



DOKTOREGO-TESIA

DOCTORAL THESIS

**NERABEAREN ETA LAGUN-TALDEAREN IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMOA 2011n :
GIPUZKOAKO KASU AZTERKETA**

AUDIOVISUAL TEEN AND PEER GROUP CONSUMPTION IN 2011: A CASE STUDY FROM GIPUZKOA



AMAIA PAVÓN ARRIZABALAGA // Arrasate, 2013

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



AMAIA PAVÓN ARRIZABALAGA

Zuzendariak:

Aitor Zuberogoitia Espilla

Patxi Juaristi Larrinaga



Mondragon Unibertsitatean doktoregoa lortzeko egindako doktore-tesia

Humanitate eta Hezkuntza Zientzien Fakultatea [HUHEZI]

Mondragon Unibertsitatea

2013ko abendua

Amama Luxiari,

*Igandean ederrik, iduri panpiña,
ziñez esan liteke:"Orra Erregiña"
Bergia irriz dago, orobat ezpañã:
Oi, zer atso polita, Jainkoak egiña!*

Mikel Laboa, *Amonatxo.*

ESKER ONAK

Eskerrak eman nahi nieke ikerketa lan hau burutzeko bidelagun izan ditudan pertsona guztiei.

Tesi zuzendari izan diren Aitor Zuberogoitiari eta Patxi Juaristiri: bion artean sortu duzuen taldea eta burutu duzuen elkarlana ezinbestekoa izan da tesiari behar besteko bultzada emateko; bereziki eskertzekoa, zuon bion lanerako prestutasuna eta aurrera egiteko begirada baikorra. Mila esker, bihotz-bihotzez.

Mondragon Unibertsitatean lankide ditudanei ere eskerrak, tesiaren gaineko zalantzak eta prozesuan bizitako esperientziak partekatzeko aparteko foroa izan zarete-eta. Ezin ahaztu ere Oihane Beñaranen laguntza: esker mila, Ohiane, lan honi eskaini diozun orduengatik eta esfortzuagatik. Beste unibertsitate, ikerketa-talde eta erakundeetatik jaso ditudan gomendioak eta animoak eskertzekoak izan dira ere: Jone Miren Hernandez, Imanol Irizar, Ibon Usarralde, Estefanía Jiménez, Nereida López Vidales, Maddalena Fedele, eta bidean ahazten zaituztedanoi, eskerrik asko.

Norvegiako Lillehammer Unibertsitatean burututako egotaldian ezinbesteko sostengua izan zen Brit Svoeni: herrialde zoragarri hartan igarotako hilabeteak ahaztezinak izango dira zeuri eta unibertsitateko lankideei esker.

Ikerketan parte hartu duten ikasle denei ere eskerrak eman nahi nieke, eta beraiekin harremanetan jartzeko endredata ditudan ikastetxeei, ikasketa-buruei, irakasleei eta pertsona guztiei ere bai; bereziki, Miren Usabiagari, Amaia Anteriori eta Domentx Ucini, eskaini didazuen laguntasunak aukera eman dit-eta zuengana fabore eske behin eta berriro joateko. Garazi eta Itziar, nire lehengusinei, eta haien kuadrillari, eskerrik asko: ikerketaren aurre-fasean ezinbesteko laguntza izan zineten; nahikoa lan eman nizuen, eta musutruk eta primeran egin ere!

Amaitzeko, urte hauetan guztietan lanean jarraitzeko motibazioa, bizitzeko alaitasuna eta bereziki, deskantsurako gozamina eman didazuen familia eta lagunei, mila-mila esker hor ondoan egoteagatik. Iñaki, Palentziarako joan etorrietan abestutako kanta denekin ere ezingo nizuke eskertu egin duzun guztia, eta Ruperren hitz batzuekin konformatuko zarelakoan: *Tori errezil sagar bat, eman zure paltoa, geratu zaitetz nirekin. Ogi egin berria, intxaurra eta gaztaia, ipuinetan bezala. Hodeien azpian, sasi gainian han da...*

ABSTRACT

Ikerlan honen helburu nagusia 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 (berauek baitira kontsumo-eredu berrien isla nabarmenena), eta baita nerabezeroan funtsezkoa den lagun-taldearen figura ere (jakiteko ea harremanik dagoen ikus-entzunezko kontsumo indibidualaren eta talde-kontsumoaren artean). Amaitzeko, generoaren perspektibatik eta gaztetxo elebidunen hizkuntza-hautuen ikuspegitik ere ikertu da nerabe gipuzkoarren ikus-entzunezko kontsumoa. Galdetegiak, sakoneko elkarrizketak eta nerabeen Tuentiko profilen eduki-azterketa baliatu dira ikerketa burutzeko.

This research explores current audiovisual consumption in teenagers aged from 12 to 16. Given the changes that have taken place over recent years (i. e., television signal digitalization, the expansion of mobile devices and the generalization of broad-band Internet access), the audiovisual content provision has changed significantly since 2010. With this in mind, the study of media consumption patterns in teenagers merits particular attention. This research focuses on teenagers in the province of Gipuzkoa (Basque Country). A survey was carried out on 853 subjects throughout the province, together with 26 in-depth interviews and the content analysis of 16 Tuenti social media profiles. Given the crucial role of peer groups in teenager development, the relationship between individual and peer group consumption has been studied. Patterns were analyzed from both the perspectives of gender and of everyday language choice by bilingual youngsters within a bilingual context.

El objetivo principal de este trabajo de investigación es conocer el modelo de consumo audiovisual de los jóvenes (12-16 años) guipuzcoanos. La oferta audiovisual ha cambiado considerablemente en Gipuzkoa a partir del año 2010, debido a factores tales como la digitalización de la señal televisiva y la generalización de la banda ancha en Internet y los dispositivos móviles. Es por ello que se ha analizado el consumo audiovisual adolescente (debido a que son ellos el reflejo más fiel del cambio audiovisual) en la era de la digitalización, junto con la figura del grupo de pares, tan esencial en esta franja de edad (para saber si existe relación entre el consumo audiovisual individual y grupal). Por último, se ha estudiado también el consumo audiovisual teniendo en cuenta la perspectiva de género y la elección lingüística de los jóvenes bilingües en Gipuzkoa. Se han utilizado técnicas como el cuestionario, la entrevista en profundidad y el análisis de contenido de los perfiles de la red social Tuenti para llevar a cabo la investigación.

AURKIBIDEA

ESKER ONAK	IV
ABSTRACT	V
AURKIBIDEA	2
TAULEN AURKIBIDEA	7
GRAFIKOEN AURKIBIDEA	11
IRUDIEN AURKIBIDEA	13
INTRODUCTION	15
0.1 RESEARCH CONTEXT	16
0.2 RESEARCH INTERESTS AND PURPOSES	22
0.3 BACKGROUND	24
0.3.1 MEDIA CONSUMPTION BY YOUTHS WORLDWIDE	24
0.3.2 MEDIA CONSUMPTION BY YOUTHS IN THE BASQUE COUNTRY	29
0.4 RESEARCH QUESTIONS AND OBJECTIVES	32
MARKO TEORIKOA: NERABEAK, LAGUN-TALDEA ETA HEDABIDEAK	39
1. KAPITULUA. NERABEA SUBJKTU BEZALA	41
1.1 NERABEZAROA: KONTZEPTUAREN DEFINIZIOA	42
1.1.1 NERABEZAROA, GEROZ ETA LUZEAGO	44
1.1.2 NERABEZAROAREN EZAUGARRIAK MENDEBALDEKO GIZARTE POSTINDUSTRIALETAN	45
1.1.3 GENEROAREN GARRANTZIA NERABEZAROAN	49
1.2 NERABEAK ETA SOZIALIZAZIOA	51
1.2.1 ZER DEN SOZIALIZAZIOA	51
1.2.2 SOZIALIZAZIO-PROZESUAN PARTE HARTZEN DUTEN FAKTOREAK	54
1.2.3 SOZIALIZAZIOA NERABEZAROAN	56
1.3 LAGUN-TALDEAREN GARRANTZIA NERABEAREN SOZIALIZAZIOAN	59
1.3.1 LAGUN-TALDEAREN DEFINIZIOA NERABEZAROAN	59
1.3.2 NERABEA ETA LAGUN-TALDEA AZTERTU DITUZTEN IKERKETA BATZUK	61
1.3.3 LAGUN-TALDEAREN EGITURA HIERARKIKOA	64
1.3.4 NESKA ETA MUTILEN LAGUN-TALDEAK	67
1.3.5 ZERGATIK DEN GARRANTZITSU LAGUN-TALDEA NERABEZAROAN	69
1.3.6 LAGUN-TALDEAREN ERAGINA NERABEARENGAN	72
1.4 GIPUZKOAKO NERABEAK	75

