

# NERABEAREN ETA LAGUN-TALDEAREN IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMOA 2011N: GIPUZKOAKO KASU AZTERKETA

**Tesiaren egilea:** Amaia Pavón Arrizabalaga

**Unibertsitatea:** Mondragon Unibertsitatea

**Saila:** Komunikazioa

**Tesi-zuzendaria:** Aitor Zuberogoitia Espilla eta Patxi Juaristi

**Tesiaren laburpena:**

Ikerlan honen helburu nagusia izan da ezagutzea 12 eta 16 urte bitarteko gaztetxo gipuzkoarren ikus-entzunezko kontsumo-ohiturak. Izan ere, zenbait faktore tarteko direla (telebistaren digitalizazioa, euskarri mugikorren hedapena eta banda-zabalera handiko Interneteko konexioak orokortu izana, nagusiki) ikus-entzunezkoen eskaintza nabarmen aldatu da Gipuzkoan 2010az geroztik. Horrenbestez, aro berriko nerabeen kontsumo-ohiturak aztertu dira, beraiek baitira kontsumo-eredu berrien isla nabarmenena.

Ikerketaren abiapuntua, beraz, izan da jakitea zein ikus-entzunezko produktuk duten arrakasta Gipuzkoako gaztetxoaren artean. Horrekin batera, nerabeek kontsumitutako ikus-entzunezko produktuak ezagutzea bezain garrantzitsua izan da aztertzea, batetik, zein toki betetzen duten produktu horiek gaztetxoaren egunerokotasunean, eta, bestetik, ezagutzea noiz, zein maiztasunez, nola eta norekin kontsumitzen dituzten eduki horiek. Ikerketa kuantitatiboaren bitartez, Gipuzkoako nerabeen ikus-entzunezko kontsumo-ohituren argazki orokor eta esanguratsua eskuratu da; horrela, bada, 12 eta 16 urte bitarteko 852 pertsonak bete dute galdetegia Gipuzkoan, eskualde, eskola, ikaste-eredu eta genero desberdinetakoak.

Metodologia kualitatiboa uztartu da kuantitatiboarekin batera, eta sakoneko 26 elkarrizketa egin dira, gai subjektiboagoak eta ñabardurak jorratzeko. Hortaz, nerabeen motibazioak ezagutu nahi izan dira ikus-entzunezko kontsumo-ohitura horien atzean dauden hautuak ezagutzeko. Horrez gain, nerabezaroan laguntaldeak duen garrantzia ikusita eta bertako kideak Interneteko sare sozialei esker etengabeko interakzioan daudela ikusita, aztertu da ea loturarik dagoen ikus-entzunezko testuinguru indibidualaren eta taldeko ikus-entzunezko testuinguruaren artean. Talde-eraginarekin lotuta, Tuenti sare sozialak ikus-entzunezko kontsumo-arekin harremanik ba ote duen ikertu da. Tuentiren erabileraren gaineko informazioa eskuratzeko galdetegia diseinatu da eta Tuenti profilen azterketarako, gainera, sakoneko elkarrizketak baliatu dira.

Gipuzkoako nerabeetan oinarrituta dagoenez ikerketa, kontuan hartu da herrialde horretan elebiduna dela 10 eta 14 urte bitarteko nerabeen % 85,93, eta 15 eta 19 bitartekoen % 75,17. Horrekin batera, aurreko ikerketek baieztatu dute nerabe euskaldunak gaztelaniazko ikus-entzunezkoei begira daudela, eta, koxka bat estututa, aztertu da ea ikus-entzunezkoetan kontsumitutako hizkuntzak harremanik duen lagun-taldearen hizkuntza-portaerarekin.

Ikerlan honen helburu nagusia izan da, beraz, aipatu diren puntuei erantzuna ematea. Hala ere, nerabezaroaz ari garela, ezin da albo batera utzi generoaren aldagaia, eta beraz, kontuan hartu da, halaber, Gipuzkoako nerabeen ikus-entzunezko kontsumoan generoak betetzen duen rola.

Ikerketa honek, batetik, balio izan du Gipuzkoako gaztetxoek ikus-entzunezko unibertsoan murgiltzeko, eta bestetik, sakontzeko nerabeekin burututako ikerketen erronka epistemologiko (posible al da nerabezaroa ikertzea?), metodologiko (nola egin ikerketa bat, helduen eta nerabeen munduen arteko mugak lausotuko dituen?) edota teknikoetan (nola hurbil gakizkioke nerabeari? zein galdera mota dira egokiak? zein portaera izan behar dugu haiekin hitz egitean?).