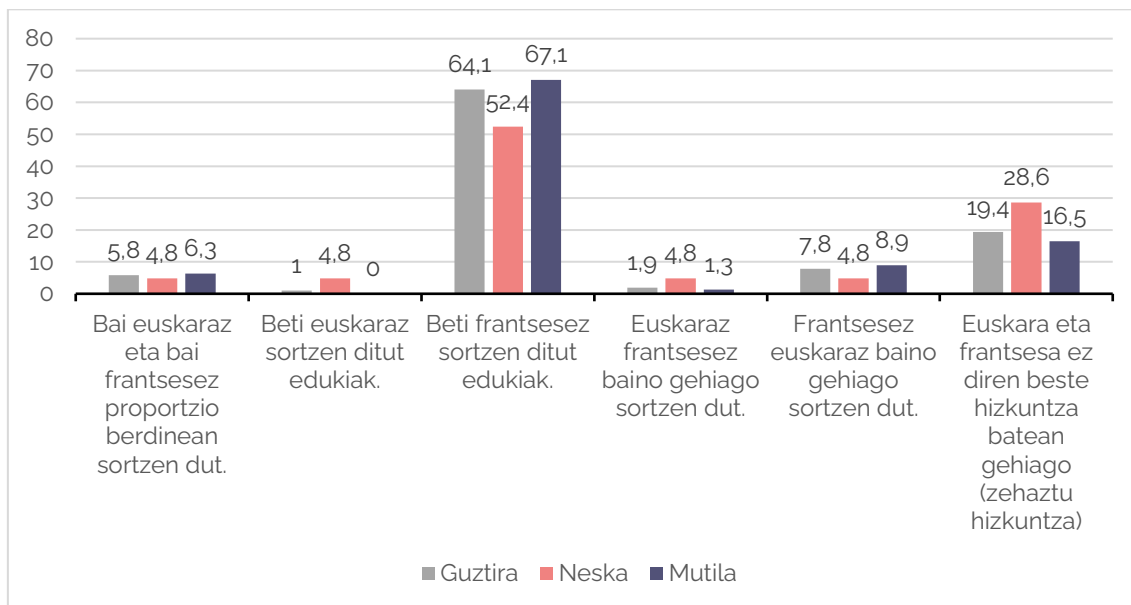
YouTubeen jarrera aktiboagoa daukaten gazteen kopurua % 11,3koa da. Mutilen artean, % 18,2k bideoak igo ala zuzenekoak egiten ditu. Aldiz nesken artean kopuru hori ez da % 4,5ekoa baino. Ondoko lerrotan aztertuko dugu igotzen dituzten bideoak ala burutzen dituzten zuzeneko emanaldietan zein den erabiltzen duten hizkuntza, bereziki interesatzen zaigu frantsesa eta euskararen arteko erlazioa.

47. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek YouTube zenbatero egin ekintza hauek, generoaren arabera (2024-2025)



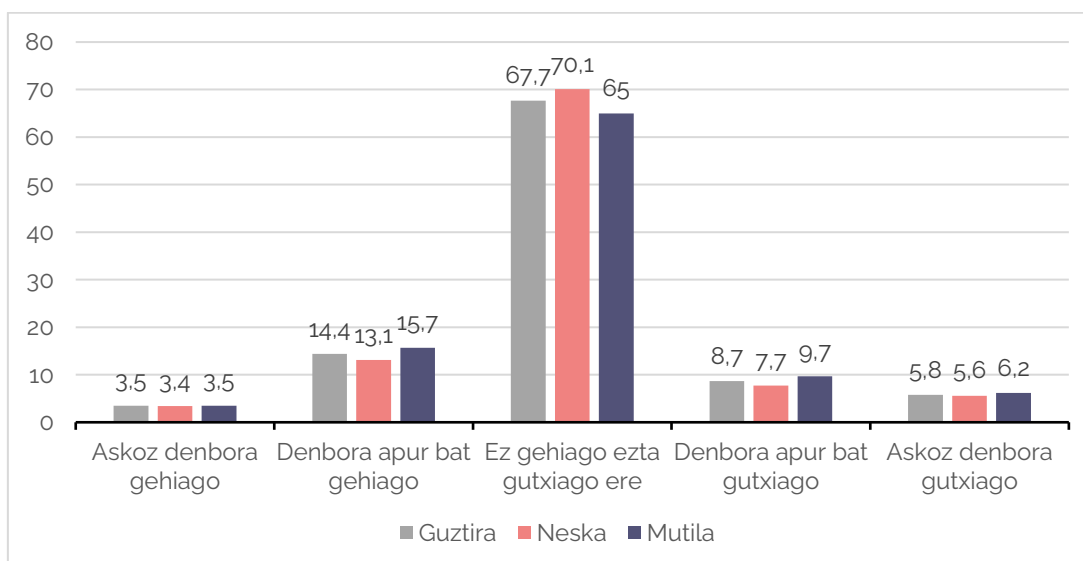
Ikasleek gehien egiten duten ekintza besteen bideoak ikustea da. Dena den, alde handia dago mutilen eta nesken artean: mutilen erdiak baino gehiago "askotan" edo "batzuetan" markatu duen bitartean, nesken kasuan ez dira % 30era iristen. Gainerako aukeretan maiztasun baxuak dira nagusi.

48. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek YouTubeira igotzen dituzten bideoen hizkuntza, generoaren arabera (2024-2025)



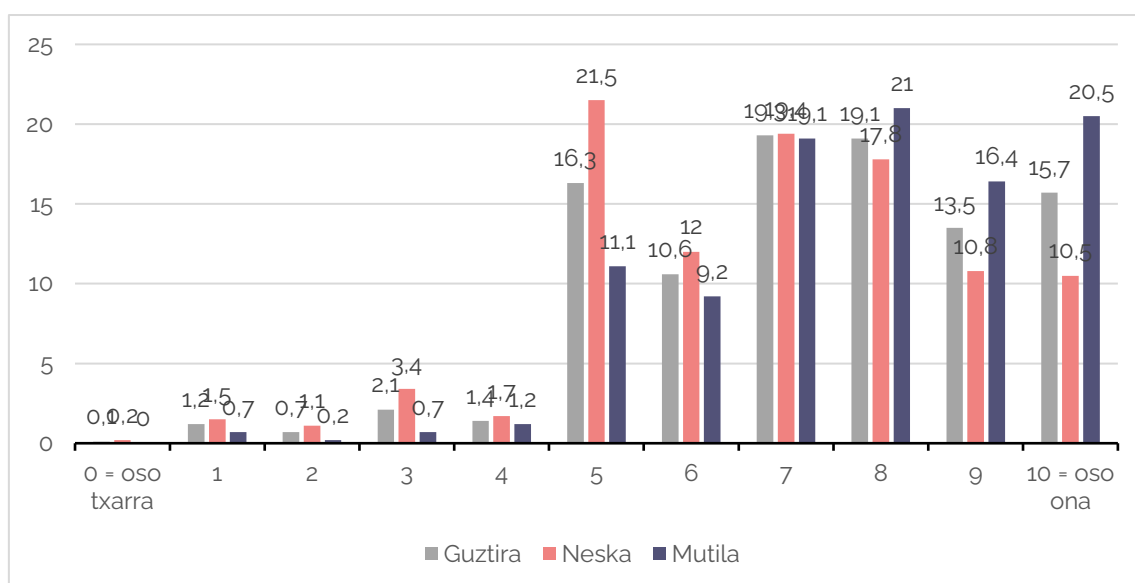
Frantsesaren nagusitasuna garbia da (% 71,9). Hiru ikasletik ia-ia bik frantses hutsean sortzen dituzte edukiak, eta beste % 7,8k frantsesez gehiagotan. Euskararen presentzia apala da, % 2,9k lehenesten du hizkuntza hau. Bestetik, frantsesa eta euskara ez diren beste hizkuntzen presentzia aipatzekoa da (gaztelaniak pisu handia du), % 19,4 horietan sortzen baitu YouTube-ko edukiak.

49. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek, aukera izango balute zenbat ikusiko luketen YouTube, generoaren arabera (2024-2025)



Youtuberi eskaintzen dioten denborarekin pozik daude hiru ikasleek bi pasatxo (% 67,7). Gainerakoen artean, apur bat handiagoa da denbora gehiago eskainiko lioketenak (% 17,9), tarte hori murriztuko luketenak baino (% 14,5), antzerako proportzioan nesken eta mutilen artean.

50. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek zenbateko nota jartzen dioten YouTube-ri, generoaren arabera (2024-2025)



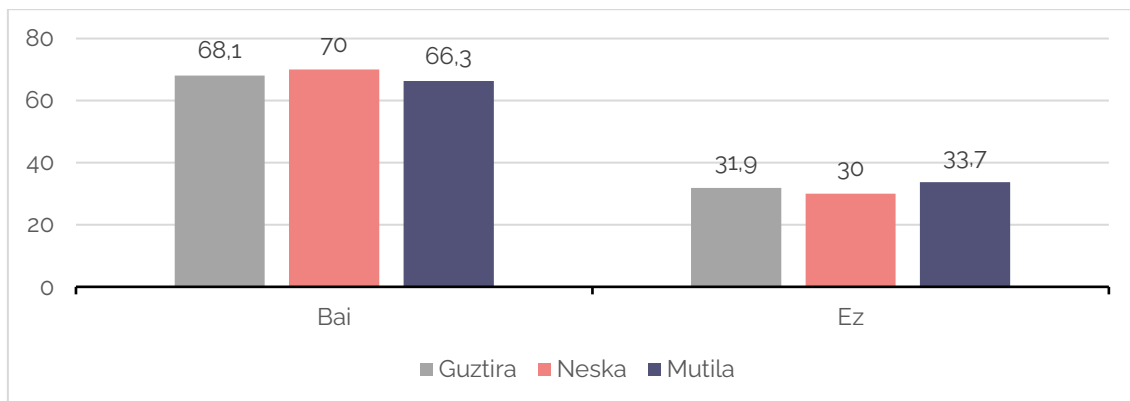
Sare sozial honen balorazioa egiterakoan, hiru multzo nagusi definitzen dira, eta horietan guztietan neska eta mutilen artean alde handiak daude, gainera. Ikasle gehienak 7-8ko notaren aldekoak dira YouTube-ri buruz hitz egiterakoan (% 38,4), beste % 29,2 9-10 bitartean kokatzen da eta, azkenik, % 26,9 bosta eta seiaren inguruko nota jartzen dio. Orokorrean, mutilen puntuazioak dezente altuagoak dira, esate baterako, 8-10 tartean, % 57,9ra heltzen da eta nesken artean % 39,1era besterik ez.

TikTok

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

Atal honetan, Iparraldeko BHko ikasleek TikTok erabileran sakonduko da, besteak beste, kontua duten edo ez, zenbateko maiztasunarekin zabaltzen duten aplikazioa edo aztertuz egunero zenbat denbora eskaintzen dioten.

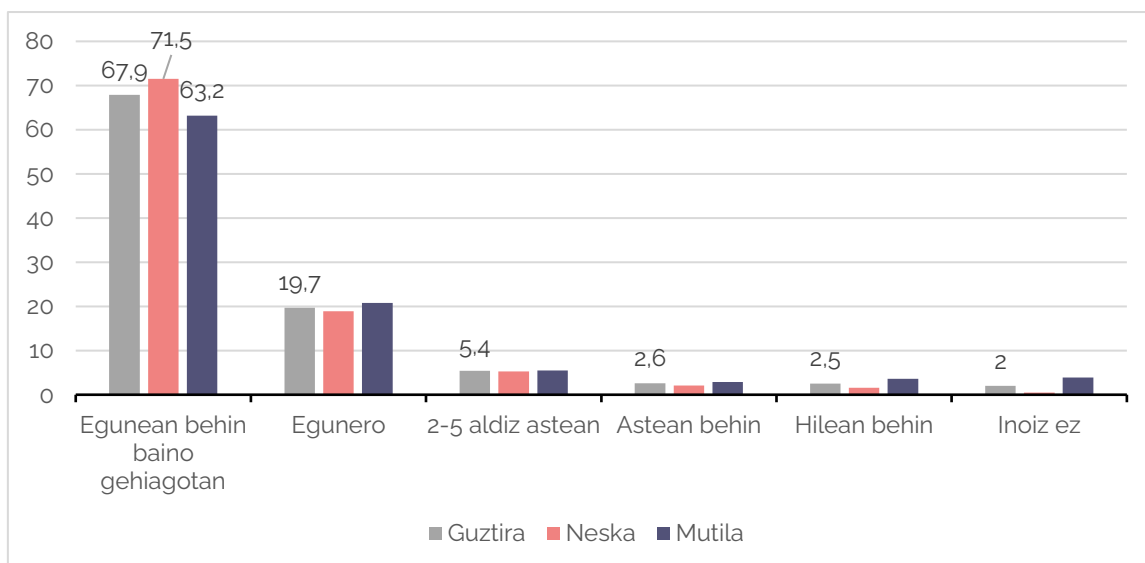
51. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek TikTok konturik ba ote duten, generoaren arabera (2024-2025)



Inkestatutako gazteen artean, hirutik bik TikTok kontua daukate (% 68,1). Kopuru hori ia lau puntu altuagoa da nesken artean (% 70), mutilenean baino (% 66,3)

Ondoko lerroetan ikusiko dugun bezala, irismena ez da TikTok indarra adierazten duen parametro bakarra, izan ere, altua da eguneroko maiztasunarekin konektatzen diren gazteen kopurua: % 87,6. Ehuneko horien zehaztasunak eta generoaren arabera bereizitasunak aztertuko ditugu irudi honen ostean.

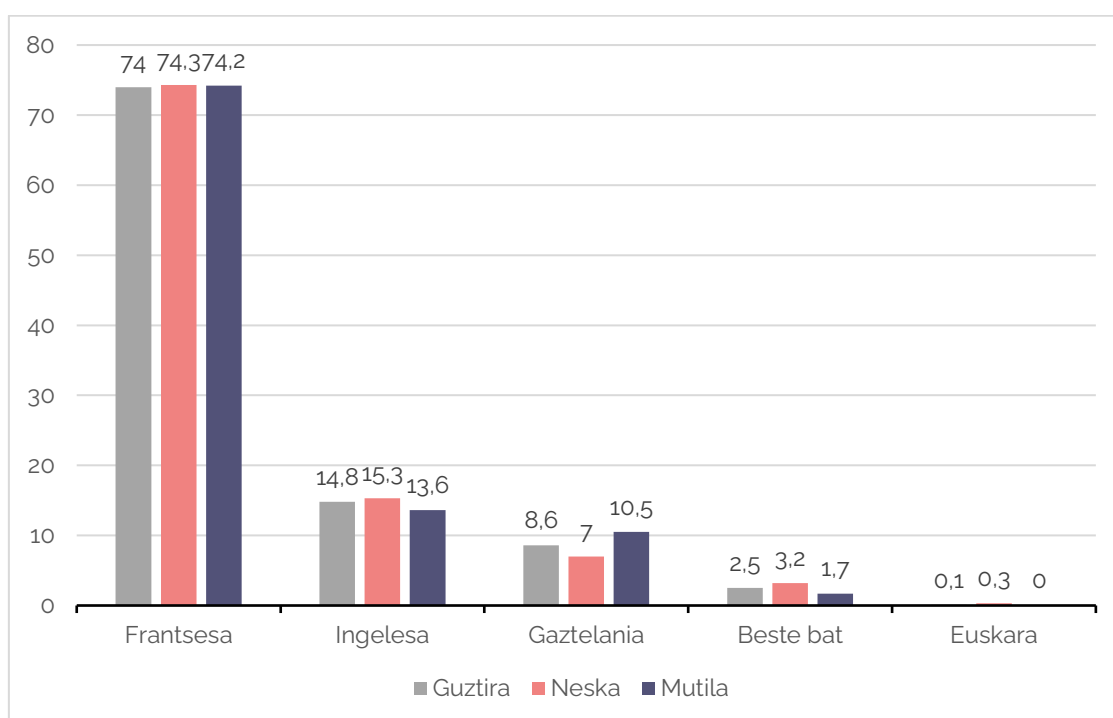
52. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen TikTok erabilera-maiztasuna, generoaren arabera (2024-2025)



TikTokera konektatzen diren gazteen artean % 67,9 behin baino gehiagotan sartzen da. Kopuru horri egunean behingoen ehunekoa gehitu behar zaio (% 19,7).

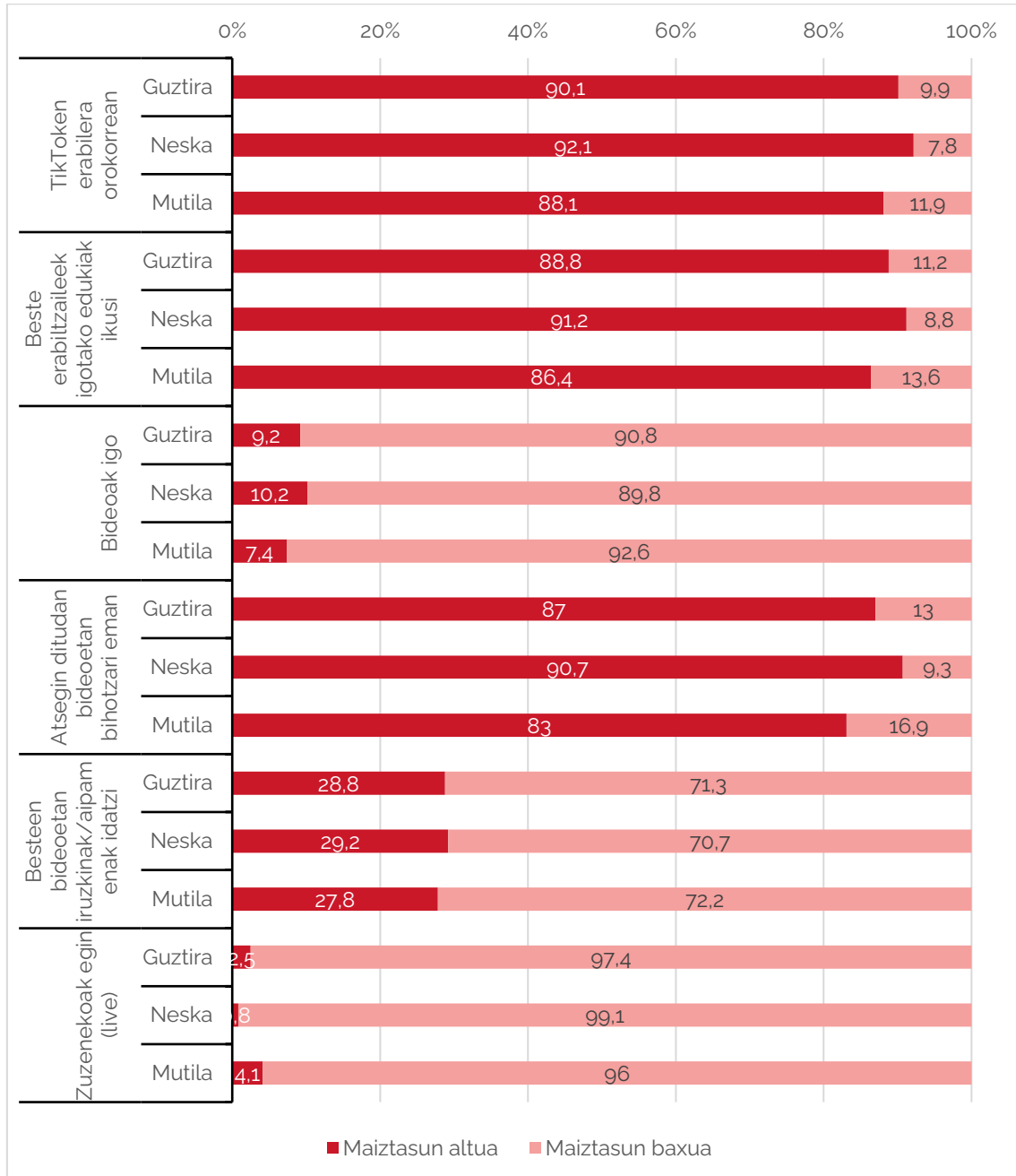
Esan dugun bezala, oso altua izan arren guztien maiztasuna, neskena nabarmenagoa da. Hala nola, nesken % 90,4 egunerokoa du TikTok eta mutilen artean kopuru hori % 84an kokatzen da.

53. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek TikTok-en ikusten dituzten bideoen hizkuntza, generoaren arabera (2024-2025)



TikTok-en dauzkaten kontsumoetan frantsesa da hizkuntzari ohikoena (% 74) eta atzetik datoz ingelesa (% 14,8) eta gaztelania (% 8,6). Hizkuntzen erabilerari dagokionez, ez da antzematen ezberdintasunik nesken eta mutilen portaeretan.

54. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek TikTok-en burutzen dituzten jardueren maiztasuna, generoaren arabera (2024-2025)

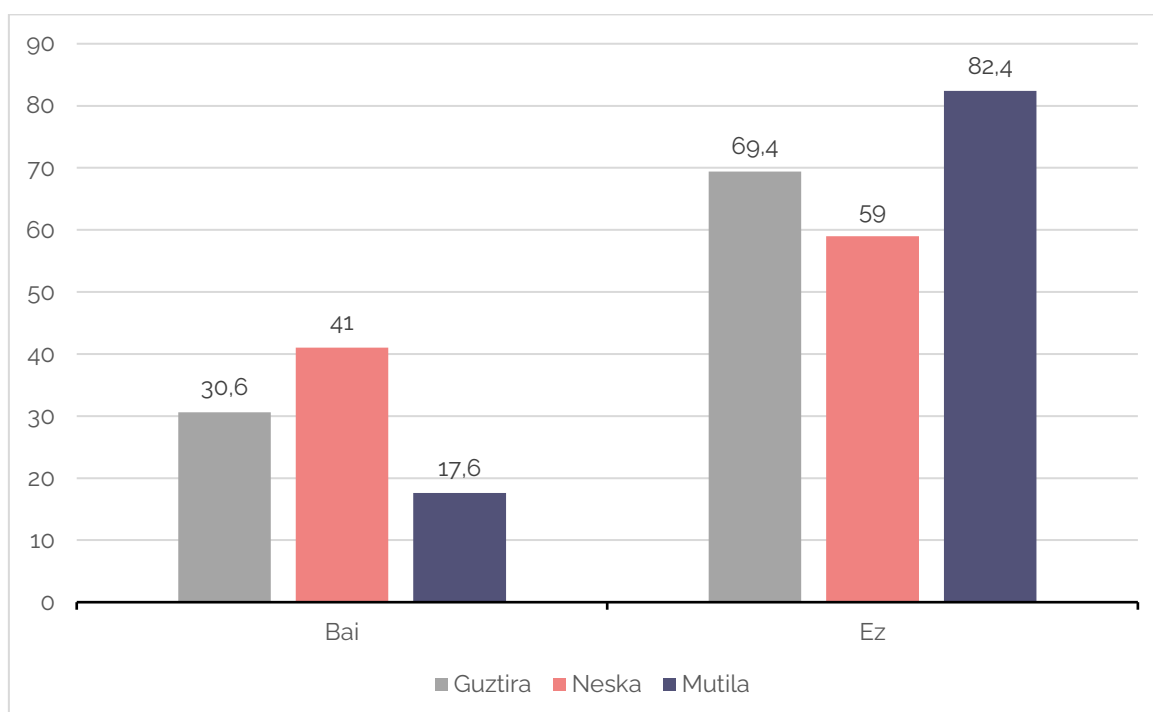


Goiko irudiak erakusten duen moduan, ez dago alde handirik mutilek eta neskek egiten duten erabileran. Maiztasun handiagoa erakusten duten aukera nagusiak dira: "TikTok-en erabilera, orokorrean", "beste erabiltzaile batzuek igotako bideoak ikusi" eta "atsegin ditudan bideoetan bihotzari eman".

Lehen YouTuberi buruz hitz egin dugunean egin bezala, oraingoan arreta jarriko dugu TikTok jarraera aktiboagoa daukaten ikasleengan. Beraz, bideoak ekoitzi eta sarera igotzen dutenen gaineko informazioa ikusiko dugu segidan.

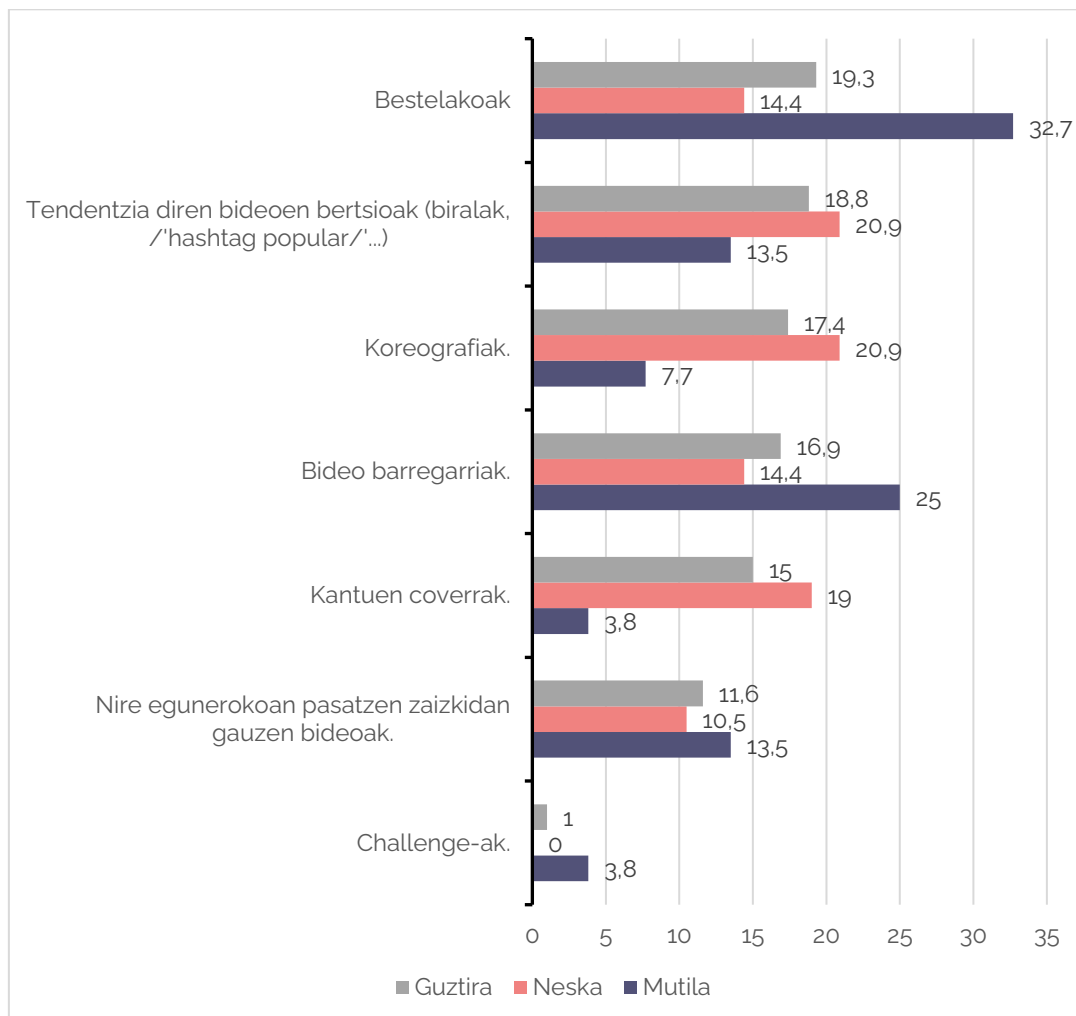
Izan ere, besteen bideoak ikusteaz harago, beste praktika batzuk ere badituzte TikTokera erabiltzaileetako batzuk (% 30,6k). Edozelan ere, horrek esan nahi du inkestatuen gehienak (% 69,7) ez duela sare sozial honetara bideorik igotzen.

55. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek TikTokera bideoak igotzen ote dituzten, generoaren arabera (2024-2025)



Hemen ere, bestelako praktika kulturaletan ikusi dugun bezala, alde handia dago nesken eta mutilen artean. Hau da, TikTokera bideoak igotzen dituzte hamar neskatik lauk (% 41), baina mutilen kopurua askozaz ere txikiagoa da: % 17,6.

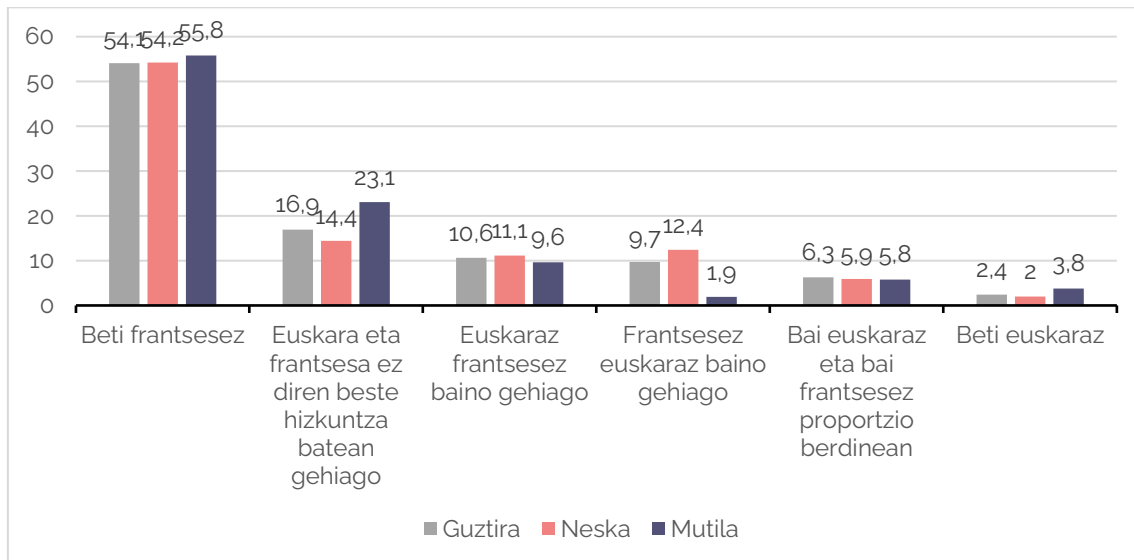
56. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek TikTokera igotzen dituzten bideoen gaiak, generoaren arabera (2024-2025)



TikTokera bideoak igotzen dituztenen artean egin dugu honako galdera hau: *zein nolako gaiak jorratzen dituzu aipatutako bideoetan?* Emandako aukeren artean nahiko modu orekatuan banatzen dira erantzunak: tendentzia diren bideoak (% 18,8), koreografiak (% 17,4), bideo barregarriak (% 16,9) eta kantuen *coverrak* edo bertsioak (% 15). Gainera, eskainitako kategorietatik kanpo gelditzen diren "bestelakoen" kopurua ere aipatzekoa da: % 19,3.

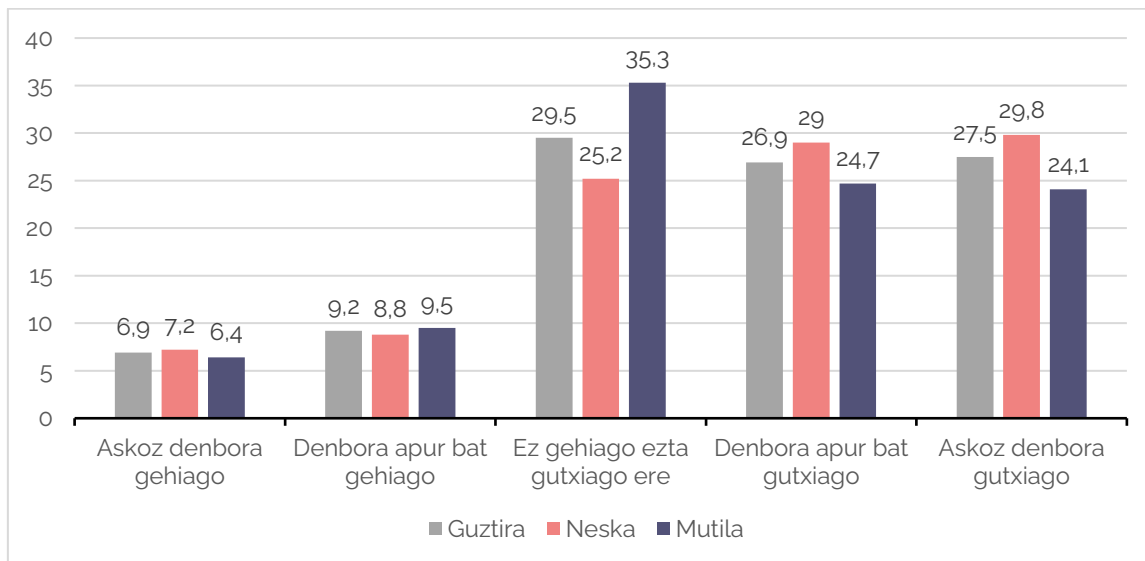
Ezberdintasuna antzematen da generoaren arabera azterketa egiten dugunean. Neskek ia bikoiztu egiten dituzte mutilen ehunekoak "tendentzia", koreografia eta *coverretan*. Kontrako joera ikusi daiteke bideo barregarri eta "bestelakoetan". Mutilen artean, kopuru horiek sekulako pisua daukate.

57. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek TikTokera igotzen dituzten bideoen hizkuntza, generoaren arabera (2024-2025)



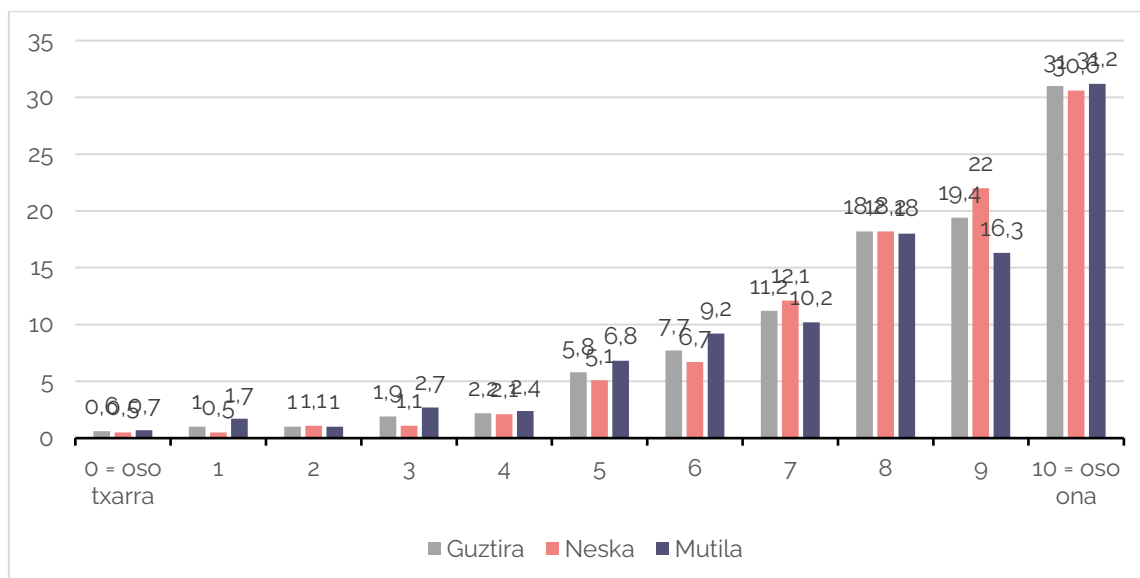
Aurretik ikusi izan dugun bezala, euskararen presentzia apala da TikTokera igotzen dituzten bideoetan. Hala nola, gazteen % 19,3k lehenesten du euskara edo, behintzat, frantsesaren parean kokatzen du igotzen dituen bideoetan. Frantsesa, bestalde, % 70,1era heltzen da. Bestelako hizkuntzaren batean eginiko bideoen kopurua 16,9 da (pentsatzekoa da hor nagusiki gaztelania aurkitu daitekeela).

58. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek aukera izango balute zenbat erabiliko luketen TikTok, generoaren arabera (2024-2025)



TikToken erakarmena eta behin konektatuta gazteek pasatzen duten denborari buruzko irakurketa egin nahi izan dugu galdera honen bidez. Modu honetara, jakin dugu egiten dituzten kontsumoei buruzko beraien iritzia. Galdera honek adierazten digu noraino dauden ados TikToken pasatzen duten denborarekin. Oro har, gazteen % 29,5 ez lukete TikToken denbora gehiago ala gutxiago egon nahi izango, egiten dutenarekin pozik baitaude. Edozelan ere, nesken kasua txikiagoa da (% 25,2), mutilena baino (% 35,3). Hortik aurrera, % 54,4k denbora gutxiago pasa nahiko luke sare sozial honetan. Hemen neskak nabarmenago agertzen dira denbora gutxiago pasatzeko gogoarekin (% 58,8), mutilen aurretik (% 48,8).

59. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek TikToki jartzen dioten nota, generoaren arabera (2024-2025)

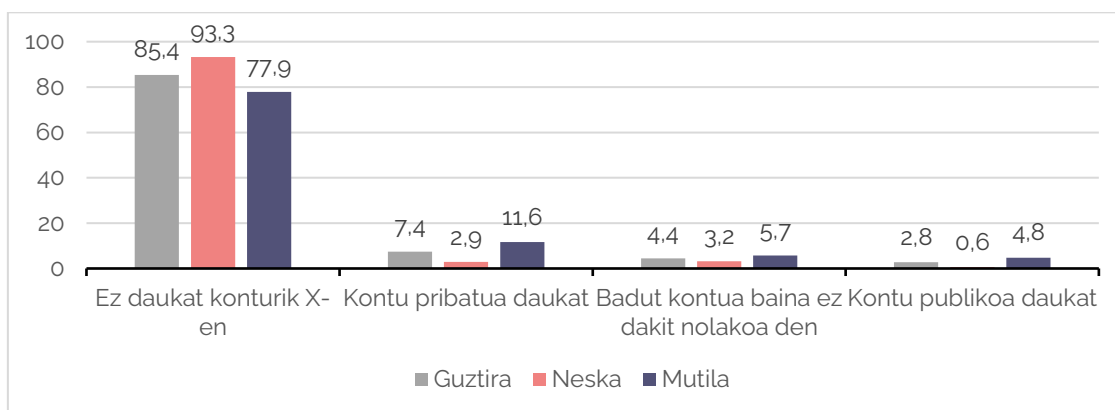


Lehen ere, beste sare sozial batzuk aztertzen ari ginelarik, ikusi dugu oso balorazio positiboa egiten dutela. Puntuetara eramanda, % 31k hamar punturekin ebaluatzen du TikTok. Oro har, 8-10 puntu artekoan kokatzen da gazteen % 68,6.

X (Twitter)

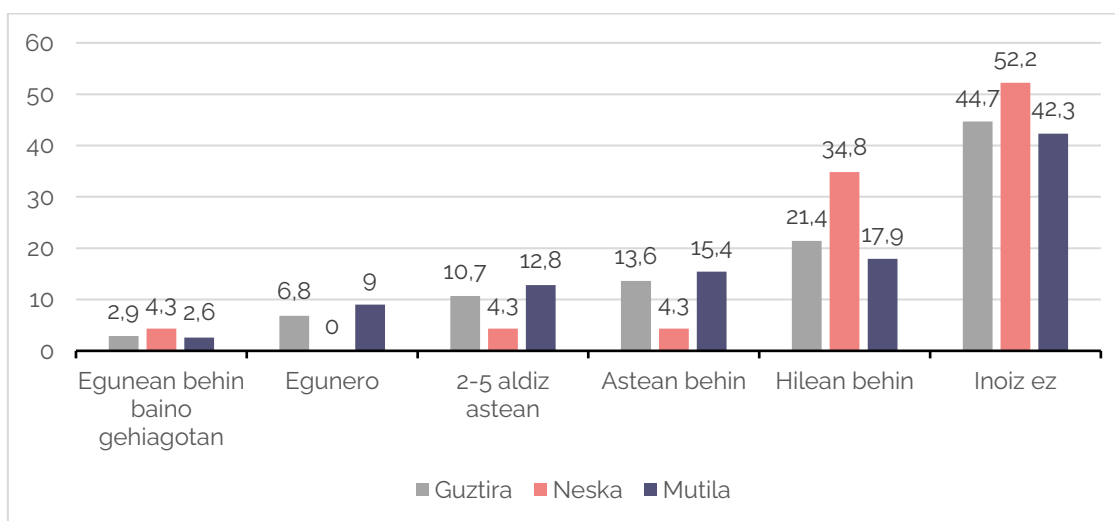
Azpiatal honetan, X sare sozialari buruzko emaitzak aletuko ditugu. Duela gutxi arte Twitter deituriko sare sozialak zenbateko irismena lortzen duen eta inkestatu ditugun gazteek nolako kontsumo-portaerak dituzten ikusiko dugu, oso modu laburrean.

60. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Xn konturik ba ote daukaten, generoaren arabera (2024-2025)



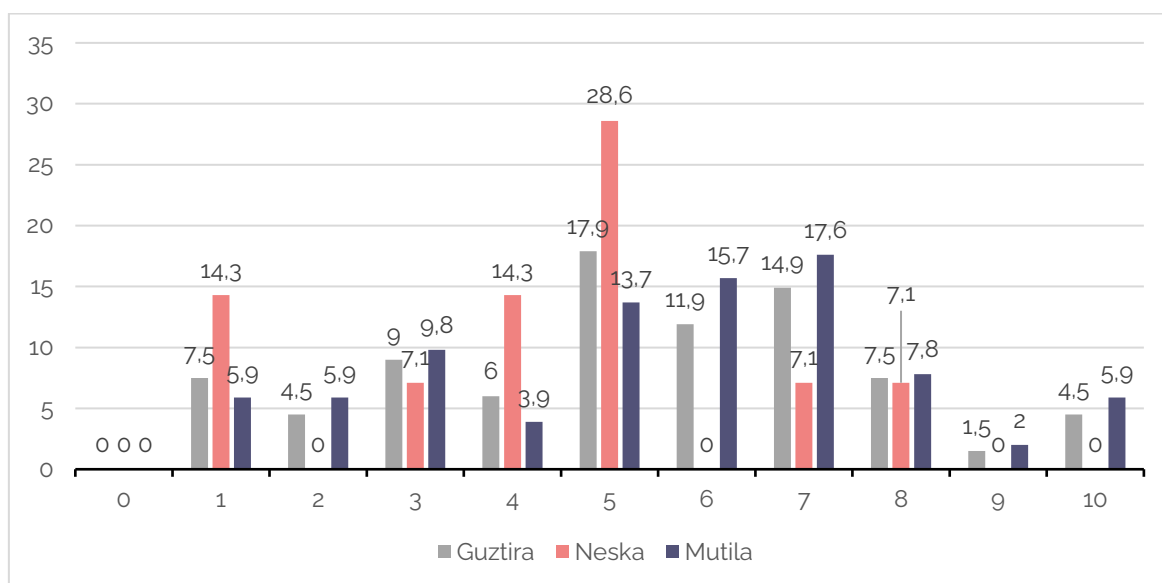
Azken urteotako beherakadari jarraiera emanez, gazteen % 85,4k ez dauka konturik Xn. Gainera, horri gehitu beharko genioke kontua edukita ere, zein den ez dakitenak. Guztira, Ipar Euskal Herriko hamar gaztetik bederatzi inguruk bazterrean utzi du garai bateko Twitter zena. Alboratze hori nabarmenagoa da nesken artean (% 96,5), mutilak baino ia-ia hamar puntu gehiago.

61. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek X zenbatero erabiltzen duten, generoaren arabera (2024-2025)



Kontua daukatenei galdetu diegunean ea zenbatero aritzen diren Xn, erantzunen % 34k erakusten du astean behin edo gehiagotan egiten dutela. Beste % 21,4k hilean behin murgiltzen da sare sozial honetan. Beraz, handiena da inoiz sartzen ez direnen kopurua: % 44,7. Kontsumo baxuena daukatenen kopuruak (inoiz sartzen ez direlako ala hilean behin baino ez) oso altuak dira nesken artean: % 87, mutilenean % 60,2.

62. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek Xri emandako nota, generoaren arabera (2024-2025)



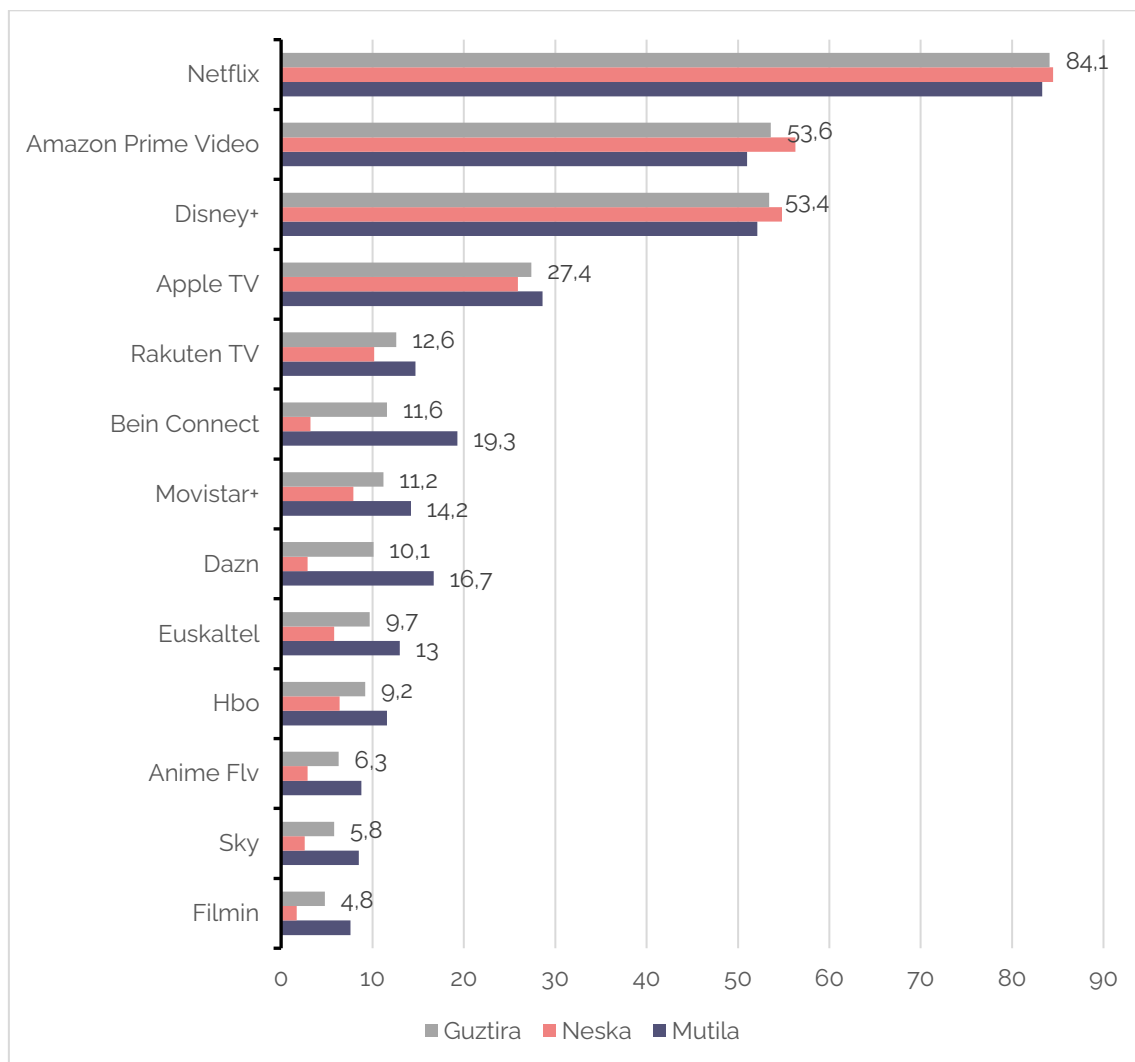
Sare sozial hau noizbait erabiltzen dutenei (sare soziala inoiz erabili ez dutenak alboratuz) nota jartzeko eskatu zaie. Beste aplikazio batzuekin konparatuta, Xk nota askoz kaskarragoak jaso ditu, batez ere emakumeen artean. 1-5 bitarteko balorazioan emakumeen % 64,5 eta gizonen % 39,2 batu dira, eta 6-10 bitartekoan aldiz, emakumeen % 14,2 eta gizonen % 49.

STREAMING PLATAFORMAK

Over the Top (OTT) plataformen kontsumoari buruzkoak dira segidan datozen zehaztasunak. Galdetegiaren bidez jakin nahi izan dugu, besteak beste, inkestatu ditugun ikasleak zenbat plataformetara harpidetuta dauden, zenbateko maiztasunarekin erabiltzen dituzten, eskaintako denbora eta azken garaian ikusi dituzten edukiei buruzkoak.

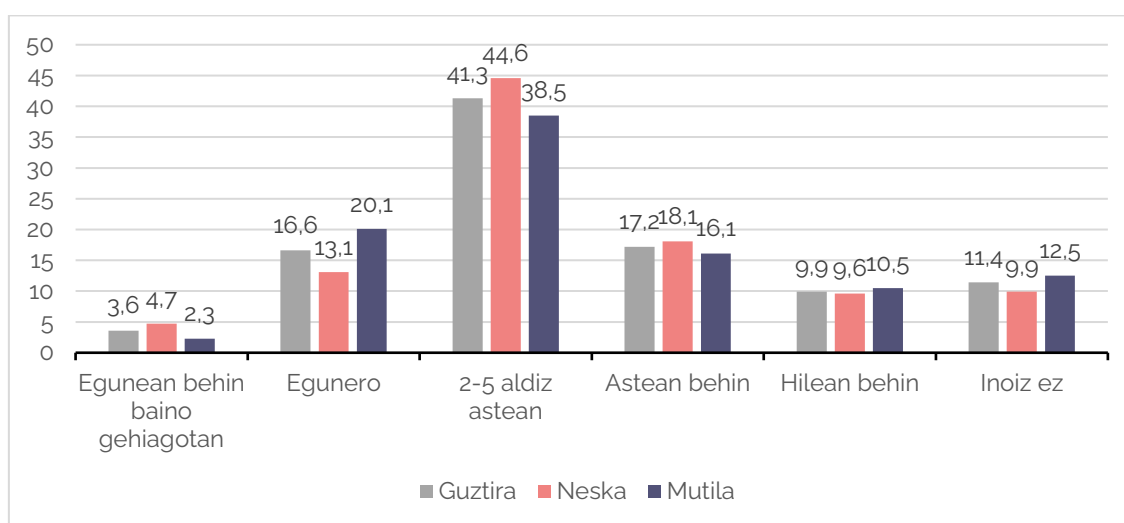
Jakina da *VoD* delako plataforma hauek edozein momentutan ikusgai jartzen dituztela edukiak eta horrela irauli egin dutela ikus-entzunezko merkatua. Kontsumo portaera berrietarako leihoak ireki dituzte parez pare.

63. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek zein plataforma digital dauzkaten erabilgarri, generoaren arabera (2024-2025)



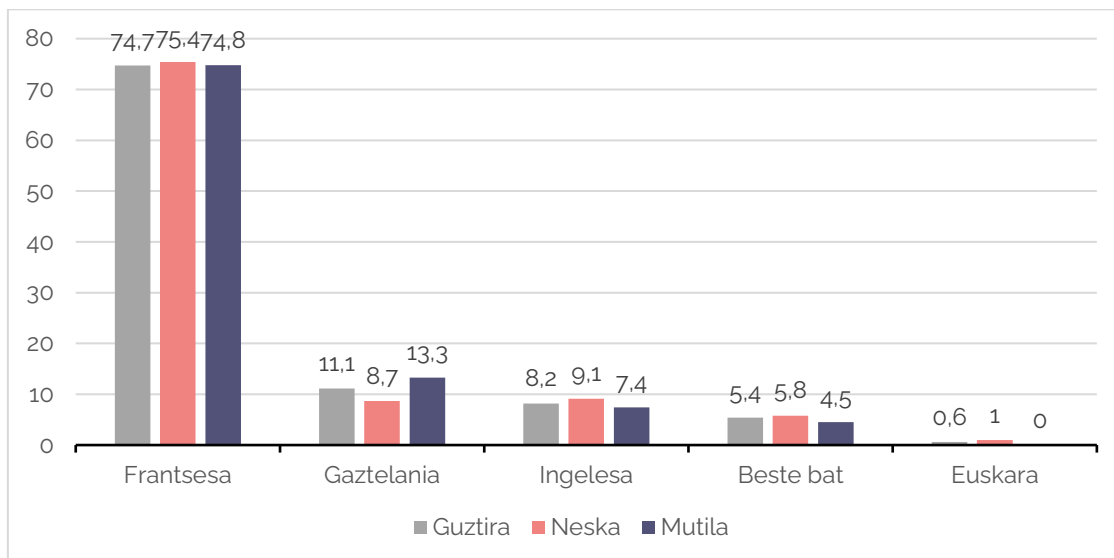
Inkestan parte hartu duten 11-18 urte bitarteko gazteen artean Netflix da irismen-maila handiena duen *streaming* plataforma (% 84,1). Aztergai dugun populazioaren erdira iristen dira beste bi: Amazon Prime Video (% 53,6) eta Disney+ (% 53,4). Nesken eta mutilen artean plataforma digitalen daukaten pisua antzerakoa da, baina hori bai, mutilek proportzio handiagoan eskura dituzte kiroletan espezializatutakoak: Dazn (% 16,7), BeIN Connect (% 19,3) edo Rakuten TV (% 14,7).

64. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek plataforma digitalak zenbatero erabiltzen dituzten, generoaren arabera (2024-2025)



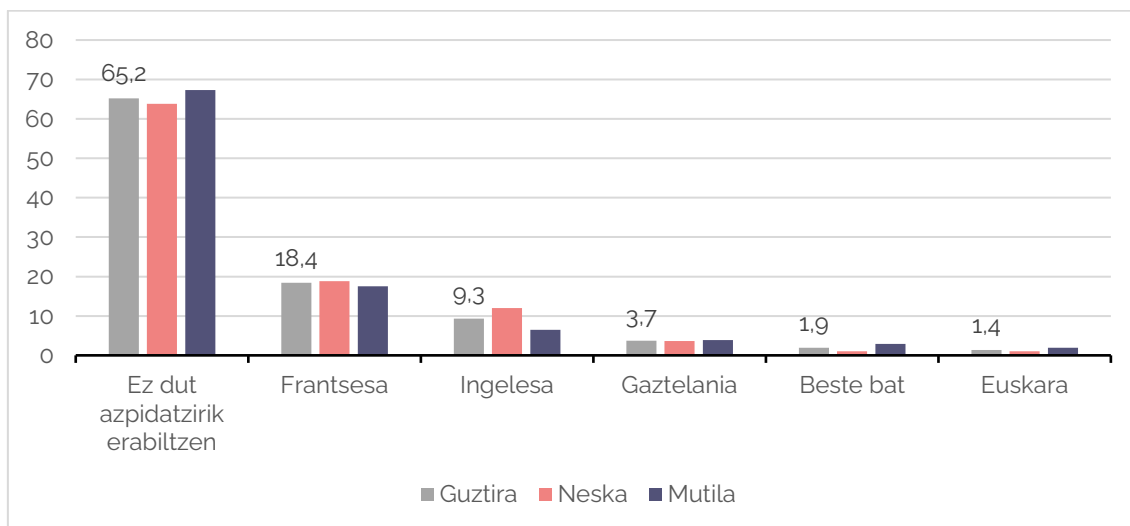
Hamar gaztetik lau pasatxok (% 41,3) astean 2-5 aldiz erabiltzen ditu plataforma digitalak, nesken artean proportzio hori sei puntu handiago da mutilena baino (% 44,6 eta % 38,5, hurrenez hurren). Esandako hori maiztasun ohikoena den arren, beste % 20,2k egunero erabiltzen du plataforma hauetariko bat. *Streaming* zerbitzu komertzial hauen irismena zenbaterainokoa den ikusteko, 11-18 urte bitartekoen % 11,4k bakarrik esaten du ez duela inoiz ikusten, gainerakoek bai.

65. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek plataforma digitaletan ikusten dituzten edukien hizkuntza, generoaren arabera (2024-2025)



Plataformetan kontsumitzen dituzten edukiak nagusiki frantsesez entzuten dituzte (% 74,7). Atzerago datoz gaztelania (% 11,1) eta ingelesa (% 8,2).

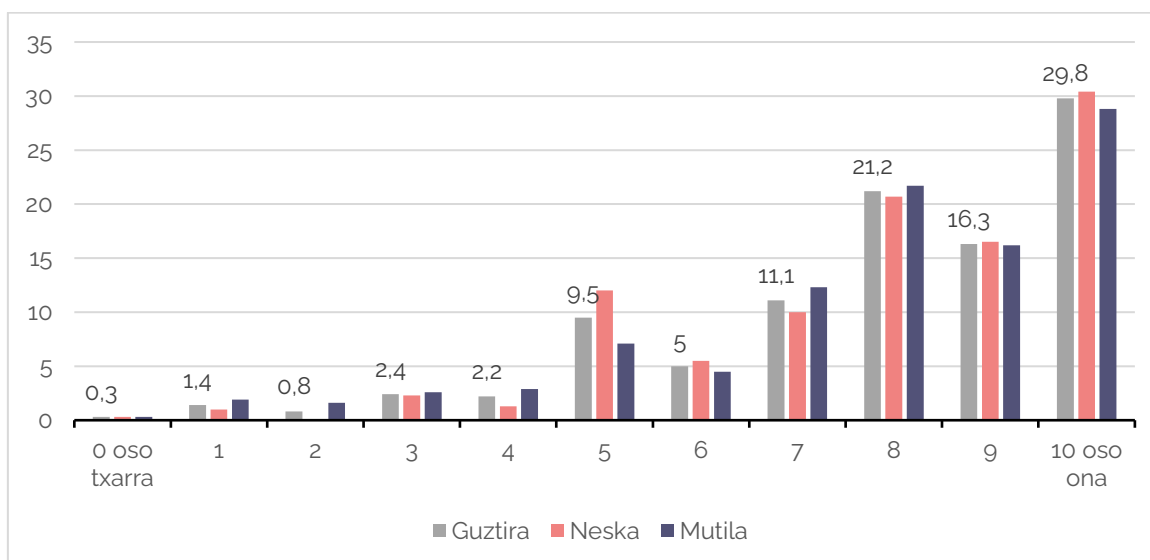
66. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek plataforma digitaletan azpidatzien hizkuntza, generoaren arabera (2024-2025)



Aurreko taulan ikusi dugun bezala, frantsesa da pelikula eta serieetako audioaren hizkuntza nagusia, horrekin lotuta, gazteen % 65,2k ez ditu azpidatziak erabiltzen. Eta hala egiten dutenek frantsesezkoak (% 18,4) eta ingelesezkoak (% 9,3) aktibatzen

dituzte. Azken bi irudi hauetan ez da antzematen ezberdintasun handirik nesken eta mutilen portaeretan.

67. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek plataforma digitalen gaineko balorazio orokorra, generoaren arabera (2024-2025)



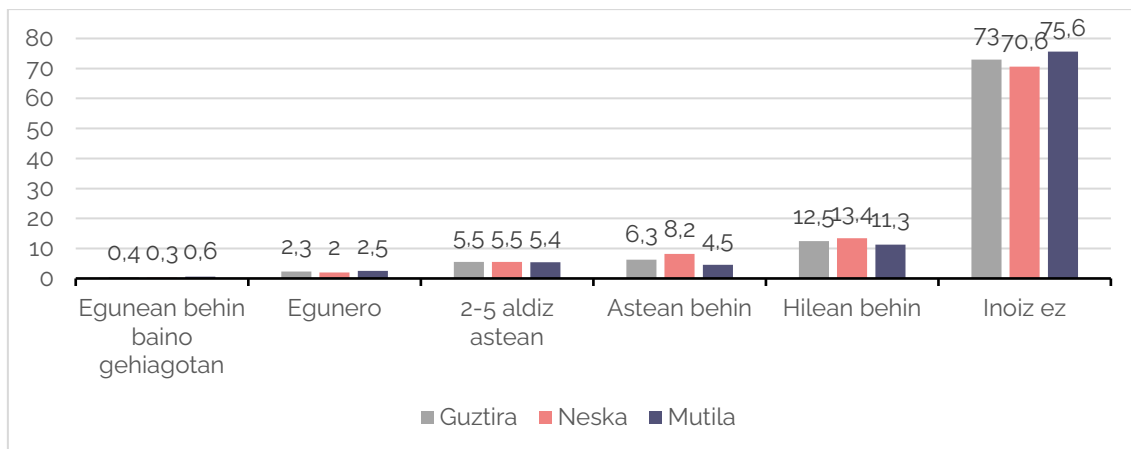
Plataforma digitalen irismen eta kontsumo maiztasun datu handiekin sintonian, gazteen balorazioa ere oso ona da. Inkestatuei eskatu diegu plataforma digitalei buruzko beraien puntuazioa emateko eta % 29,8k hamarreko nota aukeratu du. Beste % 16,3k bederatziko nota jarri die. Ikasleen % 32,3k OTT zerbitzu hauek 7-8ko notarekin ebaluatu dute. 5-6ko puntuaketa ematen duen % 14,5ren azpiko kopuruak oso-oso apalak dira, plataforma digitalen gaineko iritzi positiboa ageria utziz.

PODCASTAK

Audioaren eremuan murgilduz, lehen azpiatal honetan podcastei buruz arituko gara eta hurrengokoan musika hartuko dugu aztergai.

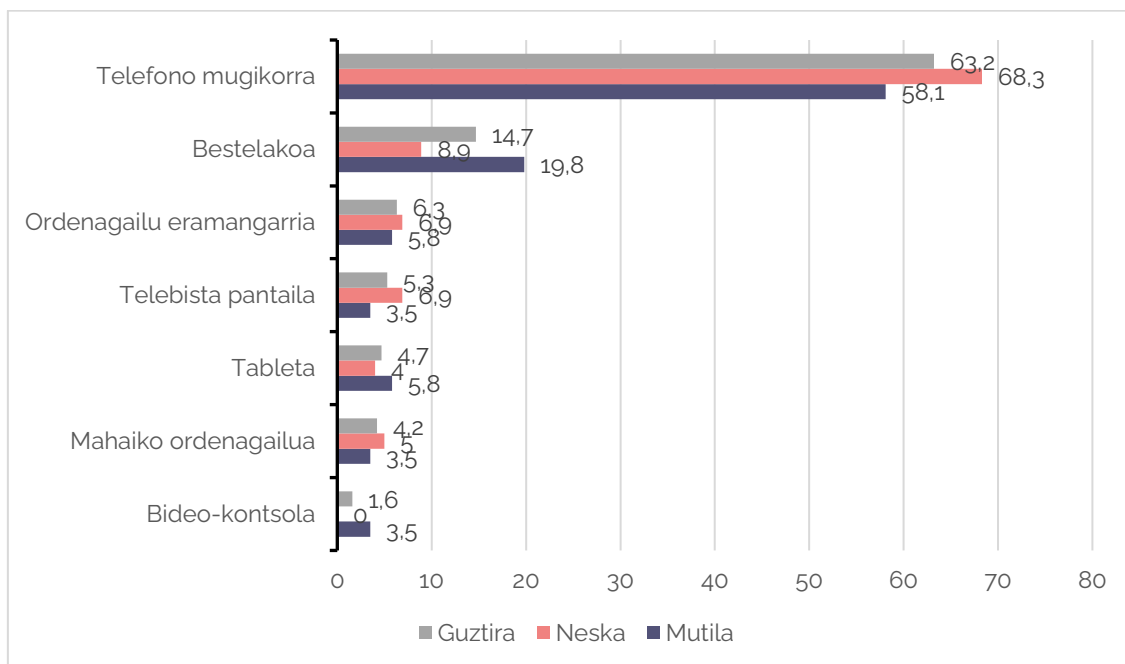
Audio-eduki digitalak dira podcastak eta gai anitzekoak aurkitu daitezke, besteak beste, informatzeko, ikasteko, entretenitzeko ala eztabaidarako. Ondoko pasarteetan aztertuko ditugu, besteak beste, Ipar Euskal Herriko gazteek noraino erabiltzen dituzten podcastak eta zeintzuk diren gehien maite dituzten gaiak.

68. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek podcastak entzuteko ohitura, generoaren arabera (2024-2025)



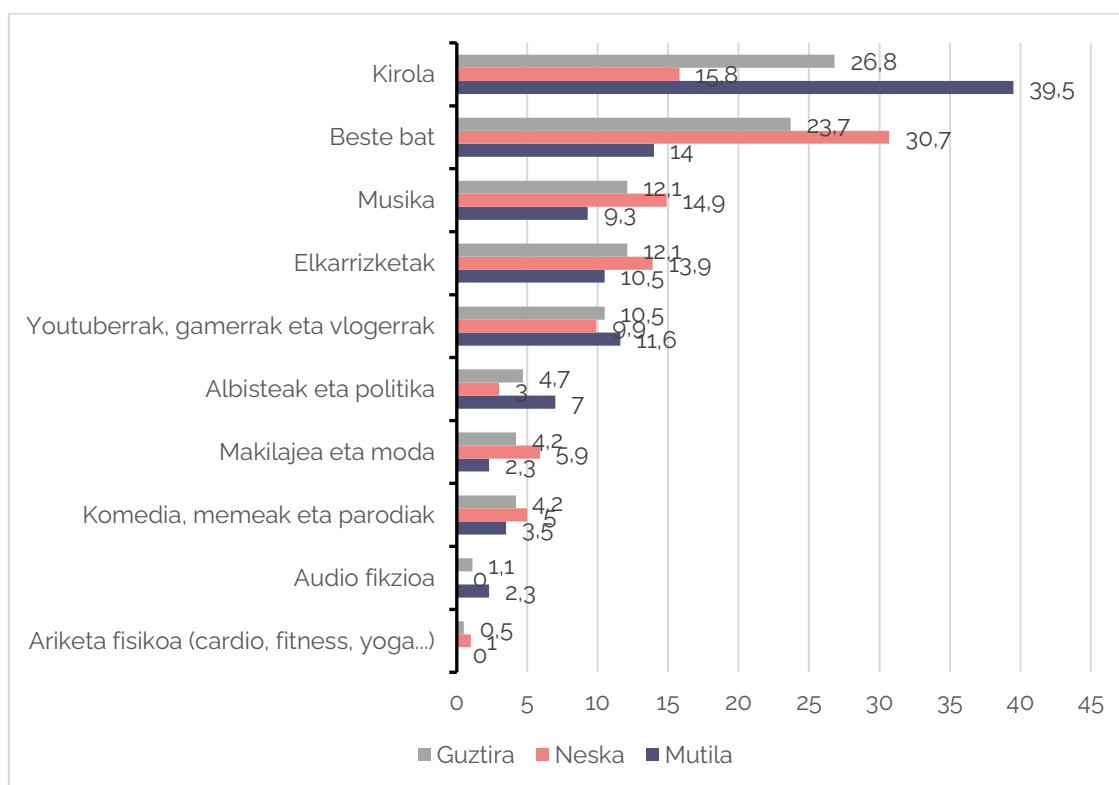
11-18 urteko ikasleentzat ez da oso ohikoa podcastak entzutea. Inkestek erakusten dutenez, % 73k ez ditu inoiz halakorik egiten. Gainera, irismen handikoa ez izanik, audio eduki hauez gozatzeko zaletasuna duen gainerako % 27k, bereziki hilean behingo maiztasuna izaten du (% 12,5). Astean behin (% 6,3) eta astean 2-5 aldiz entzuten dituztenak dira ohikoenak (% 5,5). Nesken artean hedatuago dago podcast zaletasuna mutilen artean baino. Hala nola, astean behin audioren bat entzuten du nesken % 8,2k, baina mutilen % 4,5.

69. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek podcastak entzuteko gailuak, generoaren arabera (2024-2025)



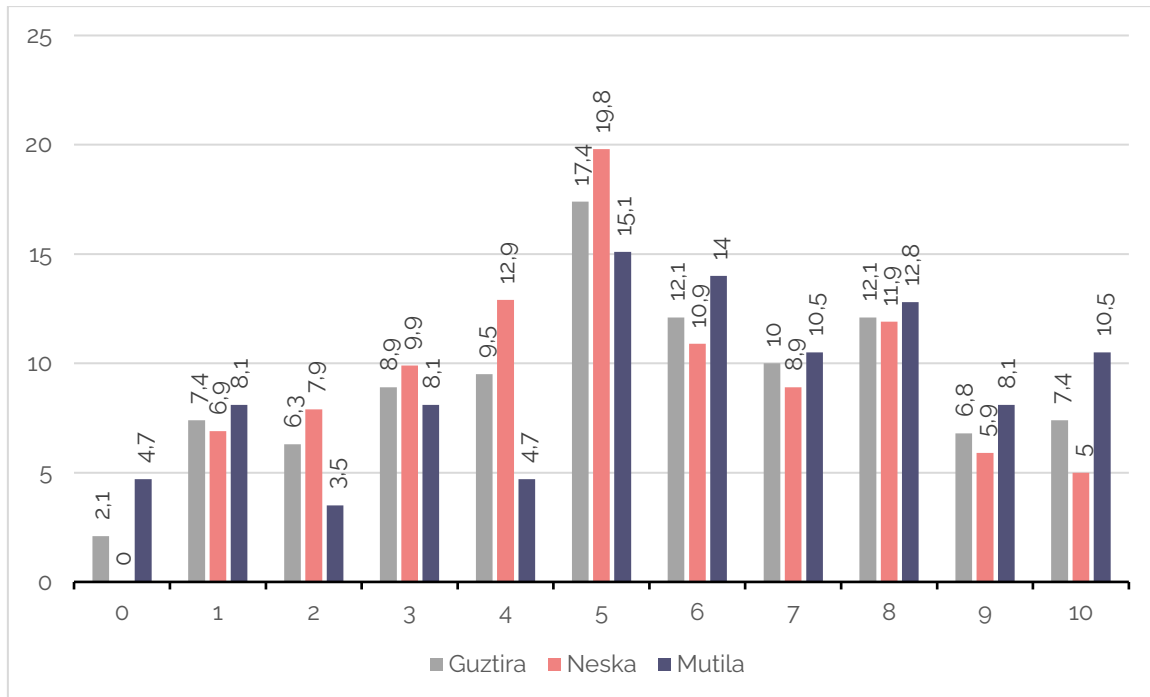
Bestelako praktika kulturaletan gertatzen den bezala, mugikorrak sekulako pisua dauka gazteek egiten dituzten podcast kontsumoetan ere. Hirutik ia biak (% 63,2) telefono mugikorra hobesten du. Neskek markatuagoa daukate preferentzia hori eta mutilek baino gehiagotan aukeratzen dute sakelekoa (% 68,3 eta % 58,1, hurrenez hurren).

70. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek podcasten dituzten gaia maitatuenak, generoaren arabera (2024-2025)



Eta zeintzuk diren gehien entzuten dituzten edukiak? Inkestatuen arabera: kirola (% 26,8) eta bigarren multzo batean, ehuneko hamarraren inguruan musika, elkarrizketak eta *youtuber*, *gamer* eta *vloggerren* podcastak. Desberdintasun handiak daude neska eta mutilen artean. Esaterako, neskek ere entzuten dituzte kirolarekin zerikusi dauzkaten audioak baina proportzio berean aukeratzen dituzte musika eta elkarrizketak. Aldiz, mutilek askoz ere modu garbiagoan jotzen dute kirolarekin zerikusia dauzkaten edukietara (% 39,5).

71. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek podcastak nola baloratzen dituzten, generoaren arabera (2024-2025)

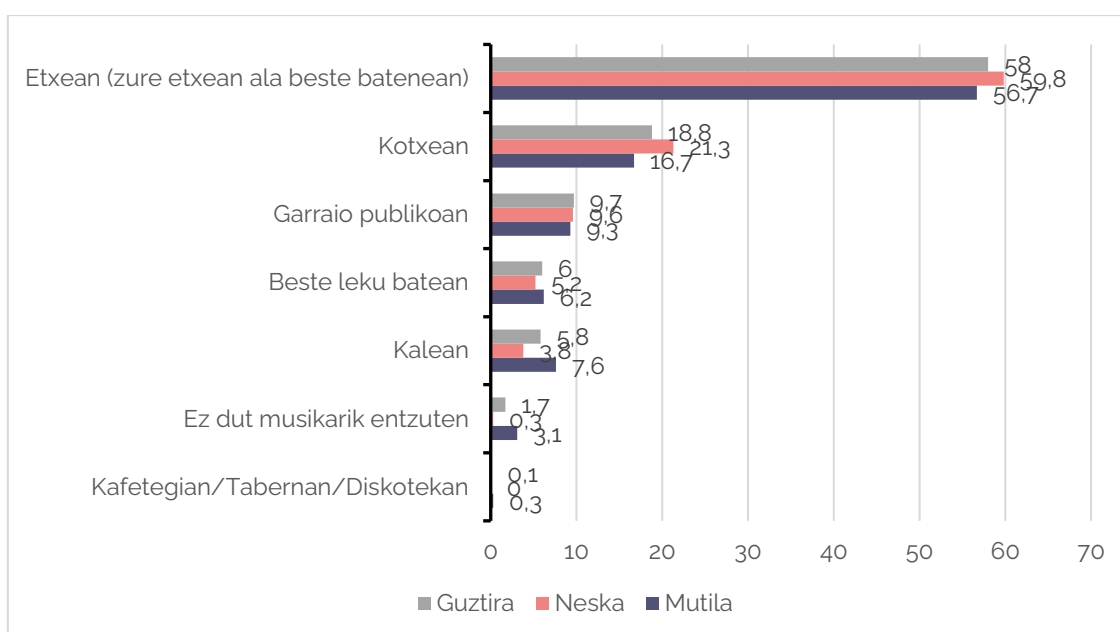


Podcasten gaineko balorazio orokorra eskatu zaienean (0-10 eskalan), asko eta asko bostaren inguruan kokatu dituzte beraien puntuak. Eta hortik gorakoak eta beherakoak proportzio berean banatzen dira. Orokorrean esan daiteke mutilek puntuazio hobearekin puntuatzen dituztela podcastak neskak baino. Esaterako 9-10 tartean mutilen % 18,6 kokatzen dira, baina nesken % 10,9.

MUSIKA

Esan bezala, audioari eskainitako bigarren azpiatal honetan, musika izango dugu aztergai, eta zeharka irratia. Musikari dagokionez, arreta jarriko dugu gazteek non entzuten duten, zein gailu erabiltzen duten horretarako eta zein aplikazioz baliatzen diren. Musika irratian entzuten ote duten galdetu diegu eta baita zein den maitatuena duten musika mota ere.

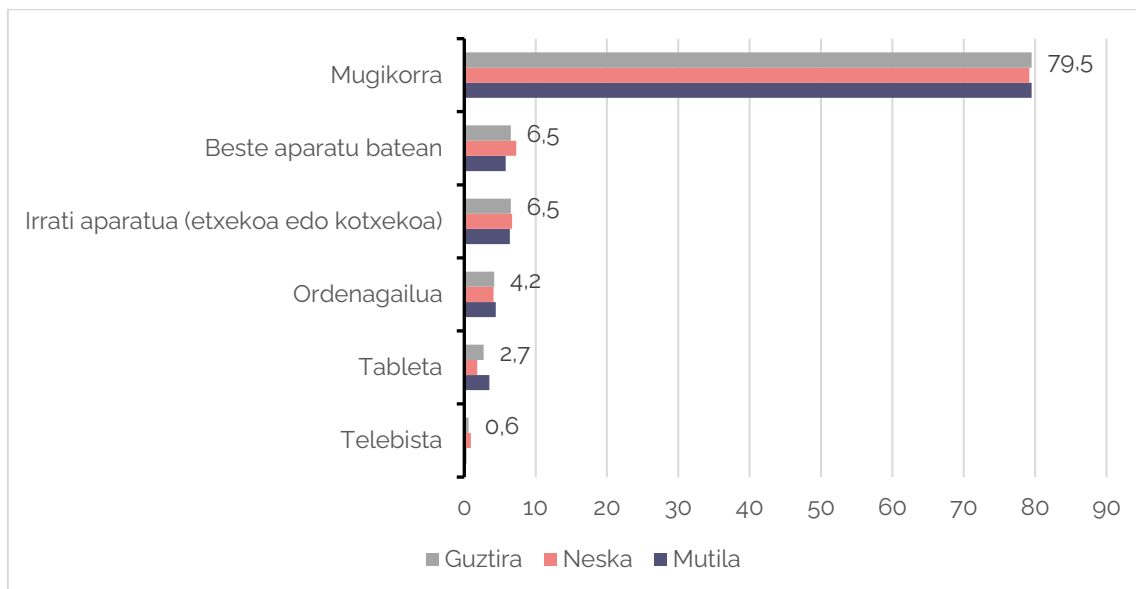
72. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek non entzuten duten musika, generoaren arabera (2024-2025)



Zuzenean galdetu ez badiegu ere, antzeman daiteke musika oso hedatua dagoela gazteen artean. Hala nola, musikarik entzuten ez dutenen ehuneko 1,7 baino ez da. Gainerakoek toki batean ala bestean eta gailu ezberdinak erabiliz aritzen dira musika gozatuz.

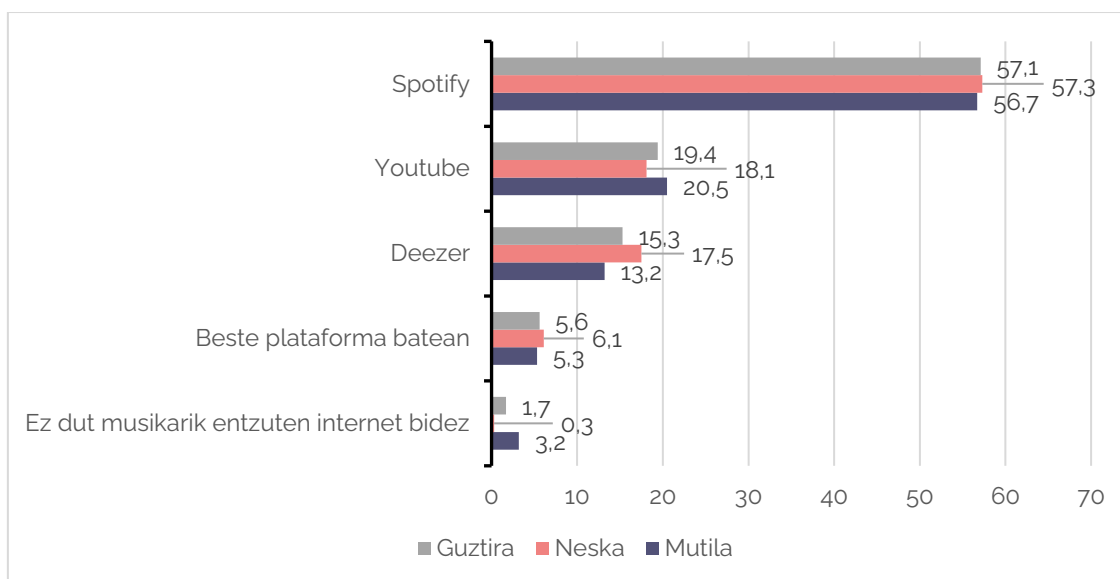
Inkestetatik jasotako erantzunen arabera, bi dira toki ohikoenak gazteek musika entzuteko: etxea (% 58) eta kotxea (% 18,8). Atzerago datoz garraio publikoa (% 9,7) eta kalea (% 5,8). Datuak aztertuz, ez da desberdintasun handirik sumatzen nesken eta mutilen portaeretan.

73. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek zein gailu erabiltzen duten musika entzuteko, generoaren arabera (2024-2025)



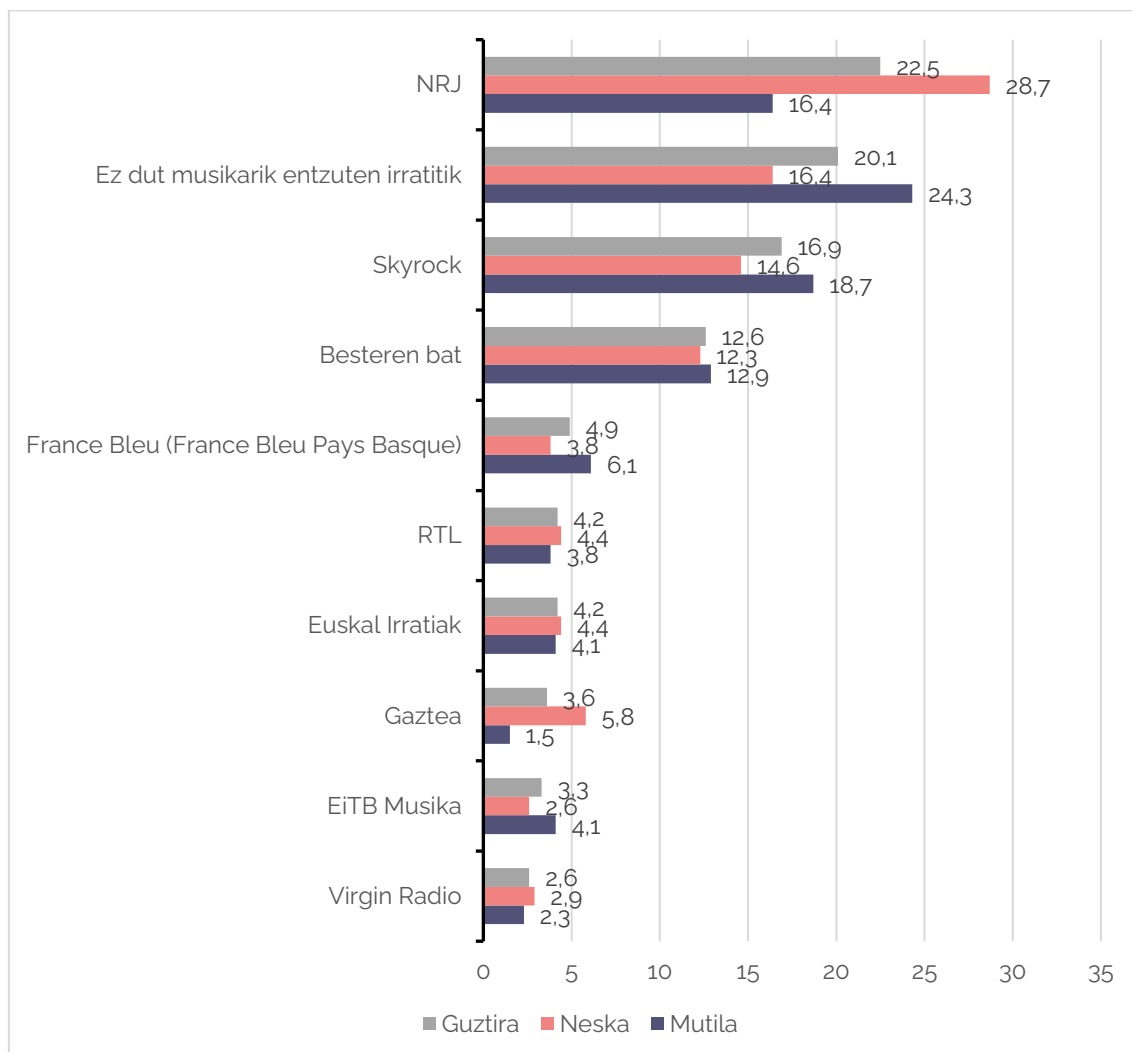
Lehenago ere esan dugun bezala, gazteentzako telefono mugikorrak sekulako garrantzia dauka teknologia digitalak bideratutako kontsumo kulturaletan. Askogatik ere, mugikorra da 11-18 urte bitartekoentzako musika entzuteko ohikoena (% 79,5). Maila dezente apalagoan datoz beste gailuak ala irratia erabiltzen dutenak.

74. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek zein plataforma erabiltzen duten musika entzuteko, generoaren arabera (2024-2025)



Musikarako Spotify da aplikaziorik ospertsuena (% 57,1), Youtube (% 19,4) eta Deezer (% 15,3) baino modu indartsuagoan. Musikarako plataformen erabileran ez da antzematen mutilen eta nesken arteko ezberdintasun handirik.

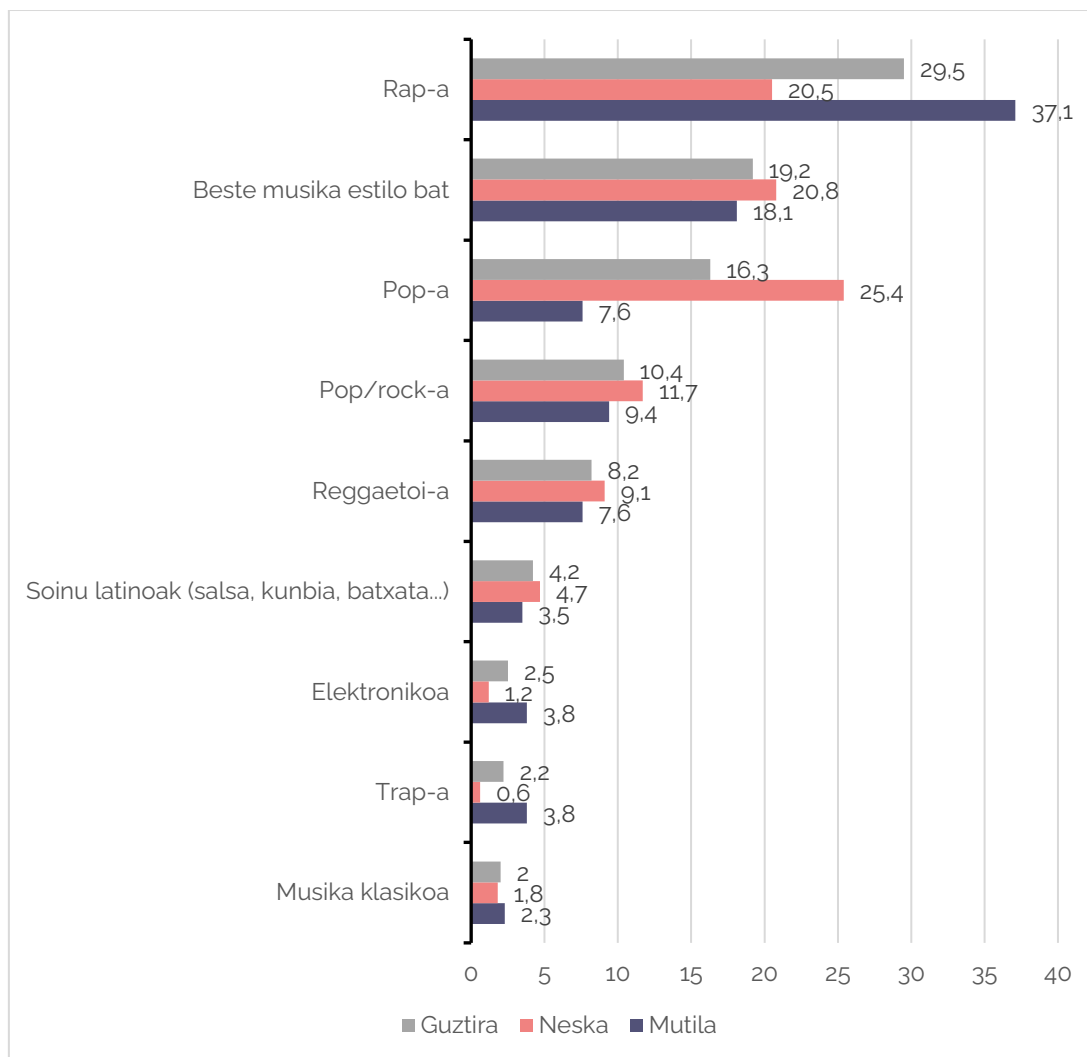
75. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek musika entzuteko erabiltzen duten irratia, generoaren arabera (2024-2025)



Musika entzuteko gazteek erabiltzen duten beste baliabide bat irratia bera da. Gehien aipatzen duten emisora da NRJ (% 22,5). Gero dator Skyrock (% 16,9) eta, atzerago, France Bleu (% 4,9), RTL (% 4,2), Euskal Irratiak taldeko emisorak (% 4,2) eta Gaztea (% 3,6). Generoaren arabera bereizketa nabarmentzen da bi emisora handienetan. Neskek garbiago egiten dute NRJren aldeko apostua eta mutilek aldiz Skyrock hautatzen dute maizago.