1.4.1 GIPUZKOAKO NERABEEN PROFIL LINGUISTIKOA ETA IDENTITATE NAZIONALA	76
1.4.2 GIPUZKOAKO GAZTETXOEN HIZKUNTZA-HAUTUAK ETA ERABILERA	79
1.4.3 GIPUZKOAKO GAZTEEN PARTE-HARTZE POLITIKOA ETA SOZIALA	81
1.4.4 GIPUZKOAKO NERABEEN AISIALDIA	82
1.4.5 GIPUZKOAKO GAZTETXOEN FAMILIAREKIKO ETA ESKOLAREKIKO HARREMANA	84
1.4.6 GIPUZKOAKO NERABEAK ETA LAGUN-TALDEAK	88
2. KAPITULUA. NERABEAK ETA IKUS-ENTZUNEZKOAK DIGITALIZAZIO GARAIAN	91
2.1 IKUS-ENTZUNEZKOEN DIGITALIZAZIOAZ	94
2.1.1 TELEBISTAREN DIGITALIZAZIOAZ	98
2.1.1.1 Digitalizazioaren hastapenak: satellite bidezko telebista	99
2.1.1.2 Ohiko telebistaren digitalizazioa: Lurreko Telebista Digitala	100
2.1.1.3 Euskarriaren eta edukiaren arteko haustura: ohiko telebista-edukiak Interneten	105
2.1.2 IKUS-ENTZUNEZKOAK INTERNETEN: EUSKARRI BERRIAK BIDEOAK ESKAINTZEN	109
2.1.3 DIGITALIZAZIOAREN ERAGINA AUDIENTZIAN: IKUSLETIK ERABILTZAILERA	113
2.1.4 DIGITALIZAZIOAREN ERAGINA: EKOIZPEN ETA AUDIENTZIA MASIBOETATIK MIKROAUDIENTZIETARA	119
2.1.5 IKUS-ENTZUNEZKO EDUKIAK DIGITALIZAZIO GARAIAN	121
2.1.6 IKUS-ENTZUNEZKOEN ETORKIZUNAZ	125
2.2 NERABEA DIGITALIZAZIO GARAIAN	129
2.2.1 NERABEEN IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMOA ETA ERABILERA: DATU BATZUK	130
2.2.2 NERABEAK ETA <i>MEDIA MULTITASKING-A</i>	134
2.2.3 ORDENAGAILUA GAILENTZEN ARI ZAIO TELEBISTARI	135
2.2.4 NESKA ETA MUTILEN HEDABIDE-KONTSUMOA	137
2.3 HEDABIDEAK ETA NERABEAREN SOZIALIZAZIOA	140
2.3.1 HEDABIDEEN GARRANTZIA NERABEAREN SOZIALIZAZIOAN	141
2.3.2 HEDABIDEEN ERAGINA NERABEEN LAGUN-TALDEAN	144
2.3.2.1 Ikus-entzunezkoak eta lagun-taldea	148
2.3.2.2 Sare sozial birtualak eta lagun-taldea	149
2.4 GIPUZKOAKO NERABEA DIGITALIZAZIOAREN AROAN	152
2.4.1 TEKNOLOGIA-AHALMENAREN GAINEKO DATU BATZUK	152
2.4.2 GIPUZKOAKO NERABEEN TELEBISTA-KONTSUMOA	153
2.4.3 INTERNETEN ERABILERA HANDIA GIPUZKOAKO GAZTEEN ARTEAN	156
2.4.4 SARE SOZIAL BIRTUALEN ERABILERA	158
2.4.5 HEDABIDEEN ETA LAGUN-TALDEAREN ARTEKO HARREMANAK	159
2.4.6 HEDABIDEAK ETA GENERO-DESBERDINTASUNAK	160
2.4.7 EUSKAL GAZTEEN HEDABIDE-KONTSUMOA ETA HIZKUNTZA-PORTAERA	160

<u>IKERKETA ENPIRIKOA: GIPUZKOAKO NERABEEN KASU AZTERKETA</u>	163
<u>3. KAPITULUA. AUDIENTZIA-IKERKETAK</u>	165
3.1 KULTURA-IKERKETAK (<i>CULTURAL STUDIES</i>) ETA TELEBISTA-IKERKETAK (<i>TELEVISION STUDIES</i>)	166
3.2 AUDIENTZIA-IKERKETAK (<i>AUDIENCE STUDIES</i>)	169
3.2.1 ZER DEN AUDIENTZIA	169
3.2.2 IBILBIDE HISTORIKOAREN OINARRIZKO ZERTZELADAK	171
3.2.3 <i>USES AND GRATIFICATIONS</i> IKUSPEGIA ETA TESTUINGURUAREN GARRANTZIA	174
3.2.4 EGUNGO AUDIENTZIA-IKERKETAK	177
3.3 NERABEAK ETA AUDIENTZIA-IKERKETAK	181
<u>4. KAPITULUA. IKERKETAREN DISEINU METODOLOGIKOA</u>	185
4.1 METODOLOGIAREN AUKERAK ETA MUGAK	186
4.2 GALDETEGIAREN ETA LAGINAREN ZEHAZTASUNAK	189
4.2.1 GALDETEGIAREN DISEINUA	193
4.2.2 GALDETEGIA BALIOZTATZEA ETA KONTROL-PROBA	199
4.2.3 LAGINAREN DISEINUA	201
4.2.4 LAGINAREN IZAERA	205
4.3. SAKONEKO ELKARRIZKETAK: ZEHAZTASUN METODOLOGIKOAK	216
4.3.1 ELKARRIZKETA-GIDOIAREN DISEINUA	216
4.3.2 ELKARRIZKETA-GIDOIAREN BALIOZTATZEA	218
4.3.3 ELKARRIZKETATUEN AUKERAKETA	218
4.3.4 ELKARRIZKETATUEN IZAERA	221
4.4 TUENTI SARE SOZIAL BIRTUALAREN ANALISIA: ZEHAZTASUN METODOLOGIKOAK	223
4.4.1 METODOLOGIAREN DISEINUA ETA BALIOZTATZEA	224
4.4.2 IKERKETAREN PARTE-HARTZAILEAK	225
<u>5. KAPITULUA. EMAITZAK: GIPUZKOAKO NERABEAREN ETA LAGUN-TALDEAREN IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMOA 2011. URTEAN</u>	227
5.1 GIPUZKOAKO NERABEEN AISIALDI-EKINTZAK ETA TEKNOLOGIA-AHALMENA	229
5.1.1 AISIALDI-EKINTZAK, ASTE BARRUAN ETA ASTEBURUAN	229
5.1.1.1 Aparatu metodologiko desberdinen arteko alderaketa: Tolosaldeko datuak	234
5.1.2 TEKNOLOGIA-AHALMENA	236
5.2 ZEIN IKUS-ENTZUNEZKO PRODUKTU KONTSUMITZEN DUTE GIPUZKOAKO NERABEEK (12-16 URTE BITARTEKO GAZTETXOEK)?	242
5.2.1 OHIKO TELEBISTAKO IKUS-ENTZUNEZKOAK	242
5.2.2 SATELITE BIDEZKO TELEBISTAREN KONTSUMOA	258
5.2.3 OHIKO TELEBISTAKO EDUKIEN KONTSUMOA INTERNETEN	259

5.2.4 INTERNETEKO IKUS-ENTZUNEZKOAK	260
5.2.5 IKUS-ENTZUNEZKOAK EUSKARRI MUGIKORRETAN	263
5.3 ZEINTZUK DIRA GIPUZKOAKO NERABEEN IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMO-OHITURAK?	266
5.3.1 IKUS-ENTZUNEZKOEK AISIALDIAN BETETZEN DUTEN LEKUA	266
5.3.2 IKUS-ENTZUNEZKOAK ZEIN EUSKARRITAN ETA NOREKIN KONTSUMITZEN DIREN	272
5.3.3 GIPUZKOAKO GAZTETXOEN <i>PROSUMER</i> IZAERA	279
5.3.4 GIPUZKOAKO NERABEAK ETA <i>MEDIA MULTITASKING</i> FENOMENOA	284
5.3.4.1 Tuenti sare sozial birtualaren erabilerari buruzko datu batzuk	291
5.3.4.2. Tuenti-profilen azterketa	295
5.4 ZEINTZUK DIRA NERABEEN MOTIBAZIOAK IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMO-OHITURA HORIEK IZATEKO?	314
5.5 BADAGO HARREMANIK IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMOAREN ETA LAGUN-TALDEAREN ARTEAN?	319
5.5.1 IKUS-ENTZUNEZKOAK PARTEKATZEA AURREZ AURREKO KOMUNIKAZIOAN	319
5.5.2 IKUS-ENTZUNEZKOAK PARTEKATZEA INTERNET BIDEZKO KOMUNIKAZIOAN	321
5.5.3 OHIKO TELEBISTA-KONTSUMOA ETA LAGUN-TALDEA	325
5.5.4 INTERNETEKO BIDEO-KONTSUMOA ETA LAGUN-TALDEA	329
5.5.5 IKUS-ENTZUNEZKOEN ERAGINA LAGUN-TALDEAREN IZAERAN	330
5.6 BADAGO HARREMANIK GENEROAREN ETA IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMOAREN IZAERAREN ARTEAN?	335
5.6.1 IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMOA GENEROAREN ARABERA	337
5.6.2 IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMO-OHITURAK, GENEROAREN ARABERA	340
5.6.3 IKUS-ENTZUNEZKO MOTIBAZIOAK, GENEROAREN ARABERA	340
5.6.4 NESKA ETA MUTILEN LAGUN-TALDEAK ETA IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMOA	342
5.7 BADAGO HARREMANIK IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMOAREN ETA LAGUN-TALDEAREN HIZKUNTZA-PORTAERAREN ARTEAN?	343
5.7.1 IKUS-ENTZUNEZKO KONTSUMOA HIZKUNTZA-PROFILAREN ETA HIZKUNTZA-ERABILERAREN ARABERA	343
5.7.2 EUSKARAZKO IKUS-ENTZUNEZKOEN KONTSUMOA OHIKO TELEBISTAN	343
5.7.3 IKUS-ENTZUNEZKOEN KONTSUMOA ETA HIZKUNTZA-HAUTUA	347
5.7.4 IKUS-ENTZUNEZKOEN ERAGINA HIZKUNTZA-HAUTUAN	350
CHAPTER 6. DISCUSSION AND CONCLUSIONS	353
6.1 THE PRESENCE OF AUDIOVISUALS IN ADOLESCENTS' DAILY LIFE OF ADOLESCENTS	354
6.2 PRIMARY RESEARCH QUESTIONS	358
6.2.1 WHICH AUDIOVISUAL PRODUCTS ARE CONSUMED BY ADOLESCENTS (12-16) IN GIPUZKOA?	358
6.2.2 HOW DO ADOLESCENTS (12-16) IN GIPUZKOA CONSUME AUDIOVISUALS?	362
6.2.3 WHAT ATTRACTS ADOLESCENTS (12-16) IN GIPUZKOA TO CONSUME AUDIOVISUAL PRODUCTS?	367

6.2.4 ARE ADOLESCENT (12-16) INDIVIDUALS' AUDIOVISUAL CONSUMPTION PATTERNS AND THOSE OF THEIR PEER GROUPS RELATED?	368
6.3 SECONDARY RESEARCH QUESTIONS.....	374
6.3.1 DO AUDIOVISUAL CONSUMPTION PATTERNS IN ADOLESCENTS (12-16) VARY BETWEEN GENDERS?	374
6.3.2 ARE ADOLESCENT PEER GROUP (12-16) AUDIOVISUAL CONSUMPTION AND THEIR LINGUISTIC HABITS RELATED?	376
6.4 OVERALL CONCLUSIONS	379
6.5 LIMITATIONS	381
6.6 CONTRIBUTIONS.....	382
6.7 FURTHER RESEARCH.....	382
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	385

