



nikus
er.

Unibertsitateko panela (EHU eta UPNA/NUP)

Informazioa eta
telebista

65. TXOSTENA
2026EKO APIRILA



AURKIBIDEA

IKUSIKER.....	2
1. FITXA TEKNIKOA.....	3
2. EMAITZAK.....	4
Interneten/sare sozialetan eta telebistan ikusitako azken edukiak.....	4
Informazioa.....	9
Telebista.....	28
LABURREAN.....	36
Informazioa.....	36
Telebista.....	37
IKUSIKER.....	38

IKUSIKER

Gazteek ikus-entzunezkoak kontsumitzeko eta Informazio eta Komunikazio Teknologiak (IKT) erabiltzeko ohiturak, moduak eta joerak aztertzen ditu IKUSIKER Ikus-entzunezkoen Behategiak.

2018/2019 ikasturtean sortu zen IKUSIKER Behategia eta gaur egun NOR Ikerketa Taldeaz gain beste erakunde hauek osatzen dute: EITB, Kulturaren Euskal Behatokia, Euskararen Erakunde Publikoa eta Euskarabidea.

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



EHUko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea.

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

+34 747 414 355

ikusiker@ehu.eus

Nola aipatu: Ikusiker Behategia (2026): *Informazioa eta telebista. 65. txostena.*

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

www.ikusiker.eus.

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



1. FITXA TEKNIKOA

2025-2026 ikasturtean, IKUSIKERen Unibertsitateko panelean bat egiten dute Euskal Herriko Unibertsitateko (EHU) eta Nafarroako Unibertsitate Publikoko (UPNA/NUP) 3760 ikaslek. Laginean lurralde, jakintza-arlo, fakultate eta ikasketa-maila desberdinetako gazteak daude. Landa-lanari dagokionez, ikasturtearen hasieran, aurrez aurre, ikasgeletan betetzen dute lehen inkesta eta, hortik aurrera, panelean parte hartzeko baiezkoa ematen duten ikasleei Whatsappez bidaltzen zaizkie hurrengoko bost galde-tegiak, hilean behingo maiztasunarekin.

Txosten honetan aurkitu daitezke 2026eko martxoaren 23 eta 29 bitartean informazio eta telebistari buruz egindako inkestaren emaitzak. Guztira, 2256 ikasleren erantzun baliagarri jaso dira.

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

- Generoa
- Unibertsitatea
- Lurraldea
- Ikasketa eremua
- Ikasketa-maila

2. EMAITZAK

INTERNETEN/SARE SOZIALETAN ETA TELEBISTAN IKUSITAKO AZKEN EDUKIAK

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

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

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



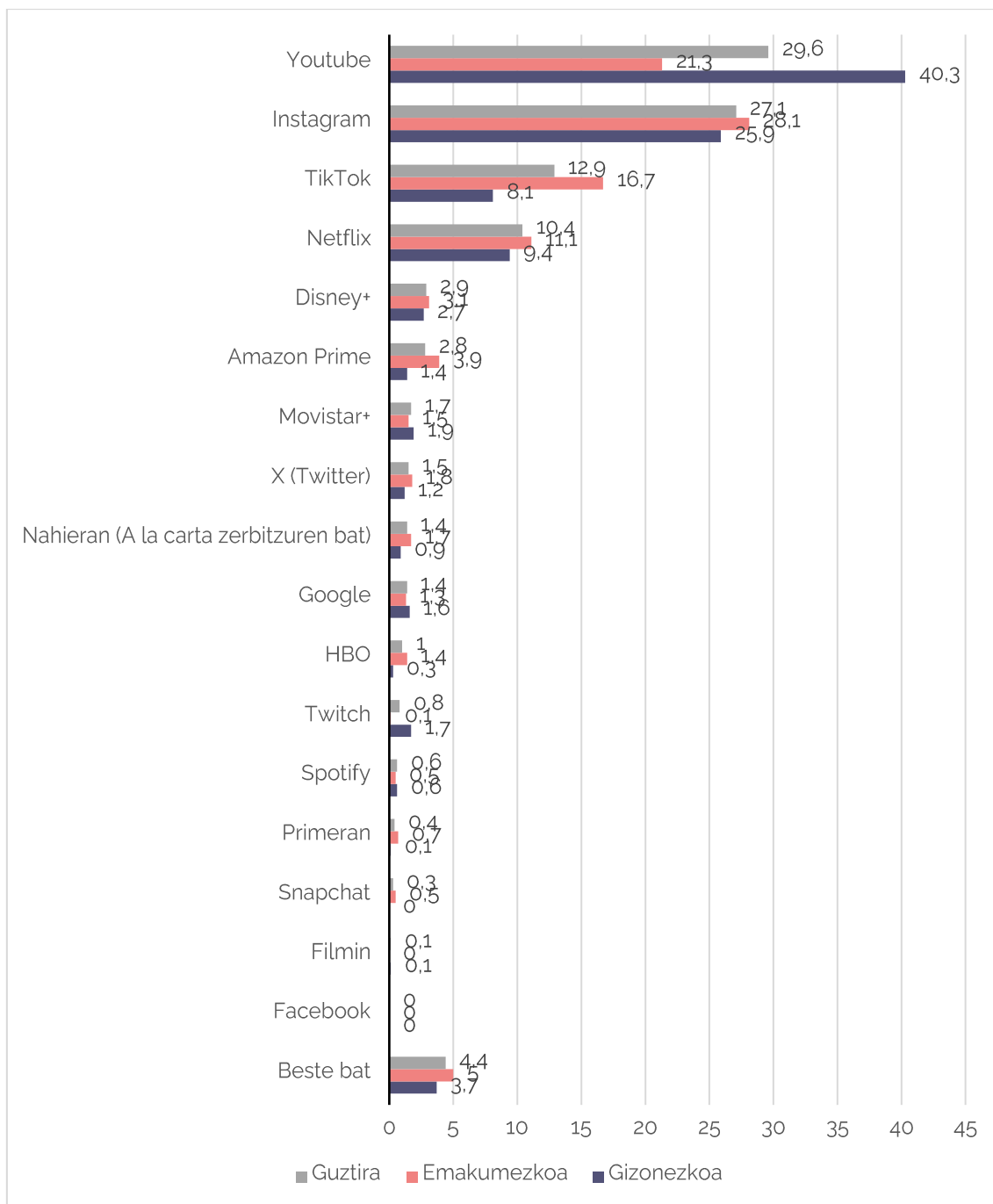
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Interneteko edo sare sozialen edukien kasuan, panelkideen % 29,6k dio azken edukia YouTube plataforman ikusitakoa dela. Beste % 27,1ek Instagramen kokatzen du eta ikasleen % 12,9k TikTok izan du Interneten ikusitako azken edukien euskarri.

2. irudia: Interneten ikusitako azken edukiaren plataforma. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Zein plataformatan ikusi zenuen Interneten kontsumitutako azken ikus-entzunezkoa?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 44.253 (% 100)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

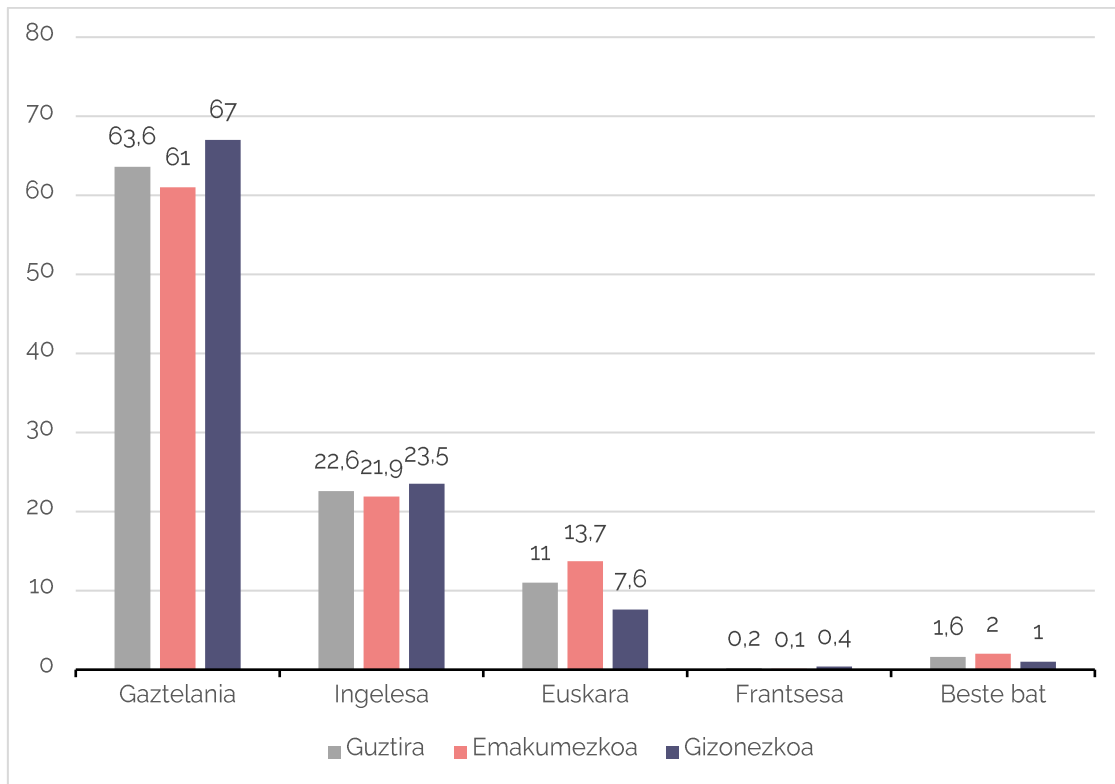
Edozelan ere, irudiak erakusten duenez generoaren arabera azken edukien artean YouTubekoak nagusitzen dira (% 40,3), Instagramekoak aurretik (% 28,1). Aldiz, emakumezkoentzat Instagram (% 28,1), YouTube (% 21,3) eta TikTok (% 16,7) dira aipatuenak.

Behoko irudian azaltzen denez, % 63,6k gaztelaniazko edukiak aipatu dituzte azkenengo kontsumitutakoak artean eta % 22,6k ingelesezkoak. Interneten ikusitako azken edukia euskarazkoa izan dutenen kopurua % 11 da.

3. irudia: Interneten edo sare sozialetan ikusitako azken edukiaren hizkuntza. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Zein hizkuntzatan ikusi zenuen Interneten kontsumitutako azken edukia?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 44.253 (% 100)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Telebistan egindako azken kontsumoan jarriko da arreta orain. Beheko irudiak telebistan azkenekoz ikusitako edukiaren idatzizko erantzunak biltzen ditu hitz-laino batean. Bat-batean burura datozkien ikus-entzunezko edukiak (*top-of-mind*) zeintzuk diren argitzen du.

4. irudia: Telebistan ikusitako azken edukien hitz-lainoa.



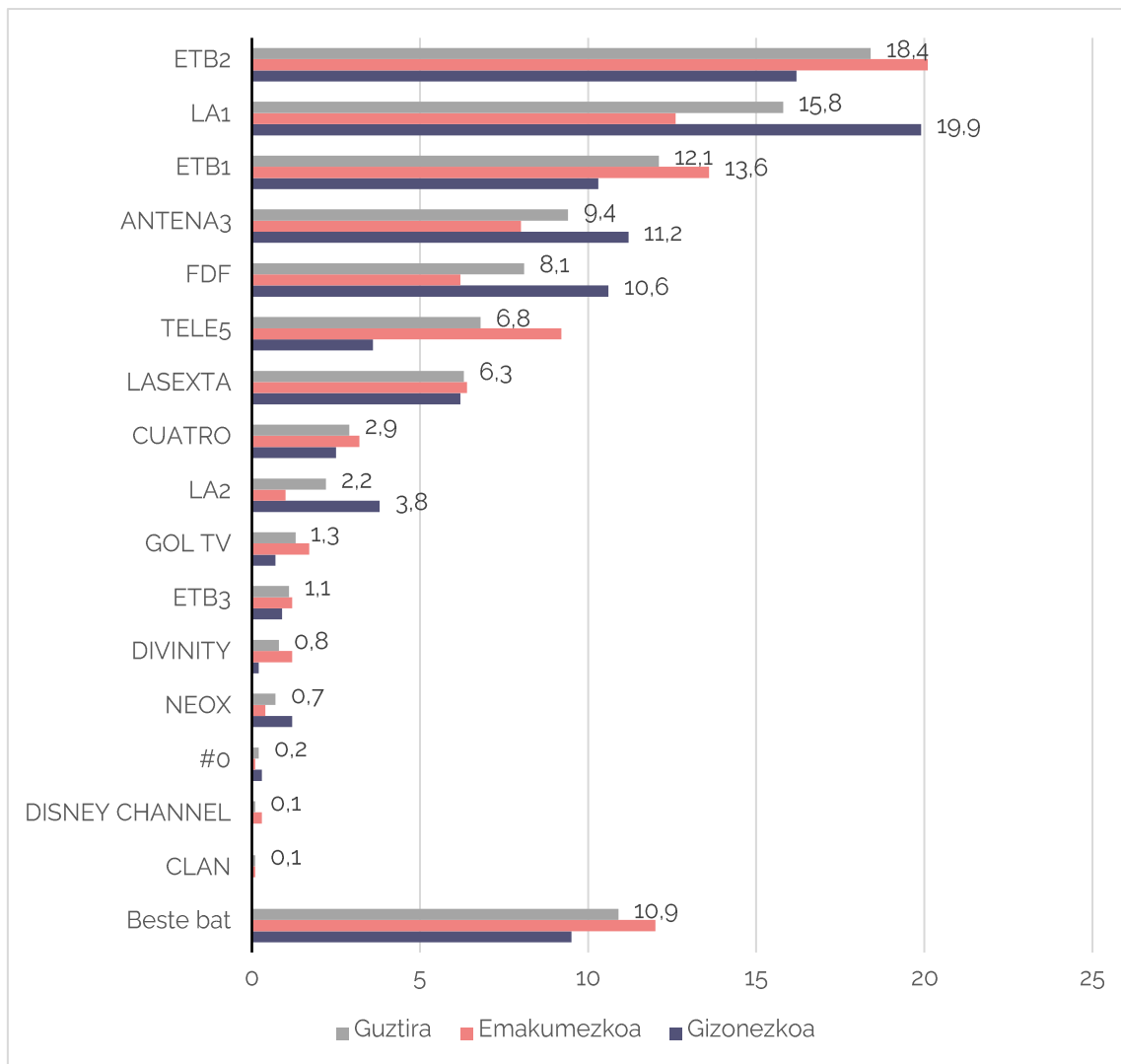
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

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

5. irudia: Zein telebista kanalean ikusi duten azken edukia. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Zein telebista kanalean ikusi zenuen telebista tradizionalen kontsumitutako azken ikus-entzunezkoa?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 44.253 (% 100)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxo.

Ikasleen % 18,4k azken edukia ETB2n ikusi du. Koska bat beherako dago LA1 (% 15,8) eta ETB1 ondoren (% 12,1). Dena den, gizonezkoek gehiago markatu dute LA1 ETB2 baino. Antena3 eta FDF kanal tematikoa gehiago markatu dute gizonezkoek ere emakumeekin alderatuta.

Goiko grafikotik deduzitu daitekeenez, ikusitako azken telebistako edukietatik euskarazkoen kopurua % 10,6 da, gainerakoen emisioa gaztelaniaz izanik.

