



IKER  
GAZTE  
NAZIOARTEKO  
IKERKETA EUSKARAZ

## IV. IKERGAZTE NAZIOARTEKO IKERKETA EUSKARAZ

2021eko ekainaren 9, 10 eta 11a  
Gasteiz, Euskal Herria

ANTOLATZAILEA:  
Udako Euskal Unibertsitatea (UEU)

### GIZARTE ZIENTZIAK ETA ZUZENBIDEA

**IKTen, internet bidezko  
plataformen, sare sozialen eta  
telebistaren erabilera eta  
kontsumoa euskal nerabeen  
artean**

*Naia Laka*

121-127 or.  
<https://dx.doi.org/10.26876/ikergazte.iv.02.15>



## **IKTen, internet bidezko plataformen, sare sozialen eta telebistaren erabilera eta kontsumoa euskal nerabeen artean**

Laka, N.

*Sinatzaileak lan egiten duen ikerketa proiektuaren barruan landutako artikulua: “Applika+: ikus-entzunezkoen sorkuntza eta kontsumoa” izenarekin UPV/EHUko Unibertsitatea-Gizarte deialdiko proiektua (US20/21), EITB, Tabakalera eta Kulturaren Euskal Behatokiarekin elkarlanean, 2020ko iraila-2021ko iraila.*

### **Laburpena**

Gaur egungo bizimodu digitalizatu honetan eta Covid-19aren ondorioz Komunikazio Teknologien erabilera eta ikus-entzunezkoen kontsumoa inoiz baino altuagoa den garai hauetan, baliabide hauekin hazi eta hezi diren natibo digitalak deritzegun gazteak dira hazkunde horren eragile esanguratsuak. Baina, nola kontsumitzen dituzte euskal gazteek Internet bidezko plataformetako eta sare sozialetako edukia? Ze kanaletan ikusten dituzte telebista konbentzionaleko edukia? Euskal Herriko 11 eta 18 urte bitarteko ikasleei egindako inkestaren arabera, datuek argi uzten dute telefono mugikorrek nagusitasun argia duela kontsumoan, edukia ikusteko plataformarik bisitatuena Youtube izanik. Telebistari dagokionez, kanal konbentzionalak gero eta gutxiago ikusten direla bistakoa da.

Hitz gakoak: komunikazioa, ikus-entzunezkoak, audientzia, kontsumoa, gazteak

### **Abstract**

*In today's digitalized lifestyle and this era when the use of Information and Communication Technologies and the consumption of audiovisual content as a result of Covid-19 is higher than ever, digital natives who have grown with all these resources are a significant factor for this growth. But how does Basque youth consume audiovisual content on the Internet's platforms and social media? On which channels do they watch conventional TV content? According to this inquiry conducted to young students in the ages 11 to 18 in the Basque Country, the data shows that the cellphone has the dominance among the devices used for content consumption and YouTube being the most important platform for it. Data demonstrated that in television, conventional channels are less and less visible.*

*Keywords: communication, audiovisual content, audience, consumption, youth*

### **1. Sarrera eta uneko egoera**

Informazioaren eta komunikazioaren teknologiak aldaketa garrantzitsuak eragiten ari dira komunikabideen zeregin eta erabileran. Digitalizazioan bete-betean sartutako garai hauetan jendeak ikus-entzunezko edukia jasotzeko eta erabiltzeko modua etengabe aldatzen ari da. Eta joko honetan sartzen da baita herritarrek nola eta zertarako erabiltzen dituzten IKT-ak eta baita hauetan aukeratzen, ikusten eta partekatzen dituzten edukia ere (Azpeitia, 2019).