Inkestatuetatik % 20,1ek adierazten du ez duela musikarako irratia erabiltzen.

76. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek zein musika mota entzuten duten gehien, generoaren arabera (2024-2025)



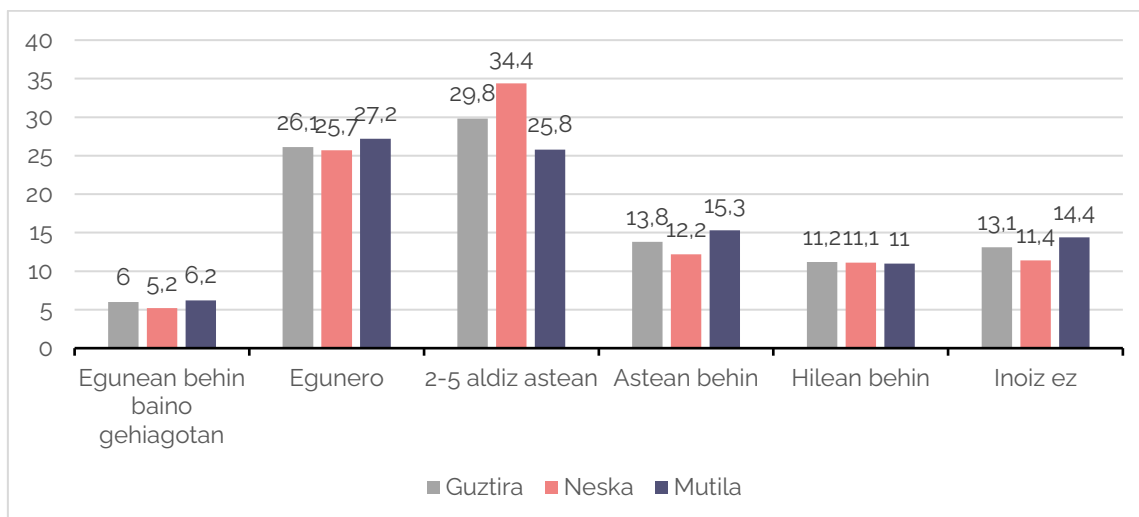
Zein musika entzuten duten gehiago inkestatutako gazteek? Galdetegian eskainitako zerrendan maitatuenak dituzten zehazteko eskatu diegu eta hor Rapa gailentzen da (% 29,5) besteen aurretik, % 19,2k zehaztu gabeko beste estilo batzuk entzuten dituen arren, asko dira Popa (% 16,3) eta Pop/rocka (% 10,4) aipatzen dutenak. Mutilak modu agerikoagoan agertzen dira Raparen alde (% 37,1), neskak baino 17 puntu gorago. Popari dagokionez, nesken % 25,4k estilo hori aukeratzen du baina mutilen % 7,6 besterik ez. Bestelako estiloetan ere, nahiz eta portzentualki pisu txikiagoa izan, nabaritzen da ezberdintasuna neska-mutilen artean. Mutilak gehiagotan kokatzen

dira musika Elektronikoa, Trapa eta Hip Hoparen alde eta neskak soinu Latinoak eta Reggaettoa hobesten dute.

TELEBISTA

Ohiko telebista linealaren kontsumoak behera egin du azken urteetan, eta bereziki adin honetako gazteen artean. Plataforma digitalek eta sare sozialek izan dute gainbehera horretan zerikusia. Jarraian, IKUSIKER ikerketan parte hartzen duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen telebista kontsumoaren azterketa egiten da, eta besteak beste, egunero eskaintzen dioten denbora, maitatuena duten kanala, edo zein eduki mota ikusteko pizten duten telebista galderei erantzun behar izan diete.

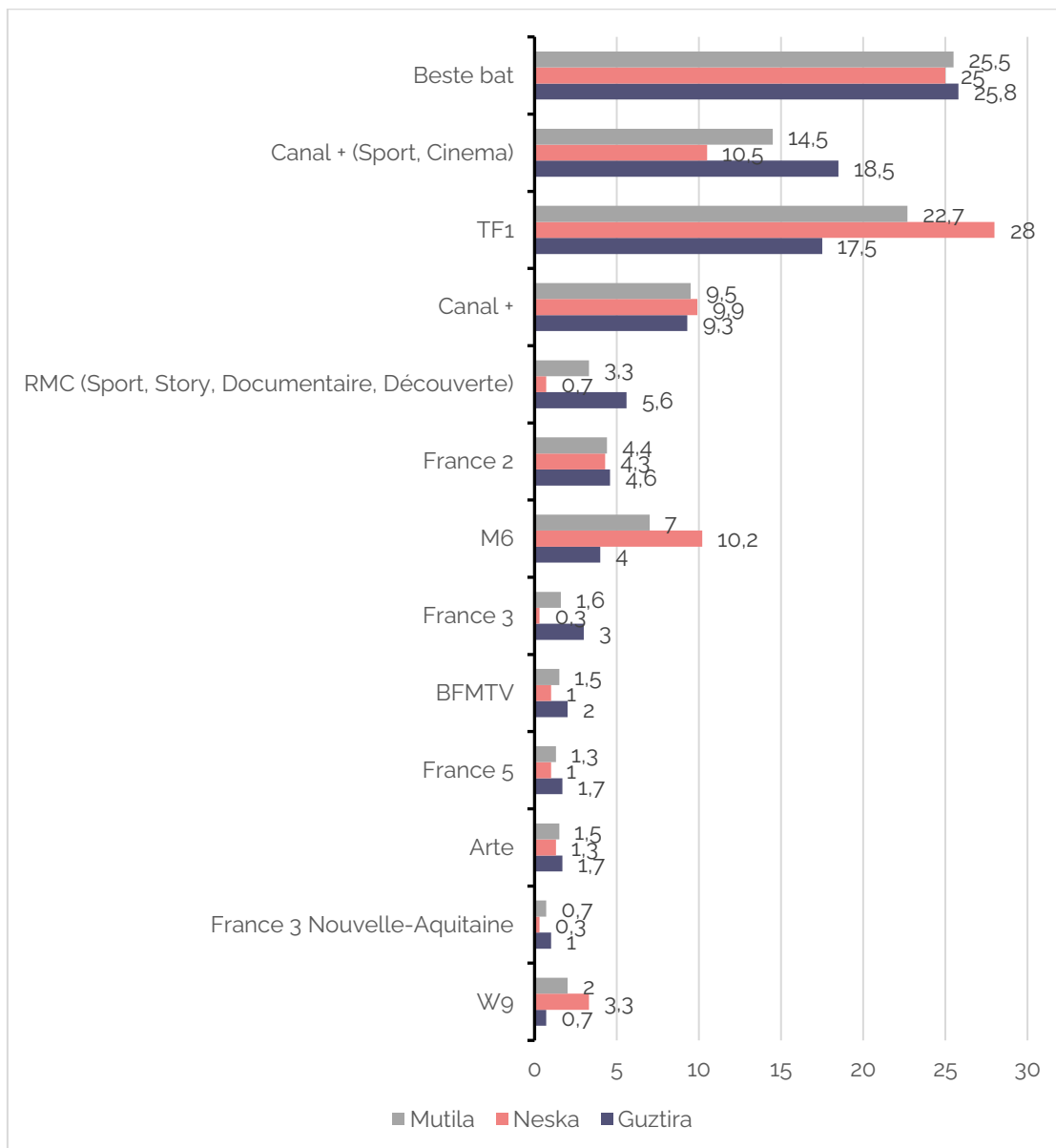
77. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek telebista ikusteko daukaten ohitura, generoaren arabera (2024-2025)



IKUSIKER ikerketan parte hartu duten gazteentzako telebista ikustearena ohiko zerbait da. Ehuneko 32,1entzat egunero kontua da eta beste % 29,8rentzat astean 2-5 aldiz egiten duena. Astean behin ikusten dutenen kopurua 13,8 da. Telebistarekin hori baino kontaktu gutxiago daukaten 11-18 urte bitarteko ikasleen ehunekoa 24,3 da.

Emaitzetan ez dago alde handirik generoaren arabera azterketa eginez gero eta beraz mutilen eta nesken jokaerak nahikotxo antzerakoak dira telebista kontsumoari dagokionez.

78. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek telebista gehien ikusten duten kanala erabiltzen duten sare soziala, generoaren arabera (2024-2025)

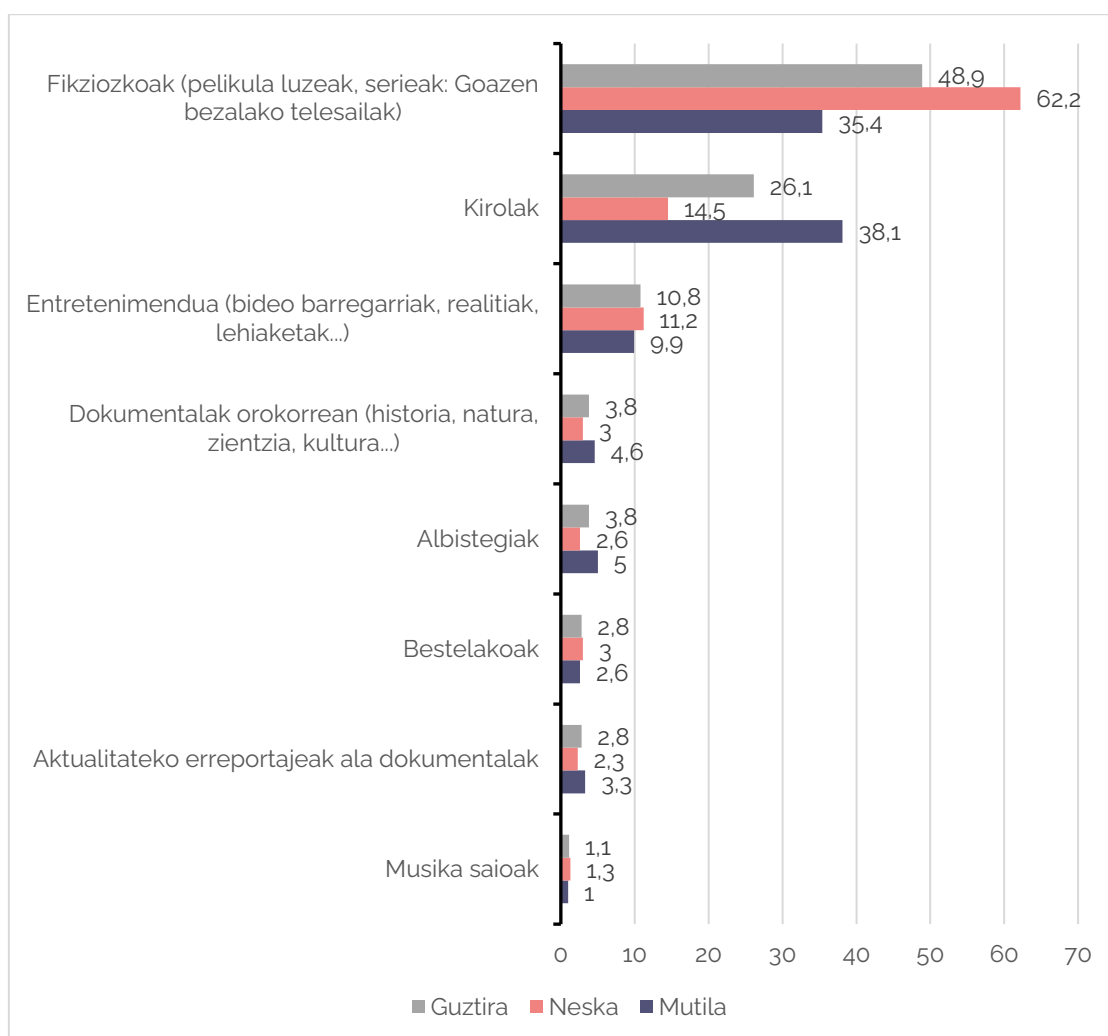


Txosten honen beste atal batean esaten dugun moduan, badirudi birmoldatuz doala gazteek telebista hitzari ematen dioten esanahia. Izan ere, ikusitako azken edukiari buruz ari ginela eskatu diegunean zehazteko zein den gehien gustatzen zaien kanala, gazteek ohiko kanalez gain, "telebista" izenpean beste hainbat baliabide sartu dituzte: batez ere plataforma digitalak (Netflix, Disney+, Dzon...) eta hein txikiagoan, YouTube. Ikasle batzuek zerrendan ageri ez diren kanal espainiarrak idatzi dituzte (Hendaiakoek, batez ere). Beraz, esan daiteke, telebista hitzaren definizioa zabaldu

egin dela eta, oro har, ikus-entzunezkoak ikusteko sistema izendatzeko erabiltzen dela.

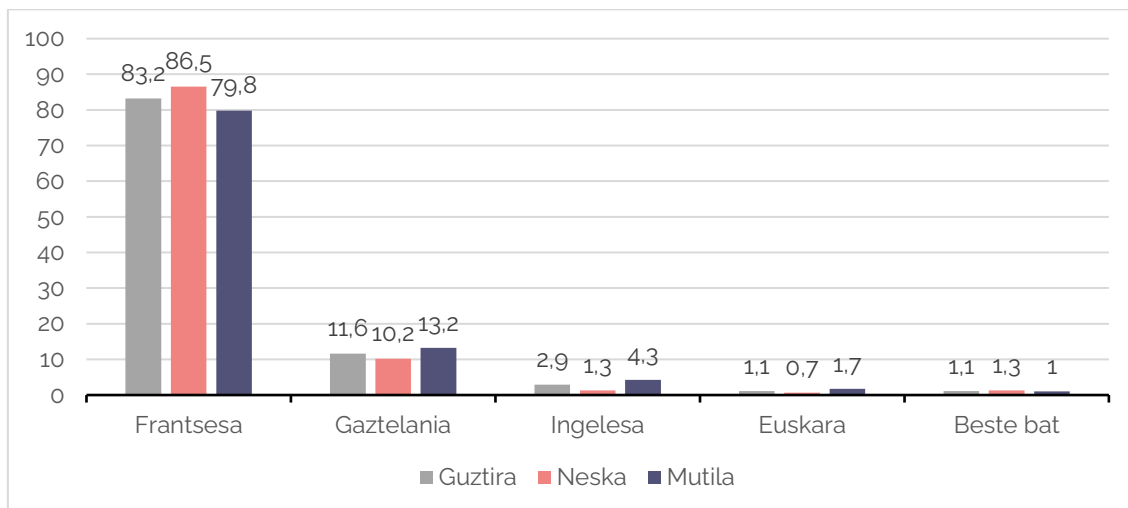
Erantzunetan handiena den "beste bat" zehaztu gabe horrezaz gain, hiru aipatu dituzte bereziki: Canal+ (Sport, Cinema), TF1 eta Canal+. Kirola eta zinema eskaintzen duen Canal+ delakoaren aldekoagoak dira mutilak eta nesken artean TF1 nagusitzen da.

79. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek telebistan maitatuena duten edukia, generoaren arabera (2024-2025)



Hiru eduki-genero hobesten dituzte telebistak eskaintzen dituenetatik: fikzioa (% 48,9), kirola (% 26,1) eta entretenimendua (% 10,8). Neskek askogatik fikzioa azpimarratzen dute (% 62,2) eta mutilek kirola (% 38,1). Gainerako edukiek ez dute erantzun maila aipagarriarik lortzen.

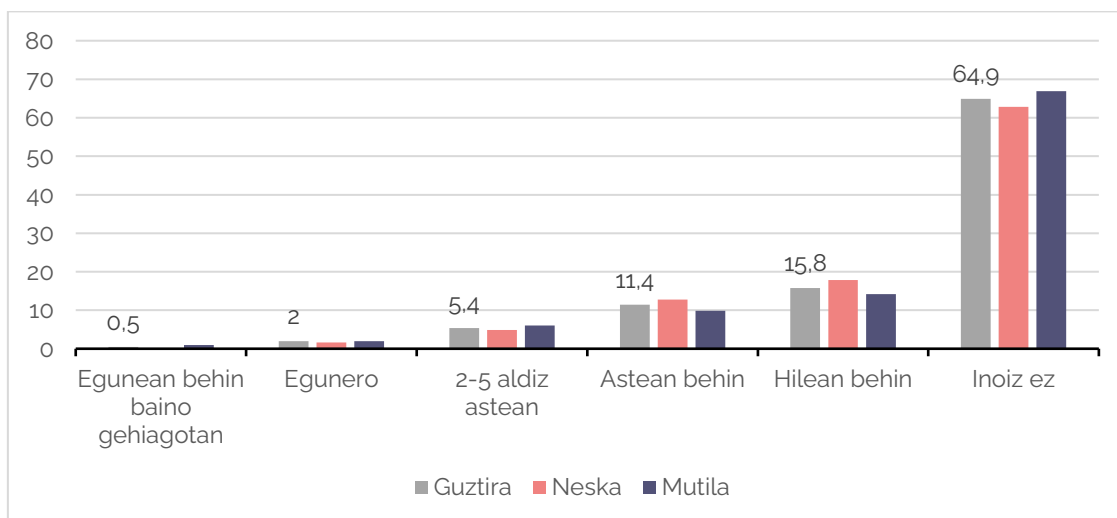
80. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek telebistan ikusten dituzten edukietako hizkuntza nagusia, generoaren arabera (2024-2025)



Bestelako medio eta euskarrietan ikusi dugun bezalatsu, telebistan ere frantsesa da hizkuntzarik indartsuena gazteek ikusten dituzten edukiei dagokionez. % 83,2 eskuratzen duen frantsesarekin alderatuta, txikia da gaztelaniak (% 11,6), ingelesak (% 2,9) eta are gehiago euskarak (% 1,1) lortzen dutena.

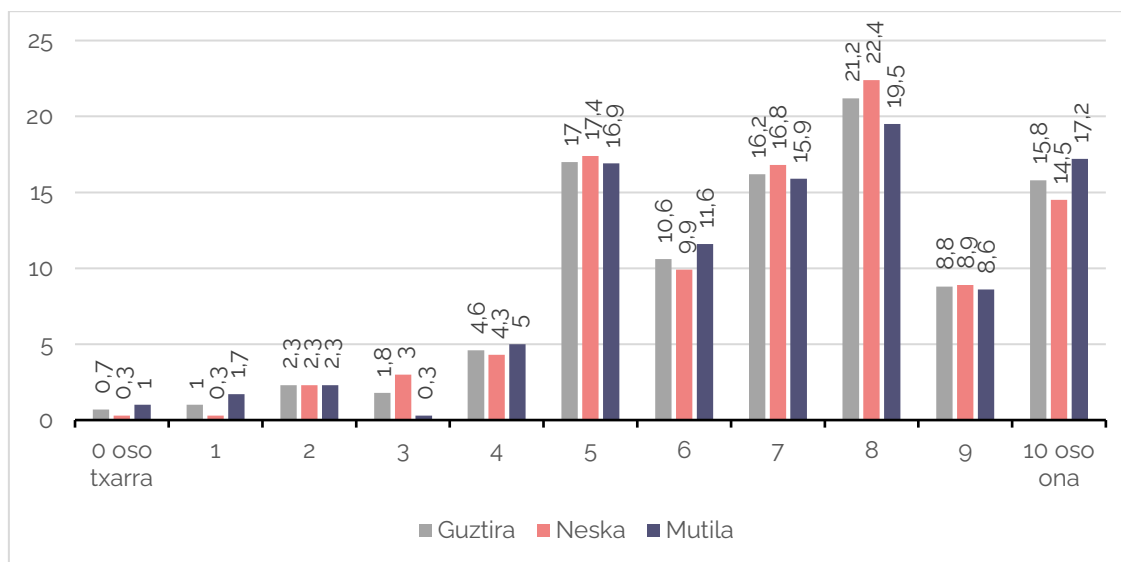
Euskarazko edukiak ikusteko ohiturak sakondu nahi izan dugu eta beheko irudiak erakusten duenez, apala da euskara telebistan ikusten ikasleen kopurua.

81. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek telebistan euskarazko edukiak ikusteko ohitura, generoaren arabera (2024-2025)



Inkestatutakoen % 64,9k ez du inoiz euskarazko edukirik ikusten, eta horri gehitu dakioke hilean behin ikusten dutenen % 15,8. Beraz, astean behin edota hori baino maizago ikusten dutenen ehuenkoa 19,3 da.

82. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek telebista nola baloratzen duten, generoaren arabera (2024-2025)



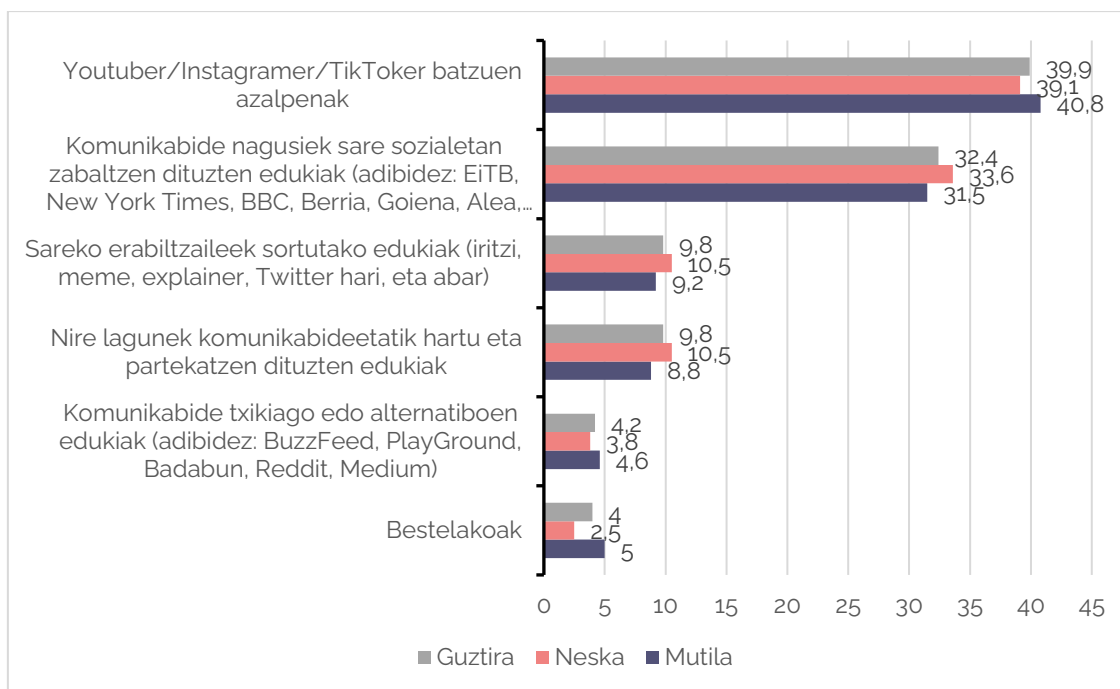
Amaitzeko, euskarri desberdinen gaineko balorazio orokorra zein den jakiteko egiten dugun bezala, 0-10 eskalan telebista puntuatzeko eskatu diegu. Erantzunetan 7-8 arteko nota da ohikoena (% 37,4), hala ere aipatzekoak dira 5-6 (% 27,6) eta 9-10 (% 24,6) artekoak.

INFORMAZIOA

Azpiatal honetan, aztertuko dugu zeintzuk diren Iparraldeko ikasleek albisteak jasotzeko erabiltzen dituzten komunikabideak. Hasteko nondik informatzen diren azalduko dugu eta baliatutako medioen artean zenbaterainoko pisua daukaten sare sozialek. Amaitzeko, telebistari buruzko azterketara itzuliko gara eta gazteek telealbistegiak ikusteko maiztasuna, horretarako zein duten kanal maitatuena eta sinesgarritasun maila aztertuko ditugu.

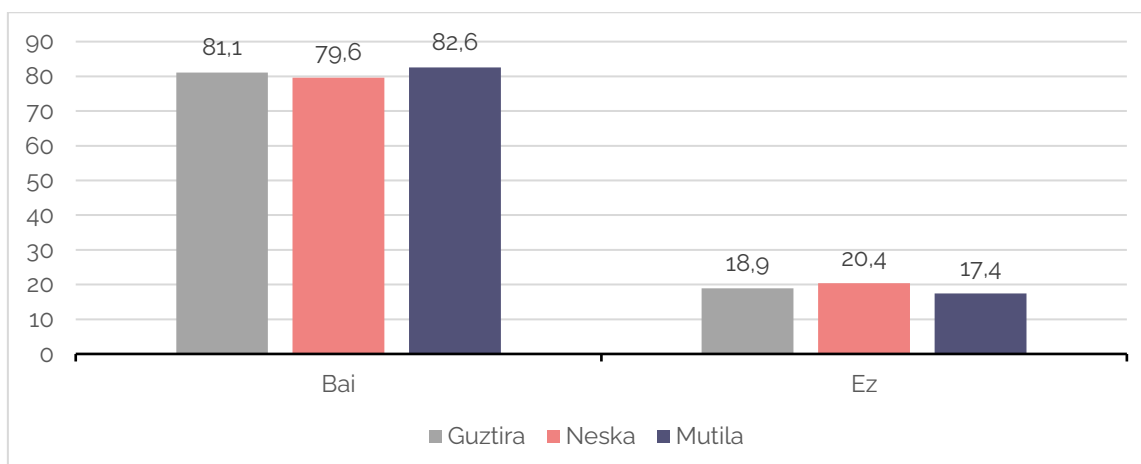
Orokorrean, komunikabide tradizionalek zein IKTek gazteen artean informazioa hedatzeko lanean jokatzen duten papera izango dugu mintzagai.

83. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek albisteak nondik jasotzen dituzten, generoaren arabera (2024-2025)



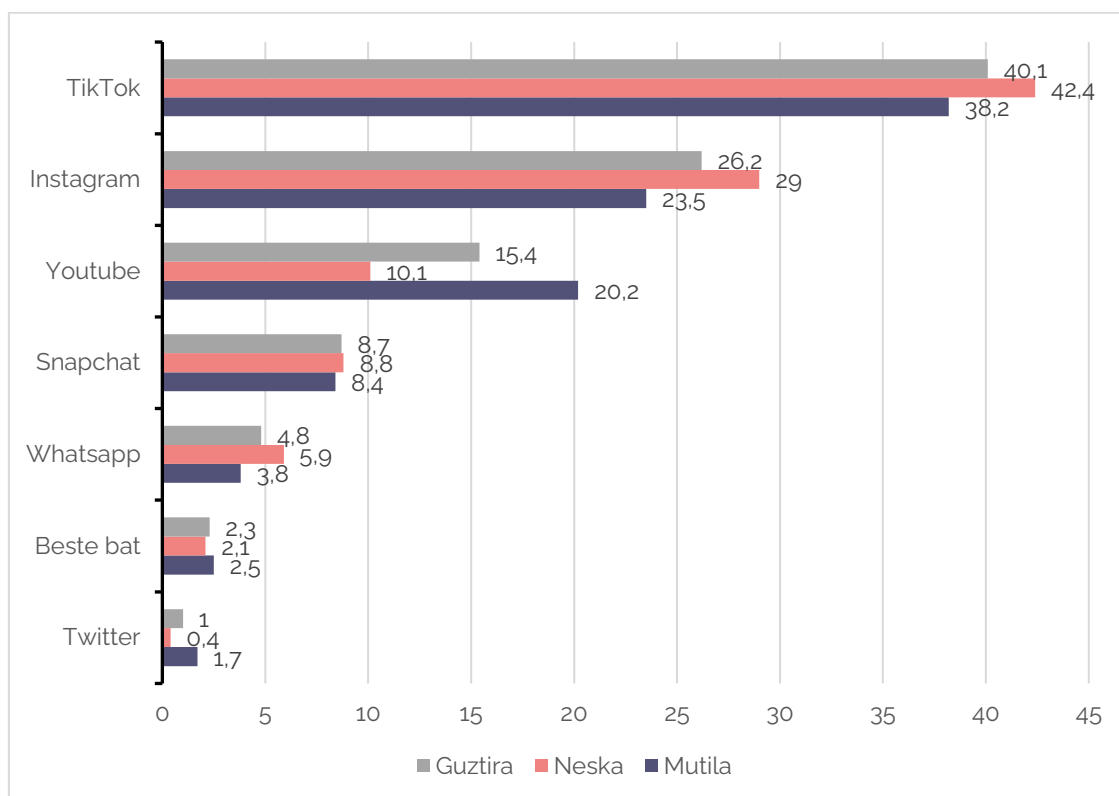
Informazio-iturri modura gazteek erabiltzen dituzten komunikabideei dagokionez, bi azpimarratzen dituzte: sare sozialak (% 39,9) eta ohiko telebista sekuentziala (% 31,5). Askozaz atzerago agertzen dira irratia (% 5,4) eta webguneak (% 4,1). Interesgarria da aipatzea ikasleen % 15,8k ez dituela inongo albisterik ikusten, entzuten edo irakurtzen. Mutilek gaurkotasuneko informaziotik bere burua urrutiago ikusten dute neskek baino, % 18,4 eta % 12,8, hurrenez hurren.

84. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek informatzeko sare sozialak erabiltzen ote dituzten, generoaren arabera (2024-2025)



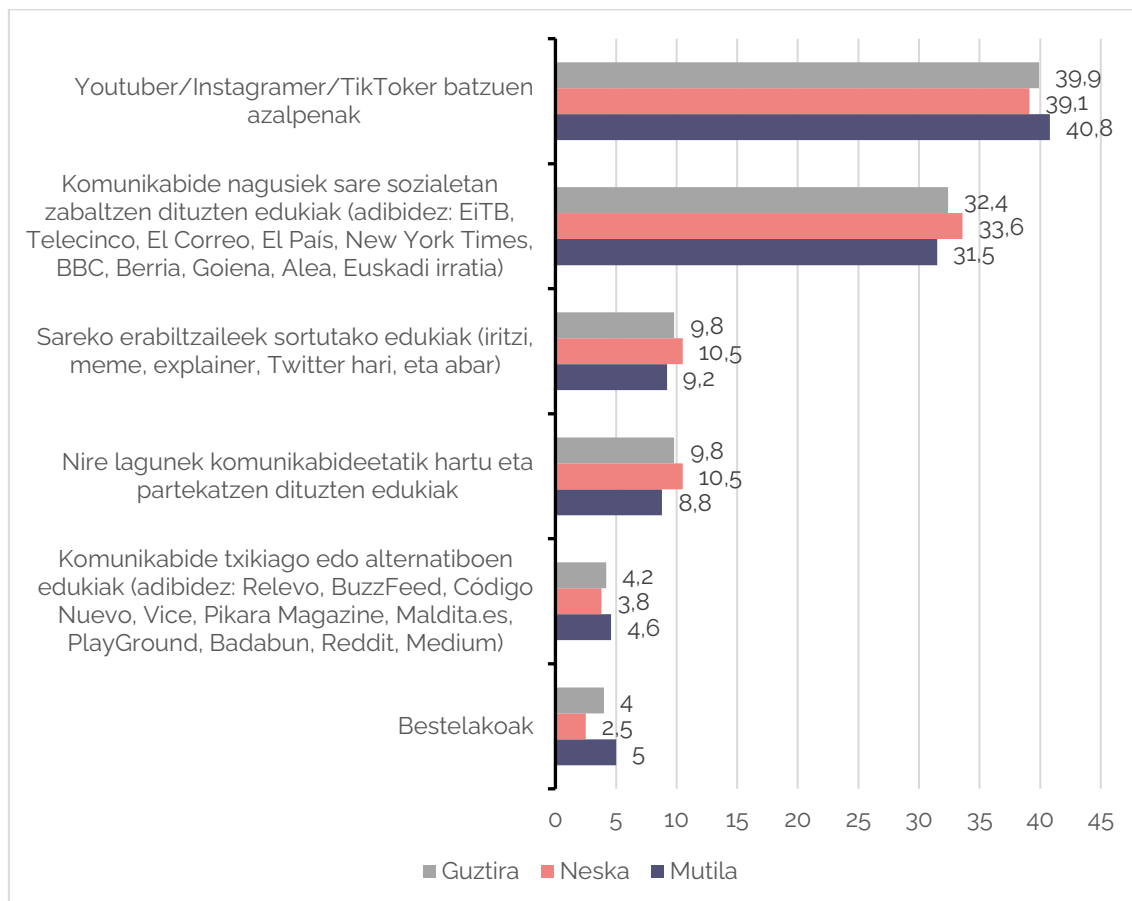
Galdetu diegunean ea informatzeko sare sozialak erabiltzen ote dituzten, erantzuna garbia da, hamarretik zortzi paseak aitortzen die informazio-iturri izaera. Lehen galdera orokor honen ostean sakonduko dugu zeintzuk diren informatzeko asmoarekin gehien erabiltzen dituzten sare sozialak eta ea ezberdintasunik antzeman daitezkeen nesken eta mutilen portaeretan.

85. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek informatzeko zein den gehien erabiltzen duten sare soziala, generoaren arabera (2024-2025)



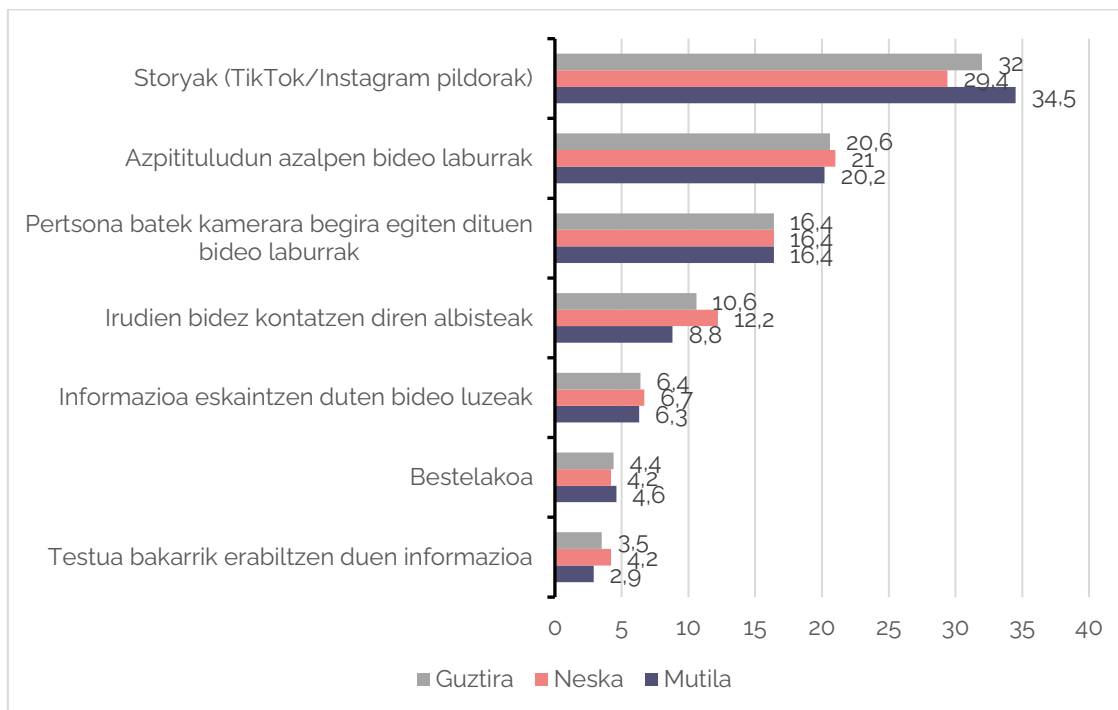
Informazioa jasotzeko gehien erabiltzen dituzten bi sare sozialak dira TikTok (% 40,1) eta Instagram (% 26,2). Nesken artean joera hau nabarmenagoa da mutiletan aurkitu duguna baino. YouTube da gazteentzako hirugarren informazio-iturri nagusia (% 15,4), baina honetan mutilek nesken kopurua bikoiztu egiten dute.

86. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek sare sozialetan informatzeko gehien erabiltzen duten iturria, generoaren arabera (2024-2025)



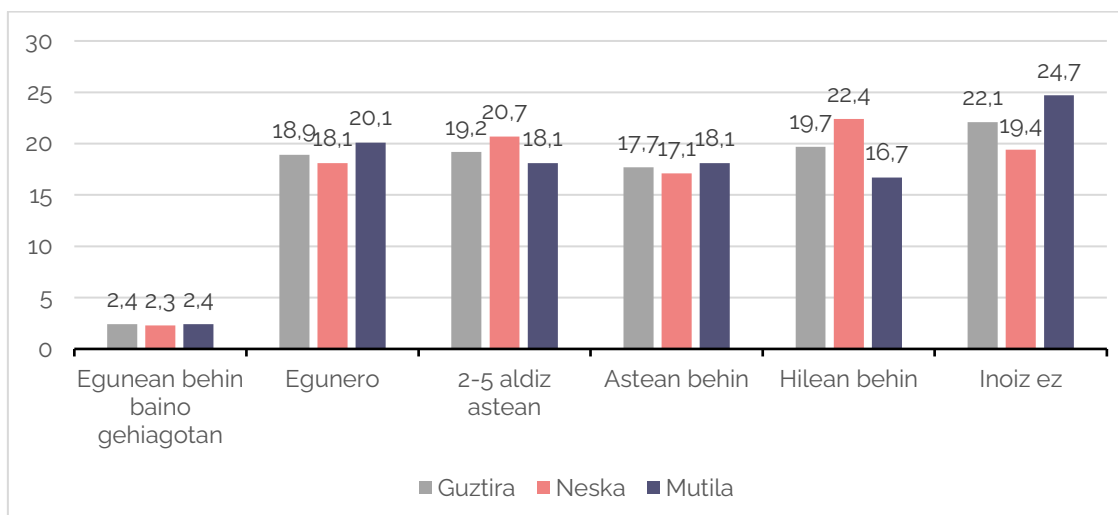
Albisteak sare sozialetatik jasotzen dituztela ikusi dugu, baina informazio horren jatorria zein den argituko dugu honako galderaren bidez. Hala nola, bi dira informazioa eskaintzen duten bi eragile nagusienak gazteentzako: *youtuber/blogerrak* (% 39,9) eta komunikabide nagusiek sare sozialetan dituzten perfilak (% 32,4). Maila apalagoan aurkitu ditzakegu beste bi eduki sortzaile: sare sozialetako erabiltzaileak eta inkestatutako gazteen lagunak (kasu bietan % 9,8nako kopuruarekin).

87. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek sare sozialetan informatzeko gehien erabiltzen duten formatua, generoaren arabera (2024-2025)



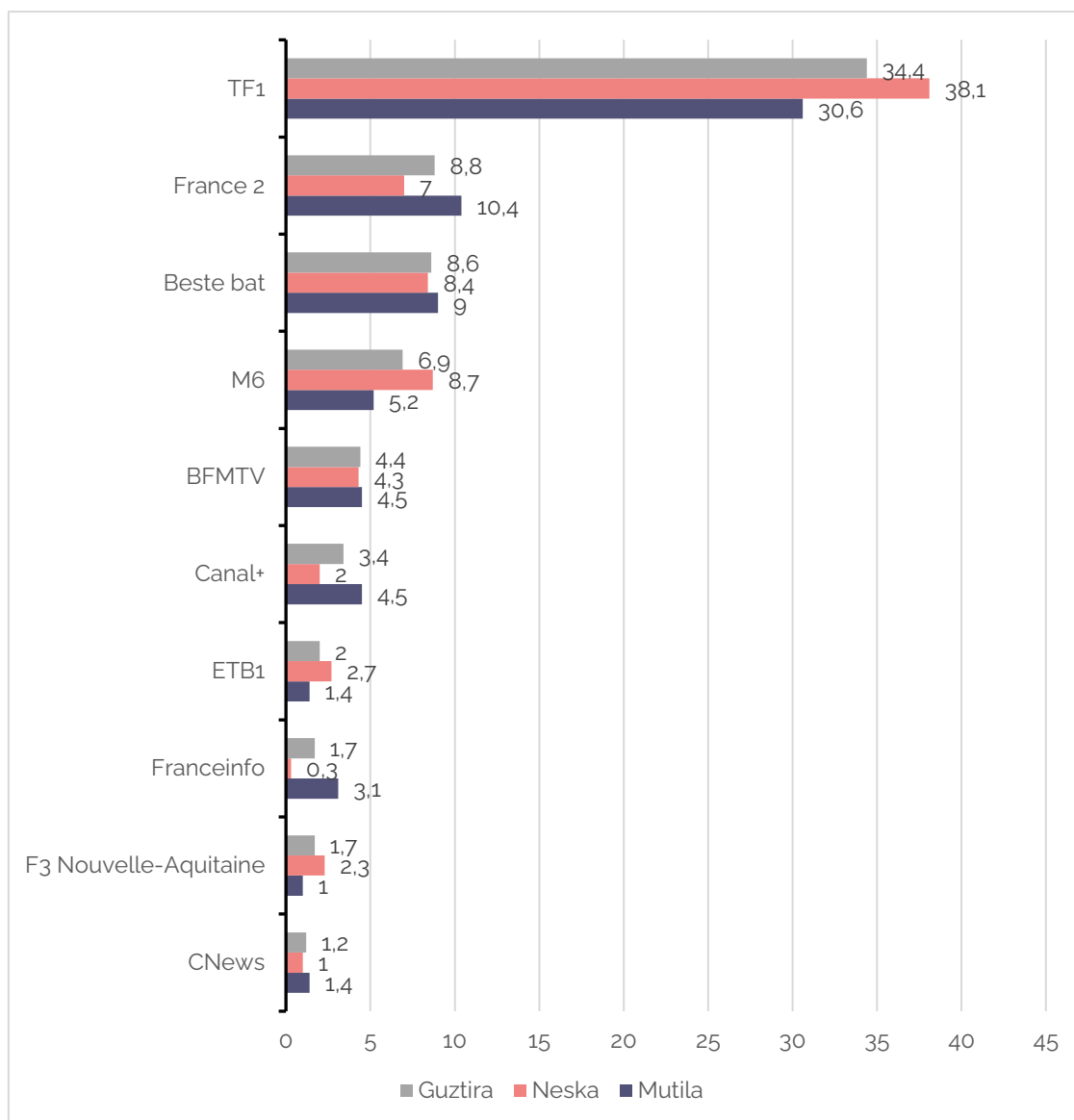
Eta informazioa jasotzerakoan gehien gustatzen zaizkien formatuak zeintzuk dira? TikTok edo Instagrameko storyak (% 32), azpitituluez baliatzen diren bideo laburrak (% 20,6) eta kamerara begira informazioa eskaintzen duten pertsonak erabiltzen dutenak (% 16,4).

88. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek telebistako albistegiak ikusteko maiztasuna, generoaren arabera (2024-2025)



Lehen ikusi dugu bezala, telebista da informatzeko erabiltzen duten bigarren iturri nagusia. Horretan sakondu ahal izateko, galdetu diegu ea medio honetan zenbatero ikusten dituzten albistegiak. Eguneroko maiztasunarekin albistegiren bat ikusten dutenen ehunekoa 21,3 da eta, asteko erreferentzia hartuz, 2-5 aldiz ikusten dutenenak gora egiten du nabarmen (% 36,9). Edozelan ere, hilean behin telebistaren bidez informatzen direnak edota inoiz albistegiak ikusten ez dituztenen kopuruak gehitzen baditugu oso handia da: % 41,8.