INFORMAZIOA

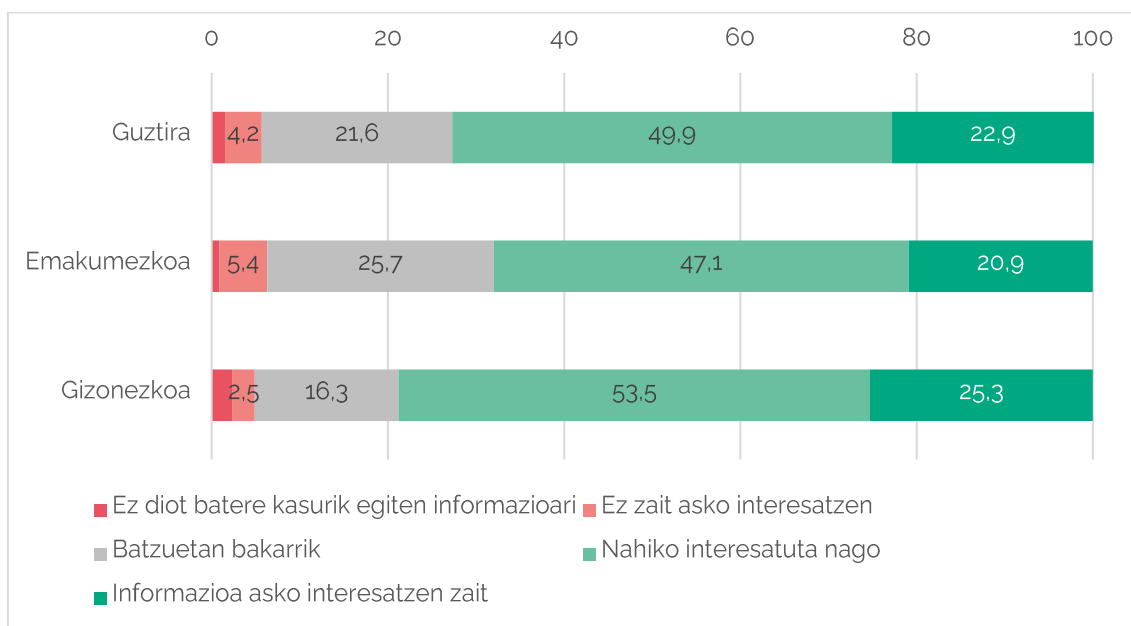
Atal honetan unibertsitarioek informatzeko duten ohituren inguruko datuak jasotzen dira: informazioarekiko duten interesa, informazio iturri eta formatu gogokoenak eta sare sozialen eta telebistaren erabilera informatzeko garaian, besteak beste.

Beheko irudian ikasleek informazioarekiko duten interesa ageri da. Ikasleen % 72,8k informazioarekiko nolabaiteko interesa erakusten du ("nahiko interesatuta nago" + "asko interesatzen zait") eta gizonen ehunekoak emakumeena baino 10,8 puntu altuagoa da.

6. irudia: Gaurkotasuneko informazioak sortutako interesa. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Zenbaterainoko interesa sortzen dizu aktualitateko informazioak?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 44.253 (% 100)



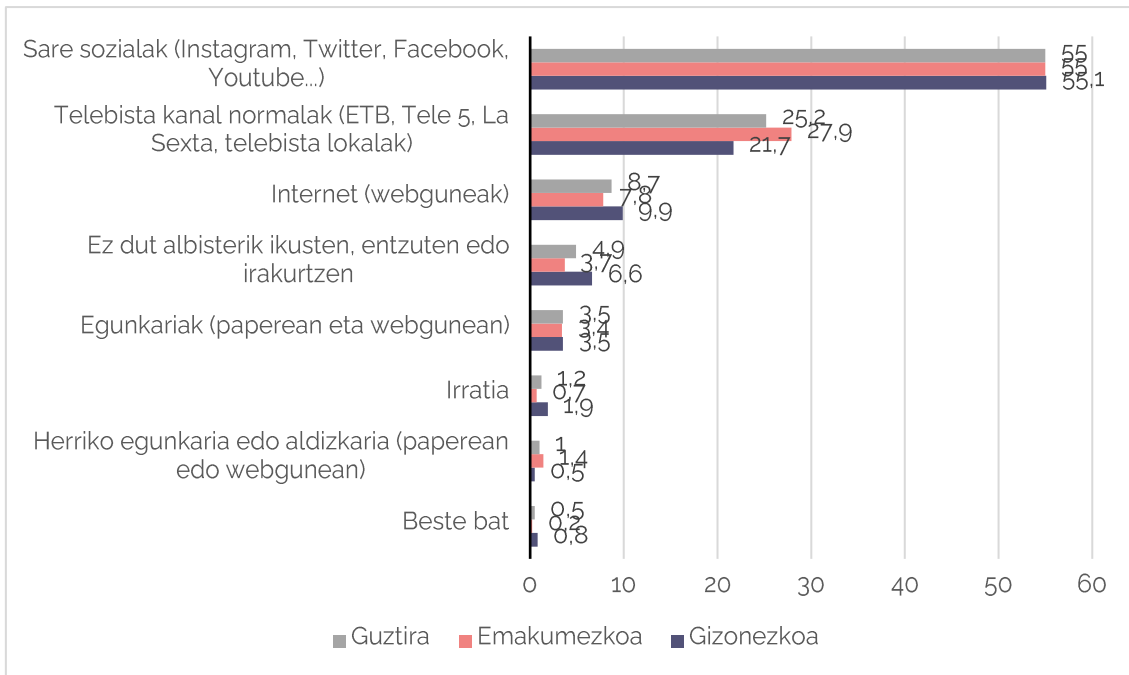
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Informazioa jasotzeko euskarri erabilienaz galdetu zaienean, ikasleen erdiak baino gehiago sare sozialak aukeratu ditu (% 55) eta laurden batek telebista kate tradizionalak (emakumeek gizonen baino gehiago). Datuak mailaka ikusita, ikasmilan gora egin ahala ikasleek gehiago aukeratzen dituzte sare sozialak eta kontrakoak ikusten da telebista tradizionalaren kasuan.

7. irudia: Albisteak kontsumitzeko euskarri ohikoena. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

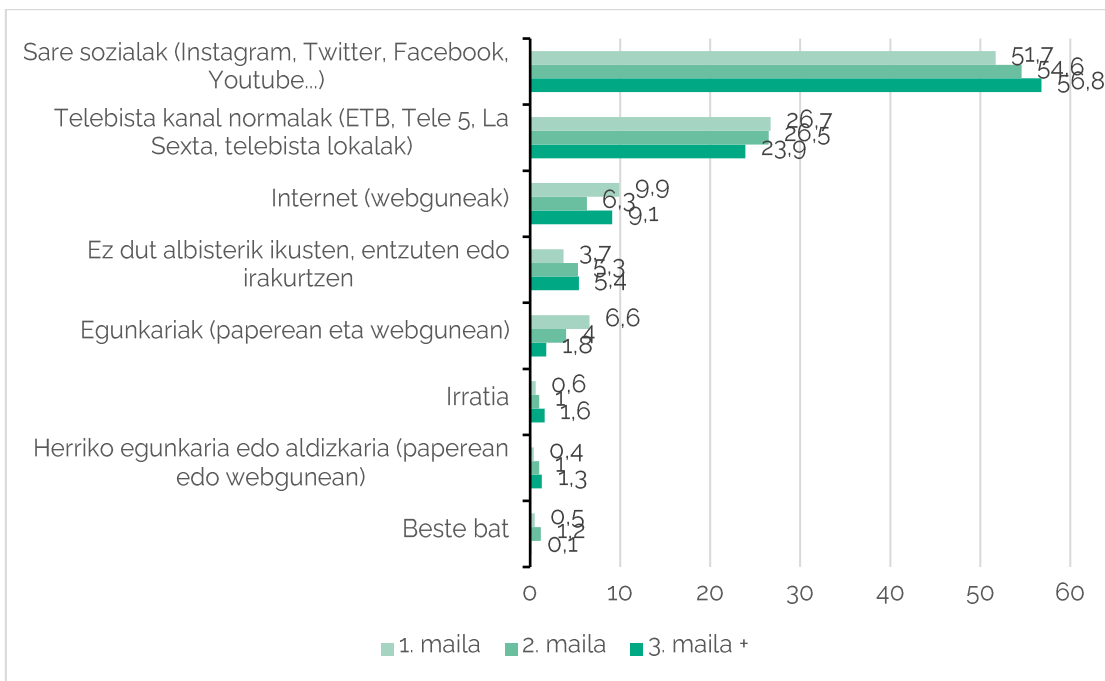
Orokorrean, non ikusten, entzuten edo irakurtzen dituzu albisteak?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 44.253 (% 100)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

8. irudia: Albisteak kontsumitzeko euskarri ohikoena. Ehunekoak mailaren arabera.



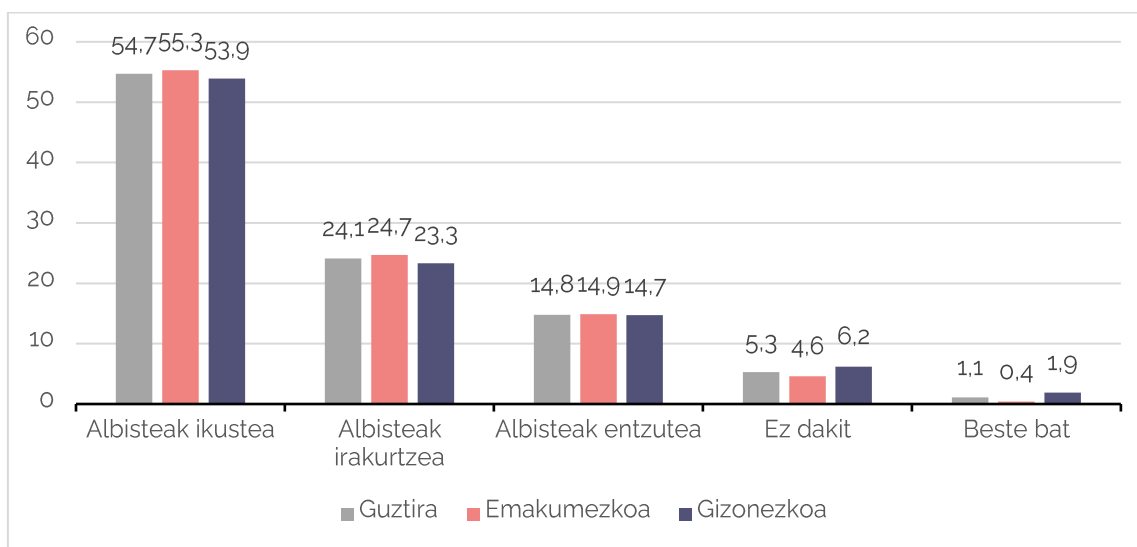
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Beheko irudietan antzematen denez, ikasleen erdiak baino gehiagok albisteak ikustea nahiago du. Irakurketa lehenesten du beste laurden batek eta albisteak entzutea nahiago dutenen ehunekoak 14,8 da. Datuak mailaka behatuta, 3. maila+ taldeko ikasleek gutxiago aukeratu dute "albisteak ikusi" aukera (% 51,3) eta besteek baino gehiago "albisteak irakurri".

9. irudia: Informazioa kontsumitzeko formatu gogokoena. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

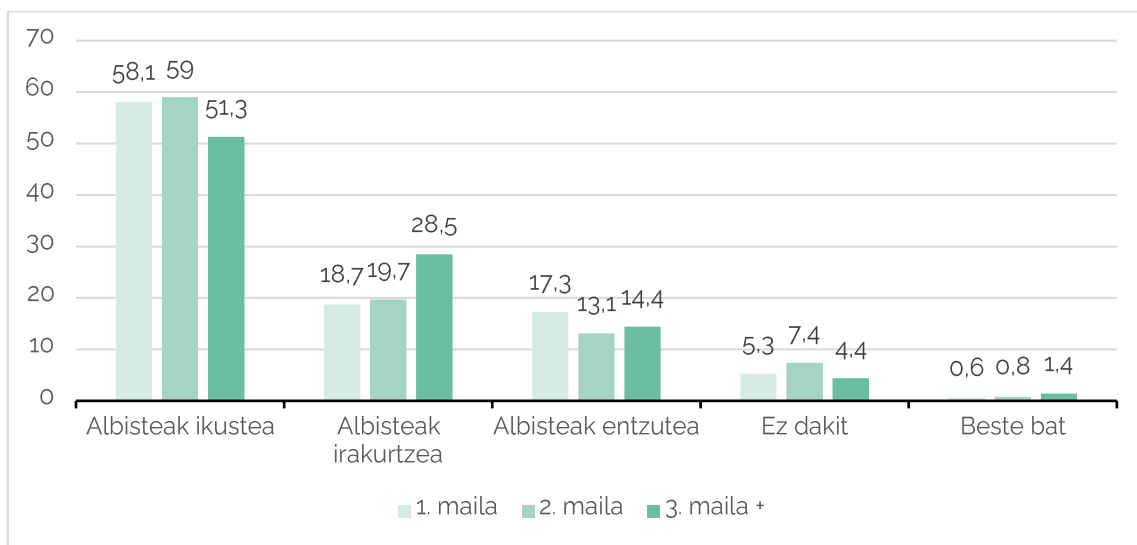
Informatzeko zer nahiago izaten duzu?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 42.063 (% 95,05)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

10. irudia: Informazioa kontsumitzeko formatu gogokoena. Ehunekoak mailaren arabera.



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

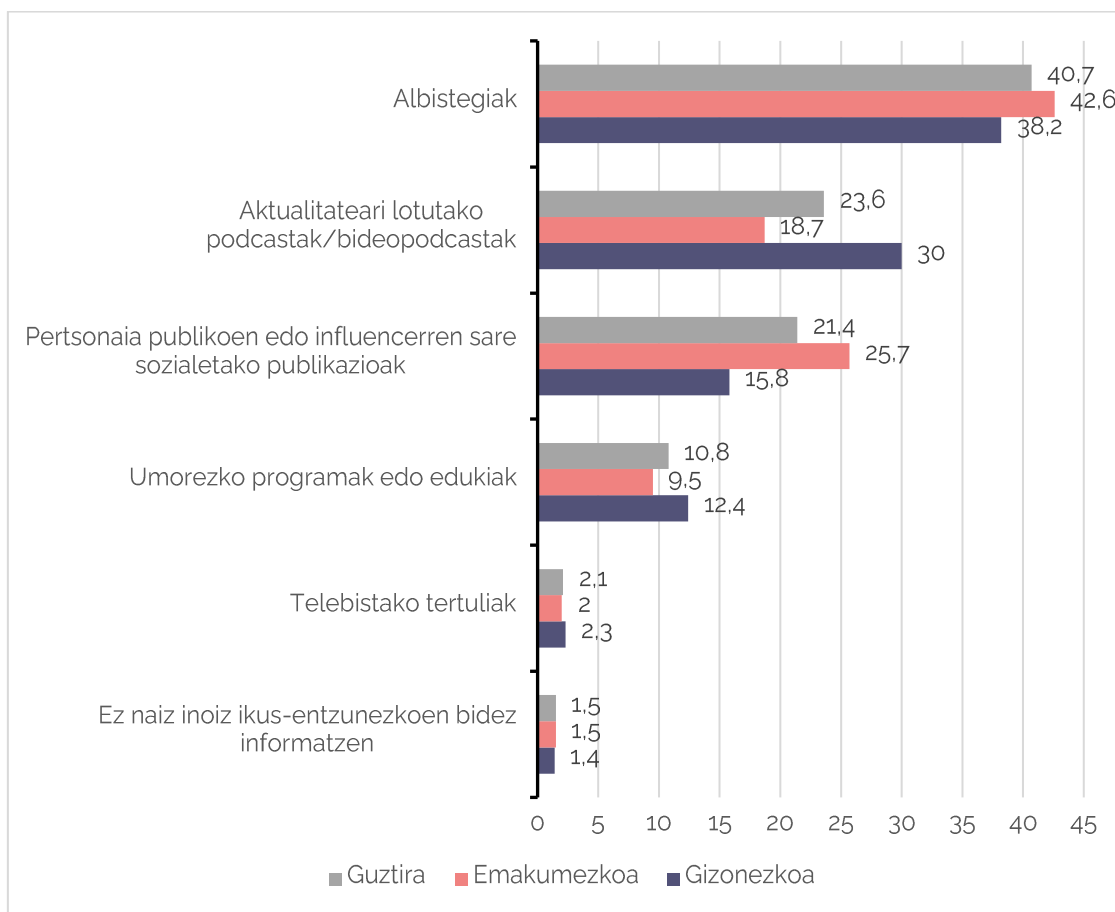
Aurreko datuak agerian utzi du ikasle askok ikusizko formatuen bidez informatzea nahiago duela eta horien baitan nahiago duten eduki mota zehazteko eskatu zaie inkestatuei. Orokorrean, gizon zein emakumeek gehien aukeratu duten edukia albistegiarena da, baina bigarren tokia ezberdin banatu dituzte batzuek eta besteek. Gizonen kasuan, bigarren aukera hautatuena aktualitateari lotutako podcastak dira (%30) eta emakumeen kasuan, pertsonaia publikoen edo influencerren sare sozialetako edukiak (%25,7). Umorea lehenetsi duten ikasleen ehunekoak 10,8 da.

Ikasmailaren arabera datuak ikusita, mailan gora jo ahala, albistegiak aukeratu dituzten ikasleen ehunekoak handitzen da. Lehenengo eta bigarren mailako ikasleek azken mailetakoe baino gehiago aukeratu dituzte umorezko programak (10 puntu inguruko aldea dago).