Komunikabideekiko jarrera aldaketa hau, eta modu garbiagoan ohiko telebistarenganako, bereziki nabaritzen da pertsona gazteagoen artean (Tubella et al., 2008). Ikus-entzunezkoak edozein une eta lekutan ikusteko irekiago dagoen kolektiboa da, aparailu desberdinak erabiliz eta modu aktiboagoan arituz interesatzen zaizkion eduki orokor zein berezitueta iritsi arte. Bere garaian Livingsstonek (2002) adierazi zuen bezala, nahi duten edukia eta nahi dutenean kontsumitzeko aukera izateak autonomia sentsazio handiagoa sortarazten die nerabeei

Informazioaren eta ikus-entzunezkoen esparruan gertatzen ari diren etengabeko aldatze joera honek, gizartearen erabilera eta kontsumoak aztertzea beharrezko egiten du, gazteak azterketarako sujetu interesgarri eta baliagarri bihurtzen dituelarik. Azken hamarkada honetan egindako ikerketek erabilera eta kontsumo horiei buruzko datu esanguratsuak erakusten dituzte.

2011n Courtois, Mechant, Paulussen eta De Marezek helburua nerabeei hedabideen kontsumoari lotzen dizkieten esanahiak aztertzea zuen metodologia anitzeko ikerketan, 12-18 urte bitarteko gazte flandriarrei egindako inkestek garai hartan nerabe horiek zuten IKTen

eskuragarritasuna oso altua zela: % 99ak telebista bat eta ordenagailu bat zituen etxean eta % 98ak telefono mugikorra, bideokontsola ere hirutik bik zutela % 67 adierazita.

García, López de Ayala eta Catalinak 2013an 12-17 urte bitarteko gazte espainiarren on-line praktikak eta sare sozialen erabilera aztertzean ikusi zuten garai hartan sare sozialek posta elektronikoari eta bat-bateko mezularitzari lekua kendu ziotela, Tuenti eta Facebook izanik sare sozialik erabilienak txateatzeko, lagunen argazki eta bideoak ikusteko eta hauekin hitz egiteko.

Aurrerago, Ballesta, Cerezo eta Veasek 2014an IKTen erabilera eta kontsumoari buruz egindako ikerketan aipatzen duenez, Murtziako DBH-ko 3. eta 4. mailako ikasleen artean % 86ak ekipamendu informatikoa zuen etxean testuinguru hartan, eta % 71,3ak sare sozialak erabiltzen zituen. Gainera, adin tarte horretan, generoaren arabera erabilera desberdina egiten zutela antzeman zuten.

Urte berean, Lópezek eta Gómezek 18-25 urte bitarteko gazteen telebista eta irrati kontsumo ohiturak aztertzerakoan, % 88ak telebista konbentzionala ikusten zuela jaso zuten, edukirik gustukoena fikzioa eta *reality*-ak izanik.

Urte hartako Interneten kontsumoa telebistaren kontsumoarekin konparatuz, Arana, Sánchez Navarro eta Rocak 12-18 urte bitarteko gazteekin egindako eztabaida taldeetatik eta gurasoei egindako inkestetatik, gazteen kontsumoaren transformazioa ekarriko zuen ondorioa atera zuten: "...telebista ez da aisialdirako eta entretenimendurako tresna nagusizat hartzen. Eskainitako denbora edozein izanda ere, Internet da lehentasunezko euskarria." Izan ere, "kontsumo digitalak, ikus-entzunezkoa, soziala zein kulturala, garatzeko espazio pribatu eta autonomia ematen die nerabeei."

Horri gehitu behar zaio Ávila, Godoy eta Piñerok (2019) Almeriako 14-18 urte bitarteko gazteekin burututako inkestak erakutsi zuen inkestatuen % 31,6ak etengabe pentsatzen duela IKTak eta Internet erabiltzean, % 36,8ak hauek gutxiago erabiltzea helburu izanik ere lortzen ez duelarik. Honek erakusten du gazteen benetako dependentzia aparailu eta Internetarekiko.

Pandemia garaia aparteko eszenatokia izan da kontsumo eta erabilerak aztertzeko; izan ere, Arana, Mimenza eta Narbaizak 2020an adierazi bezala, itxialdia "IKTen erabilera masibo eta unibertsalizatuaren azeleratzaile izan da, eta komunikazio digitalizatua eta globalizatua ezaugarri dituen garaia da ordutik bizi duguna." Arana eta Narbaizak urte berean pandemia garaian unibertsitateko ikasleek komunikabideen erabilera eta kontsumoari buruz egindako ikerketan ondorioztatu zuten EHUko ikasleek entretenimendua, denbora-pasa eta lagunekin harremantzea azpimarratzen dituztela edukiak kontsumitzeko arrazoi nagusizat, sare sozialik erabilienak Whatsapp, Youtube eta Instagram izanik.