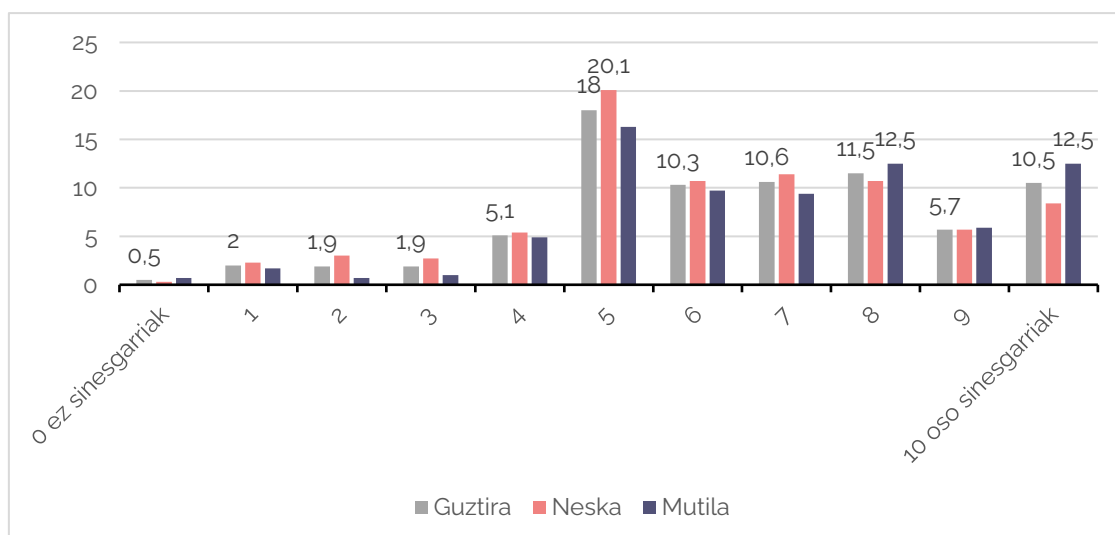
89. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek telebistako albistegiak ikusteko kanal maitatuena, generoaren arabera (2024-2025)



Albistegiak ikusten dituzten gazteentzako telebista kanal maitatuena zehazteko eskatu diegu inkestan parte hartu duten ikasleei. TF1 da zalantza gabe kanalik preziatuena (% 34,4), bereziki nesken artean (% 38,1). Horren atzetik datoz France 2 (% 8,8), M6 (% 6,9), BFMTV (% 4,4) eta Canal+ (% 3,4).

Haiek maitatuenak dituzten albistegien sinesgarritasunari buruz galdetu diegu ondoren. Oro har, esan daiteke albistegiak badirela sinesgarriak, baina balorazioak oso sakabanatuta daude, beheko irudian ikusi daitekeen bezala.

90. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek aukeraturiko telebista-albistegien sinesgarritasun maila, generoaren arabera (2024-2025)



Inkestatuen hirutik bik uste du albistegiak sinesgarriak direla baina ikasleen % 28,3ren puntuazioa 5-6ra mugatzen da. Inkestatuen % 22,1ek 7-8ko balorazioa ematen die eta nota altuenarekin inkestatuen % 16,2k puntuatzen ditu albistegiak.

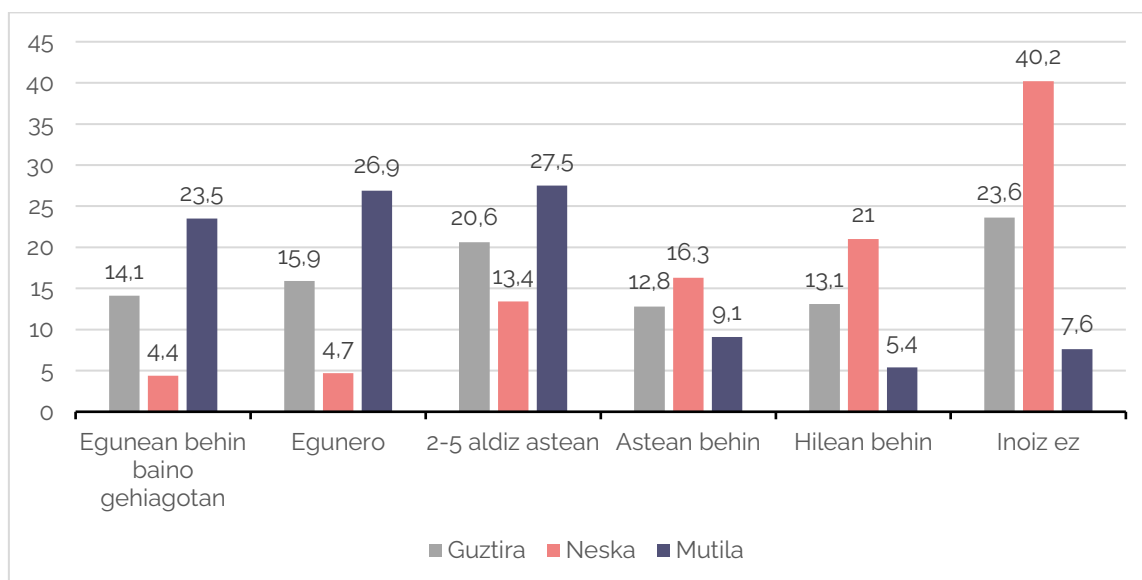
BIDEOJOKOAK

Ipar Euskal Herriko hainbat gazteren egunerokoan oso presente daude bideojokoak. Pantaila desberdinetan erabiltzen dituzten joko hauen bidez alfabetizazio digitalean ematen dituzte lehenetariko pausuak izaten dira jolasteko, erronka eta trebezia frogan bidez eta mundu birtualetan murgiltzeko aukeraz baliatuz. Bideojokoen industriak hazkunde itzela izan du azken hamarkadetan, eta gazteek daukaten kontsumoa izan da gorakada horren lekuko.

Txostenaren atal honetan, bideojokoetan aritzeko ikasleek duten ohituretan sakontzen da, besteak beste: zenbatero jolasten duten, horretarako erabilitako gailuak, maitatuenak dituzten generoak eta, amaitzeko, bideojokoetan pasatzen duten denborarekin noraino dauden pozik.

Bideojokoena oso praktika hedatua da, bereziki mutilen artean. Neskak nahiko urrun kokatzen dira mutilek adierazitako ehunekoetatik.

91. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek bideojokoetara zenbatero jokatzen duten, generoaren arabera (2024-2025)

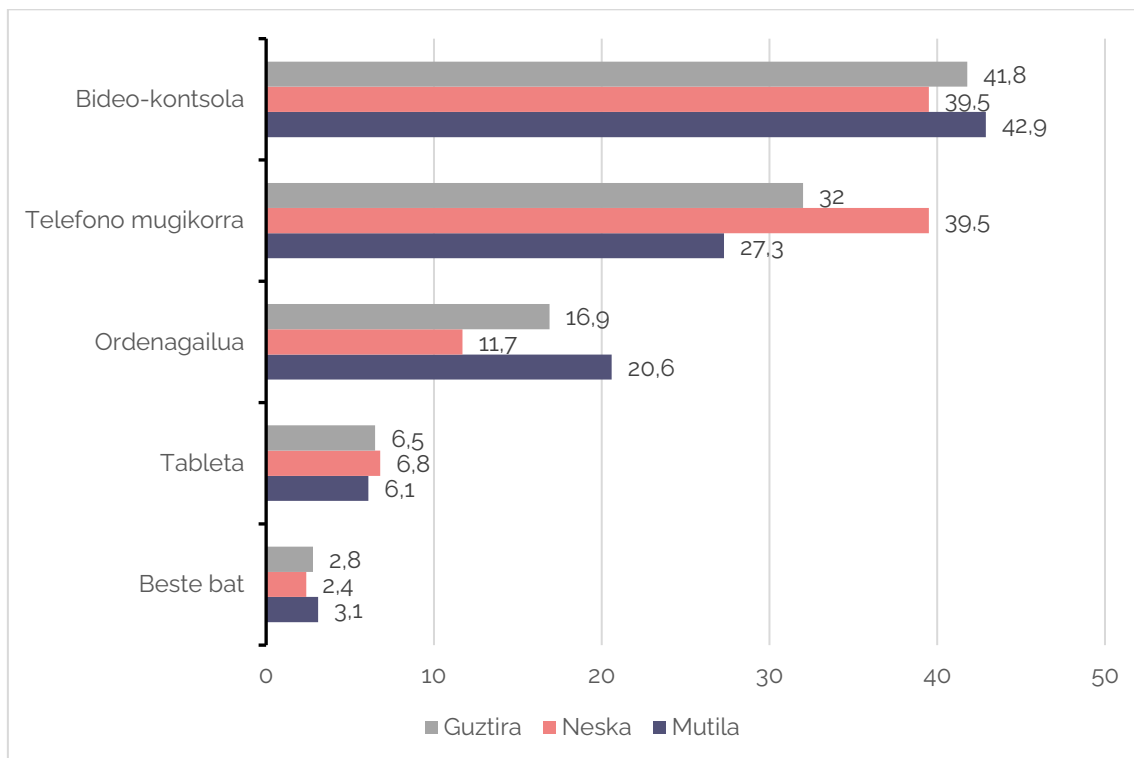


Generoaren araberako ezberdintasuna oso kontuan hartzekoa da bideojoko zaletasuna aztertzerakoan. Oro har, esan badaiteke ere gazteen erdiak baino gehiagok (% 63,4) gutxienez astean behin jokatzen duela, aztertutako ikasleen ia laurik batek egunero praktikatzen du (% 23,7).

Eta horren gainetik, aipatzekoa da zein ezberdin aritzen diren neskak eta mutilak. Nesketatik % 61,2k oso gutxitan jokatzen du, eta kopuru horretatik % 40,2k inoiz ez.

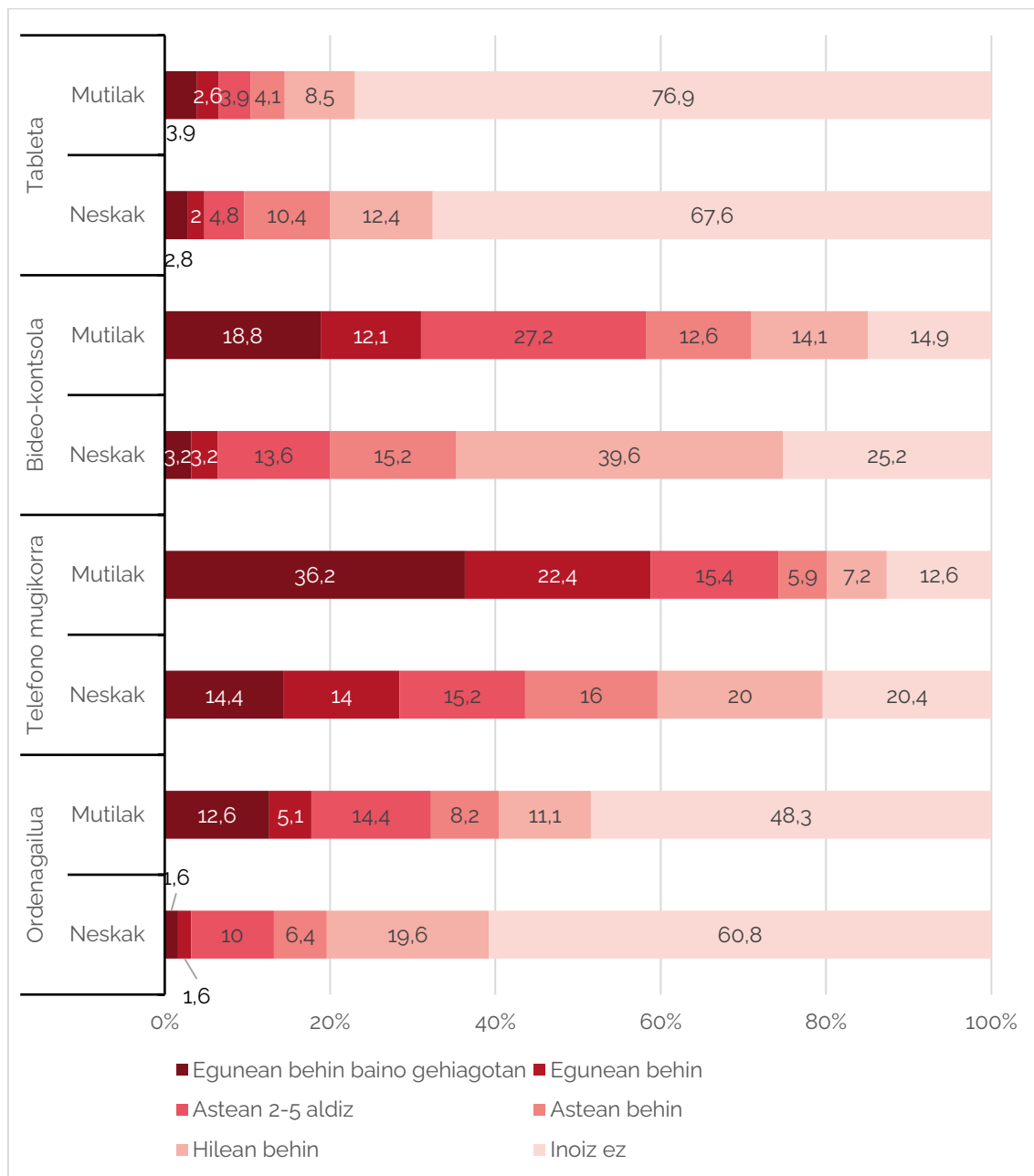
Beste muturrean, mutilen artetik, bideojokoekin inongo ala oso noizean behingo kontaktua daukatenen ehuneko 13 baino ez da. Gainerako mutilen artean % 20,6k astean 2-5 bost aldiz jokatzen du. Eta eguneroko maiztasuna adierazten dutenen kopurua % 30 da.

92. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek bideojokoetara zein gailutan jotatzen duten, generoaren arabera (2024-2025)



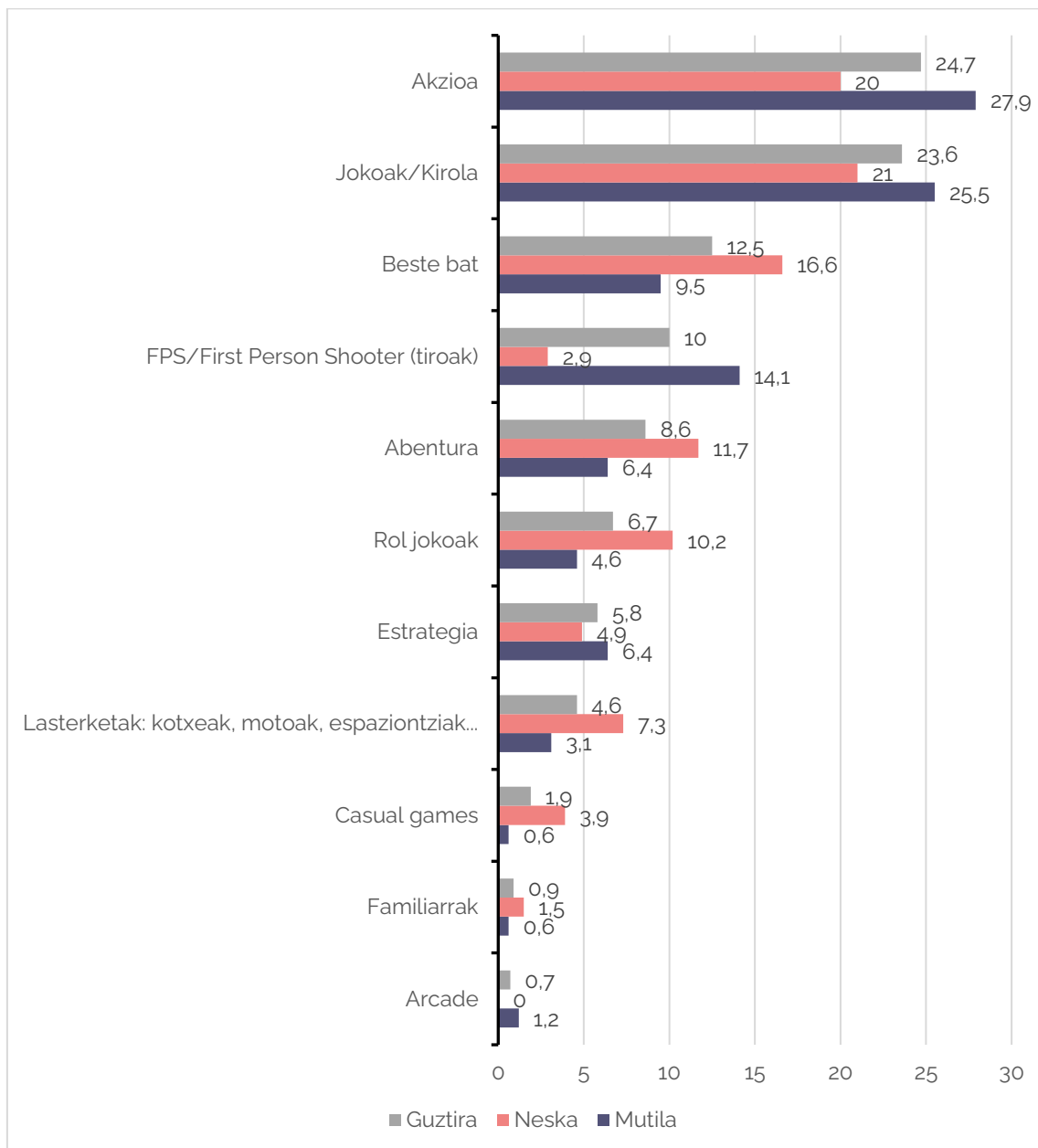
Bi dira bideojokoetan aritzeko nagusitzen diren gailuak Ipar Euskal Herriko gazteen artean: bideo-kontsola (% 41,8) eta mugikorra (% 32). Atzerago datoz ordenagailua (% 16,9) eta tableta (% 6,5). Lehenago ikusi dugun bezala mutilen artean handiago da bideojokoetara jolasteko ohitura eta maiztasuna. Mutilen artean nabarmena da bideo-kontsolen nagusitasuna (% 42,9) bestelako euskarrien aldean (mugikorra % 27,3 eta ordenagailua 20,6). Neskek berdin-berdin erabiltzen dituzte bideo-kontsola eta mugikorra (% 39,5), eta maila apalagoan ordenagailua (% 11,7).

93. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek bideojokoetarako zenbatero erabiltzen dituzten gailu desberdinak, generoaren arabera (2024-2025)



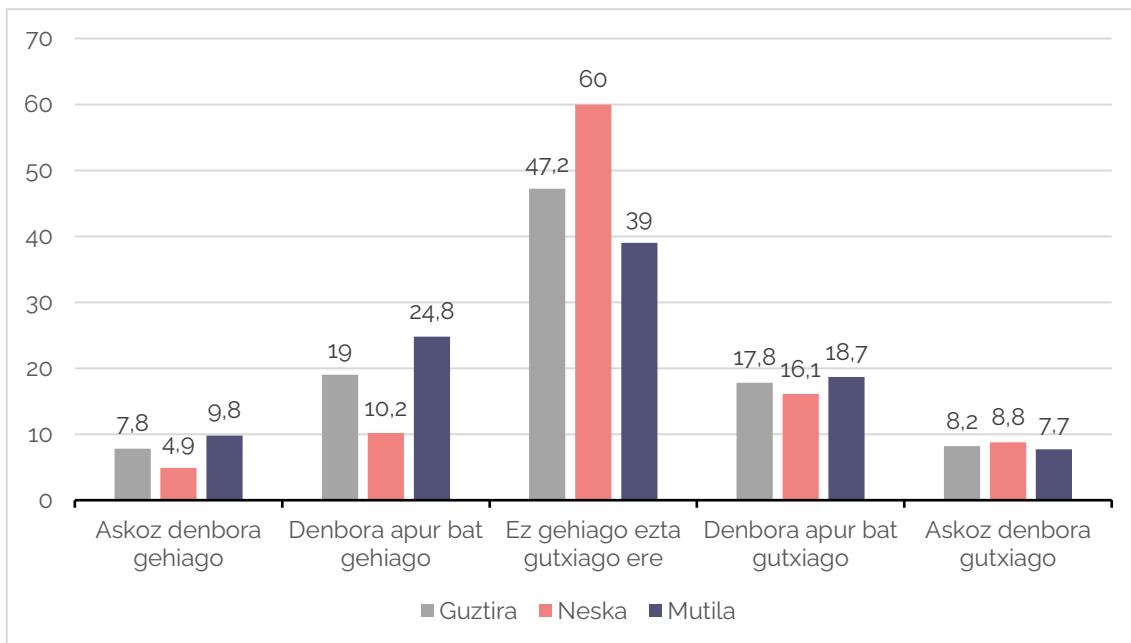
Tonu ilunagoen (maiztasun handiagoak) presentzia handiagoa ikusten da mugikorraren eta bideo-kontsolaren kasuan, baina bietan nabarmentzen da mutilen nagusitasuna. Sakelakoaren erabileraren kasuan, mutilen % 58,6k darabil egunero, nesken % 28,4rekin alderatuta. Bideo-kontsolari erreparatuta, egunero erabiltzen dutenen ehunekoa 30,9 da mutilen artean, eta 6,4 nesketan.

94. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek zein generoko bideojokoetara jotatzeko duten, generoaren arabera (2024-2025)



Gazteek gehien aukeratu dituzten bideojoko motetan, hau da, akzioan eta kirolean, gizonak nabarmentzen dira, lehenengoan 7,9 puntuko aldea ezarritik, eta bigarrenengan 4,5 puntukoa. Hala ere, alde handiena tiro jokoetan ikusten da: mutilen % 14,1ek aukeratu du eta nesken % 1,9k.