11. irudia: Ikus-entzunezkoen bidez informatzerakoan nahiago duten eduki mota. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

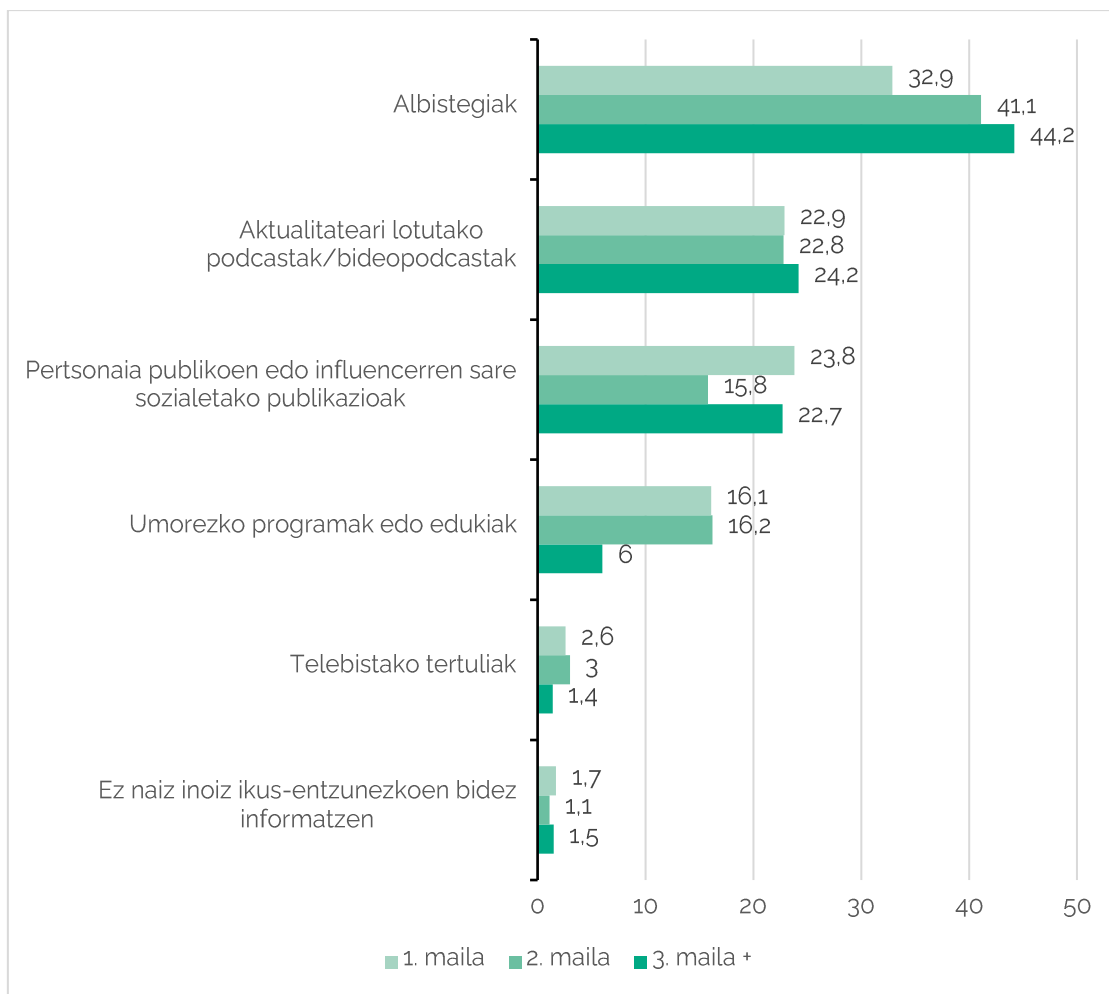
Ikus-entzunezkoen bidez informatzerakoan, zein da gehien kontsumitzen duzun eduki mota?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 42.063 (% 95,05)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxo.

12. irudia: Ikus-entzunezkoen bidez informatzerakoan nahiago duten eduki mota. Ehunekoak mailaren arabera.



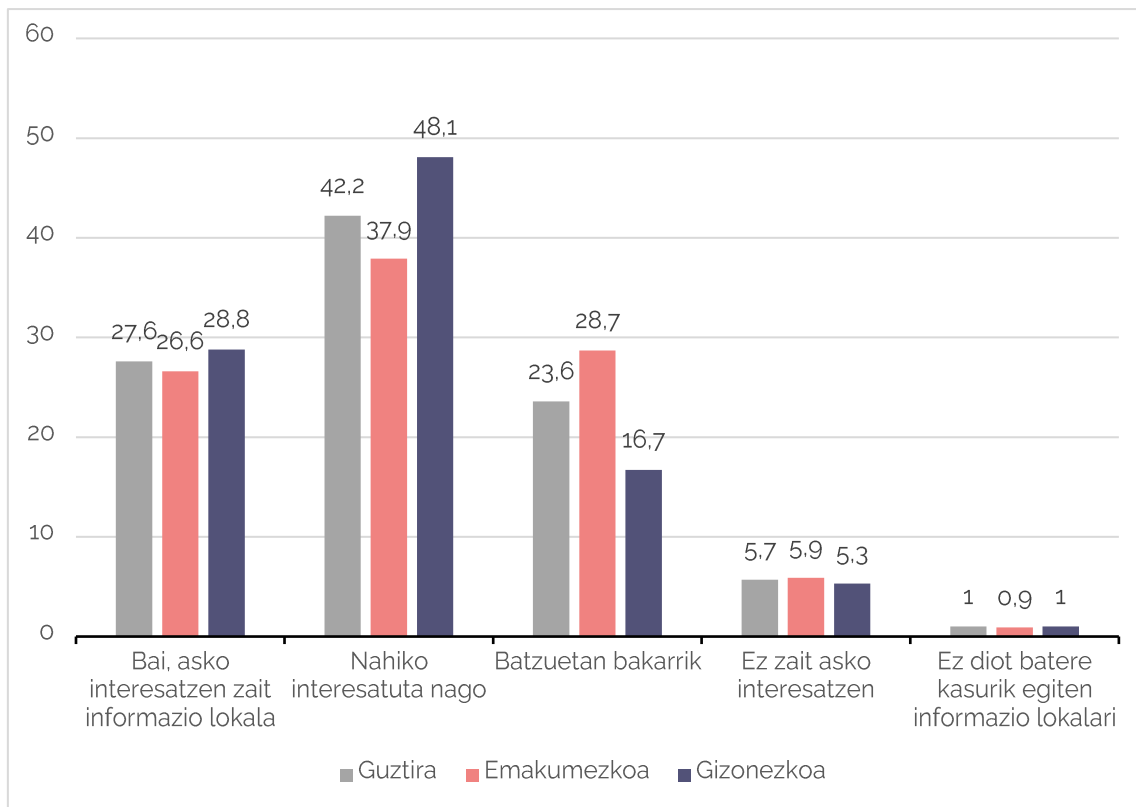
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Aurrerago, ikasleek informazio lokalarekiko duten interes maila neurtu da. Ikasleen laurden batek baino gehiagok interes maila altuena markatu du eta % 42ak adierazi du "nahiko interesatuta dagoela" (gizonen % 48,1 eta emakumeen % 37,9). "Batzueta" aukerak ere generoaren araberako aldea erakusten du, emakumeen kasuan ehunekoa 28,7 izanik eta 16,7 gizonetan.

13. irudia: Tokiko informaziorekiko interesa. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Eta informazio lokala, zure herrikoa, auzokoa, hirikoa...interesatzen zaizu?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 42.063 (% 95,05)



Iturria: Ikusiker, 2025eko azaroa

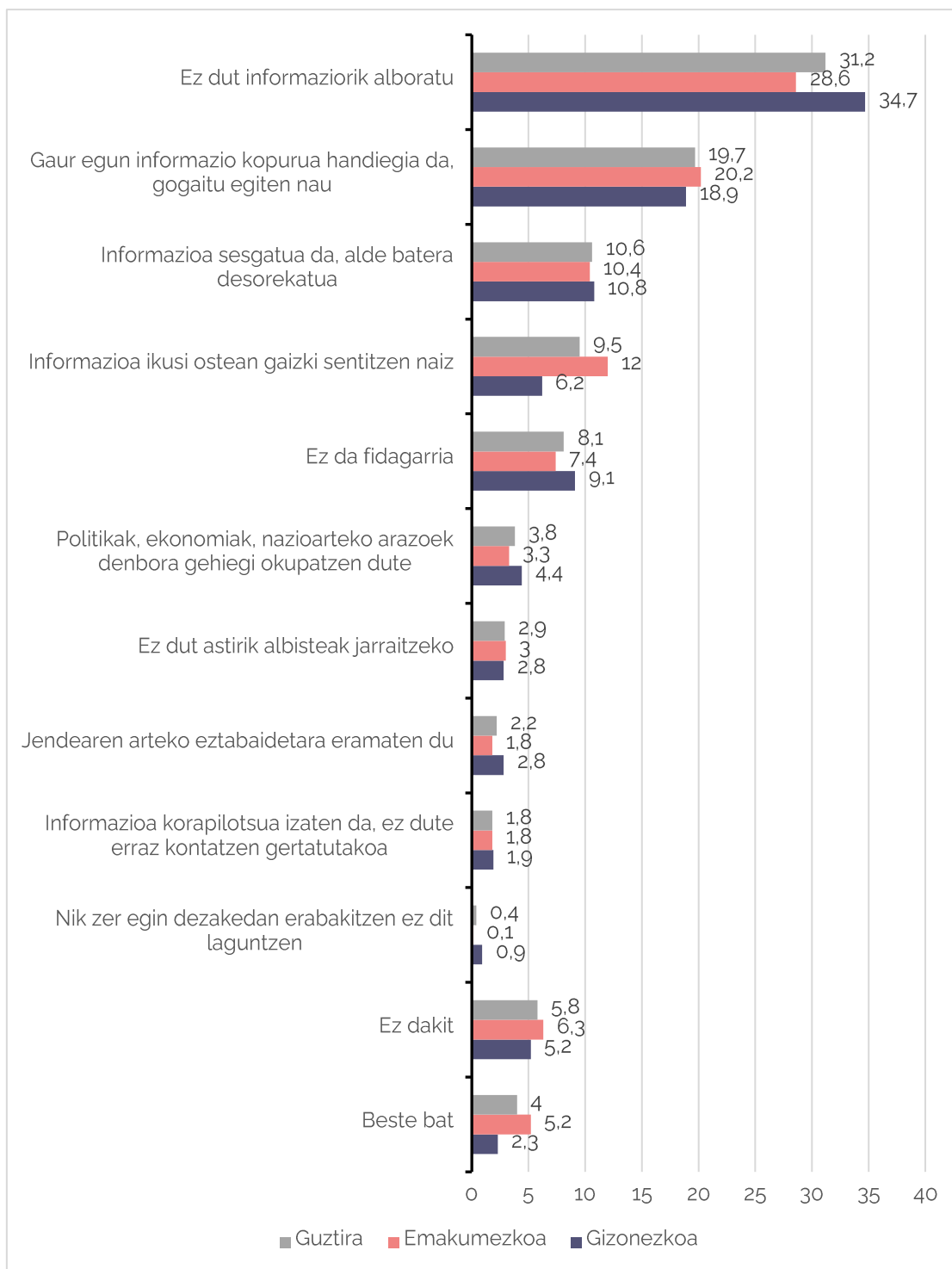
Jakin nahi izan da unibertsitateko ikasleek informazioa alboratzen duten, eta hala bada, zein den hori egiteko arrazoia. Ikasleen % 31,2k informazioa alboratzen ez duela adierazi du (gizonek emakumeek baino zertxobait gehiago). Gainerako ikasleak nahiko banatuta daude arrazoi ezberdinetan, baina nagusia, ikasleen % 19,7 biltzen duena, informazio kopuru handiegia egiten dio erreferentzia. Hurrengo aukera bozkatuena (% 10,6) informazioaren partzialtasunarekin lotuta dago.

Lehenengo eta bigarren mailako ikasleek gehiago markatu dute informazioa ez alboratzearen aukera, maila altuenekoekin alderatuta (6 puntu inguruko aldea). Aldiz, informazio kopurua handiegia dela eta sesgatua dela adierazi dute gehiago 3. maila + ikasleek besteekin alderatuta.

14. irudia. Informazioa alboratzeko arrazoiak. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

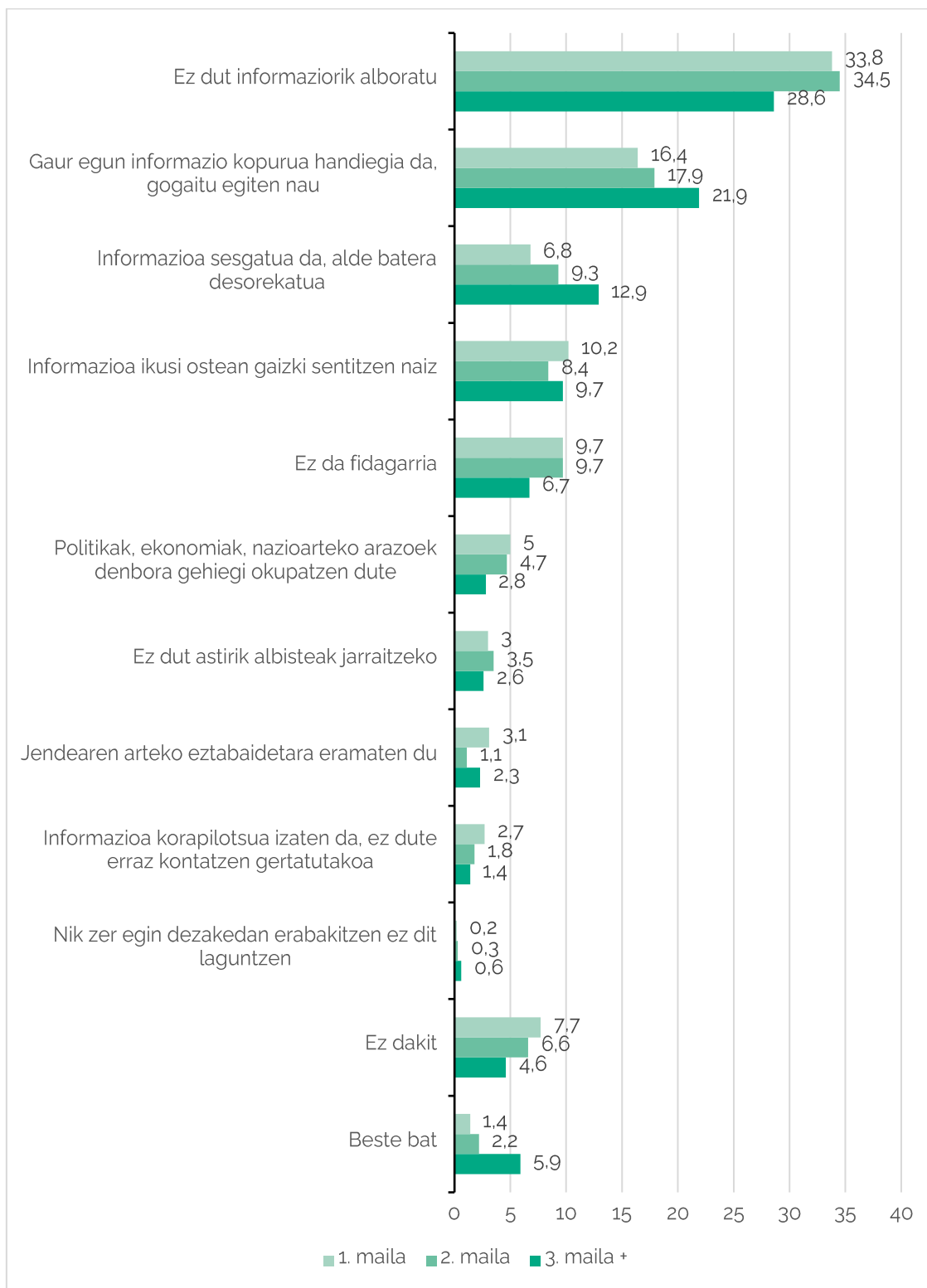
Eta informazioa alboratu baduzu zergatik izan da?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 42.063 (% 95,05)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

15. irudia. Informazioa alboratzeko arrazoiak. Ehunekoak mailaren arabera.