## 2. Ikerketaren helburuak

Ikerketa hau Euskal Herriko Unibertsitateko NOR Ikerketa Taldearen barnean sortuta Applika+ ikerketa proiektuaren parte da. Proiektu honek ikus-entzunezko sorkuntza eta erabileraren arteko zubia egitea du xede eta Tabakalera-Kultura Garaikidearen Nazioarteko Zentroarekin, Kulturaren Euskal Behatokiarekin eta EITB-Euskal Irrati-Telebistarekin lankidetzan, ikus-entzunezko edukien kontsumoen ezagutza eta ebaluaketarako metodologia kuantitatibo zein kualitatiboak diseinatu eta jartzen ditu praktikan.

Proiektu honek hiru lan-ildo ditu ardatz:

- 1) Ikusiker: ikus-entzunezkoen kontsumoaren azterketa
- 2) Ikustest: ikus-entzunezko produktuen testak eta eduki eta formatu berrien gaineko ikerketak
- 3) Ikusarea: nazioarteko euskaldunek osatutako sarearen bitartez, mundu mailan kontsumitzen diren ikus-entzunezkoen ezagutzarako ikerketak

Ikerketa hau Ikusikerren ildotik burutua izan da. Ikusiker 2019an jarri zen martxan eta UPV/EHUko ikasleek osatutako panelaren bitartez hainbat ikerketa egin dira gaur egunera arte. Ikerketa ildo horren harira, 2020ko abenduan proiektuak norabide paralelo berri bat hartu eta

UPV/EHUko panelari UPNAko ikasleak batzeaz gain, beste talde soziodemografiko batekin bigarren panel bat osatzea erabaki zuen Applika+ lantaldeak: Gazte Panela.

Gazte Panel honekin egindako lehen lana izan da ikerketa lan hau eta bere helburu nagusia Euskal Herriko 11-18 urte bitarteko gazteen komunikazio teknologien eskuragarritasuna eta Interneteko plataforma, sare sozial eta telebistako ikus-entzunezkoen kontsumoa aztertzea izan da.

Ikerketa honi dagokionez, helburu zehatzak ondorengoak izan dira:

- 1) 11-18 urte bitarteko gazteek etxean eskura dituzten komunikazio teknologien presentzia ezagutzea.
- 2) 11-18 urte bitarteko gazteek Internet bidezko plataformetan eta sare sozialetan kontsumitutako edukiak zein toki, aparailu, plataforma eta hizkuntzatan kontsumitu dituzten ezagutzea.
- 3) 11-18 urte bitarteko gazteek telebista arruntean kontsumitutako edukiak zein kanal eta hizkuntzatan kontsumitu duten ezagutzea.

### 3. Ikerketaren muina

Lehenago aipatu bezala, ikerketa hau Ikusiker lan-ildoaren barruan egin da eta lan-ildo honek metodologia argia du: panel baten osaera eta inkesta formako galdetegia. Metodologia kuantitatiboak Euskal Herriko gazteen komunikazio teknologien eta IKTen erabilerari buruzko eta ikus-entzunezko edukien kontsumo ohituren inguruko ikuspegi orokor eta zehatzagoa ematen ditu ohitura horien inguruko datu esanguratsuak ezagutzeko eta identifikatzeko.