TAULEN AURKIBIDEA

1. taula. Espainiako 15-17 urte bitarteko nerabeek nola definitzen duten beren burua (2005) .	47
2. taula. Espainiako 15-17 urte bitarteko nerabeen tipologia (2005)	49
3. taula. Non esaten diren mundua ulertzeko arrazoi eta ideiarik garrantzitsuenak, Espainiako nerabeen ustez (2006).....	71
4. taula. Gipuzkoako nerabeen hizkuntza-profila (2006)	77
5. taula. Gipuzkoako gazteen (16-24 urte) naziotasun-sentimendua (2009)	78
6. taula. Euskal Herria zein lurraldek osatzen duen, Gipuzkoako gazteen (16-24 urte) ustez (2009).....	78
7. taula. Gipuzkoako gazteen (16-24 urte) iritzia, politikan gehiago parte hartzea gustatuko litzaikekeen edo ez (2010).....	82
8. taula. EAEko Derrigorrezko Bigarren Hezkuntzako (12-16 urte) ikasleek pozik egiten dituzten jarduerak (2010).....	83
9. taula. EAEko gazteek (11-17 urte) familiarekin jolasteko eta hitz egiteko ohitura (2006).....	84
10. taula. EAEko Derrigorrezko Bigarren Hezkuntzako ikasleen (12-16 urte) pertzepzioa familiarekin ematen duten denboraz (2010)	85
11. taula. EAEko gazteen (11-17 urte) eskolarekiko gogobetetze-maila, sexuaren arabera (2006)	87
12. taula. EAEko gazteen (11-17 urte) eskolarekiko gogobetetze-maila, adinaren arabera (2006)	87
13. taula. EAEko nerabeen (14-17 urte) lagun-taldearen osaera eta batez besteko adina (2009)	89
14. taula. Masa-komunikazioa konbergentziaren aurretik eta ondoren	97
15. taula. Ohiko telebistaren bilakaera: hiru eraldaketa	108
16. taula. Audientziaren izaera konbergentzia aurretik eta ondoren	116
17. taula. Espainiako nerabeen (15-24 urte) aisialdia (1999-2009), maiztasun erlatiboa (%). 131	
18. taula. Gipuzkoako Internet-erabiltzaileak (2012), adinaren arabera.....	153
19. taula. EAEko telebista-kontsumoa, adinaren arabera (2012).....	154
20. taula. EAEko telebistako kontsumo-denbora egunean, adinaren arabera (2012)	155
21. taula. EAEko iritzia kalitatezko telebistaren inguruan, adinaren arabera (2012).....	156
22. taula. EAEko hedabide gustukoena, adinaren arabera (2012).....	157
23. taula. EAEko gazteen (15-29 urte) kontsumoa Interneten (2012)	158
24. taula. EAEko gazteen (15-29 urte) Facebook eta Tuentiren erabilera (2012)	159
25. taula. Metodologia kuantitatibo eta kualitatiboaren helburu desberdinak	189
26. taula. Galdetegiaren atalak eta helburuak (2011)	194

27. taula. Galdetegiko E atalaren sailkapena, ikerketa-galderak kontuan hartuta	196
28. taula. Ikus-entzunezkoak kontsumitzeko motibazioen zerrenda	197
29. taula. Kontrol-probaren parte-hartzaileak (2011).....	199
30. taula. Gipuzkoako 2008ko biztanleriaren banaketa eta horren arabera laginketa (2011)	201
31. taula. Gipuzkoako 2008ko biztanleriaren banaketa eta horren arabera laginketa, landa- eremuan eta hirialdean (2011)	202
32. taula. Gipuzkoako 2008ko biztanleriaren banaketa eta horren arabera laginketa ikastetxe- motaren eta ikaste-ereduaren arabera (2011)	203
33. taula. Galdetegiko laginaren banaketa	204
34. taula. Laginaren adina (2011).....	206
35. taula. Laginaren jaiotza-lekua (2011)	207
36. taula. Laginaren gurasoen jaiotza-lekua (2011).....	207
37. taula. Laginaren lagun-taldearen tamaina, landagunean eta hirigunean (2011)	208
38. taula. Laginaren hizkuntza-profila (2011).....	209
39. taula. Laginaren hizkuntza-erabilera familian (2011).....	211
40. taula. Laginaren hizkuntza-erabilera lagun-taldean (2011)	212
41. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) lagun-taldean hizkuntza-erabilera, generoaren arabera (2011).....	214
42. taula. Sakoneko elkarrizketa-gidoiaren atalak eta helburuak (2011).....	217
43. taula. Gipuzkoako 2008ko biztanleriaren banaketa eta horren arabera elkarrizketatuen aukeraketa (2011).....	219
44. taula. Sakoneko elkarrizketen banaketa.....	220
45. taula. Elkarrizketatuen adina (2011).....	221
46. taula. Elkarrizketatuen hizkuntza-profila (2011).....	222
47. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aisialdi-jarduerak, astebarruan (2011).....	230
48. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aisialdi-jarduerak, asteburuan (2011).....	231
49. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aisialdiko ekintza arrakastatsuenak adinaren arabera, aste barruan(2011)	233
50. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aisialdiko ekintza arrakastatsuenak adinaren arabera, asteburuan (2011)	233
51. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) teknologia-ahalmena (2011)	237
52. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) teknologia-ahalmena (2011)	238
53. taula. Deba Garaiko nerabeen (12-16 urte) teknologia-ahalmena, Gipuzkoako datuekin alderatuta (2011)	240
54. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) teknologia-ahalmena eta adinaren arabera desberdintasunak: ordenagailu eramangarriaren eta telebistaren kasua (2011).....	241
55. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ohiko telebistako saio ikusienak (2011).....	243
56. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) genero eta formatu arrakastatsuenak (2011)...	252

57. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) telebista-genero gustukoak, eskualdearen arabera (2011).....	254
58. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) telebista-formatu gustukoak, eskualdearen arabera (2011).....	254
59. taula. Gipuzkoako gaztetxoek (12-16 urte) ikusten dituzten saio arrakastatsuenen kontsumo-denbora (2011) I	256
60. taula. Gipuzkoako gaztetxoek (12-16 urte) ikusten dituzten saio arrakastatsuenen kontsumo-denbora (2011) II	257
61. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) satellite bidezko kontsumoa, eskaintza erabilgarri dutenen artean (2011).....	258
62. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ohiko telebistako saio ikusienak Interneten (2011)	260
63. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) bideo-mota gustukoenak, Youtube eta tankerako plataformetan (2011).....	261
64. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) bideo-mota gustukoenak, mugikorrean (2011)	264
65. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumo-denbora (2011) .	266
66. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumo-denbora, adinaren arabera (2011).....	267
67. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezko kontsumoa eskualdeka, Gipuzkoako kontsumo orokorrarekin alderatuta (2011).....	268
68. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ohiko telebistako saio ikusienen ordutegiak (2011)	270
69. taula. Gipuzkoako nerabeek (12-16 urte) non eta norekin ikusten dituzten ikus-entzunezkoak (2011)	273
70. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) arrazoiak ohiko telebistako edukiak Interneten ikusteko (2011).....	275
71. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ohiko telebista-kontsumoa Interneten eta ordenagailu eramangarriaren eskuragarritasuna (2011).....	277
72. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Interneteko bideo-kontsumoan mahai gaineko ordenagailua edukitzearen eragina (2011).....	277
73. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Interneteko bideo-kontsumoan ordenagailu eramangarria edukitzearen eragina (2011)	278
74. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ordenagailu eramangarriaren eskuragarritasunak duen eragina bideoak partekatzean (2011).....	282
75. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) bideo-ekoizpena (2011)	284
76. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ordenagailu eramangarriaren eskuragarritasunak duen eragina bideoen partekatzean (2011)	285
77. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) bideo partekatzearen eta <i>media multitasking</i> -aren arteko harremana (2011).....	286

78. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aurrez aurreko komunikazioaren eta <i>media multitasking</i> -aren arteko harremana (2011).....	287
79. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ordenagailuko ekintzak, telebista ikusi bitartean (2011).....	289
80. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16) kontsumo-denbora Tuentin (2011).....	291
81. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Tuentiko elkarrizketak, ikus-entzunezkoen inguruan (2011).....	293
82. taula. Gipuzkoako nerabeek (12-16 urte) Tuentin burutzen dituzten ekintzei ematen dieten garrantzia (2011).....	294
83. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16) bideo-partekatzea Tuentin (2011).....	298
84. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen balorazio orokorra (2011) ..	314
85. taula. 'Ikus-entzunezkoen balorazio orokorra' faktoreko aldagaien korrelazioa	315
86. taula. Gipuzkoako nerabeek (12-16 urte) zertaz hitz egiten duten kuadrillan, aurrez aurreko elkarrizketetan (2011).....	321
87. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) lagun-taldean ikus-entzunezkoen partekatzea, adinaren arabera (2011).....	323
88. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) baieztapen batzuei buruzko iritziak (2011): bakarkako ikus-entzunezko kontsumoaren eta lagun-taldekoaren arteko harremana.....	331
89. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) baieztapen batzuei buruzko iritziak (2011): ikus-entzunezko edukietan ikusten dutenaren, eta horrek lagun-taldean duen eraginaren inguruan	332
90. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aisialdiko ekintza arrakastatsuenak generoaren arabera, aste barruan zein asteburuan (2011).....	336
91. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) telebista-saio arrakastatsuenak, generoaren arabera (2011).....	338
92. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) <i>media multitasking</i> -a, generoaren arabera (2011)	340
93. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumoa hizkuntzaren arabera (2011).....	347
94. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumoa, eskualdearen eta hizkuntzaren arabera (2011)	349
Table 92. Typology of audience activity. Communication sequence	369

GRAFIKOEN AURKIBIDEA

1. grafikoa. Laginaren banaketa, generoaren eta herrien tamainaren arabera	205
2. grafikoa. Laginaren banaketa jaiotza-urtearen eta generoaren arabera	206
4. grafikoa. Galdetegiko laginaren hizkuntza-profila, ikaste-ereduaren arabera (2011)	209
5. grafikoa. Galdetegiko laginaren hizkuntza-profila eta hezkuntza-eredua (2011)	210
6. grafikoa. Galdetegiko laginaren hizkuntza-profila, hirigunearen eta landagunearen arabera (2011)	211
7. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) hizkuntza-erabilera etxean eta lagun-taldean (2011)	212
8. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) familiako hizkuntza-erabileraren eta lagun-taldeko hizkuntza-erabileraren arteko harremana (2011)	213
9. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aste barruko aisialdi-jarduerak, eskualdeka (2011)	230
10. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) asteburuko aisialdia, eskualdeka (2011)	232
11. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aste barruko aisialdia: Gipuzkoaren eta Tolosaldearen arteko desberdintasunak (2011)	234
12. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) asteburuko aisialdia: Gipuzkoaren eta Tolosaldearen arteko desberdintasunak (2011)	235
13. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Mp3 artxiboak erreproduzitzeko gailuaren eta Interneteko bideo-moten arteko harremana (2011)	263
14. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ordenagailuko eta euskarri mugikorretako bideo-kontsumoa (2011)	265
15. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Youtubeko ikus-entzunezko kontsumoa (2011)	269
16. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezko ohitura desberdinen arteko harremana (2011)	274
17. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte), ordenagailu eramangarrien eta Youtubeko kontsumoaren arteko harremana (2011)	279
18. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen partekatzea sare sozial birtualetan (2011)	280
19. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen partekatzea sare sozial birtualetan, eskualdearen arabera (2011)	281
20. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) bideo-ekoizpen propioak Internetera igotzea (2011)	283
21. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumo-denbora eta media multitasking praktika (2011)	288

22. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) motibazioak ikus-entzunezkoak kontsumitzeko (2011)	316
23 grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen partekatzea, aurrez aurreko komunikazioan (2011)	319
24. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen partekatzea lagun-taldean, Internet bidez (2011).....	322
25. grafikoa. Gipuzkoako nerabeek (12-16 urte) lagun-taldean partekatzen dituzten bideo-motak, kontsumo indibidualarekin alderatuta (2011)	324
26. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumo-praktikak (2011)	325
27 grafikoa: Argazki-kameraren eskuragarritasuna, generoaren arabera	336
28. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ohiko telebista-kontsumoa Interneten, generoaren arabera (2011)	337
29. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Interneteko bideo-mota gustukoena, generoaren arabera (2011)	339
30. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16) motibazioak ikus-entzunezkoak kontsumitzeko, generoaren arabera	341
31. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) lagun-taldeen tamaina, generoaren arabera (2011)	342

IRUDIEN AURKIBIDEA

Figure 1. The role of adolescents as audiovisual consumers in the digital age.	34
Figure 2. Research context.....	35
3. irudia. Sozializazio-prozesua (Rocher, 1990)	53
4. irudia. Sozializazio-prozesua (Corsaro, 2005)	54
5. irudia. Giza-garapenaren ekologia (Bonfenbrenner, 1979).....	55
6. irudia. Lagun-taldearen parte izatearen garrantzia nerabezeroan: zenbait ikerketa	62
7. irudia. EAEko gaztetxoek egoera desberdinen aurrean zein hizkuntza irudikatzen duten.....	80
8. irudia. Familia barruan komunikatzeko gaitasuna 2010	86
9. irudia. Hedabide-teknologiaren dimentsio hirukoitza.....	95
10. irudia. Konpresioa eta multiplexazioa Lurreko Telebista Digitalean.....	101
11. irudia. LTDaren egoera desegonkorra.....	104
12. irudia. The long tail teoriaren grafikoa	121
13. irudia. Transmedia edukien izaera	123
14. irudia. Telebistaren etorkizun posibleak 2028rako.....	126
15. irudia. Hedabideekin harremana irudikatzen duen triangulatzea	147
16. irudia. Komunikazio prozesuaren baitan parte hartzen duten egitura soziokulturalak.....	178
17. irudia. Física o Química telesailaren protagonistak.....	244
18. irudia. The Simpsons marrazki bizidunak	245
19. irudia. El Barco telesailaren protagonistak.....	245
20. irudia. Los Protegidos telesailaren protagonistak	246
21. irudia. La que se Avecina sitcom-aren protagonistak.....	247
22. irudia. El Hormiguero saioaren protagonistak	247
23. irudia. Tonterías las Justas saioaren aurkezleak.....	248
24. irudia. Mujeres y Hombres y Viceversa saioaren platoa	248
25. irudia. Deportes Cuatro saioaren aurkezleak	249
26. irudia. El Conquistador del Fin del Mundo, 7.edizioaren irabazlea.....	249
27. irudia. American Dad marrazki bizidunak	250
28. irudia. How I met your Mother sitcom-aren protagonistak.....	251
29. irudia. Tuentiko 'Bideoak' atala	296
30. irudia. Tuenti-profileko 'Nire gunea' eta 'Nire arbela' atalen adibidea (2011).....	296
31. irudia. Tuentin bideoak erreproduzitzea (2011)	297
32. irudia. Musikaren inguruko bideoak Tuentin (2011)	299
33. irudia. Musikaren inguruko bideoak Tuentin (2011)	299
34. irudia. Ezezagunek grabatutako umorezko bideoak.....	300
35. irudia. Telebistako ikus-entzunezkoak Tuentin (2011).....	300

36. irudia. Kirolaren inguruko bideoak Tuentin (2011).....	301
37. irudia. Tuenti-profiletako bideoetan iruzkinak (2011).....	301
38. irudia. Tuenti-profileko Albumak atala (2011).....	302
39. irudia. Aktore famatuen argazkiak Tuentin I (2011).....	303
40. irudia. Aktore famatuen argazkiak Tuentin II (2011).....	303
41. irudia. Kirolarien argazkiak Tuentin I (2011)	304
42. irudia. Kirolarien argazkiak Tuentin II (2011)	305
43. irudia. Kirolarien argazkiak Tuentin III (2011).....	306
44. irudia. Tuentiko ekitaldi batzuk (2011).....	307
45. irudia. Física o Química telebistaaren jarraitzaileek sortutako ekitaldia (2011).....	308
46. irudia. Veo7 kanalaren inguruan (2011).....	308
47. irudia. Kirolarien jarraitzaileek sortutako ekitaldia Tuentin (2011)	309
48. irudia. Youtubeko umorezko bideoak Tuentiko ekitaldietan (2011).....	309
49. irudia. Tuentiko ekitaldiak, nerabeek parte hartzen dutenak (2011)	310
50. irudia. Tuentiko orrialdeak (2011)	311
51. irudia. Gaztea irratia orrialdea Tuentin (2011)	312
52. irudia. El Barco telebista orrialdea Tuentin (2011).....	312
53. irudia. Sálvame telebista orrialdea Tuentin (2011)	313
54. irudia. Hitz-hodeia, gustuko ikus-entzunezkoak definitzeko	316
55. irudia. Goenkale saioko pertsonaiak	344
56. irudia. Finlandia saioko platoa, pertsonaia eta aurkezleekin.....	344
Figure 57. Research context.....	379

Introduction

0.1 Research Context

0.2 Research Interest and Purposes

0.3 Background

0.3.1 Media Consumption by Youths Worldwide

0.3.2 Media Consumption by Youths in the Basque Country

0.4 Research Questions and Objectives

This research thesis' main objective is to obtain knowledge about 12 to 16-year old teenagers' current audiovisual consumption. Given the changes which have happened over recent years (i.e., television signal digitalization, the expansion of mobile devices and the generalization of broad-banded Internet access), the offer of audiovisual contents has changed significantly since 2010. Taking this into consideration, the study of media consumption patterns in teenagers is of special interest and deserves particular attention. Furthermore, given the crucial role of peer groups in teenager development, the relationship between individuals' and peer groups' consumption has also been researched. Finally, those patterns have also been analyzed from both the perspectives of gender and the choice of the everyday language by bilingual youngsters. The area covered by the study is mainly bilingual, and even if Basque and Spanish are almost equally spoken (Eustat, 2011), Basque is clearly outnumbered in the audiovisual media offered in the area.

In fact, this research deals with teenagers in the province of Gipuzkoa (Basque Country). For this purpose, the results obtained from a survey carried out in all districts of the province will be presented, together with 26 in-depth interviews and the content analysis of 16 Tuenti profiles. But before that, the topic will be contextualized in an initial section.

0.1 Research context

Digitalization is the main differentiating factor between our era and the previous one; in fact, the change from the analogical to the digital era is probably the most significant change to have taken place in recent years (Prado, 2009). Television digitalization also fits into the new scenario formed by the convergence of telecommunication, computer science and communication media. This convergence should not be seen as the result of some kind of process, but as the process itself, a process which situates us in an ever-changing scenario.

The global expansion of the Internet at the end of the 1990s was undoubtedly caused by digitalization. The Internet has provided the framework for an international flux of information, swapping from one-way, i. e. with a sender to receiver logic, to a multi-way or peer-to-peer information flux (Castells, 2009; Livingstone, 2002; Niqui, 2012; Prado, 2009):

Con la difusión de Internet, ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto y con la posibilidad de usar la comunicación punto-a-punto, estando el alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida. (Castells; 2009:88)

Another key consequence of digitalization since the start of the 21st century has been the optimization of the usage of television signal coverage (Prado, 2009). Satellite broadcasting was the first system to be digitalized, Digital Terrestrial Television (DTTV) being the latest step in the mentioned process as the television radio spectrum signal has been digitally processed and multiplexed. The amount of information transmitted by DTTV accounts is up to four times to that which analogical accounts transmit, and, consequently the offer of channels has increased greatly. Furthermore, digital television signal allows the content of the conventional television be broadcasted to the Internet, and hence, although conceived for television broadcasting, those contents can now be consumed on other devices.

Likewise, a wider band and faster connectivity has allowed the proliferation of television contents on the Internet, and users can find a wide offer, produced both by professionals and amateurs, and now audiovisual contents are made ad hoc, reproduced or downloaded. Among the most famous examples is YouTube. Founded in 2005, it has become the most successful current audiovisual content platform (Antolín, 2012; Burgess and Green, 2009). In this way audiovisual products have made their way beyond television and cinema, and, according to Niqui (2012), over the past 17 years Internet has become a new macro-channel for these products. This same author analyzed data gathered by the Goldmedia consulting agency in 2010, and found out that in that year an estimated 150 million daily connections to the Internet were for consuming products with audiovisual content. Given the success of *Do It Yourself*, YouTube has also started to explore new areas. On the one hand, a variety of specialized channels are offered within YouTube. Some of these are professionally produced, while many others are run and fed by users. On the other hand, just four years after Google purchased YouTube, together with Sony, Intel and Logitech, Google TV was released, a device that allows connection to the Internet through conventional television. All these processes show how *Video on Demand* (VoD) products, i. e. user produced and consumed audiovisual contents, are gaining an important share of the market (Antolín, 2012).

So the digitalization of audiovisuals has been a crucial step in the context of communication and information. This has been because of the digitalization of television signals and the migration audiovisual contents to the Internet and the widespread use of new display devices (mobile phones, tablet PCs...). And, beyond these technological changes, digitalization has meant a significant change in cultural and social relations, and this fact is what makes audiovisual digitalizing so important (Prado, 2009).