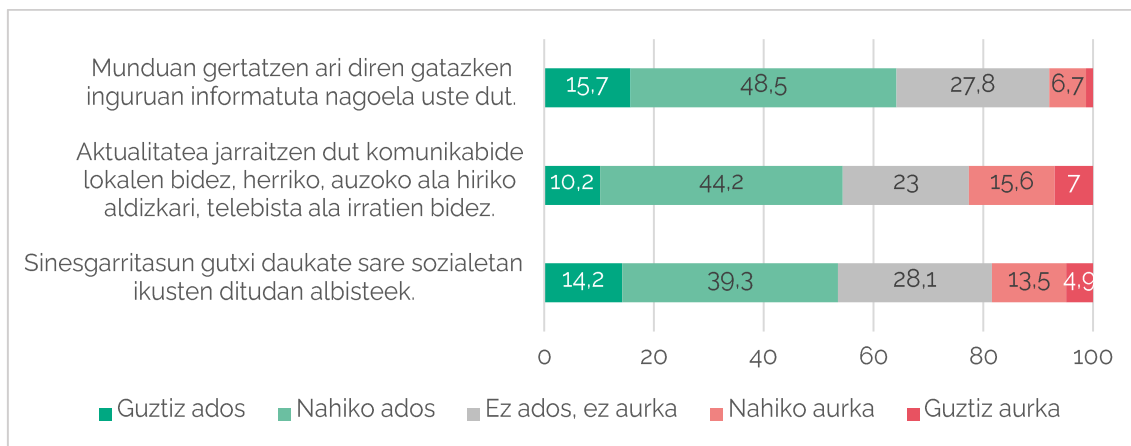
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Unibertsitarioek informazioarekin duten harremana jakin nahi izan da zenbait esaldiekiko adostasuna markatuz. Orokorrean, ikasleek munduan gertatzen ari diren gatazken inguruan informatuta daudela uste dute (hala adierazi du % 64,2k). Ikasleen laurdenak, gutxi gora behera, erdibideko erantzuna eman du ("ez ados, ez aurka"). Gaurkotasuna komunikabide lokalen bidez jarraitzeko ohituraz galdetuta % 54,4k aldeko erantzuna eman du eta % 22,6k kontrako. Azkenik, sare sozialetan ikusten dituzten albisteek sinesgarritasun gutxi daukatela uste du unibertsitarioen % 53,5ek.

16. irudia: Informazioaren inguruko esaldiekiko adostasun maila. Ehunekoak guztira.

Esan noraino zauden ados segidan datozen esaldiek.

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 42.063 (% 95,05)



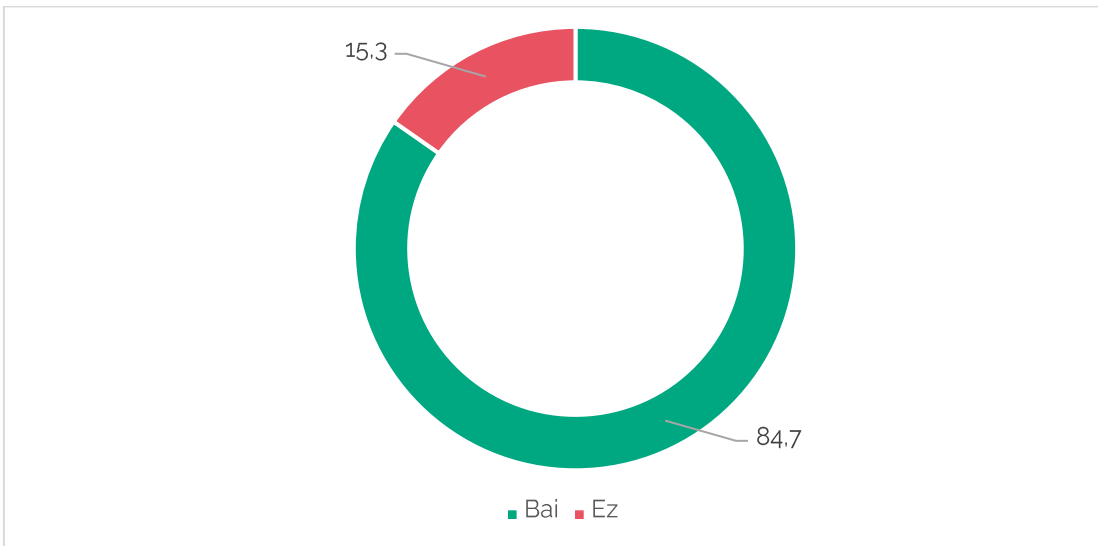
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxo.

Aurreko grafikoaren azken esaldiaren adostasun maila ikusita, pentsa liteke unibertsitarioek sare sozialak arbuiatzen dituztela informazioa iturri gisa. Hala ere, ikasleei informatzeko sare sozialak erabiltzen dituzten galdetzerakoan, % 84,7k eman du baiezko erantzuna. Plataforma konkretuetan fokoa jarrita (18. irudia) generoaren araberako alde handiak daude. Bai emakume zein gizon gehiagok Instagram aukeratu duten beste plataformekin alderatuta, bigarren plataforma aukeratuena TikTok izan da emakumeentzako (% 32,6) eta X gizonentzako (% 28,1). Gizonen % 14,6aren hautua YouTube izan da, emakumeen ehunekoia plataforma horretarako 2,9 izanik. Ikasmilari erreparatuta, hirugarren mailako ikasle gehiagok aukeratu du X 1. eta 2. mailako ikasleekin alderatuta (15 puntu inguruko aldea). Mailan behera joan ahala, ikasle gehiagok aukeratu du TikTok; izan ere, hirugarren mailako ikasleek gehiago aukeratu dute X TikTok baino. Maila guztietan, Instagram izan da plataforma hautatuena.

17. irudia: Sare sozialen erabilera informatzeko. Ehunekoak guztira.

Sare sozialak erabiltzen dituzu informatzeko?

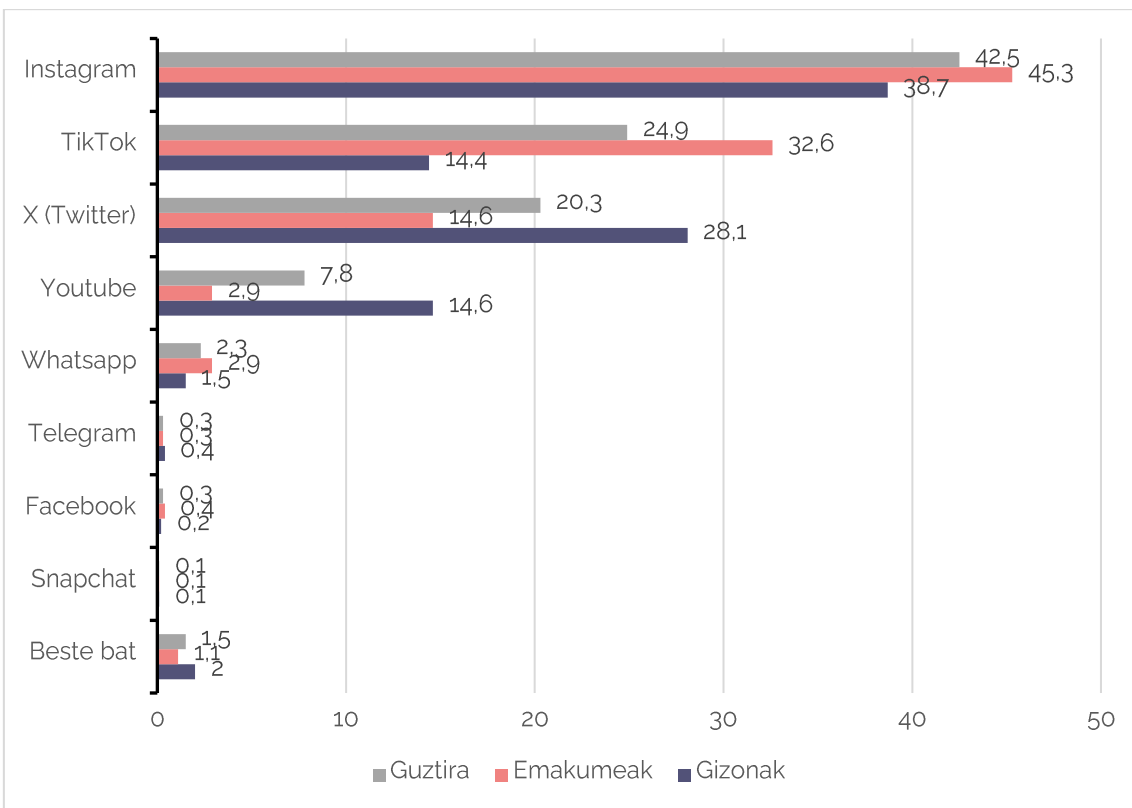
Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 42.063 (% 95,05)



18. irudia: Informatzeko gehien erabilitako sare soziala. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

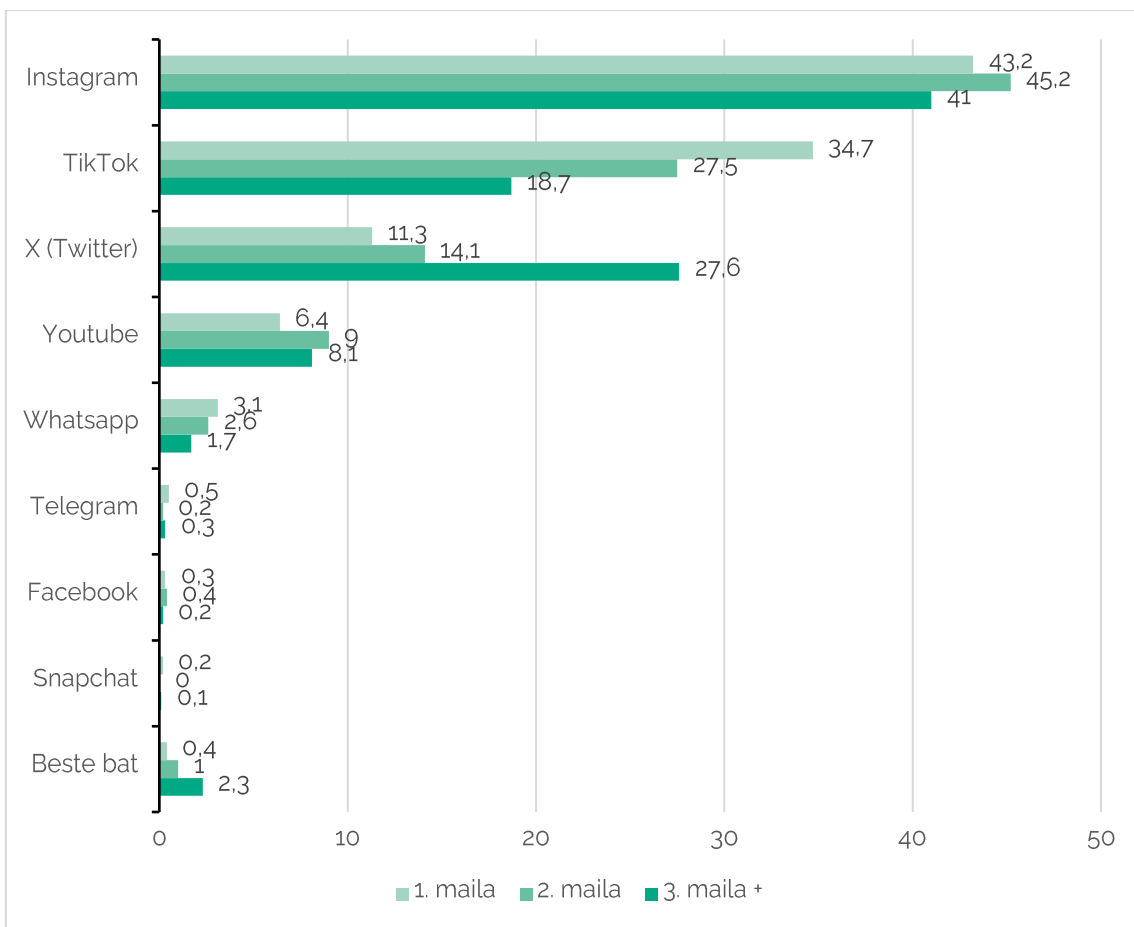
Zein da informatzeko gehien erabiltzen duzun sare soziala?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 35.617 (% 80,48)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxo.

19. irudia: Informatzeko gehien erabilitako sare soziala. Ehunekoak mailaren arabera.



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxo.

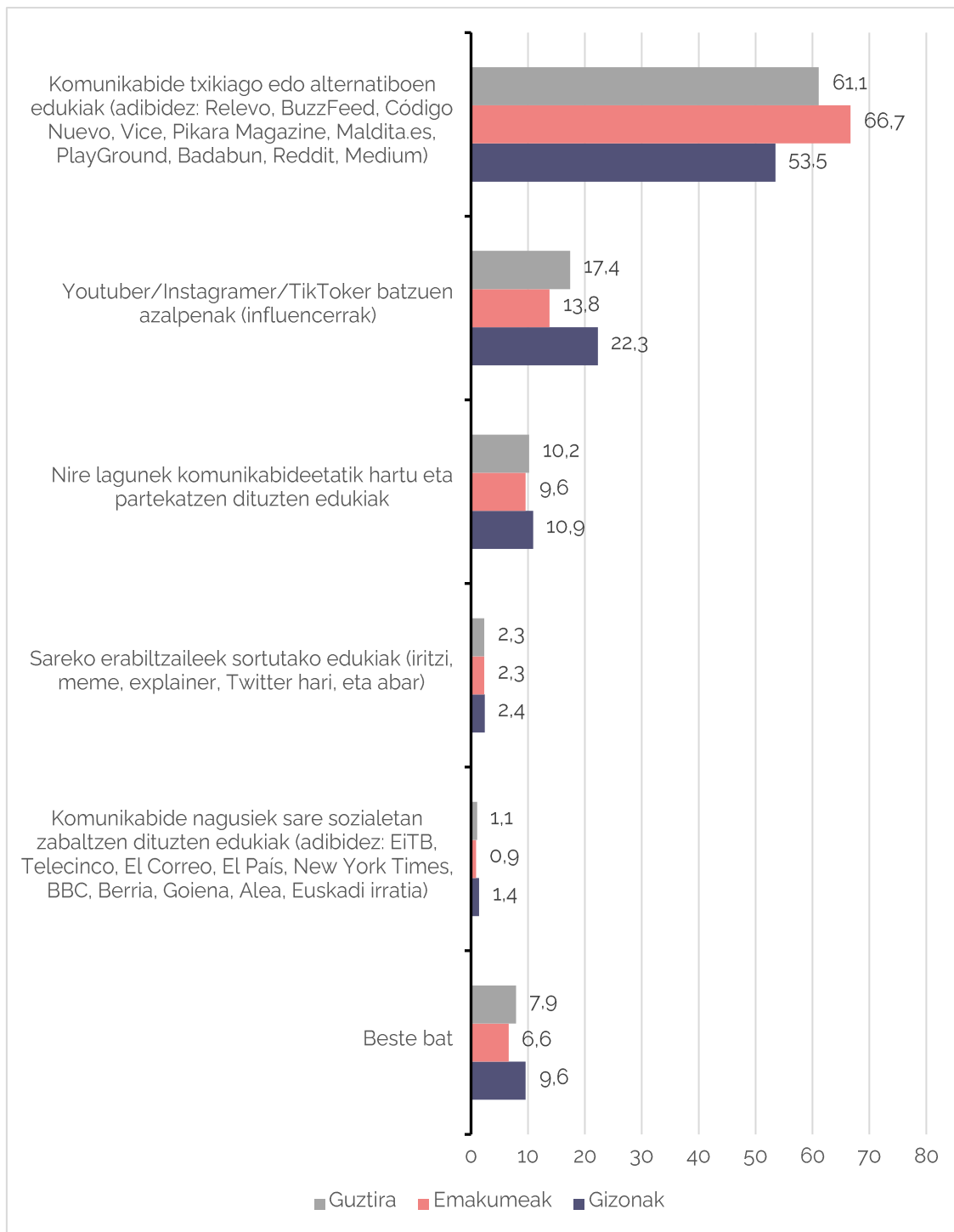
Sare sozialen bidez informatzen diren ikasleei galdetu zaie zein eduki mota nahiago duten bide horretatik informatzeko. Ikasleen erdiak baino gehiagok komunikabide txikiago edo alternatiboen edukiak nahiago dituztela adierazi dute, emakumeek gizonek baino gehiago (% 66,7 eta % 53,5). Hurrengo kategoria hautatuena (% 17,4) "Youtuber/Instagramer/TikToker batzuen azalpenak" aukera izan da, eta gizonen artean altuagoa da ehunekoak.