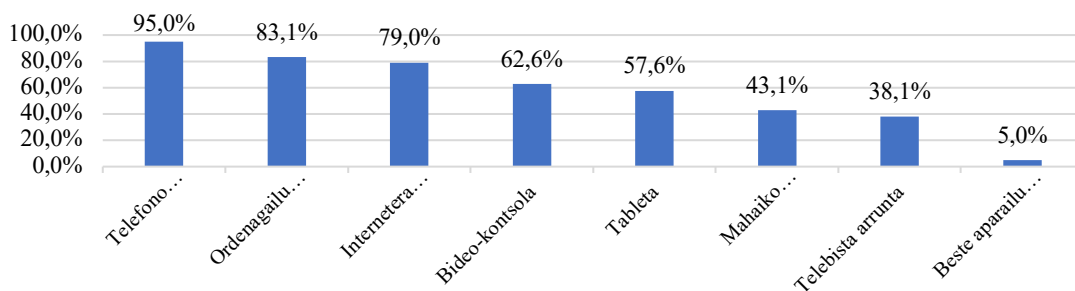
Inkestaren estrukturari dagokionez, galdetegi bera burutu dute aipatutako ikastetxe guztietako ikasle guztiek. Komunikazio teknologiei buruz galdetzean, etxean eskura dituzten aparailuak zeintzuk diren aipatzeko eskatu zaie eta, bestalde, ikusitako ikus-entzunezkoei dagokionean, Interneteko plataforma eta sare sozialetan ikusi duten azken edukiari buruzko galderak zuzendu zaizkie: edukiaren izena, noiz eta non ikusi duten, ze aparailu bidez eta zein plataformatan ikusi duten, bakarrik edo konpainian ikusi badute eta baita ze hizkuntzatan ere. Azkenik, telebistan ikusitako azken edukiari buruz ere galdera berberak egin dira, ikusitako plataformen ordez telebista kanalak adieraziz.

Ikerketaren helburuak eta unibertsoa kontutan hartuz, Applika+ lantaldeko kideek landa-lan zabal bat egin dute Euskal Autonomia Erkidegoan eta Nafarroako Foru Erkidegoko ikastetxeetan, bi erkidegoetako gazte kolektiboaren ordezkarri izango den lagina osatzeko. Horretarako, landa-lan horren bitartez, 11-18 urte bitarteko 2147 ikasleko lagina edo panela osatu da ondorengo euskal ikastetxeek osatua: Bizkaian Mungiako Larramendi Ikastola eta Bilboko Solokoetxe BHI, Gipuzkoan Eibarko Eibar BHI, eta Nafarroan Tafallako Garcés de los Fayos Ikastola eta Iruñeako Biurdana BHI. Ikastetxe hauek aukeratzeko arrazoia erkidegoetako biztanleria gaztearen proportzionala izatea lortu nahi izan da, Euskal Autonomia Erkidegotik hiru ikastetxe hartuz eta Nafarroako Foru Erkidegotik bi ikastetxe hartuz.

Landa-lan horretan, panel horri Komunikazio Teknologiei eta Interneteko plataforma, sare sozial eta telebistan egindako ikus-entzunezko edukien azken kontsumoari buruzko galdetegia zuzendu zaie, eta 2147 inkestetatik 1992 izan dira baliozkoak. Inkesta honen bitartez lortutako emaitzek datu esanguratsuak erakusten ditu euskal gazteen kontsumoaren inguruan.

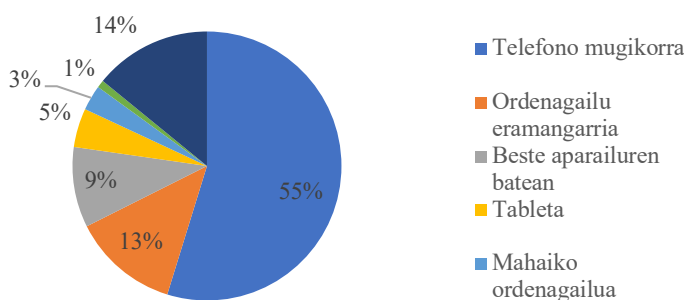
Hasteko, etxean eskura dituzten aparailuei buruz galdetu zaie. Izan ere, gaur egun eskura izan ditzakegun aparailuak askotarikoak izan daitezke, eta ikus-entzunezko edukiak kontsumitzeko moduak anitzak. Euskal gazteen kasuan emaitzek argi uzten dute ikus-entzunezko edukiak kontsumitzeko telefono mugikorra dela aparailu nagusia % 95ak eskura duela adieraziz, ordenagailu eramangarria (% 83,1) eta Smart TV-a (% 79) ere gehiengoaren eskura daudelarik.

