



## KOMUNIKABIDEAK (2015eko otsaila) Prensa oharra

### Oraindik ere telebista da gehien erabiltzen den komunikabidea. Gehienak komunikabide bat baino gehiago erabiltzen dituzte informatuak egoteko

Lau pertsonatik hiruk (%76) egunerokotasunari buruzko berriak telebista bidez jarraitzen dituzte egunero. Portzentaje hori gainerako komunikabideena baino dezente handiagoa da. Bigarren eta hirugarren lekuan ditugu, berrien eguneroko jarraipenari dagokionez, irratia (%43) eta Internet (%42). Gainera, albisteen berri ere telebistatik jasotzen da (%52k aurreko astean arreta gehien eman zien albistearen berri bertatik izan zuten) eta albisteen jarraipena ere komunikabide horretatik egiten da (%68).

Azken urteetako bilakaerari dagokionez, egunero albisteen jarraipena Internet bidez egiten dutenen portzentajea handitu da batez ere, 2010ean %13 izatetik egungo %42ra. Azken lau urteetan, handitu egin da ere telebista bidez eta irrati bidez albisteak egunero jarraitzen dituztenen portzentajea. Egunero egunkaria paperean irakurtzen dutenena gutxi gora behera berdin mantendu da.

18 eta 29 urte bitarteko gazteen artean, *egunero* telebista bidez informatzen direnen (%60) eta Internet bidez informatzen direnen (%61) portzentajeak nahikoa antzekoak dira; aldiz, irratien (%19) eta egunkarien (%19) bidez informatzen direnak dezente gutxiago dira. Intereseko albistearen lehen berria internet bidez izan dutenen portzentajea ere handiagoa da gazteen artean, eta baita ere, albiste horren jarraipena komunikabide hori bera erabiliz egiten dutenena.

Biztanleen %61ek adierazi dute, albisteez aparte, politikari buruzko bestelako saio edo programak ikusi edo entzuten dituztela telebistan edo irratian. Halaber, lautik batek ikusi zuten bezperan mota horretako saioen bat (%24).

Elkarrizketatutako pertsonen %60k komunikabide tradizionalak zein internet erabiltzen dituzte egunerokotasun albisteez informatuak egoteko; %39k soilik komunikabide tradizionalak erabiltzen dituzte eta %1ak soilik internet. Bi motatako komunikabideak erabiltzen dituztenen portzentajea %87raino handitzen da gazteen artean, eta adinean gora egin ahala txikitu egiten da: 64 urtetik gorakoek %19 arte. Gainera, hamar elkarrizketatuetatik zazpik (%71) nahiago dute informatzeko komunikabide ezberdinak erabiltzea, eta soilik %23k adierazi dute fidelak izaten direla komunikabide bakar bati.

### Biztanleen herenak komunikabideei euren iritzietan eragin ahalmena errekonozitzen diete.

#### Konfiantza handiagoa da komunikabide tradizionaletan (irratia, prentsa, telebista) sare sozialetan baino.

Biztanleen herena inguruk uste dute komunikabideek eragin handia edo nahikoa dutela euren iritzietan: telebistak eragin handia edo nahikoa duela uste dute %34k, irratiak %33k eta egunkariek %32k. Sare sozialei egozten zaien eragin ahalmena txikiagoa da: %21ek uste dute eragin handia edo nahikoa dutela euren iritzietan; nahiz eta, gazteen artean portzentaje hori %43raino handitzen den.

Komunikabideek ematen duten informazioan 5,4ko konfiantza erakutsi dute elkarrizketatuek, 0tik 10erako eskalan. Konfiantza, handiagoa da kulturari (6,4) eta kirolari (6,1) dagokion informazioan, eta txikiagoa ekonomiari (4,4) eta, batez ere, politikari buruzko informazioan (3,7). Komunikabide mota bakoitzari dagokionez, konfiantza maila handiagoa da irratian (5,9), prentsa idatzian (5,6) eta telebistan (5,1), eta guztiak bostaren gainetik kokatzen dira. Aldiz, konfiantza txikiagoa da sare sozialetan, guztiak bostaren azpitik agertzen dira: Twitter 4,6, Facebook 4,5 eta Whatsapp 4,0.

Gehienek nahiago dute komunikabideak neutralak eta inpartzialak izaten saiatzea egunerokotasunezko gaiez informatzerakoan (%64)

### Internet bidez jasotzen den publizitateari arreta handiagoa ematen diete sarearen erabiltzaile gazteenek

%60k ez diote arretarik eskaintzen internet bidez sartzeko zaien publizitateari; gazteen artean, txikiagoa da arretarik eskaintzen ez dioten portzentajea (%48), eta adinean gora goazen neurrian txikitu egiten da arreta hori (64 urtetik gorako pertsonen %73k adierazi dute internet bidez jasotzen duten publizitateari ez diotela arretarik eskaintzen).

Internet bidez jasotzen den publizitateari buruzko informazio osagarriaren bila jotzen dutenen portzentajea ere handitu egiten da elkarrizketatua zenbat eta gazteagoa izan: 65 urte edo gehiagokoek %74k ez du inoiz jotzen iragarritako orrira informazio osagarriaren bila; gazteen artean portzentaje hori %56 arte txikitzen da.

**Biztanleen herena inguru oso edo nahikoa informatua dago Eusko Jaurlaritzak egiten duenaz**

Elkarrizketatutako pertsonen %29k adierazi dute oso edo nahikoa informatuta daudela Eusko Jaurlaritzak egiten duenaz. Batere informatuta ez daudela dionenen portzentajea txikitu egin da 2010 urteaz geroztik, %30etik egungo %14ra.

Erdiak baino gehiagok informazio hori telebista bidez (%69) eta prentsa bidez (%55) eskuratzen dute. Jasotzen den Gobernuko informazioari ematen zaion konfiantza maila hamarretik 5,4koa da, orokorrean komunikabideetatik jasotzen den informazioari ematen zaion bera.

Erdiak baino gehiagok Eusko Jaurlaritzako webgunea ezagutzen dute (%57) eta batzuetan erabiltzen dute (%52). *Irekiaren* webgunean %17k ezagutzen dute.

Ikerketa honen **fitxa teknikoa** zabaldu den txostenean kontsulta daiteke. Lagina 18 urtez gorako herritarrei zuzendua, EAE osorako 1.200 lagunek osatua da. Elkarrizketak telefonoz egin dira. Lagin honi dagokion lagin errorearen estimazioa  $\pm\%2,89$ koa da EAE osorako, %95,5eko konfiantza mailarako,  $p=q=0,5$  izanik. Informazio bilketa 2014ko abenduaren 1a eta 2a bitartean egin zen.

OHARRA: Txosten osoa Prospekzio Soziologikoen Kabinetearen webgunean eskuragarri dago:

[http://www.euskadi.net/ikerketa\\_soziologikoak](http://www.euskadi.net/ikerketa_soziologikoak)

Vitoria-Gasteiz, 2015eko otsailak 25