20. irudia: Sare sozialen bidez informatzeko gehien kontsumitutako eduki mota.

Ehunekoak mailaren arabera

Sare sozialetan informatzen zarela esan duzu, hauetariko zein eduki kontsumitzen duzu gehiago?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 35.617 (% 80,48)



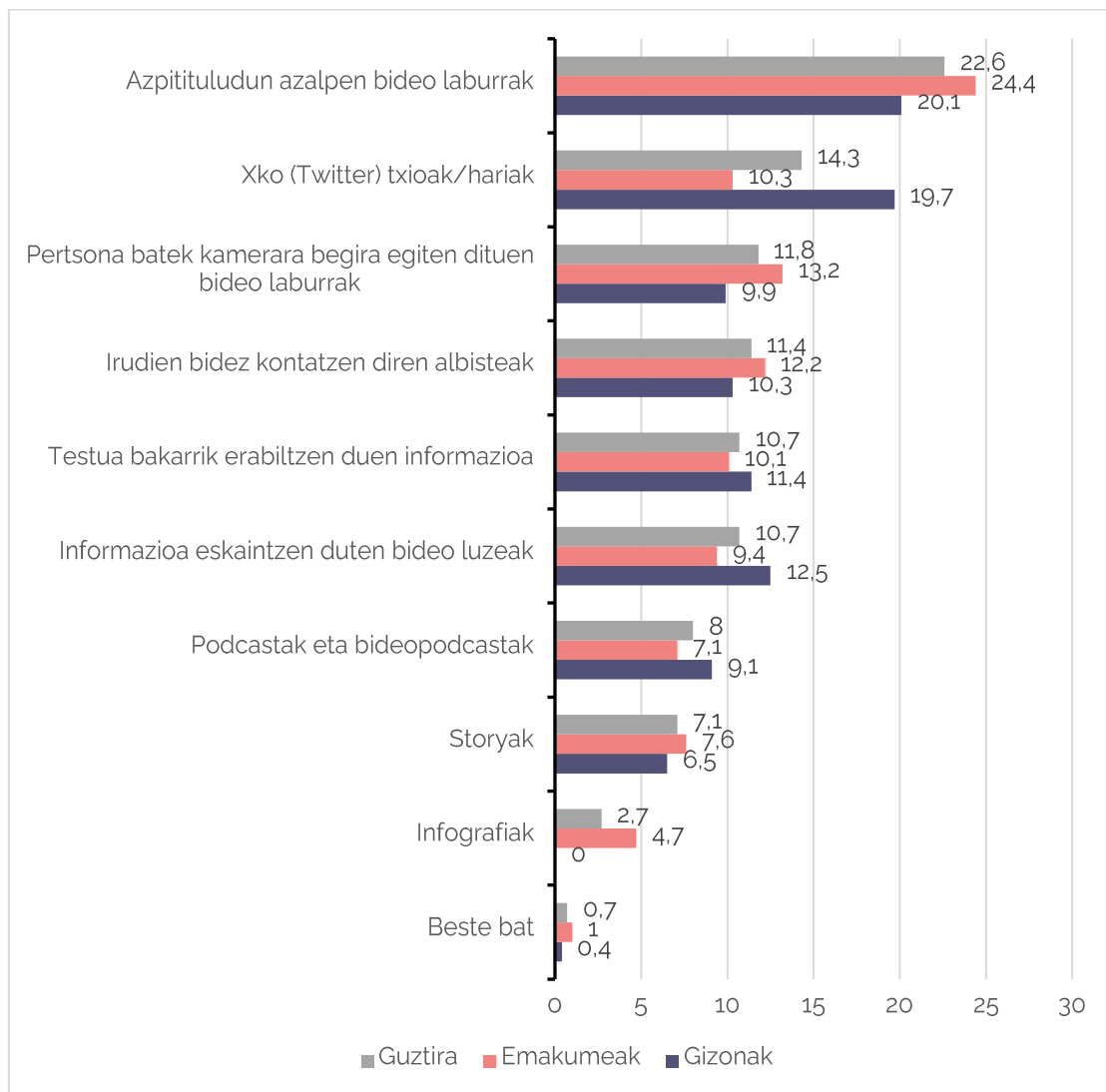
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Sare sozialen bidez informazioa jasotzeko formatuari dagokionez, gizonek antzeko aukeratu dituzte azpituludun bideo laburrak eta Xko txioak/hariak (% 20 inguru). Emakumeek gehien bozkatu dituzten aukerak hauek dira, ordenean: azpituludun bideo laburrak (% 24,4), pertsona batek kamerara begira egiten dituen bideo laburrak (% 13,2) eta irudien bidez kontaktzen diren albisteak (% 12,2). Mailaren arabera, maila gora jo ahala ikasleek gehiago aukeratu dituzte Xko txioak eta hariak. Hala ere, maila guztietan gehien aukeratu den kategoria "azpituludun bideo laburrak" izan da.

21. irudia: Informazioa jasotzeko formatu gogokoena. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

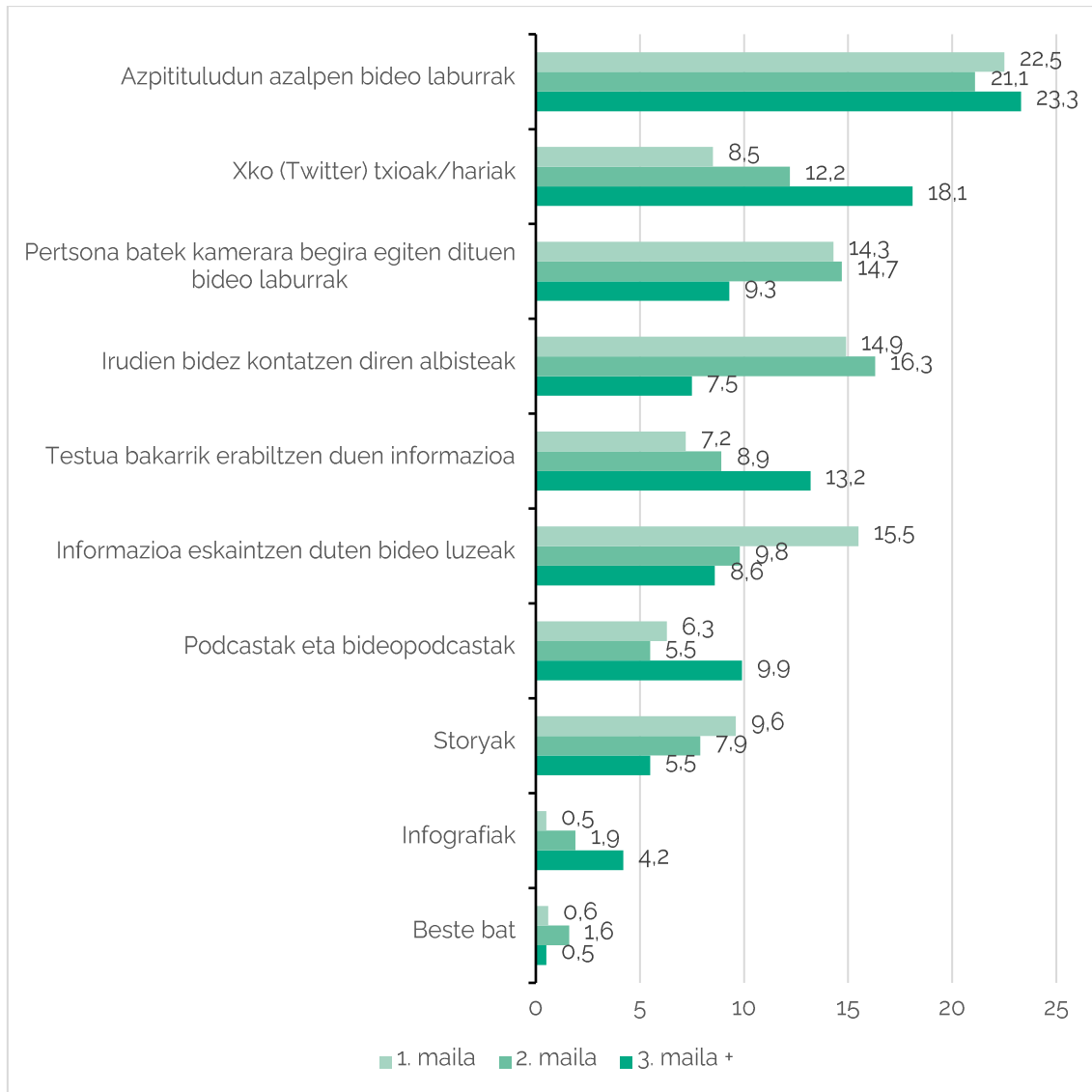
Sare sozialetan, informazioa jasotzeko, zer formatu da gehien gustatzen zaizuna?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 35.617 (% 80,48)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

22. irudia: Informazioa jasotzeko formatu gogokoena. Ehunekoak mailaren arabera.



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

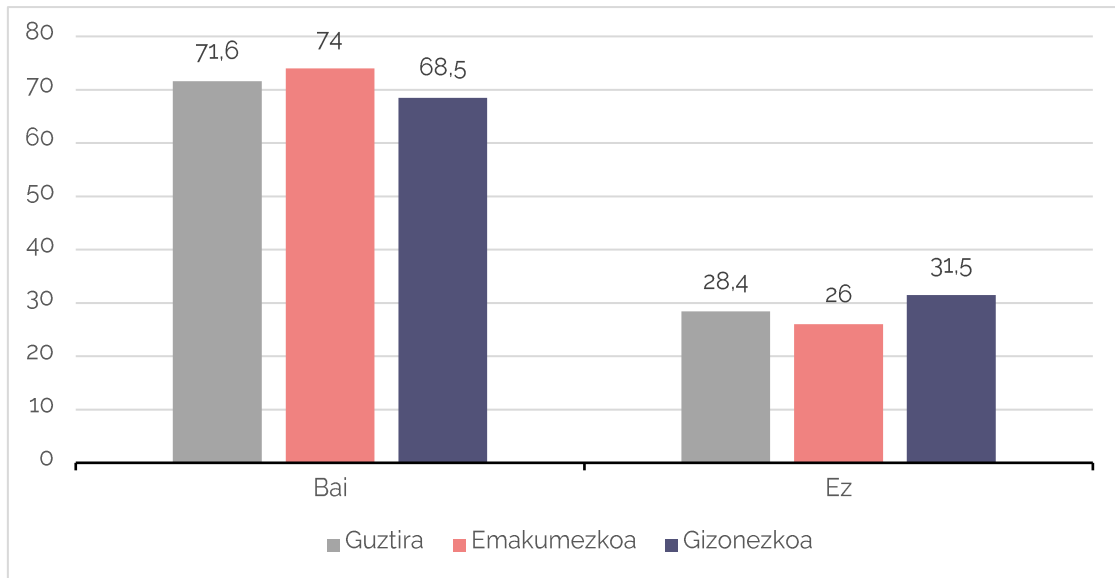
Sare sozialak informazio iturri gisa aztertu ostean, telebistak alor horretan duen rola aztertzen da jarraian. Ikasleei galdetu zaienean telebista informazio iturri modura erabiltzen duten, % 71,6k baietz erantzun du (emakumeek gizonek baino gehiago). Ikasle horien artean, albistegiak telebistan ikusten duten ikasleen ehuneko altuena asteen 2-5 aldiz maiztasunean batzen da (% 42). % 24,1ek egunero egiten duela adierazi du eta ia laurden batek asteen behin.

Albistegiak ikusteko denborari dagokionez, ikasleen % 70,4 15-60 minutuko denbora tartean batu da.

23. irudia: Telebistaren erabilera informazio iturri modura. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Telebista erabiltzen duzu informazio iturri modura?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 42.063 (% 95,05)

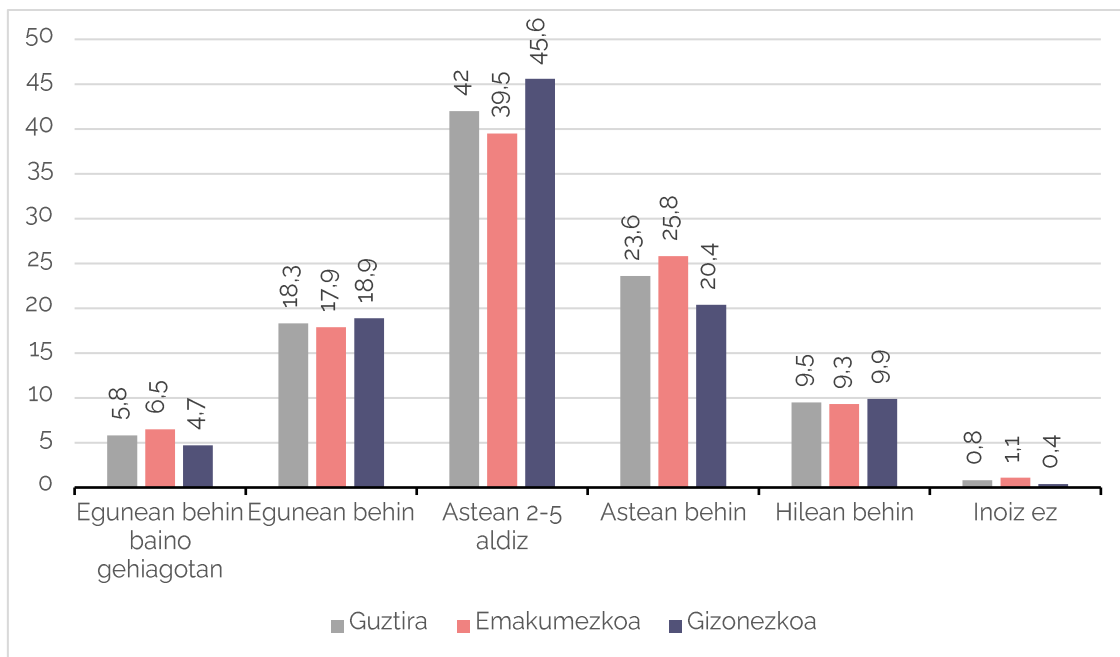


Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxo.

24. irudia: Albistegiak telebistan ikusteko maiztasuna. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Zein maiztasunarekin ikusten dituzu albistegiak telebistan?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 30.135 (% 68,1)

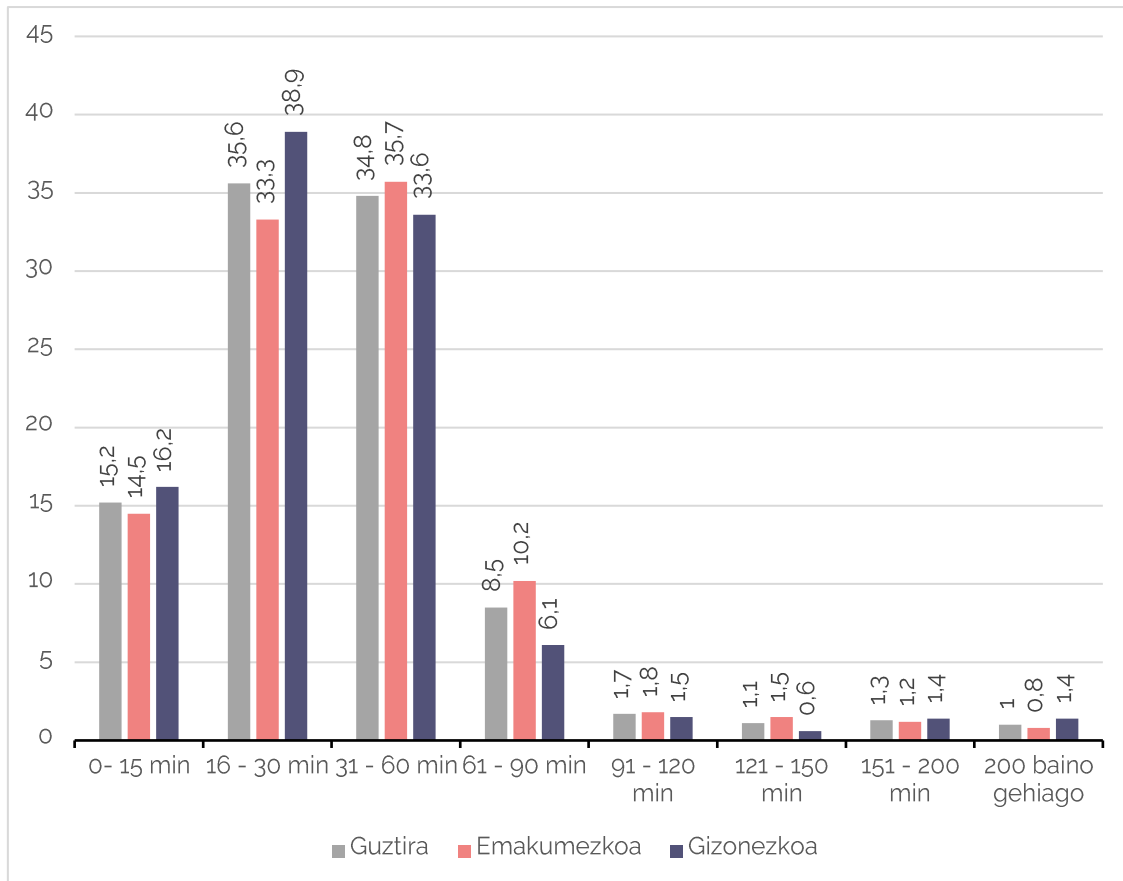


Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxo.