**1. Irudia. Gazteek eskura dituzten aparailuak.**



**Iturria: NOR Ikerketa Taldea, EHU/UPV (2020).**

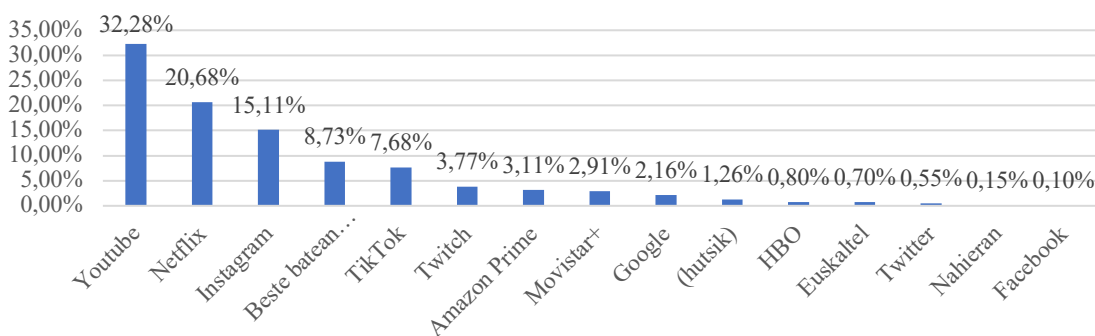
**2. Irudia. Interneteko plataforma edo sare sozialetan ikusitako azken edukiak zein aparailutan jaso diren.**



**Iturria: NOR Ikerketa Taldea, EHU/UPV (2020).**

Plataformei dagokienean, kontsumo horretan gazteek gehien erabili dutena Youtube da alde handiz, % 32,28ak berau aukeratuta. Hala ere, indar esanguratsua dute bai Netflixek (% 20,68) eta baita Instagramek (% 15,11) ere.

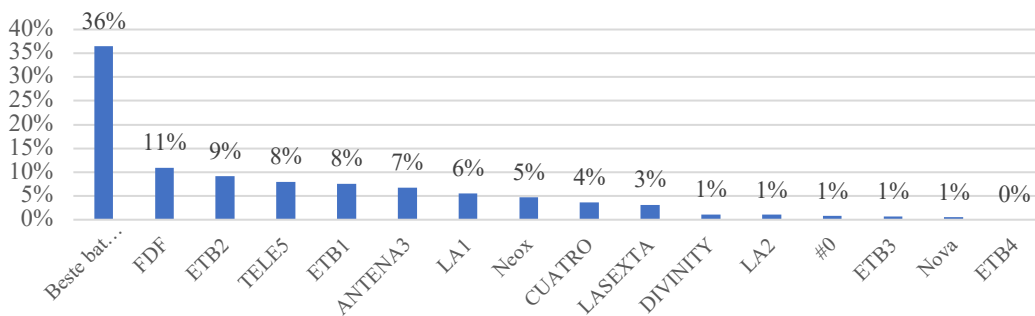
**3. Irudia. Internet bidez ikusitako azken bideoa zein plataformatan ikusi den.**



**Iturria: NOR Ikerketa Taldea, EHU/UPV (2020).**

Kontsumo birtualetik telebista arruntera igarota, aipagarria da heren batek baino gehiagok jarritako aukeretan ez beste kanal batean ikusi duela azken edukia,; hau da, konbentzionalak edo ohikoak ez diren kanaletan alegia. Gainerako bi herenak oso banatuak daude aukeren artean: kontsumo handiena FDF kanalak hartzen du % 11arekin, & 9ak ETB2 aukeratu duelarik eta Tele5, ETB1 eta Antena3 dira horien atzetik ikusienak bakoitza % 7arekin.