95. irudia. Inkestan parte hartu duten Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteek zein bideojokoetara denbora gehiago ala gutxiago jokatuko zenukeen, generoaren arabera (2024-2025)



Galdera honen bidez jakin nahi izaten dugu gazteak noraino dauden pozik bideojokoei eskaintzen dioten denborarekin, asebateak sentitzen diren ala tarte handiagoa ala txikiagoa pasatu nahiko luketen jolasean. Erantzunetan oinarritutako datuek erakusten dute, oro har, gazteen ia erdia (% 47,2) ondo sentitzen dela egungo kontsumoarekin. Edozelan ere, mutilen % 39 ados sentitu arren gaur-gaurkoz eskaintzen dion denborarekin, beste % 34,6k desio luke horretarako denbora gehiago edukitzea. Alta, nesken artean % 24,9 tarte murriztea nahiko luke.

LABURREAN

Ipar Euskal Herriko gazteen ikus-entzunezko kontsumoak eta IKTen erabilerak aztertzeko IKUSIKER Behategiak 1014 ikasleren erantzunak lortu ditu lehenengo inkestaldian eta 704 bigarrenean 2024-2025 ikasturtean. 11-18 urte bitarteko ikasle hauek, bosgarren mailatik terminala bitartekoan daude ikasten. Zazpi ikastetxeetako ikasleen gaineko informazioa jaso da, ikasturtean zehar eginiko bi inkestaren bidez.

Digitalizazioak ekarri dituen kontsumo modu berrietan, gazteak izaten ari dira bereziki aitzindari. Ikus-entzunezko produktuen kontsumitzaile oparoak dira eta funtzio askotarako erabiltzen dituzte Informazioaren eta Komunikazioaren Teknologiak (IKT). Kontsumo horiek gauzatzeko eskura dituzten gailuei dagokienez, ia guztiek daukate telefono mugikorra (% 92,5), baita ordenagailu eramangarria ere (% 79,6). Internetera konektatutako telebista hamarretik zazpi baino gehiagok dauka (% 76,5) eta bideokontsola % 69,7k.

SARE SOZIALAK

Ikasturtean zehar ikusi dituzten azken ikus-entzunezkoetan eta *streaming* plataformei dagokienez, bi dira galdetegietan behin eta berriro errepikatzen direnak: YouTube (% 29,8, sare sozialak (TikTok % 15,6, Instagram % 15,2 eta Snapchat % 10,1) eta Netflix (% 10,5). Telebistari dagokionez, bi kanal gailentzen dira: TF1 (% 20,7) eta Canal+ (Sport, Cinema) (% 16,2). Frantsesa da hizkuntzarik aukeratuena bietan.

Sare sozialen irismena handia da eta kontsumo oparoak sortzen dituzte. Ikasleei galdetuta zein den beraiek gehien erabiltzen dutena, erantzunetan Snapchat (% 33,8), TikTok (% 30,3), YouTube (% 13,2) eta Instagram (% 13,1) agertzen dira. Generoaren arabera ezberdintasun handiak erakusten dituzte beraientzako maitatuenak diren sare sozialak markatzerakoan. Nesken artean askogatik nagusitzen da Snapchat (% 40,5), mutilen ehunekoetatik ia-ia 14 puntu handiago. YouTube kasuan, mutilek modu argian azpimarratzen dute YouTube bere sarerik lehenetsi bezala (% 18,4) Nesken artean, ehunekoa ez da 8,8tik gorakoa.

Instagram

Sarre sozialetatik irismen-maila handienetarikoa duena da Instagram. Inkestatuen % 73,3k kontua dauka sare horretan eta erabili erabiltzen du eta gainera, maiztasun handiarekin. Gazteen % 79,8 egunero sartzen da Instagramen eta, horrezaz gain, % 42,9 egunean behin baino gehiagotan. Nesken artean kopuru horiek are eta altuagoak dira.

Instagrameko baliabaideen artean, Story-ak eta Reel-ak dira gehien erabiltzen dituztenak, hala da inkestatutako nesken % 49,6n eta mutilen % 41en.

Instagramen noren perfilak jarraitzen dituzten galdetuta, erantzunetan genero marka nabarmena dago. Alegia, nesken artean oso zabalduta dago lagunak jarraitzea (% 51,1) baina mutiletan kopuru hori % 27,2 da. Kontrara, mutilen % 46,7k bereziki kirolariak jarraitzen dituzte eta nesketan erdira jaisten da kopuru hori: % 17,4.

Instagram zertarako erabiltzen duten galdetuta, hiru arrazoi aipatzen dituzte gehien eta horietan kontsumo-maiztasun handiagoa daukate: entretenitzea, informatuta egotea eta lagunekin harremanetan mantentzea. Entreenimenduari dagokionez, gazteen % 78,1ek oso maiz erabiltzen du Instagram horretarako, informazioari dagokionez maiztasun handikoen artean kokatzen eta gazteen % 61,4 hori egiten du. Harremanetan mantentzea da Instagram kontsumitzen duten gazteen % 59k maiz egiten duena.

Instagrami buruz gazteek dituzten pertzepzio eta iritzien artean, sare sozial horretan "itxurakeria gehiegi" dagoela uste dutenen ehunekoa 43,5 da. "Denbora galdu arazi" egiten duela pentsatzen du gazteen % 20,8k, baina beste % 39,4k ez du halakorik uste. "Kontsumoa bultzatzen" duela pentsatzen du gazteen % 38,2 (baina horrekin ados ez daudenen kopurua % 36,1 da). "Bizitza alaitzen" duela sinistuta daudenen kopurua % 37,2 da, baina beste % 47,4 ez du garbi halaxe denik.

Sare sozial honetan pasatzen duten denborarekin pozik dauden galdetuta, % 67k egungo denbora-tartean mantenduko litzatekeela dio, paretsu neskak eta mutilak. % 23,6k denbora gutxiago eskaini nahiko lioke eta bakarrik % 9,4k puztuko luke Instagramen konektatuta ematen duen denbora.

Azkenik, Instagramen gainera iritzi orokorra ematerakoan, Ipar Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen hirutik bi 7tik gorako nota jartzen diote, antzematen da balorazio hobexeara nesken artean.

Snapchat

Iparaldeko gazteen artean indartsua da bat-bateko mezularitza ahalbidetzen duen Snapchat izeneko eta hala ikusi daiteke gure kasuan 11-18 urte bitarteko ikasleen portaerei erreparatuz. Hala nola, hamar ikasletik zortzik erabiltzen du Snapchat (% 81,8). Hori gutxi balitz, erabilera-maiztasun handia du, hala nola, % 85,6 egunero konektatzen da (horren barruan, % 66,1ek behin baino gehiagotan). Nesken arteko maiztasuna handiagoa da, mutilena baino.

Snapchat erabiltzeko arrazoiak artean hiru nagusitzen dira inkestan parte hartu duten gazteen artean: lagunekin egotea, denbora pasatzea eta, maila apalagoan, bideoak edo argazkiak ikustea.

Orokorrean, Snapchati buruz gazteek dituzten iritziei dagokionez, Gehiago dira pentsatzen dutenak Snapchat ez dela denbora galtze bat edo ez duela berezkoa kontsumoa bultzatzea. Orokorrean, oso txertatua daukate Snapchat haien egunerokoan eta horrek zaildu egiten die kontrako iritzi nabarmena azalartzea. Modu horretara, % 59 ondo sentitzen bada ere gaur egun sare sozial honetan pasatzen duen denborarekin, gehiago dira apur bat gutxiago pasa nahiko luketena (% 19,8) eta baita askoz denbora gutxiago ere (% 7,2).

Oro har, Snapchat puntuatzerakoan, gehienek oso nota ona ematen diote: % 77,7k zapitrik gorakoa eta, horretatik % 24,5ek hamarrekoa, zuzen zuzenean.

YouTube

Gazteek YouTube sartzeara oso barneratuta daukate, baina argi dago mutilek neskek baino gehiago darabiltela sare hau. Inkesten emaitzek erakusten dutenez, mutilen % 39,3k erabiltzen du YouTube egunero, nesken % 15,8rekin alderatuta. Astearen behinetik beherako kontsumoetan mugitzen da nesken erdia baino gehiago (% 58,3).

Maiztasunaz gain, erabilera-denboran ere mutilen nagusitasuna ikusten da. 30 minutuko kontsumoaldietatik gorako mutilen ehunekoa altuagoa da. 0-30 minutukoetan aldez, neskena.

Arretari dagokionez, gazteen erdia buru belarri mantentzen da pantailara begira eta beste erdiak konbinatu egiten du beste zereginen batekin, izan jatea, ikastea ala etxeko lanak egitea.

YouTuberako gehien erabiltzen duten gailua, beste zeregin askotarako bezala, telefono mugikorra da, hala dio ikasleen % 49,2k.

Maitatuagoak dituzte edukiei dagokionez, neskentzako eta mutilentzako *youtuberrek*, *gamerrek* ala *vlogerrek* sortutakoak dira (% 39) preziatuenak. Baina horrezaz gain generoaren arabera ezberdintasunak agerian gelditzen dira: mutilek kirola aukeratzen dute eta neskek makilajea eta moda eta zinema eta serieak.

YouTuben ikusten dituzten bideoetan frantsesa da hizkuntza nagusia, gaztelania eta ingelesaren aurretik.

YouTuben zer ikusi erabakitzerakoan, gomendioak nondik jasotzen dituzten galdetuta, hiru iturri gailentzen dira: % 39,9 aplikazioa bera, % 23,1 lagunak eta % 18,8 sare sozialak.

YouTube modu aktiboagoan erabiltzen dutenen kopurua % 11,3koa da, handiago mutilen artean (% 18,2), horrek esan nahi du gehiagotan bideoak igo ala zuzenekoak egiten dituztela. Frantsesa da hizkuntza nagusia sare sozial honetarako sortu ala igotzen dituzten bideoetan (% 71,9).

Youtuberi eskainitako denborarekin pozik dago ikasleen % 67,7. Gainerakoen artean, apur bat gorago dago denbora gehiago eskainiko lioketenak (% 17,9).

Azkenik, orokorrean, YouTube ondo baloratzen dute, baina ezberdintasunak daude nesken eta mutilen artean. Zati bat 7-8ko notaren aldekoak da (% 38,4), bestea 9-10 bitartean kokatzen da (% 29,2) eta, azkenik, % 26,9 bosta eta seiaren inguruko notara mugatzen da.

TikTok

Hiru ikasletik bik (% 68,1) kontua du TikToken eta indar hori nabaria da erabilera-maiztasuna eta baita eskaintzen dioten denboran ere. Nesken % 71,5 eta mutilen % 63,2 egunean behin baino gehiagotan sartzen da TikToken (beste % 19,7 egunean behin).

TikToken ikusten dituzten bideoetan frantsesa da hizkuntza erabiliena (% 74) eta atzerago datoz ingelesa (% 14,8) eta gaztelania (% 8,6). Gauza bera gertatzen da ikasleek beraiek egiten dituzten bideoetan ere eta % 71 frantsesez ala gehien bat frantsesez dira.

TikTokera bideoak igotzen dituzten ikasleen kopurua altua da, ia-ia hirutik bat (% 30,6). Horretan neskak dezente aktiboagoak izanik (% 41). Ekoizpen horiek gehien bat "tendentzia diren bideoak" (% 18,8), koreografiak (% 17,4), bideo barregarriak (% 16,9) eta kantuen *coverrak* edo bertsioak (% 15) izaten dira.

Lehen esan dugunaren harira, euskararen presentzia apala da TikTokerako egiten dituzten bideoetan. Hala nola, frantsesa da hizkuntza lehenetsia gazteen % 70,1ean eta % 19,3k aukeratzen du euskara edo, behintzat, frantsesaren parean kokatzen du egiten dituen bideoetan.

Amaitzeko, eta TikToken pasatzen duten denborari buruzko irakurketa egiterakoan, gazteen % 29,5 bakean dago TikToken konektatuta egoten den denborarekin. Hortik aurrera, % 54,4k denbora gutxiago pasa nahiko luke sare sozialean eta hemen neskak nabarmentzen dira denbora gutxiago konektatu nahian (% 58,8), mutilen aurretik (% 48,8).

Oro har, TikToken gaineko oso balorazio positiboa egiten dute, gazteen % 31k hamar punturekin ebaluatzen du TikTok. Eta oro har, 8-10 puntu artekoan kokatzen dira gazteen % 68,6.

X (Twitter)

Azken urteotan antzemandako beherakada mantendu egiten da sare sozial honetan, eta gazteen % 85,4k ez dauka konturik Xn. Nesken artean (% 96,5), mutilen artekoan baino ia-ia hamar puntu gehiago da konturik eduki ez edo erabiltzen ez dutenen kopurua.

Sare honen ahulezian arreta jarritz, erabilera maiztasuna ere txikia da. % 34k astean behin edo gehiagotan erabiltzen du, beste % 21,4k hilean behingoa eta handiena da inoiz sartzen ez direnen kopurua: % 44,7.

STREAMING PLATAFORMAK

Netflix da VoD plataforma hedatuena (% 84,1). Gainera, inkestatutakoen erdira iristen da beste bi hauek dauzkatenak: Amazon Prime Video (% 53,6) eta Disney+ (% 53,4). Mutilen artean kirolarekin zerikusia dauzkaten beste batzuk ere aipatu dituzte: Dazn (% 16,7), BeIN Connect (% 19,3) eta Rakuten TV (% 14,7).

11-18 urte bitarteko gazteen % 41,3k astean 2-5 aldiz erabiltzen ditu *streaming* plataformak. Hori maiztasun ohikoena den arren, beste % 20,2k egunero erabiltzen du VoD plataformaren bat.

Plataformetan ikusten dituzten edukiak frantsesez izaten dira gehien bat (% 74,7) eta gutxi izan arren azpidatziak erabiltzen dituztenak, horiek ere frantsesez izaten dira nagusiki.

OTT hauen gaineko ebaluazio orokorra egiteko eskatu zaienean, oso ona egiten dute. % 29,8k hamarrekota nota aukeratu du eta beste % 16,3k bederatzikoa.

PODCASTAK

Inkestatutako gazteen % 73k ez du podcastak entzuteko ohiturarik. Gainera, podcastak entzuten dutenen % 12,5 hilean behin baino ez da aritzen zeregin horretan. Maiztasun altuagoa daukatenen artean, aipatzekoa da astean behin (% 6,3) eta astean 2-5 aldiz entzuten dituztenak direla ohikoenak (% 5,5).

Mugikorra da podcastak entzuteko gailu hedatuena (% 63,2), nesken artean bereziki.

Inkestatuen % 26,8k kirola du gairik maitatuena podcastak entzuterakoan eta bigarren multzo batean, ehuneko hamarraren inguruan musika, elkarrizketak eta *youtuber, gamer eta vloggerren* edukiak. Ezberdintasun handiak antzematen dira neska eta mutilen artean. Neskek ere kirola entzuten dute baina proportzio berean aukeratzen dituzte musika eta elkarrizketak. Mutilek nabarmenago egiten dute kirolaren aldeko apustua % 39,5.

Podcastei buruzko balorazio orokorrean, bostaren inguruko puntuak dira ohikoenak. Batez beste, mutilek ebaluazio hobearekin baloratzen dituzte podcastak (9-10 tartean mutilen % 18,6 kokatzen da nesketan % 10,9).

MUSIKA

Bi toki zaizkie ohikoenak gazteei musika entzuteko: etxea (% 58) eta kotxea (% 18,8). Eta telefono mugikorra da gehien erabiltzen duten gailua, gazteen % 79,5ek hala egiten du. Spotify da aplikaziorik aukeratuena (% 57,1), Youtube (% 19,4) eta Deezer (% 15,3) baino maizago aukeratzen baita.

Gazteen 79,9k irratia ere erabiltzen du musika entzuteko. Eskura dituzten emisoretatik NRJ (% 22,5), Skyrock (% 16,9) eta, atzerago, France Bleu (% 4,9), RTL (% 4,2), Euskal Irratiak taldeko emisorak (% 4,2) eta Gaztea (% 3,6) kokatzen dira.

Musika motari dagokionez, Rapa da arrakastatsuena (% 29,5) besteen aurretik. % 16,3k Popa eta % 10,4k Pop/rocka aukeratzen dute.

TELEBISTA

Gaur-gaurkoz, 11-18 urte bitarteko gazteen artean aipatzeko moduko irismena dauka telebistak. Ia-ia hirutik batek egunero ikusten du eta beste % 29,8k astean 2-5 aldiz, antzerako proportzioan neskak eta mutilak.

Gehien ikusten dituzten telebista kanalen artean daude TF1 eta Canal+en aukera desberdinak. Kontuan hartzekoa da "beste bat" delako etiketa horren barruan sartzen direla identifikatu gabeko kanalak eta baita bestelako ikus-entzunezkoak ere, baita YouTube ala Instagram bidezkoak ere. Mutilek hobesten dute kirola eta zinema eskaintzen duen Canal+ eta nesken artean TF1 da aukeratuena.

Telebistan ere frantsesa hobesten dute gazteek (% 83,2), gaztelania (% 11,6) da bigarrena eta ingelesa eta euskara atzerago datoz (% 2,9 eta % 1,1, hurrenez hurren). Oro har, euskarazko edukiak telebistan astero ikusten duten gazteen ehunekoa 19,3 da.

Telebistaren gaineko balorazioa orokorra eskatu diegunean, 11-18 urte bitarteko gazteen % 37,4k 7-8ko nota ematen diote, beste lautik batek 5-6koa eta antzerako kopuruan 9-10ekoa.

INFORMAZIOA

Bi dira gazteentzako informazio-iturri nagusiak, sare sozialak (% 39,9) eta ohiko telebista sekuentziala (% 31,5). Gutxiago dira irratia (% 5,4) eta webguneak (% 4,1)

aipatzen dituztenak. Inkestatu ditugun gazteen % 15,8k dio ez dituela inongo albisterik ikusten, entzuten edo irakurtzen.

Gazteen % 81,1 sare sozialen bidez informatzen dela esaten du. Eta horretarako TikTok (% 40,1) eta Instagram (% 26,2) dira aipatuena. Nesken artean, sare sozial horien pisua handiagoa da mutilen artean baino. YouTube izanik gazteentzako hirugarren informazio-iturri aipatuena (% 15,4), mutiletan askoz nabarmenago.

Sare sozialetan zabaltzen den informazioaren jatorriari dagokionez, bi aipatzen dituzte nagusiki gazteek: *youtuber/blogerrak* (% 39,9) eta komunikabide tradizionalak sare sozialetan dituzten perfilak (% 32,4). Formatoei dagokionez, TikTok edo Instagrameko storyak (% 32), azpigituluak dituzten bideo laburrak (% 20,6) eta kamerara begira dauden pertsonak (% 16,4) dira gehien azpimarratu dituztenak.

Telebistako albistegiak dira gazteentzako bigarren informazio-iturri nagusia. Egunero ikusten dutenen kopurua % 21,3 da eta, asteko erreferentzia hartuz, 2-5 aldiz ikusten dutenena, % 36,9. Albistegiak ikusi ez edo oso gutxitan egiten dutenen kopurua handia da, biak batuta, gazteen % 41,8.

TF1 da albistegiak ikusten dituztenen kanal maitatuena (% 34,4), bereziki nesken artean (% 38,1). Beherago kokatzen dira France 2 (% 8,8), M6 (% 6,9), BFMTV (% 4,4) eta Canal+ (% 3,4).

Telebista kanaletan jasotzen duten informazioaren sinesgarritasunari dagokionez, hirutik bik uste du sinesgarriak direla baina ikasleen % 28,3ren puntuazioa 5-6ko ematen die. Gazteen % 22,1ek 7-8an kokatzen du sinesgarritasuna eta % 16,2k nota altuenarekin puntuatzen ditu albistegiak.

BIDEOJOKOAK

11-18 urte arteko gazteen erdia bideojokoetan aritzen da gutxienez astean behin, hedadura hori baina askozaz handiagoa da mutilen artean. Mutilen % 42,8 egunero-egunero konektatzen da, kopuru hori % 23,7 da nesken artean.

Orain arte aipatu ditugun sare sozialen erabilerari dagokionez, ikusi dugu telefono mugikorra izaten dela gazteek lehenesten duten gailu elektronikoa. Bideojokoen kasuan bideo-kontsola nagusitzen da (% 41,8) eta, aipatutako mugikorra, da % 32k gehien erabiltzen duena. Mugikorren aldeko hautua ere oso nabaria da nesken

artean (kasu bietan % 39,5), seguruen hauei gustatzen zaizkien jokoak bertan aurkitu daitezkeelako eta mutilei dagokionez, bideo-kontsola da gailurik ohikoena.

Gailu batzuen ala besteen aldeko hautua agerian gelditzen da baita hauen erabilera-maiztasunean ere. Hau da, mutilen bideojoko zaletasuna, bideo-kontsolen aldekotasuna eta erabilera-maiztasun handiak batera datoz, beti ere nesken kopuruen oso gainetik.

Zeintzu dira baina, gazte hauei gehien maitatzen dituzten joko motak? Jasotako erantzunetan oinarrituta: akziozkoak (% 29,2), kirolean oinarritutakoak (% 18,5), *First Person Shooter (FPS)* tankerakoak (% 11,1) eta abenturazkoak (% 9,4). Espero izatekoa den bezala, honetan ere ezberdintasunak ageri dira nesken eta mutilen portaeretan. Neskek zabalagoa daukate atseginagoa duten generoen katalogoa, baina egia da akzioa hobesten dutela (% 24,8), abentura eta kirolaren aurretik. Hiru hauek akaparatzen dute beraien % 49,6. Mutilen % 72 akzioa, kirola eta FPS jokoetan zentratzen dira, gainerako joko-motak oso kopuru txikietan aipatzen dituztelarik.

Galdetu zaienean ikasleei ea noraino asetuta sentitzen diren bideojokoetan pasatzen duten denborarekin ere, emaitzak ezberdinak dira nesken eta mutilen artean. Gazteen ia erdiak dio ez lukeela gaur egun eskainitako denbora-tartea aldatu nahiko (% 47,2). Nesken artean handiagoa da kopurua, seguruenik, distantziazatik eginiko irakurketaren ondorioz (gogoan izan behar da nesken % 48,7k ez duela inoiz jokatzeko eta beste % 21,3k hilean behin baino ez). Mutilen % 39 pozik dago egungo denbora eskaintzarekin, baina beste % 34,6k desio luke denbora gehiagoz aritzea. Aldiz nesken artean % 24,9 tartea murriztearen aldekoa da.