In this process it is important to analyze the speed at which new technologies have become available to the society, having spread much faster than other significant innovations such as the telephone or the radio. According to Bell (2000:56): "Hoy día Internet y la red mundial (World Wide Web) han crecido en menos de cinco años a un ritmo sin precedentes en la

historia de las comunicaciones: ningún adelanto previo había invadido tan rápidamente las conciencias y había asegurado tan amplia acogida pública”.

Fedele (2011) establishes two basic principles as the basis for the change led by the audiovisual digitalization:

a) The production and distribution of contents has spread throughout other media, and, because of this, the audiovisual sector has immersed itself in the multi-screen era. The author also talks about the cross-media nature of current contents, stating that these have gone beyond the geographical boundaries existing in the analogue era, and so contents are now part of an international information flow. Fedele points to the globalization of identities and culture as one of the main results of this.

b) Audiovisual content has undergone considerable changes and products have been diversified and specialized in order to reach a fragmented audience. In this regard, several authors write about the transmedia nature of contents as a new sphere (Bolin, 2010; Jenkins, 2001; Niqui, 2012; Scolari, 2009). In order to adapt contents to the requirements of a diverse array of devices, new styles and formats, a new narrative has been developed.

In addition to these two key principles, it is also important to mention the dramatic change of the nature of the television audience caused by the participatory role which Internet users have (Bjur, 2009; Bolin, 2010; García, Vinader and Albuin, 2010; Niqui, 2012). The current spectator profile is no more dependent on the television-flux and now has the freedom to choose what and when to consume audiovisual content. In addition, the interaction between content consumers and producers can go even further as users can now participate and interact with the content-generators through tools available in Web 2.0. Online social networking services (SNS) have become specially relevant to the development of these interactions. For example, Boyd (2008) pinpoints *Myspace* as one of the most successful social networks. In any case, and according to the same author, even if there are several such online networks available, their success is constrained to specific cultural and linguistic areas. So Facebook and Tuenti are the most commonly used SNS in the peninsular Basque Country (Basque Institute of Statistics, Eustat, 2012).

Furthermore, it is very important to remark that anyone who accesses the Net does so through devices fully capable of generating audiovisuals. In Hartley's (2009:21) words "You can make TV yourself or with others, and you can 'redact' existing content. Either way, you can publish your efforts to family and friends and to the world at large". Hence, previous mere spectators can now choose the audiovisual menu and also produce, upload, share, comment and download audiovisual contents, among other possibilities offered by the Internet. This change has brought media consumption to a more individualistic level (Bjur, 2009). Livingstone has reported this

behaviour in a number of studies on children and teenagers (1998, 2002; Bovill and Livingstone, 2001), being the first to name it the *bedroom culture* phenomenon in adolescence.

In order to understand how this shift in the new audiovisual era is happening, the spread of new technologies and the results of this in society is important as the technological developments in themselves. Change in the relationships between media and its audience has been significant, and both subjects have needed to adapt to the new context.

Television is no longer referred to as a mere set, as a medium: its consumption goes beyond the device itself. While the term describes the device, it does not take into account the scope of audiovisuals and their consumption of these on other devices (mobile phones, tablet PCs ...) through the Internet. So a redefinition of television has been called for by Askwith (2007). After conducting research on the model of future television, this author hypothesizes that the television of the future will be participative, defining it as follows:

As this thesis will illustrate, television is already using strategies and practices that create a range of opportunities for engagement, both through changes in television's basic form and content, and through an ever-greater reliance on program-related content, activities and social interactions that transform the practice of consuming television from a passive process that happens in front of the screen into an active, perpetual process that happens everywhere, and at all times."(Askwith, 2007: 12)

Taking in mind the described scenario, it is especially interesting to study the effect of this change in audiovisual delivery and consumption by adolescents: they are relevant media consumers (Livingstone, 2002) and have been shown to be the most adaptive age-class to new media (Livingstone, 2002; Morduchowicz, 2008). Teenagers are considered to be fully integrated in these *new media* far beyond the mere consumption of television; furthermore, they have been shown to spend more time on their computers than watching television (Piñuel, 2011). So adolescence fits better than any other age-class in the new audience profile described earlier.

An additional feature of these new ways of media consumption is the multitasking nature of young people's media exposure. As described by Roberts, Henriksen and Foehr (2009:319): "Adolescents surf the Web as they stream music, play video games, and/or watch television. Indeed, it strains credulity to think that the remarkably high amounts of overall media exposure reported by some adolescents could be achieved were it not for such media multitasking".

Therefore, it must be borne in mind that nowadays teenagers are a participative audience. Any audience research aiming at this age-class must not consider the group to be a passive subject, and has to be adapted to this new characteristic. Furthermore, general relationships between

audience and media must also be understood in a more active, participative way (Livingstone, 1998).

Beside the usage of the Internet, this age-class has also appropriated the devices created to navigate the Web, and those born after the end of the 20th century are commonly referred as *digital natives* (Prensky, 2001). Teenagers are, indeed, the most significant age-class defining the tendencies of the usage of *Information and Communication Technologies* (ICT), both because of their intensive usage of ICTs and because they are the grown-ups of the future. (Kelley and Littman, 2006).

Given the considerable presence of media in teenagers' everyday life, it is of special interest to study its influence on their social surroundings. According to Livingstone (2002:8): "We may pose a specific set of questions concerning: the embedding of media within the temporal spatial and social dimensions of children's lifeworld".

As adolescence is a key period for identity construction and socialization (Corsaro, 2005), the study of the link between media and interactions between teenagers is also necessary (Livingstone, 2002; Weber and Mitchell, 2008). Livingstone (2002:4) provides the following description of this link: "Children and young people are at the point in their lives where they are most motivated to construct identities, to forge new social groupings, and to negotiate alternatives to given cultural meanings; in all of these the media play a central part".

Peers have significant influence during the socialization process which takes place during adolescence. Furthermore, and given the spread of the *bedroom culture* phenomena, media consumption by teenagers is becoming increasingly individualistic taking their domestic surroundings into consideration. Furthermore, when collective consumption is examined from the peer-group perspective, adolescents are seen to be more dependent than ever on new media, mainly due to their dependency on the development of new interaction tools in this new context (Fedele, 2011).

According to the results of a recently published work by López Ruiz (2011), Spanish young people's first choices for leisure activities are listening to music, watching TV and hanging around with friends. Along with these results, it is also to be highlighted that the Internet is mainly used by this age group with the aim of being connected with peers through SNS.

Based on the participatory and sharing culture hosted by the Internet, new audiovisual consumption models giving priority to group networks are becoming more frequent. Among other possible examples, it is now frequent to observe TV programs promoting the use of SNS to participate in the shows. *El Conquistador del Fin del Mundo*, a reality game show produced by Globomedia for Euskal Telebista, is one of our local examples.

Our research focused on the role played by media in the new communication spaces. We studied adolescents' audiovisual consumption, i. e. the age-class between 12 and 16 years old. On the one hand, they are the best example of the mentioned shift of the media paradigm (Livingstone, 2002); on the other hand, this age is especially sensitive to the process of building its own identity. During this period, teens gradually switch from their parents to their peer groups as their reference for socialization and education (Coleman and Hendry, 2003; Milner, 2004). This is why special interest was paid to the role of the peer-group. Given that both the peer-group and audiovisual media play a key role during adolescence, the link between teens' audiovisual consumption patterns and those of their peer-groups in the new communication era was also been studied.

Gender differences in adolescence are also an important factor to be considered (Hopkins, 1986). Several authors believe this difference to be based on sociocultural processes (e. g. Hust & Bronw, 2008; Lemish, Liebes and Seidmann, 2001) that make boys and girls experience this age in a different manner. A number of studies in relation to this hypothesis have shown significant differences in media consumption between genders (Barker, 2009; Garitaonadia, Juaristi and Oleaga, 2001; Hust and Brow, 2008; Lemish, Liebes and Seidmann, 2001; López Ruiz, 2001).

In addition, the present work is an audience research, centred on the Basque province of Gipuzkoa, and aiming at understanding adolescent (12 to 16 years old) audiovisual consumption. To the extent which it accepts the assumptions of a classic audience research, it can be classified within cultural studies and more specifically within the trends of television studies (Casey et al., 2002). This work presents the results obtained in a geographical area with a multilingual sociolinguistic profile, Gipuzkoa. In this region of the Basque Country, 85.93% of the teenagers between 10 and 14 years-old and 75.17% of those between 15 and 19 years-old are multilingual, i. e. their mother tongue is either Basque or Spanish, and they know a third language. The relationship between audiovisual consumption of teenagers of Gipuzkoa and their linguistic choices has been studied taking this linguistic profile into account.

0.2 Research interests and purposes

The Doctorate thesis' starting point was established during the research carried out by the candidate during her Master of Advanced Studies (MAS) thesis (Pavón and Zuberogoitia, 2011). Fieldwork for the thesis was conducted during 2010 and its main objective was the analysis of audiovisual consumption by teenagers of Leintz valey (South-western Gipuzkoa, Basque Country).

The analogue switch-off took place a year earlier in the region, as well as the rest of Southern Basque Country (following the digitalization plan for all Spain). So digital terrestrial television became available in 2009 both in the Basque Autonomous Community (BAC) and Navarre. By that time, the consequences of the digitalization of the TV signal were being studied at our University. In order to transmit and work on expertise about TV production, updated knowledge on the media sphere was sought. The potential changes of increasing connection speed on to the Web and TV signal digitalization seemed very significant and its influence on society was worth studying. SO we considered an appropriate topic on which focus during the MAS.

Among the different groupings in local society, adolescence was chosen for two main reasons. Firstly, we had special interest in the self-maturing and identity construction processes which take place at this age. Secondly, we believed that the impact of media on adolescent everyday life was high, and this was confirmed by a number of published works (e. g. López Ruiz, 2011); in other words, teens are great media consumers.

Bearing these reasons in mind, the audiovisual consumption of teenagers between 12 and 16 was studied. Immersed in the new communication era, our main aims were to describe the nature of the contents consumed by adolescents and how they consume them, the amount of time spent during this activity and whether they watched audiovisuals on the Internet in addition to conventional TV. During our preliminary literature review we came across the work published by Basterretxea and others (2007). These researchers put young into three age classes, the youngest being between 12 and 16 years of age. This was considered a convenient precedent to limit our studies to the same age-class as it allowed us to carry out our surveys in secondary school classrooms.