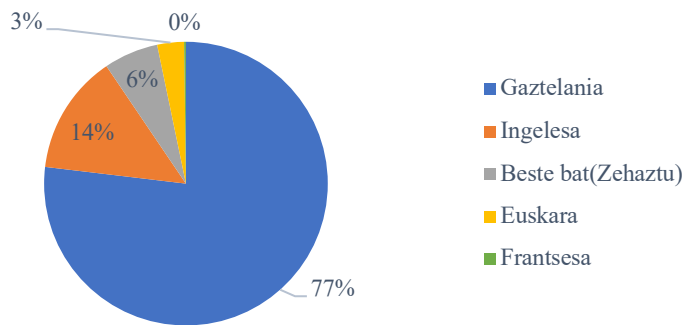
**4. Irudia. Telebistako azken edukiak zein kanaletan ikusi duen.**



**Iturria: NOR Ikerketa Taldea, EHU/UPV (2020).**

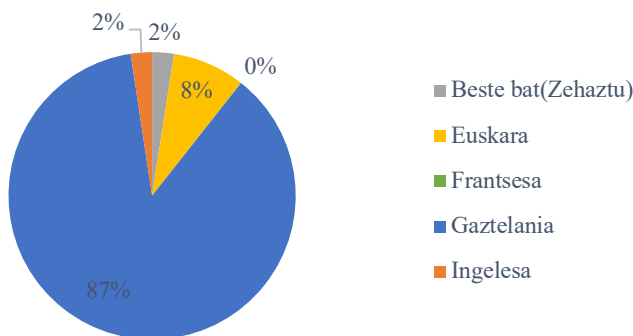
Kontsumo hauek egindako hizkuntzaren kasuan, aukeratu duten hizkuntza oso antzekoa da bai Interneteko edo sare sozialetako kontsumoan eta baita telebista arruntean egindako kontsumoan ere. Izan ere, hizkuntzaren kasuan ez dago gaztelararen kontsumo mailara hurbiltzen den beste hizkuntzarik, eta euskararen kontsumoa oso baxua dela agerikoa da.

**5. Irudia. Internet bidez ikusitako azken bideoa zein hizkuntzatan ikusi den.**



**Iturria: NOR Ikerketa Taldea, EHU/UPV (2020).**

**6. Irudia. Telebistako azken programa zein hizkuntzatan ikusi duen.**



**Iturria: NOR Ikerketa Taldea, EHU/UPV (2020).**

#### 4. Ondorioak

Oso adierazgarria da gaur egun gazteek bere etxeetan duten IKT aukera zabala. Inkestako datuen arabera, inkestatutako gazteen etheen erdietan baino gehiagotan baitaude telefono mugikorra, ordenagailu eramangarria, Internetera konektatutako telebista edo smart TV-a, bideo-kontsola eta tableta. Pérez, Godoy eta Piñerok (2019) egiaztatu zuten, “IKTekin lehenengo kontaktua batezbesteko 9,21 urterekin egin ohi da, batazbesteko 4,75 aparailu erabiliz” aztertutako adin horietan. Esanguratsua da ere, komunikazio tresna tradizionala den telebista arruntaren presentzia baxua. Honek argi adierazten du gaur egun IKT aukera zabala izateaz gain, aukera horiek denek edo ia denek Interneterako sarrera duten aparailuak izatea, gazteak etengabe sarera konektatuta daudenaren ideia are gehiago indartuz.

Hala ere, bada aparailu bat besteengandik nabarmentzen dena. Izan ere, telefono mugikorra eskura duten aparailu nagusia izateaz gain, edukiak ikusteko erabiliena izatea ez da kasualitatea. Beste aparailuekin alderatuta, irisgarriagoa izateak eta momentuoro aldean erabiltzeak errazago egiten du aparailu honen bitartezko kontsumoa. Interneteko edukietara sartzeko biderik errazena eta azkarrena da mugikorra.

Horri gehitzen zaio plataformarik ikusienak Youtube, Netflix eta Instagram izatea. Arana, Mimenza eta Narbaizak 2020an argitaratutako *Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación* ikerketan EHUko gazteen sare sozial gogokoenak Instagram eta Youtube eta plataformarik direla eta plataformarik erabiliena Netflix zelan ikusi zuten, nerabeen eta unibertsitate ikasleen antzeko kontsumoak bistara ekarriz.