25. irudia: Albistegiak telebistan ikusten emandako denbora. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Eta guztira, egun normal batean, zenbat denbora egoten zara telebistako albistegiak ikusten? (Minutuak)

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 30.135 (% 68,1)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxo.

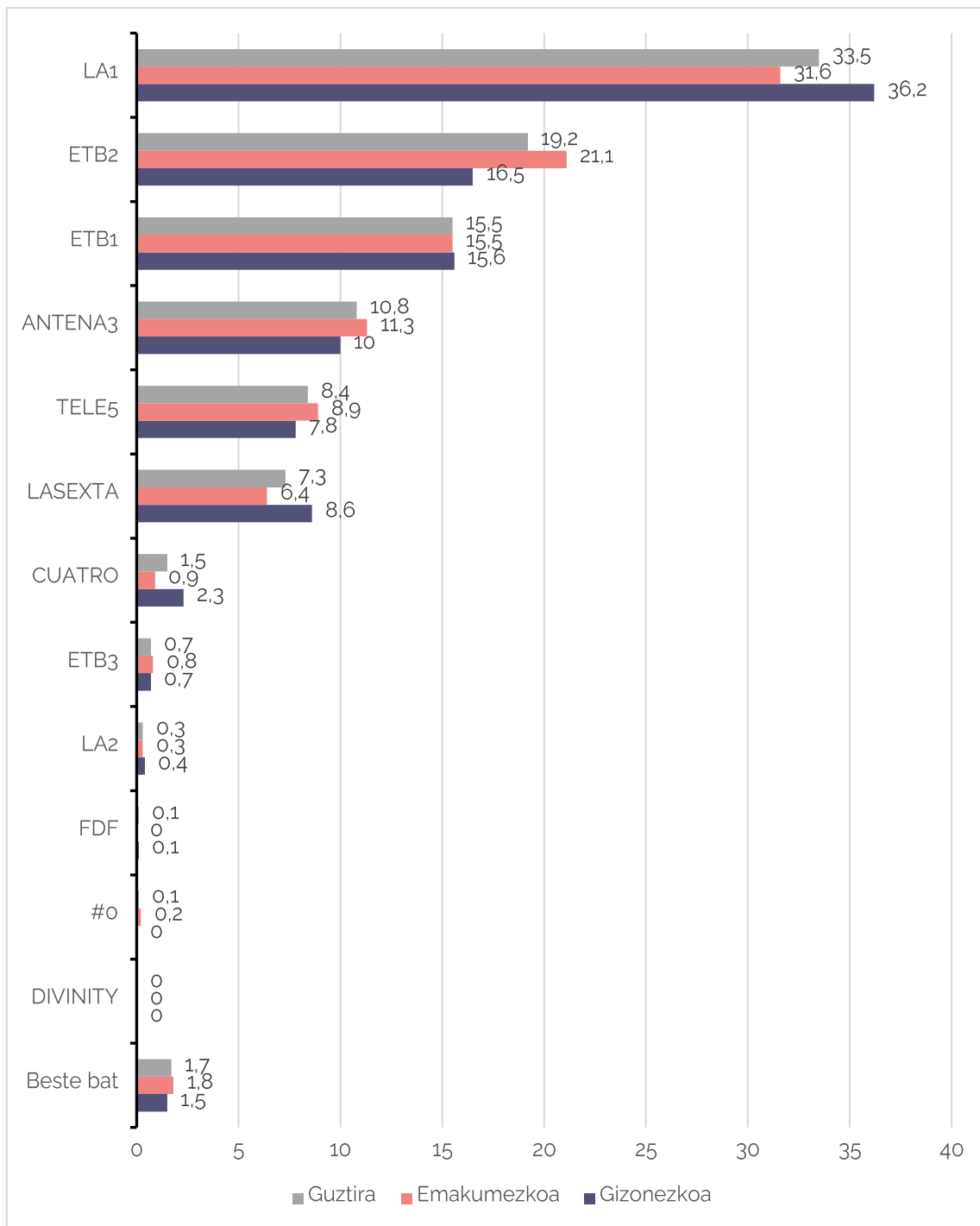
Ikasleei informatzeko gustukoak duten kanalak galdetu zaienean, aukera hautatuena, bai gizon zein emakumeetan LA1 izan da (ehunekoa, guztira, 33,5). ETB2k ikasleen % 19,2 batzen du eta hurrengo tokia ETB1ek hartzen du (% 15,5).

Datuak mailaka aztertuta, maila altuenetako ikasle gehiagok aukeratu du LA1. Bigarren mailako ikasleek gehien hautatu duen hurrengo bi kanalak ETB1 eta Antena3 izan dira, beste mailekiko aldea markatuz: horien kasuan ETB2 eta ondoren ETB1 izan dira bigarren eta hirugarren aukera bozkatuenak.

26. irudia: Ikasleek informatzeko gustukoena duten kanala. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

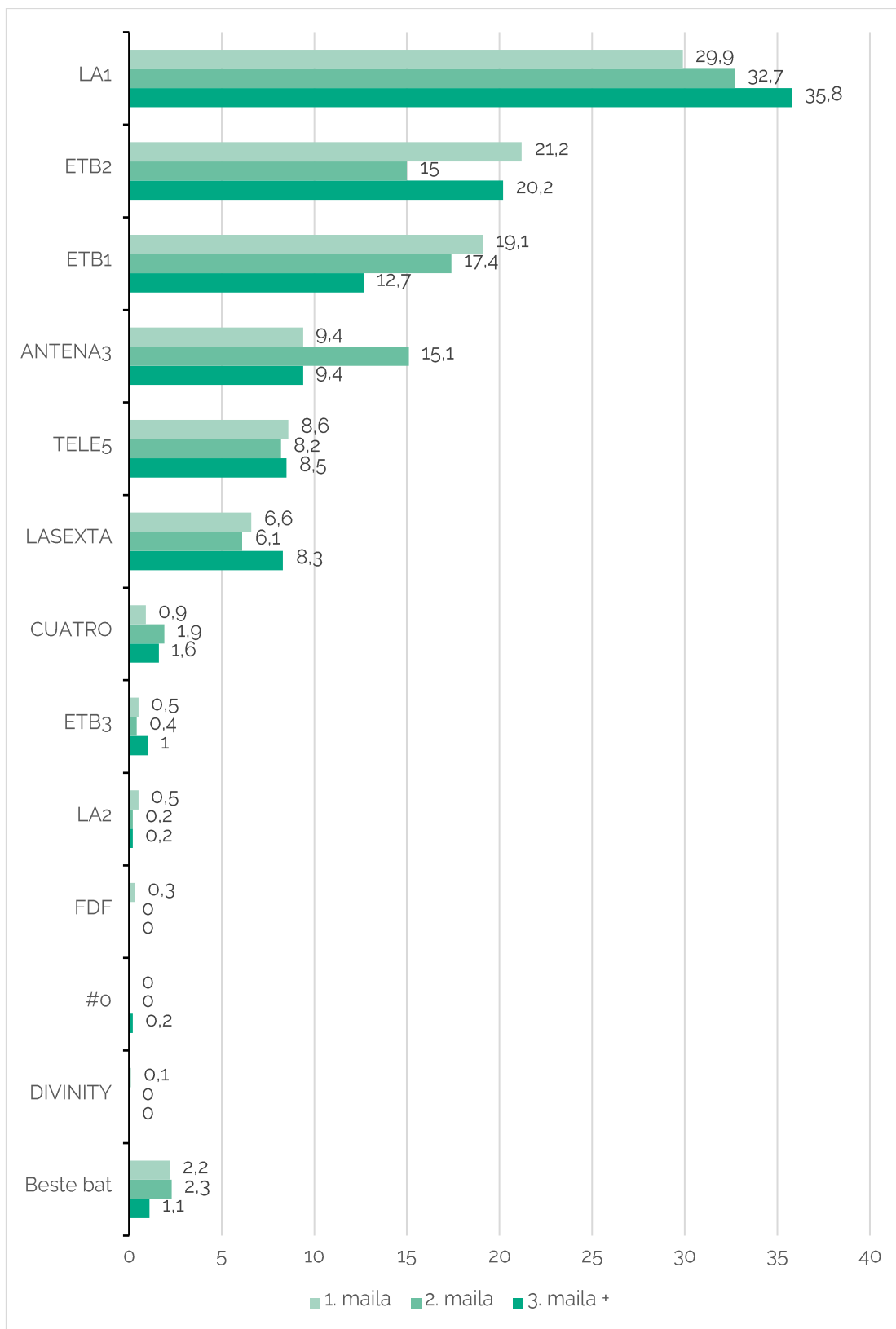
Albisteak ikusten badituzu telebistan, zein da informatzeko gustukoena duzun kanala?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 30.135 (% 68,1)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

27. irudia: Ikasleek informatzeko gustukoena duten kanala. Ehunekoak mailaren arabera.



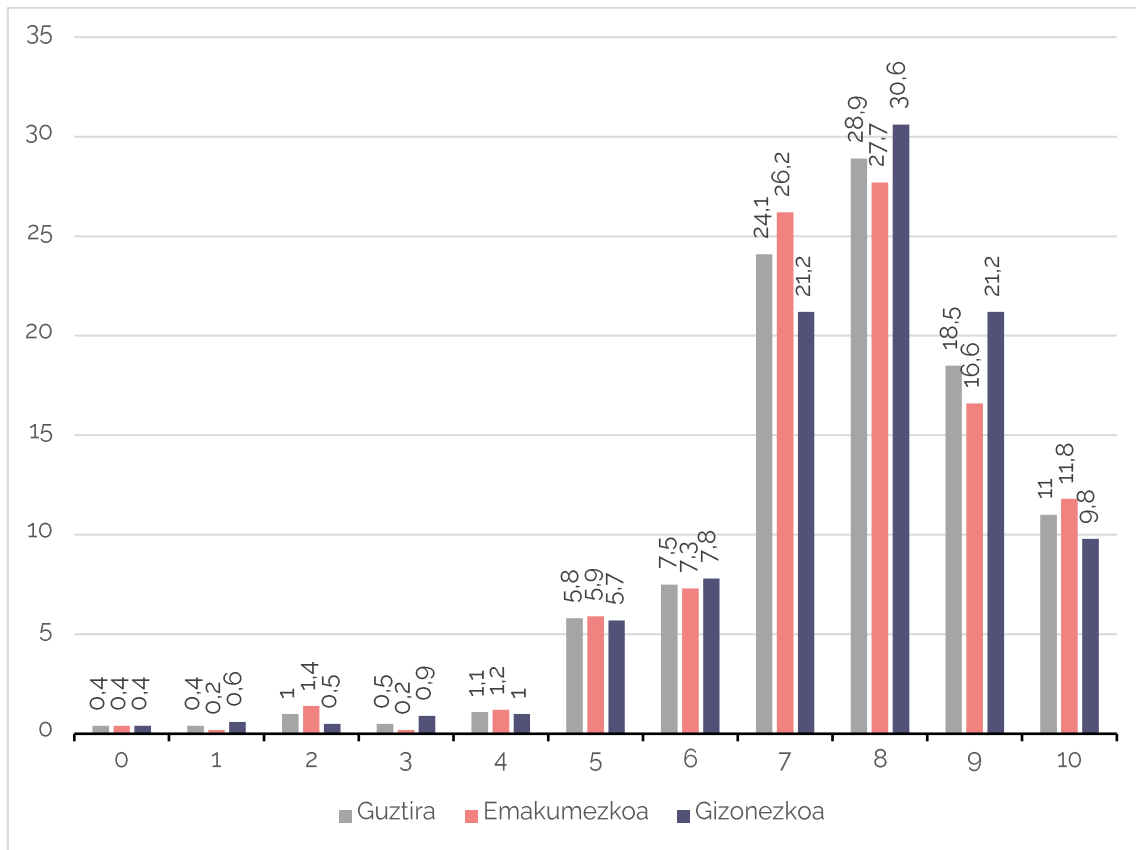
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Atal hau ixteko, ikasleek nota jarri diote aurreko galderan aukeratu duten kanaleko albistegien sinesgarritasunari. 7 eta 8 kalifikazioek unibertsitarioen erdia baino zertxobait gehiago batzen dute eta 9-10koek % 29,5. Albistegiei 5 baino gutxiago ematen dioten ikasleen ehunekoa ez da 4ra iristen.

28. irudia: Aukeratutako albistegiaren sinesgarritasunari emandako nota. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Zenbateraino iruditzen zaizkizu sinesgarri/fidagarri kanal horretako albistegiak?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 30.135 (% 68,1)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

TELEBISTA

Atal honetan unibertsitarioen telebista kontsumo ohituren inguruko datuak erakusten dira, hala nola, kontsumo maiztasuna eta denbora, gehien ikusitako kanala, formatu gogokoena, hizkuntza, telebista lokalaren presentzia...

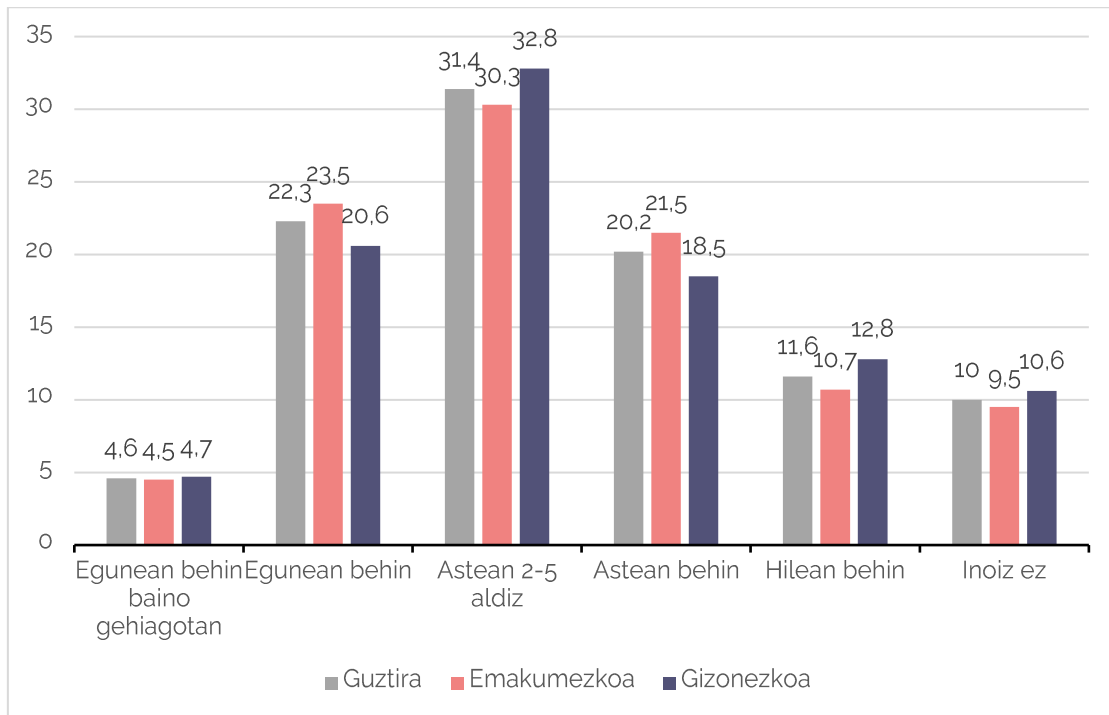
Eguneroko kontsumoa egiten duela aitortzen duten ikasleak laurden bat dira, gutxi gora behera. Ikasleen erdiak baino zertxobait gehiagok asteroko kontsumoa egiten du (*astean 2-5 aldiz + asteen behin*). %10ek telebista ikusten ez dutela adierazi dute.