One of the most conspicuous result of the MAS thesis was the role that teenagers gave their peer groups. In turn, this fact led us to consider the relevance of studying the relationship between individual adolescent media consumption and that of their peers. On the one hand, we believed that there was a need to investigate young people's presence in media, and, more precisely, in the new communication context. Svoen (2007) described this challenge: "The media environment changes continually, and this, combined with the fact that social change

proceeds at a slower pace than technological development, presents challenges to doing research on youngsters' relationship to media". On the other hand, and as mentioned earlier, individuals begin gathering opinions and ways of being during their adolescence. There is also a continuous search for tools to understand the surrounding environment, as well as a need to observe people close to them, in a constant search for references. In other words, the individual is immersed on the self-identity construction process. That close group of people is made up of the family and schoolmates (although their importance might drop slightly when compared to childhood), but specially by peer-groups as a consequence of the sharing of a number of activities beyond school hours during their leisure (Hartup, 2005; Milner, 2004; Newman, Lohman and Newman, 2007; Nurmi, 2001).

The popularity of SNS within teens in the Leintz valley, confirming the results of other works (Eustat, 2012), was another noticeable result of the MAS thesis. Given that these web tools might have a relevant role in the media consumption patterns, we thought that analysing the link between the usage of Tuenti in this context might provide interesting results too.

In addition, results of the preliminary survey conducted for the MAS thesis revealed the significant dominance of audiovisual content published in Spanish compared with that published in English or Basque. Given the role of the linguistic issue in the survey area, we could not set this topic aside, and the importance of language in adolescents' choice of audiovisuals was also studied.

All these antecedents and preliminary results were considered for the present work. The survey area was the province of Gipuzkoa. This geographical boundary was regarded as appropriate because the teen population of the province provided an adequate sample size for our main purposes and could help in the description of audiovisual consumption patterns at regional scale. On the other hand, despite of the constraining factor of this limited geographical boundary, there are few comprehensive studies considering Gipuzkoa, and, so, this works also aims to establish a reference for further studies carried out in the area. Finally, according to data published by Eustat in 2012 regarding the level of audiovisual technologies in homes of Gipuzkoa, 94.9% of them had TVs and 72.8% owned computers, 69.1% of which had access to the Internet. Consequently, given the high potential access adolescents in Gipuzkoa have to these technologies, the conclusions of this work may provide a significant contribution to the field during this digital switchover era.

0.3 Background

It is not our intention to provide a comprehensive state-of-the-art review of the research on the consequences of the transition towards the new communication era. Instead, we examined works that studied teenagers in the digital audiovisual context at a global scale, whilst at the local scale, we focused on works that dealt with teenagers and audiovisuals within the Basque Country, both in the digital and analogue eras.

0.3.1 Media consumption by youths worldwide

A number of international publications dealing with the link between the media and teenagers were consulted. Given that this is a very wide field, a stratified approach was followed. First, those research works studying media and carried out in an updated context were taken into account (i. e., carried out in the post-digitalization era). A second strata of works consisted of those that focused on previous works dealing with audiovisuals (television and video in general). And finally, through the following lines, those relevant works that dealt with the relationships between media and peer-group behaviour were also reviewed.

At the onset of digitalization, **a) Van der Voort, et al. (1998)** carried out pioneering work. They compared the ICT usage and capabilities of children and teenagers between 6 and 17 years-of-age in the Netherlands and Great Britain. The criteria they followed could be summarized as:

- 1) Access to media: with what ease did the surveyed individuals have access to TV, video games, computers and books. The main aim was to find out which media young people had access to in their homes, and which in their bedrooms.
- 2) The amount of time devoted to media consumption.
- 3) The motivation behind child and teen media consumption.

A similar study was conducted by **b) Casas, et al. (2007)**. This time surveys were conducted in Catalonia, Norway, South Africa, Brazil and India. As for the previous study, the main objective was to study audiovisual media consumption of teenagers between 12 and 16 years-of-age. According to the authors, friendships between people may arise thanks to audiovisual media and then develop face-to-face or online (Casas et al., 2007). In order to conduct their research, they collected questionnaires from young people and their parents with the following topic order:

- 1) Teen access and usage of technology: they collected the impression adolescents had and also their parents' perception.
- 2) The influence of teenagers when technologies were acquired in their homes: the qualitative perception adolescents had during the purchase of new technologies by their families.
- 3) Teens' self-evaluation of their media consumption.
- 4) Adolescents' interest in ICTs.

We thought it relevant to mention these two works because in them the context of mass-communications is considered as multimedia, i.e., instead of studying each channel separately, the relationships between them are taken into account when observing young people's access and usage. In relation to consumption patterns, and as an example, we found the following question very interesting: "We asked adolescents how much they like to talk with different people about things they watch or do using audiovisual media. On a 5-point Likert scale (from *I don't like it* to *I like it very much*), all samples expressed the highest mean frequency for talking to peers about TV" (Casas et al., 2007:29).

Still, these works do not focus on audiovisual production such as videos on TV or the Internet, rather studying media in a general way. Furthermore, their main aims varied; the first was a comparative study of the cases of the Netherlands and Great Britain, whilst the second gathered opinions and perceptions of teenagers and their parents about new technologies access and usage. Our aim was to focus more on the contents, that is, TV shows and videos on the Internet. Furthermore, the survey was carried out on teenagers, leaving their parents aside.

c) Svoen (2007) studied the link between new media and conventional TV. The project, entitled as *Vanguard*, was carried out in Norway on teenagers between 10 and 15 years-of-age with the main aim of analysing TV consumption once young people entered the digital era. It is important to highlight that this work is centred in the TV device and contents shown there while studying how other media has affected Norwegian young people's TV consumption. For these purposes, 762 surveys were handled to teens and 15 of them were interviewed in depth.

One step closer to our research field, **d) Barkhuus (2009)** focused on TV contents and Internet videos. The audiovisual consumption on TV and Internet was researched with young people between 19 and 23 years-of-age. In this case, the main aim was to find out the motivations behind the choice of the platform for viewing audiovisuals by analysing consumption levels. Open interviews were carried out with 13 individuals and their motivations and customs while consuming audiovisuals were described.

Both mentioned works by Barkhuus and Svoen represent interesting forerunning studies of the results presented here, with audiovisual consumption being located within its new context. Still, given their small sampling size, their results can not be extrapolated to bigger groups. In fact, their aim was not to carry a case-study of a whole population but to understand and inquire about the situation of a specific young individual group. Furthermore, Barkhuus did not use quantitative methodology.

We decided to increase our sample size in order to be able to infer adolescents's situation in Gipuzkoa. The survey we conducted was designed to gather quantitative and qualitative data to depict the mentioned picture.

Those works mentioned so far (Barkhuus, 2009; Casas et al., 2007; Svoen, 2007; Van der Voort et al., 1998), are based on data collected after digitalization, and so analyse adolescent media consumption in an updated context, i.e., a multimedia context. One of the few works in which the main aim was to study the relationship between peer-groups and media was carried out during the pre-digitalization era. **f) Milkie presented such a work in 1994**, with data gathered during 1982 and 1983. Milkie provided the following reasoning to justify the need to study peer-groups and media in a joint way:

People use the images and messages provided by media in conjunction with family and friends in their social worlds. Through interaction with others, they give meaning to the media images that pervade their everyday lives. Thus media effects can be seen as the collective production and reproduction of ideology drawn from media symbols, including interpretation that occurs outside of the individual-media interaction (Milkie, 1994:376).

The way young people interpret the messages collected from the mass media and transmit them to their peer groups has been analysed by Milkie in this way. This author focuses specially on the way gender-roles are built up, considering the media to be very important social agents that might be responsible for establishing gender roles and in-between gender relations via their awareness and transmission (Milkie, 1994).

Livingstone and Boville edited a book in 2001 with the compilation of the results of 12 studies carried out on children (6-10 years-old) and teenagers (12-16 years-old). **g) Annika Suoninen (2001)** wrote a very interesting chapter in which she analysed the relationship between young people and their peers. By exploring the same data-set as that used by the group coordinated by Livingstone and Boville, she further explored the media-sharing phenomena among peer-groups, and highlighted the conversations occurring right after the consumption of audiovisuals. She also discussed the reflection of the way audiovisuals are socialized. According to the author, teenagers constitute a sub-culture by themselves, and thus also constitute a well

defined consumer submarket that feeds on products released by the media. Significant gender differences were found in these consumption patterns (Suoninen, 2001).

The relevance of the peer-group in adolescent media consumption is thus a key feature when researching this age-class. Furthermore, and as explained below, we found out that no similar works have been carried out in the Basque Country after the digitalization.

A number of studies have discussed the link between teenagers and media in Spain. For instance, **h) Garitaonandia, Juaristi and Oleaga (1999)** published a work in which they analysed media consumption by young people between 6 and 16 years of age, setting the foundation for the research coordinated by Livingstone and Boville (2001). Those authors considered a number of interesting features: (i) the access of teenagers to technology, considering what they had access to in their homes, and also in their bedrooms; (ii) the time they used to consume media taking into account its relevance in their spare time; (iii) control or surveillance by parents while teenagers are consuming media; and (iv), parents and educators' impressions and beliefs about teenager media consumption. Even if this work provides very interesting information about Spanish young people's access to technologies and media consumption, their aim to describe the role of parents and educators was not our own research objective. Furthermore, while they considered different communication media (TV, radio, computers...), they paid little attention to audiovisuals broadcasted over the Internet.

A few years later, the thesis presented by **i) Pindado (2003)**, was founded on the following seven statements and research questions:

- 1) Teenagers' access to technology.
- 2) What, how long, how? The description of the consumed product.
- 3) How do they interpret what they watch?
- 4) What do they learn from what they watch?
- 5) Which symbols or characteristics can we find in what they consume?
- 6) Does what they consume affect their manners and aggressiveness?
- 7) What is the role of what they consume in the construction of their identity?

Even if Pindado's work did not completely share our research goals, it does offer a rich and comprehensive description of the link between teenagers and media. The bibliographical review conducted by this author was especially useful in the execution of the present work. Still, and as pointed out with regards to the previously mentioned work, our aims were only partially covered by Pindado.