Telebistaren kontsumoari eta hizkuntzari erreparatuz gero, esanguratsua da euskal edukien kontsumoaren emaitza baxua. Gazteek oso gutxi ikusten dute ETB1, eta hau zuzenean lotuta doa euskaraz ikusitako edukien portzentaje oso baxua izatearekin, telebista mailan euskarazko edukien aukera oso mugatua baita.

#### 5. Etorkizunerako planteatzen den norabidea

Ikerketa hau Euskal Herriko gazteen kontsumo mota desberdinak aztertzeko abiapuntua izan da. Applika+ proiektuko lan-taldeak azterketa lan hau jarraian etorri diren eta etorriko diren azterlanen oinarritzat erabili da. Izan ere, ikerketa honetan sortutako euskal gazteen panelak proiektuan planteatu diren beste hainbat ikerketa egiteko baliatu da eta baliatuko da etorkizunean ere. Are gehiago, lantaldearen kaptazio lanari esker, panela haztea lortu da beste ikastetxe batzuk gehituak izan direlarik.

Azterketa hau oinarri hartuta, Applika+ lantaldeak komunikazio teknologien, IKTen eta sare sozialen erabilera eta kontsumo mota desberdinak aztertzeko jarraitzen du Ikusiker lan ildoaren barruan, gazteen artean arrakasta duten plataformetan eta ikus-entzunezko eduki motak identifikatuz eta hauei buruzko ikerketa kuantitatiboak burutuz.

Perspektiba desberdinetako azterketak egiteaz gain eta gazteen kontsumoaren ikuspuntu desberdinak jaso eta ezagutzeaz gain, kontsumo horren jarraipen eta bilakaera behatzeko ere balioko dute Ikusikerren jasoko diren datu estatistikoek. Gaur egun gazteen kontsumo ohiturak etengabe aldatzen dira, eta epe laburreko etorkizunean gizartean izango diren kontsumo ohiturak markatzen dituzte, azterketa hauek tendentzia horiek identifikatu eta ezagutaraziko dituztelarik.

#### 6. Erreferentziak

- Arana, E. eta Narbaiza, B. (2020): Uso y consumo de medios de los universitarios durante la pandemia, Joaquín Sotelo eta Jorge Gallardo (konp.) *Comunicación espacializada: historia y realidad actual*. McGraw Hill/Interamericana de España S.L., Madril.
- Arana, E., Mimenza, L. eta Narbaiza, B. (2020): Koronabirus pandemia eta *online* portaeren aldaketak (euskal) ekosistema mediatikoan, BAT Soziolinguistika Aldizkaria, 116, 67-103.

- Aranda, D., Roca, M. eta Sánchez-Navarro, J. (2013): Televisión e internet. El significado de uso de la red en el consumo audiovisual de los adolescentes, *Quaderns del CAC*, 39, 15-23.
- Azpeitia, I. (2019): *Beyond negativity on television entertainment perspectives and research on its contribution to public television*. Doktorego Tesia. UPV/EHU.
- Ballesta, J., Cerezo, M.C. eta Veas, A. (2014), Los jóvenes de educación secundaria ante el uso y consumo de las TIC, *Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento*, 14, 22-40.
- Courtois, C., Mechant, P., Paulussen, S. eta De Marez, L. (2011): The triple articulation of media technologies in teenage media consumption, *New media % society*, 14, 401-420.
- García, A., López-de-Ayala, M.C. eta Catalina, B. (2013): Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles, *Comunicar*, 41, 195-204.
- Livingstone, S. (2002): *Young People and New Media*. Londres: Sage.
- López, N. eta Gómez, L. (2014): Nuevos hábitos de los jóvenes españoles y tendencias de futuro en el consumo de radio y televisión, *Historia y Comunicación Social*, Esp. Febrero, 327-340.
- Pérez, T., Godoy, C. eta Piñero, E. (2019): Hábitos de consumo de las nuevas tecnologías en adolescentes ¿Uso o abuso?, *European Journal of Child Development, Education and Psychopathology*, 1, 47-57.
- Tubella I. et al (2008): Tàctiques i estratègies en els nous camps de batalla de la comunicació: transformacions en l'ús, consum i producció de la informació a la societat xarxa, *Trípodos*, 23, 119-133.