Kontsumoa inoiz egiten dutenen artean, % 38,5ek 0-30 minutu bitarteko kontsumoa egiten du eta % 32,5ek 31-60 bitartekoa.

29. irudia: Telebista ikusteko maiztasuna. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Zein maiztasunarekin ikusten duzu telebista?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 44.253 (% 100)

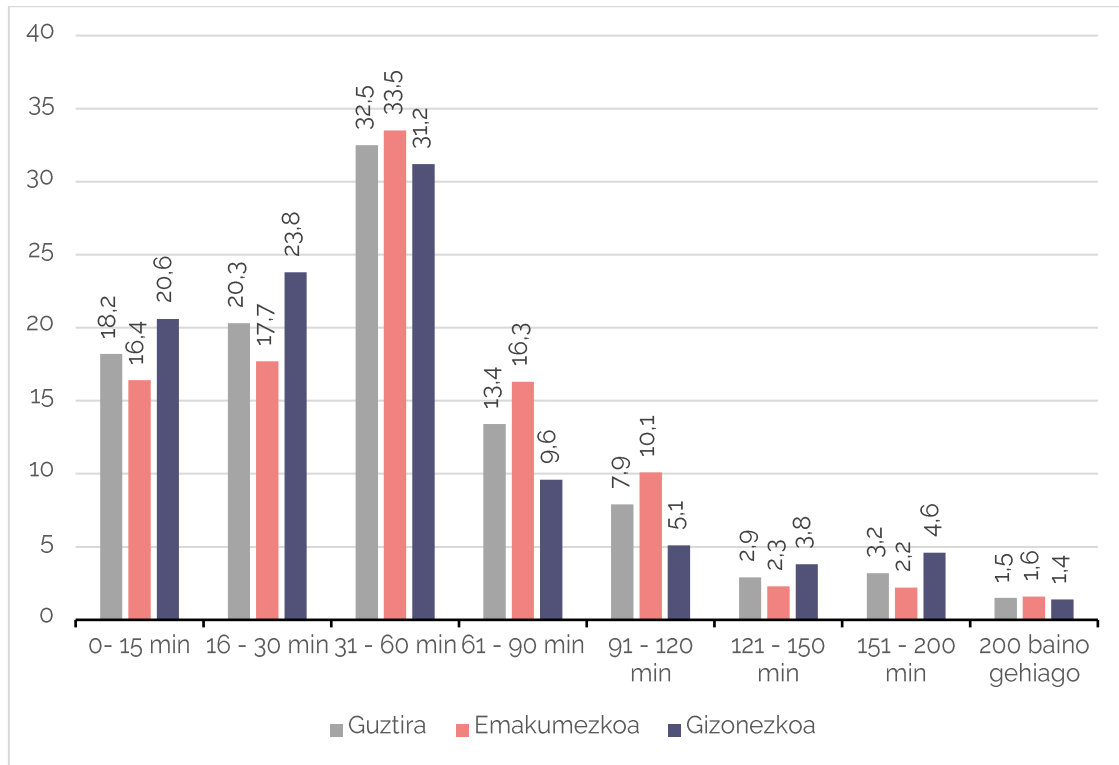


Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxo.

30. irudia: Telebista ikusteari dedikatutako denbora. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Zenbat denbora dedikatzen diozu egunean telebista ikusteari? (Minutuak)

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 39.840 (% 90,03)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

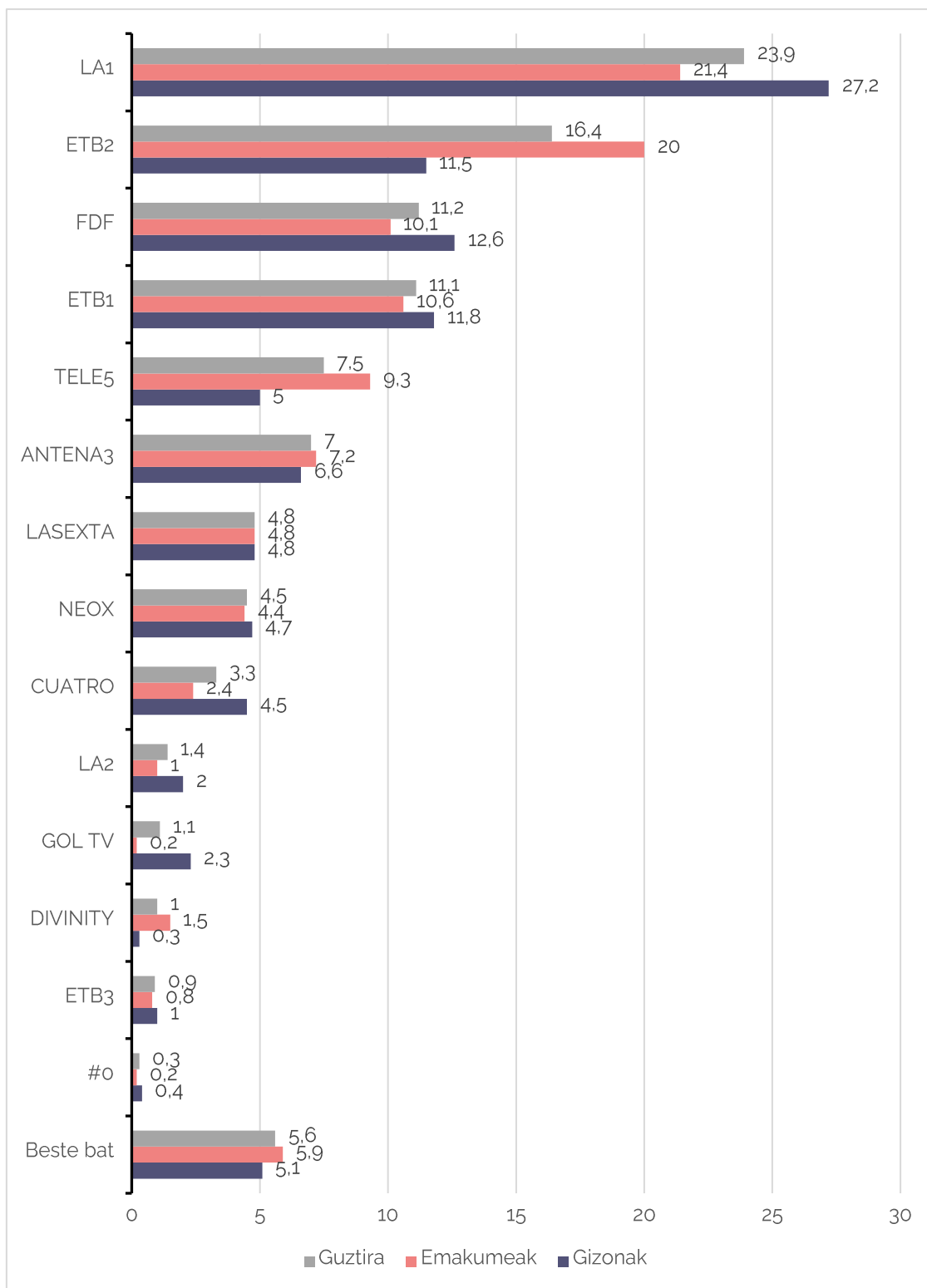
Gehien ikusten duten telebista kanalaren datuak ikusita, generoaren araberako aldeak antzeman daitezke gehien aukeratu dituzten kanaletan. LA1 eta ETB2 aukeratu dituzten emakumeen ehunekoa antzekoa da (% 21,4 eta % 20, hurrenez hurren), eta gizonezkoen kasuan, LA1 eta ETB2ren arteko aldea 15,7 puntukoa da. Izan ere, gizonek LA1ren ostean gehien aukeratu dituzten kanalak FDF eta ETB1 dira (% 12,6 eta % 11,8).

Maila guztietan LA1 gehien markatu den kanala izan arren, maila gorenetakoa ikasleen ehunekoa altuena da. ETB1en kontrakoa ikusten da: mailan gora egin ahala, gutxiago aukeratu dute ikasleek.

31. irudia: Gehien ikusitako telebista kanala. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

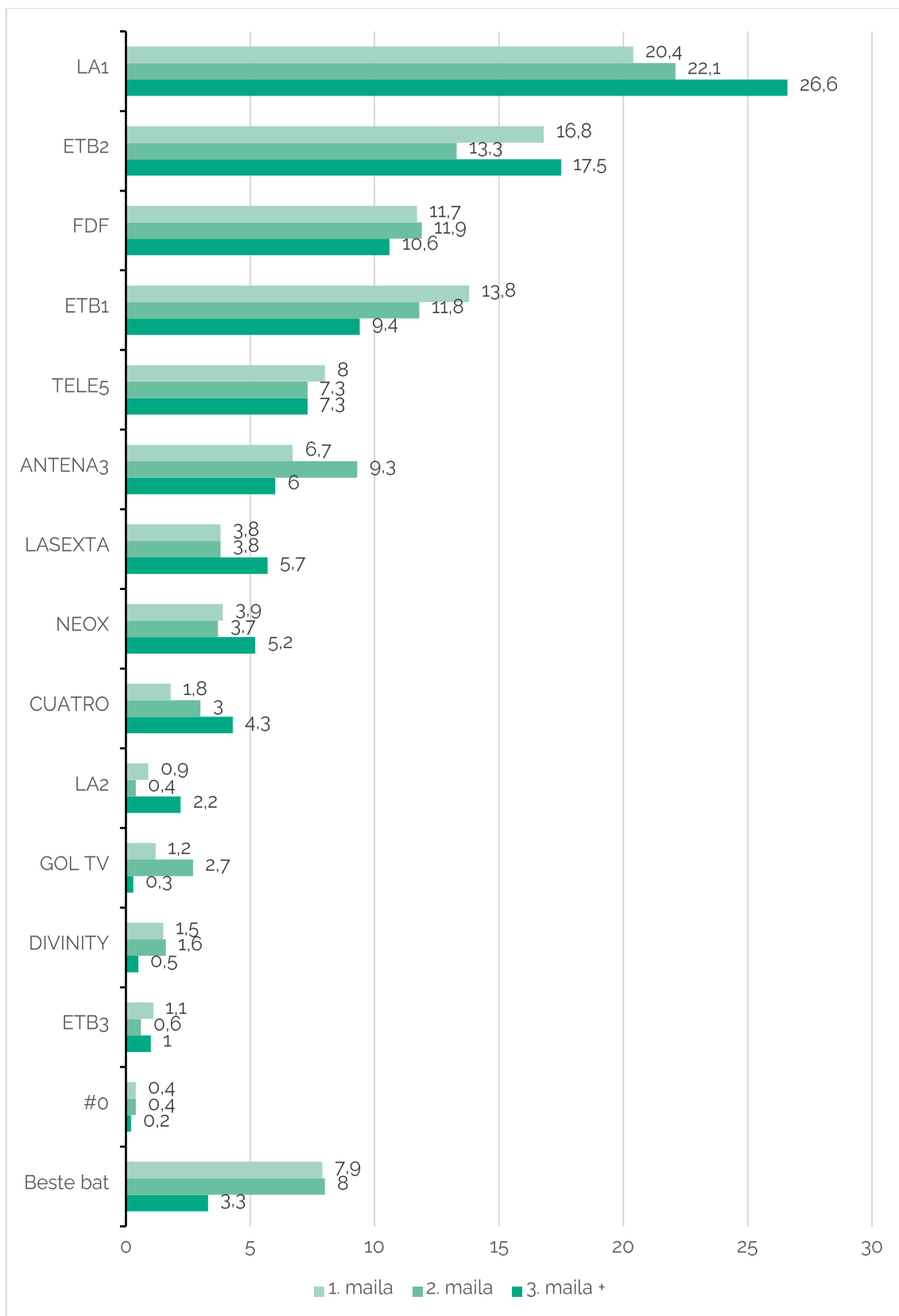
Zein telebista kanal da gehien ikusten duzuna?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 39.840 (% 90,03)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

32. irudia: Gehien ikusitako telebista kanala. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.



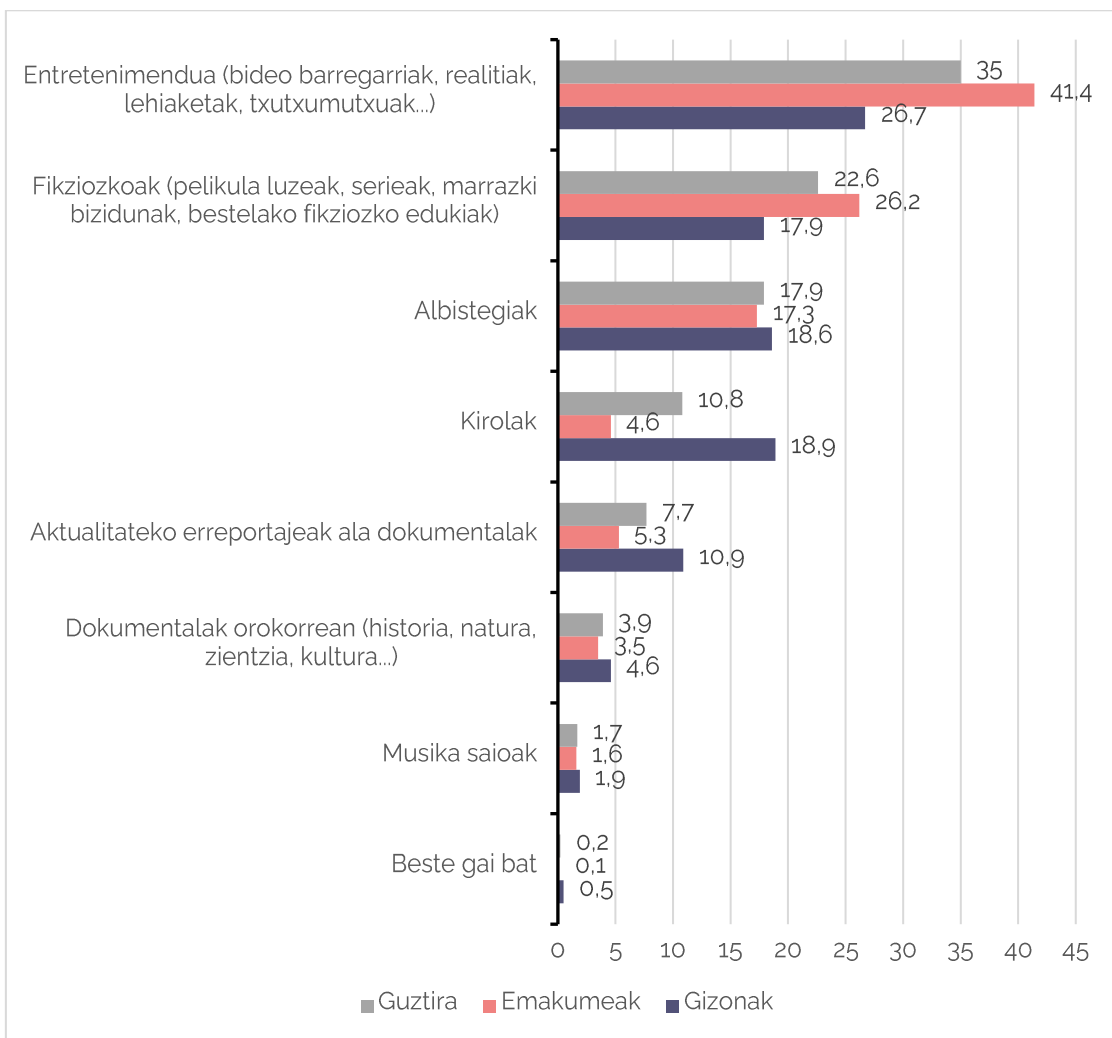
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Hurrengo irudian ikasleek telebistako eduki gogokoena zeintzuk diren adierazi dute. Emakumeen %41,4k entretenimendua hautatu du, gizonen %26,7rekin alderatuta. Horren atzetik gizonak gehien aukeratu duten hurrengo kategoria "kirolak" izan da (%18,9), eta ondoren, albistegiak (%18,6). Emakumeen kasuan, aldiz, bigarren toki fikziozko edukiek hartzen dituzte (%26,2), eta hirugarrena, albistegiek (%17,3).