A recent report by the *Observatorio del Ocio y el Entretenimiento Digital* (OCENDI; **j) López Vidales, et al. 2012**) summarises Spanish young people's audiovisual consumption pattern,

pooled in two age-classes, 14 to 17 and 18 to 25 years old respectively. They handed out questionnaires and also held interviews concerning the consumption of conventional TV in order to gather young people's opinion about conventional TV. They also looked for new entertainment formulae employed by them while on the Web. One of their main findings points towards the great relevance of fiction products. They also conclude that media consumption is becoming more individualistic, and many young people consume in this way through the Internet. Still, this work does cause some methodological concerns. For example, when different types of media were classified, the Internet was placed at the same level as conventional TV or radio and there was no division between device and communication channel, i. e. TV can be watched through the Internet and different radio stations tuned via their home pages.

Regarding fiction contents, **k) Fedele (2011)** presented a Ph.D. thesis that dealt on how teens (15-18 years-old) consumed fictional products. Furthermore those products were studied up to the point that the term *teen series* could be defined. This work was regarded as very interesting because the author takes this consumption into account in the context of the availability of media on multiple devices via the Internet. So fictional product consumption patterns have been studied under the perspective that they can be viewed on multiple devices.

Finally, the work presented by **l) Suess et al. (1998)** constitutes, in our opinion, the present work's main preceding work. The research was designed to study the influence of media consumption on peer groups of children and teenagers from Finland, Switzerland and Spain. On the one hand, rather than limiting their research to conventional media, they covered the new multimedia context created as a consequence of digitalization. On the other hand, they paid special attention to the types of relationships developed by peer-groups and as a consequence of media.

Given that the current work is based on an updated media context, and that there are some methodological differences, group discussions were used by Suess et al. (1998): the present work's starting point was based in the same reality described by those authors:

The use of media content and media technology should be seen in relation to other aspects of everyday life. Media use is an integral part of other daily activities, personal relationships within the domestic environment, the peer group and other contexts. To an extent, the use of media may only be properly understood if it is seen within the framework of interpersonal communication (Suess et al., 1998:525).

These researchers considered the fact that media was the main discussion topic within the provided social context: "In the case of children and teenagers, media and media contents have many social uses, especially in peer group situations" (Suess et al., 1998:526).

Many interesting features of the relationship between media and peer groups are described within the mentioned work. Among others, the following could be highlighted (Suess et al., 1998):

a) Teenagers are often admirers of something or someone: music bands, movie stars, sportsmen or sportswomen... and they share being fans with their peer group.

b) Media are part of their hobbies; the contents offered through the communication channels provide peer groups with daily discussion and game topics:

Television programmes and videos are talked about at school and in other places where children and young people meet. A popular television programme may even be so important in the peer group situation that children 'must' see it every time it is on television; in order to be able to take part in discussions during school breaks they need to have seen the previous night's episode (Suess et al., 1998:530).

c) The social usage of audiovisual contents takes place after their consumption: "Social uses in the peer group context mostly take place only after the use, not in the actual viewing situation" (Suess et al., 1998:526).

d) Each peer group utilizes media on a different basis, mainly linked to the way their daily life is organized.

Besides the mentioned characteristics, they also noted well differentiated usage of media between genders: "The differences in gender relations in the three countries are mirrored in the way in which girls and boys relate to media and integrate media content into their activities with friends" (Suess et al., 1998:536).

The context described by those works mentioned above laid the overall foundations of the research presented here. However, a close-up description of the local context might provide a better perspective.

0.3.2 Media consumption by youths in the Basque Country

Several authors have studied media consumption by Basque teens under different research contexts. Some of the most relevant for the background of the present work are:

a) Basterretxea et al. (2007) carried out a study between 2003 and 2005 with the aim of describing young people's audiovisual consumption levels in the Basque Country. They differentiated radio, TV, newspapers and Internet consumption. In this way they aimed to

describe their media literacy when watching TV. Special interest was paid by these researchers to the origin of the media consumed by young people. The authors were able to confirm that Basque kids look on foreign models: "Ildo horretatik ikusten dugu telebista-kontsumoa erdaraz gauzaten dela hein handi batean, bai Iparraldean bai Hegoaldean ere. Era berean, argia da ezen Iparraldeak Hegoaldeko telebista ezagutzen ez duen modu berean, Hegoaldeak ez duela Iparraldekoa ezagutzen"¹ (Basterretxea et al., 2007:35).

b) Medrano, Palacios and Aierbe (2007) limited their work to the Basque Autonomous Community (BAC). They studied what and for how long young people in the BAC region watched TV with the aim of comparing the resulting figures with other regions under Spanish rule and the overall context.

In fact, both mentioned local studies account for the main background of the MAS Thesis mentioned above, which in turn constitutes the basis for the current thesis (Pavón and Zuberogoitia, 2011). Although both mentioned works were carried out in the analogical TV era, they served as the frame for our methodological design as it was considered that they proposed, organized and developed the topic in a very appropriate way. This pilot study was limited to the Leintz valey, aiming at describing the audiovisual consumption of young people between 12 and 16 years of age. A sample size of 207 individuals was chosen. Both quantitative (questionnaires) and qualitative (group-discussions) methodologies were followed. Taking a broader view of TV than the two previously mentioned works, the consumption of audiovisuals through conventional TV, Internet and mobile devices was studied.

In the digital TV era, **c) Medrano, Aierbe and Orejudo (2009)** carried out an investigation with the aim of describing gender or social stereotype differences resulting from distinctive TV consumption patterns. For this purpose they handed out 577 questionnaires to teenagers from the BAC region aged between 13 and 15. We considered this study methodologically relevant as providing an interesting classification of the results as well as providing advanced statistical treatment of the data gathered. Furthermore, the authors specified the limitations of their research work and considered their use for future works: "En próximos trabajos sería interesante conocer el tiempo dedicado a otras pantallas para analizar si en la adolescencia se da una evolución con respecto al perfil de consumo televisivo asociado a una sustitución progresiva por Internet y otras pantallas como videojuegos e incluso el móvil" (Medrano, Aierbe and Orejudo, 2009:11). So the present work takes into account some of their recommendations.

¹ "So we can confirm that TV is mostly watched in foreign languages, both in the Northern and Southern regions of the Basque Country, under French and Spanish rules respectively. Similarly, it is clear that the Northern area does not know about Southern TV, and nor does the Southern area when questioned about Northern TV."

In the context of digitalization and the end of the analogical TV era, it is also relevant to take into account other research works that have dealt with young people's ICT consumption beyond TV sets, especially as this may involve interesting ways of researching Internet usage.

Among these works, **d) Naval, Sábada, and Bringué (2010)** presented a study covering Navarre. They had previously published another work in which they analyzed the influence of ICTs on young people from Navarre based on data gathered during 2003. Using this study as their main guideline, they discussed the relevance of ICTs on teenagers' socialization process. The authors placed teenagers' socialization into three separate contexts that might be affected by ICTs: family, school and relationships between members of the peer-group.

A similar study was carried out by **e) Merino (2010)**, this time focusing on young people in the BAC. Through this Ph. D. thesis, the author analyzed how teenagers make use of new technology, and for this purpose 306 students between 14 and 17 filled in a questionnaire whilst 115 other individuals joined discussion groups.

The main aim was to describe ICT usage level irrespective of which contents were consumed by young people. Consequently, little information could be derived from the results obtained about the consumption of audiovisuals or their nature. For example, when teens were questioned about what they did on the Internet, one of the choices was watching videos, but they could not specify what kind of videos. Still, Merino's work does constitute a relevant background study. Among other interesting conclusions, the influence of ICTs on the settlement of the relationships between teenagers and their peers is described in this a way:

Si en la trayectoria vital el periodo de la adolescencia y juventud está caracterizado por la progresiva importancia del grupo de pares, esto también tiene su reflejo en el ámbito tecnológico. La mayor parte del tiempo en que los jóvenes están conectados a una herramienta tecnológica es para estar en contacto con sus amigos. Con el grupo de pares construyen de forma cotidiana su quehacer tecnológico: se comunican, comparten archivos, sugieren páginas web, se mandan SMS, etc. (Merino, 2010:202).

This reality described by Merino is of special interest in the context of ICTs when analyzing the relationship between individuals and peer-group audiovisual consumption during the process of digitalization and progress into the Internet.

Besides the mentioned research works led by academic teams, some relevant studies have been published in the BAC by local government agencies. In all cases their main aim was to depict the new audience panorama created by the actual ICT context. Among them, the following are of particular interest:

a) *Information Society Panorama in the Basque Country*. Published by the Basque Institute of Statistics (**Eustat, 2010**), this is a compilation of data gathered in the BAC during 2009 and 2010 reflecting citizens' ICT usage. This report did not analyze TV consumption but provided updated data on computer and social network usage by different age-classes in the region. So it has served as a relevant reference when analyzing consumption patterns of young people in Gipuzkoa.

b) The Basque Government's **Office for Sociological Prospects** published ***Hedabideak 2012***, an institutional research report. This work provides a general definition of the media consumption patterns amongst BAC citizens. Although their main results did not distinguish between any different population classes, they did append results by grouped by age, sex and geographical provenance. Although they separated between media channels, i.e. TV, newspapers, radio and the Internet, differences among audiovisuals broadcasted over the Internet were not distinguished between, and, hence, they missed the spread of TV to other devices other than the TV set itself, as has happened in previously mentioned studies.

Two interesting works have been published regarding the nature of teenagers' leisure: **c) *Euskadiko gazteak (Zuazua, 2008)*** and **d) *Ikuspegi@k (The Observatory for Children and Adolescents of the Basque Government, 2011)***. They include detailed reports on the way young people in the BAC spend their free time, and thus constitute relevant pieces of knowledge for the present work. The first confirmed that spending their free time with their peers or partners, as well as watching TV or DVDs, are amongst the most popular activities. On the other hand, the second study showed that ICTs play a very important role for children in the BAC.

Having reviewed the precedents for this work, we can point out its new contributions. First, considering a wider definition of TV, audiovisuals were treated in an updated multi-screen context. ICTs have also been taken into account, as well as new habits derived from their usage and, given the relevance obtained by SNS, special attention has been paid to their usage as no similar studies have been carried out in Gipuzkoa to the authors' knowledge. So, as has been shown, media and peers play a key role during adolescents' free time. In order to gain knowledge of this context, the nature of audiovisual consumption by teens has been studied in their closest framework, that is, their peer-group.