33. irudia: Telebistako eduki mota gogokoena. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Zein da telebistan ikustea gehien gustatzen zaizun edukia?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 39.840 (%90,03)



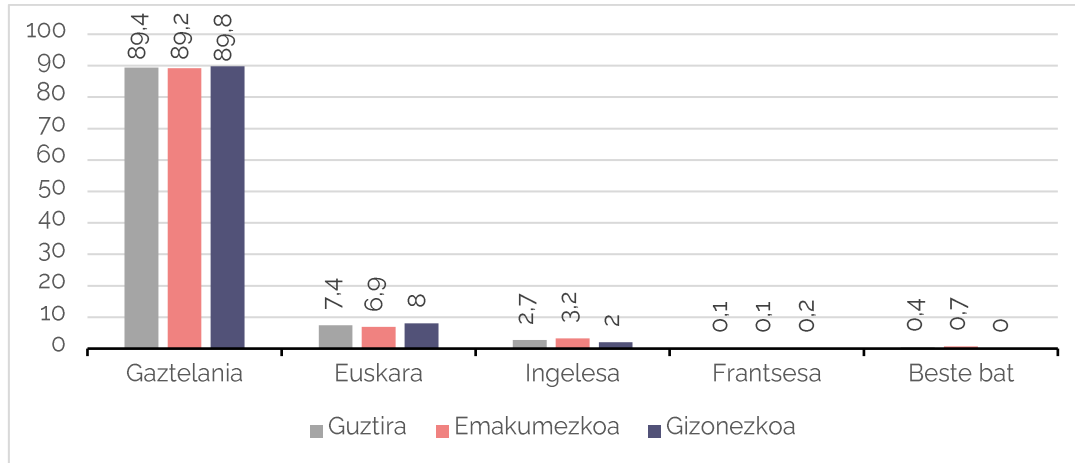
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Kontsumorako hizkuntzan sartuta, ikasleen %90 inguruk edukiak normalean gazteleraz ikusten dituela aitortu du, eta edukiak euskaraz ikusteko maiztasunaz galdetzean, %50,7k "inoiz ez" aukera markatu du (emakumeen %54,2k eta gizonen %46,2k).

34. irudia: Telebistan ikusitako programetako hizkuntza nagusia. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Zein izaten da telebistan ikusten dituzun programetako hizkuntza nagusia?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 39.840 (% 90,03)

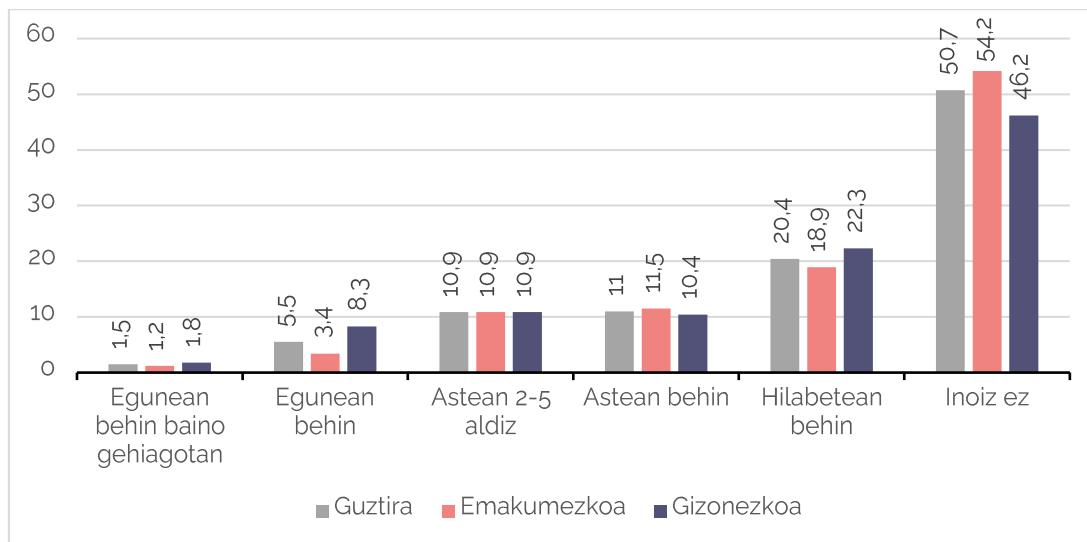


Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

35. irudia: Telebistako edukiak euskaraz ikusteko maiztasuna. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Zenbatetan ikusten dituzu telebista edukiak euskaraz?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 39.840 (% 90,03)



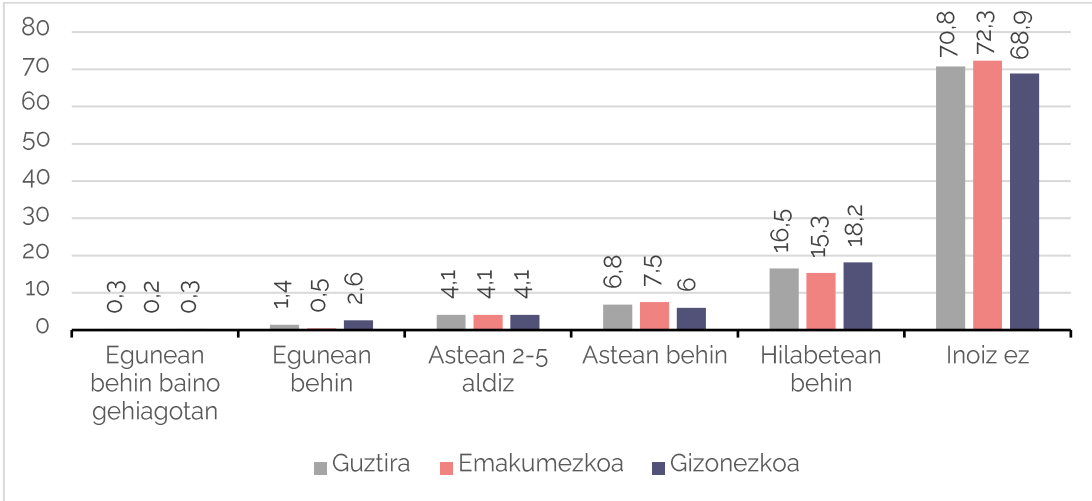
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Telebista jeneralistatik lokalera pasatuz, unibertsitarioen % 70,8k ikusten ez duela adierazi du. Bestalde, kanal horietan gustukoak duten edukia zein den galdetzean, hiru kategoria aukeratuena entretenimendua, albistegiak eta aktualitateko erreportajeak ala dokumentalak izan dira (hiru kasuetan % 10 inguru).

36. irudia: Telebista lokala ikusteko maiztasuna. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Herri ala eskualdeko telebista lokalen bat ikusten duzu (adibidez Goiena TB, Telebilbao, Xaloa TB, Hamaika TB...)?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 39.840 (% 90,03)

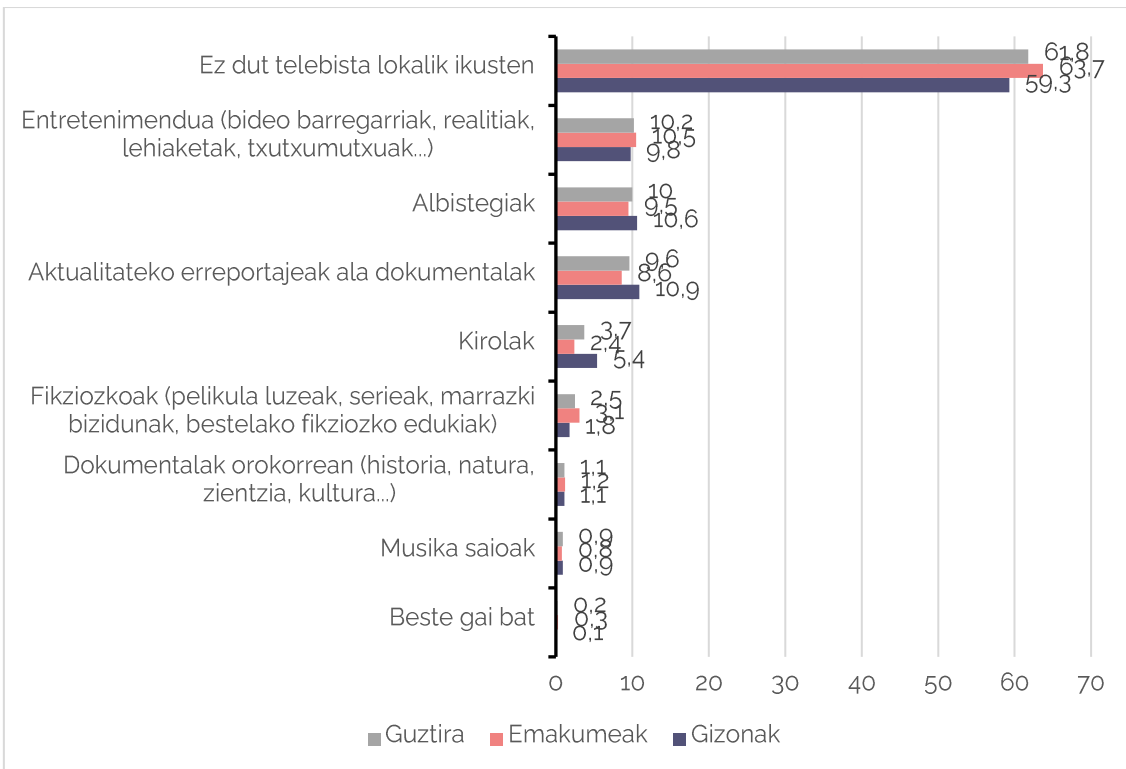


Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

37. irudia: telebista lokaletan gehien ikusitako edukia. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Telebista lokalen bat ikusten baduzu, zein da kanal horretan gehien ikusten duzun edukia?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 39.840 (% 90,03)



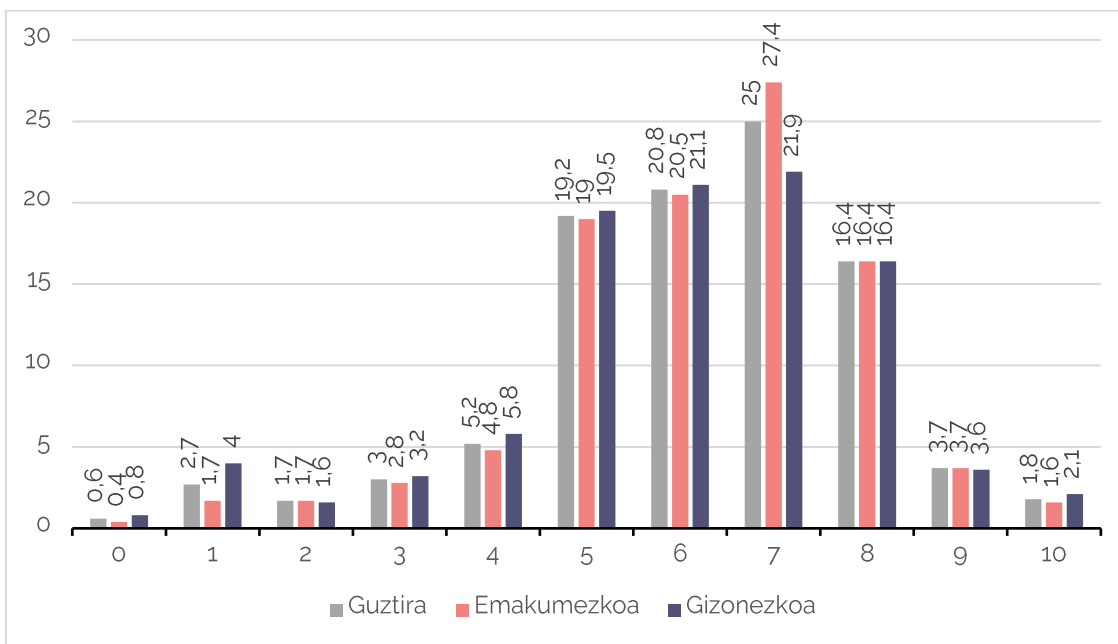
Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxoa.

Azkenik, telebista tradizionalari nota jartzeko eskatu zaie. Ikasleen % 40k 5 eta 6 notak eman diote, eta beste % 41.1ek 7 eta 8.

38. irudia: Telebistari jarritako nota. Ehunekoak guztira eta generoaren arabera.

Orokorrean, telebistari nolako nota jarriko zenioke?

Unibertsoa: 44.253 / Xede-taldea: 39.840 (% 90,03)



Iturria: IKUSIKER, 2026ko martxo.

LABURREAN

- Interneteko azken kontsumoan, ikasleek gehien aukeratzen dituzten sareak YouTube (% 29,6), Instagram (% 27,1) eta TikTok (% 12,9) dira. Generoaren arabera aldeak nabarmenak dira: gizonak YouTube gehiago aipatzen dute (% 40,3) eta emakumeek Instagram (% 28,1) eta TikTok (% 12,9).
- Hizkuntzari erreparatuta, azken kontsumitutako artean nagusi da gaztelania (% 63,6) eta ondoren ingelesa (% 22,6); azken edukia euskaraz ikusi dutenen ehunekoa 11 da.
- Telebistari dagokionez, gizonak gehiago aukeratu dute LA1 (% 19,9) eta emakumeek ETB2 (% 18,4). Nabarmena da gizonen % 10,6k FDF kanal tematikoa aipatzen dutela (emakumeetan % 6,2).
- Hizkuntzari dagokionez, ikusitako azken telebista-edukien artean euskarazkoak % 12,1 dira; gainerakoa, nagusiki, gaztelaniaz emititzen da.

INFORMAZIOA

- Ikasleen % 72,8k informazioarekiko nolabaiteko interesa erakusten du eta gizonen ehunekoa emakumeena baino 10,8 puntu altuagoa da.
- Ikasleen erdiak baino gehiagok aitortzen du informazioa jasotzeko gehien erabiltzen duten euskarria sakelakoa dela eta beste laurden batek telebista tradizionala aukeratu du.
- Ikus entzunezkoen bidez informatzeko aukeran eman diren edukien artean albisteak aukeratu dituzte ikasleen % 40,7k. Gizonen kasuan, bigarren aukera hautatuena aktualitateari lotutako podcastak dira (% 30) eta emakumeen kasuan, pertsonaia publikoen edo influencerren sare sozialetako edukia (% 25,7).
- Ikasleen % 31,2k informazioa alboratzen ez duela adierazi du. Gainerako ikasleak nahiko banatuta daude arrazoi ezberdinetan, baina nagusia, ikasleen % 19,7 biltzen duena, informazio kopuru handiegia egiten dio erreferentzia.
- Ikasleen % 64,2k uste du munduan gertatzen ari diren gatazken inguruan informatuta daudela. Bestalde, sare sozialetan ikusten dituzten albisteek sinesgarritasun gutxi daukatela uste du unibertsitarioen % 53,5ek.

- Ikasleen % 84,7k sare sozialak erabiltzen ditu informazio iturri gisa. Gehien erabiltzen duten sarea Instagram da (% 42,5). Bide horretatik informatzeko nahiago duten edukiak komunikabide txikiago edo alternatiboenak dira, emakumeek gizonen baino gehiago (% 66,7 eta % 53,5).
- Albistegiak telebistan ikusten duten ikasleen ehuneko altuena astean 2-5 aldiz maiztasunean batzen da (% 42). % 24,1ek egunero egiten duela adierazi du eta ia laurden batek astean behin. Albistegiak LA1n ikustea nahiago du % 33,5ek, eta % 19,2k ETBn.
- Telebistako albistegiei emandako 7 eta 8 kalifikazioek unibertsitarioen erdia baino zertxobait gehiago batzen dute eta 9 eta 10koek % 29,5.

TELEBISTA

- Eguneroko telebista kontsumoa egiten duela aitortzen duten ikasleak laurden bat dira, gutxi gora behera.
- Kontsumoa inoiz egiten dutenen artean, % 38,5ek 0-30 minutu bitarteko kontsumoa egiten du eta % 32,5ek 31-60 bitartekoa.
- Gehien ikusten duten telebista kanalarri dagokionez, emakumeen antzera aukeratu dute LA1 eta ETB. Gizonen nabarmen gehiago aukeratu dute LA1 ETB2 baino (% 27,2).
- Emakumeen % 41,4k entretenimendua hautatu du gustukoaren duten eduki gisa, gizonen % 26,7rekin alderatuta. Horren atzetik gizonen gehien aukeratu duten hurrengo kategoria "kirolak" izan da (% 18,9).
- Kontsumorako hizkuntzan sartuta, ikasleen % 90 inguruk edukiak normalean gazteleraz ikusten dituela aitortu du.
- Unibertsitarioen % 70,8k erantzun du ez duela telebista lokalik ikusten.
- Telebista puntuatzeko eskatu zaienean ikasleen % 40k 5 eta 6 notak eman diote, eta beste % 41,1ek 7 eta 8.

IKUSIKER

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

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



EHUko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea.

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

+34 747 414 355

ikusiker@ehu.eus