0.4 Research questions and objectives

The present work presents the results of a study concerning adolescents and their audiovisual consumption from the perspective of their daily social context. According to McHale, Dotterer and Kim (2009), it is crucial to correctly represent research on teens and media within their

daily activities. These authors confirmed that those activities help teens build their social relationships and highlighted the importance of analyzing media consumption from that perspective:

At the most general level, this body of work directs attention to the interpersonal element of youth media involvement, including their companions in their media-oriented activities and the extent to which youth choose particular media-oriented activities in an effort to build or express their affiliation with friends or other significant persons in their lives. From this perspective, studying the social contexts of youth media use and youth's perspectives on the social benefits of their media involvement (e.g., status accruing to possession of new media, fitting into a peer group) would be an important direction for research (McHale, Dotterer, Kim, 2009: 1190).

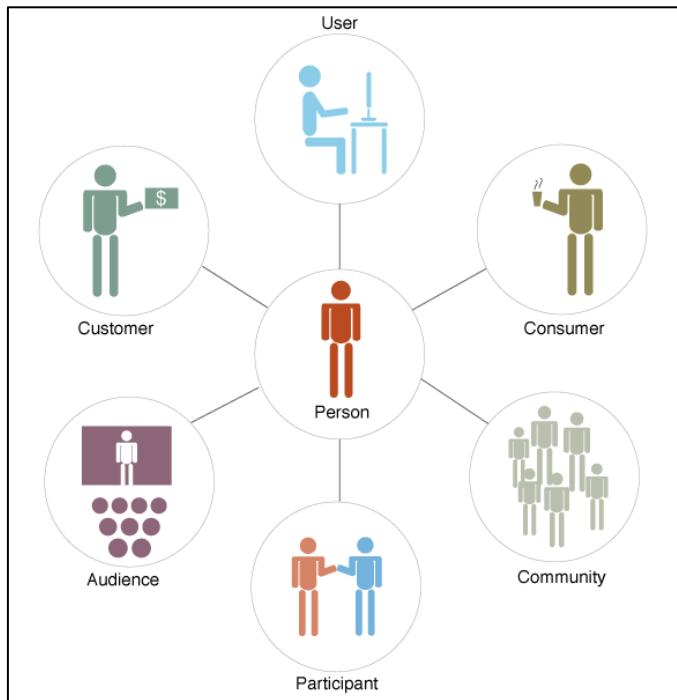
Departing from the context described by those three authors, our main aim has been to study the link between audiovisual consumption between adolescents and their peer groups instead of analyzing individual consumption patterns by themselves.

Therefore, teenagers can not be conceived as passive spectators. Whenever young people's audiovisual consumption is analyzed, their multiple role as receivers, consumers or users must be taken into account:

We need, for example, to critically examine in which ways, if at all, media users actually contribute to media works (as is sometimes stated), with what consequences, and theorize their role in television and media production generally (...) We might indeed ask ourselves how new ideas on 'user-generated content' fit with this statement, not necessarily because we are either subject or object but rather when we are the subject and object, respectively (Bolin, 2010:80).

So audiovisual consuming adolescents can take on any of the roles depicted in **Figure 1**.

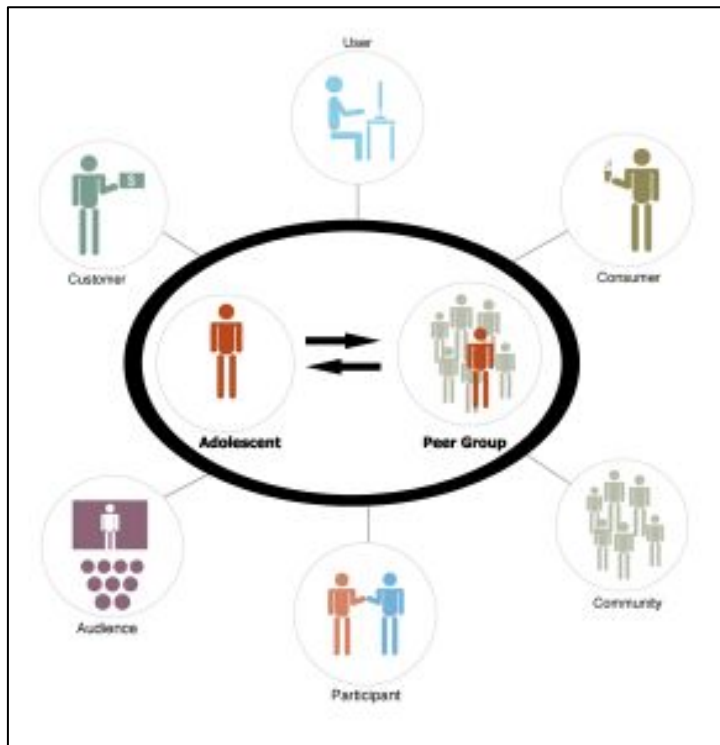
Figure 1. The role of adolescents as audiovisual consumers in the digital age.



Source: in2innovation.com

So a broad definition of the consumer has been used in the present research. Furthermore, and as clearly represented in Figure 1, we located the subject in the centre of the relations, but the *community* nature of the subject has been also centred. In other words, the description of media use by adolescent peer groups has also been the goal of this work. This way individual consumption patterns have been linked to that of their peer groups in order to detect any interaction or relationship.

Figure 2. Research context.



Source: Modified from in2innovation.com

The social context of the adolescent carries intrinsic difficulties when trying to conduct research on it (Callejo, 2010&2012). On the one hand, the teenagers that participate as subjects of an investigation are chosen by the adults who have designed and manage the study, and hence it is not their choice to take part. On the other hand, communication between adolescents and adults is commonly characterized by a lack of confidence by the former, and this directly influences the outcome of qualitative methodologies, such as interviews or group discussions in an special way. Researchers need to be aware that designing studies that concern adolescents involves epistemological (is it possible to study adolescence?), methodological (how to conduct a study that will dilute the boundaries between adult and adolescent worlds?) and technological (how can we approach teenagers? which are the appropriate questions? which should be our attitude when we talk to them?) difficulties (Callejo, 2010&2012).

Taking into account the described theoretical and practical context, the following research questions were formulated as the starting scheme of the present thesis:

IG.1) Which audiovisual products are consumed by adolescents (12-16) in Gipuzkoa?

The description of the degree of popularity of different audiovisual products amongst young people in Gipuzkoa was considered to be the natural foundation for this work. A quantitative

survey designed to depict a general and significant view of the audiovisual consumption levels of teenagers from Gipuzkoa should provide such an answer.

IG.2) How do adolescents (12-16) in Gipuzkoa consume audiovisuals?

The relevance of consumed audiovisuals in teenagers' daily social context and the way those products are consumed (i.e. when, how often, how and with whom are they consumed) are as important as their own characteristics. In order to be able to describe these features in the context of Gipuzkoa, the survey mentioned for the previous research question should incorporate further characteristics that could enable the gathering of such information.

IG.3) What attracts adolescents (12-16) in Gipuzkoa to consume audiovisual products?

After describing audiovisual products and teenager habits, the following step is to find out what their motivations were when they took their choices or showed interesting behavioural patterns. The combination of the quantitative approach provided by the questionnaire and a qualitative interview would provide the means for deciphering the motivations behind the consumption of audiovisual products.

IG.4) Are adolescent (12-16) individuals' audiovisual consumption patterns and those of their peer groups related?

Given that peers play a key role during adolescence, and that members of peer groups are in continuous interaction through the SNS offered on the Internet, a relevant question to answer is whether there is a linkage between individual audiovisual contexts and those of peer groups. In this regard, we wanted to study the relationship of the SNS Tuenti with adolescents' audiovisual consumption. The questionnaire would incorporate ways of gathering such information, and, in addition, Tuenti profiles of volunteer adolescents would be analyzed quantitatively.

The main goal of this piece of research was to answer those main research questions. Still, there are two additional factors that deserve special attention when studying audiovisual consumption by adolescents, gender and language choice. While the former might be of global interest, the later is of special interest when we refer to multilingual regions such as Gipuzkoa. Therefore, two additional research questions were formulated to account for these research issues:

IG.5) Do audiovisual consumption patterns in adolescents (12-16) vary between genders?

Considering the gender differences during adolescence (see sections 1.1.4, 1.3.4 and 2.2.4), the aim was to study the potential differences that might arise in the overall consumption of audiovisuals.

IG.6) Are adolescent peer group (12-16) audiovisual consumption and their linguistic habits related?

The survey has been carried out on teenagers of Gipuzkoa, where 85.93% of young people between 10 and 14 years old and 75.17% (Eustat, 2012) of those between 15 and 19 years old are bilingual, i.e. they speak Basque and Spanish fluently. On the other hand, previous works have shown the Basque teens consume mainly Spanish audiovisuals (Basterretxea et al., 2005 & 2007). With the aim of finding out whether the language choice when consuming audiovisuals affected the linguistic choice of the peer group, the questionnaire would obtain information to answer such questions.

The following sections describe first the details of the research context; then the methodological specifications of the conducted research are provided, followed by the main results. Finally, these results are discussed and main conclusions are presented.

MARKO TEORIKOA: NERABEAK, LAGUN-TALDEA ETA HEDABIDEAK

1. kapitulua. Nerabea subjektu bezala

1.1 Nerabearoa: kontzeptuaren definizioa

1.1.1 Nerabearoa, geroz eta luzeago

1.1.2 Nerabearoaren ezaugarriak Mendebaldeko gizarte postindustrialean

1.1.3 Generoaren garrantzia nerabearoan

1.2 Nerabeak eta sozializazioa

1.2.1 Zer den sozializazioa

1.2.2 Sozializazio-prozesuan parte hartzen duten elementuak

1.2.3 Sozializazioa nerabearoan

1.3 Lagun-taldearen garrantzia nerabearen sozializazioan

1.3.1 Lagun-taldearen definizioa nerabearoan

1.3.2 Nerabea eta lagun-taldea aztertu dituzten ikerketa batzuk

1.3.3 Lagun-taldearen egitura hierarkikoa

1.3.4 Neska eta mutilen lagun-taldeak

1.3.5 Zergatik den garrantzitsu lagun-taldea nerabearoan

1.3.6 Lagun-taldearen eragina nerabearengan

1.4 Gipuzkoako nerabeak

1.4.1 Gipuzkoako nerabeen profil linguistikoa eta identitate nazionala

1.4.2 Gipuzkoako gaztetxoek hizkuntza-hautuak eta erabilerak

1.4.3 Gipuzkoako gazteen parte-hartze politikoa eta soziala

1.4.4 Gipuzkoako nerabeen aisialdia

1.4.5 Gipuzkoako gaztetxoek familiarekiko eta eskolarekiko harremana

1.4.6 Gipuzkoako nerabeak eta lagun-taldeak

Nerabezaroa da ikerlan honen ikerketa-eremua. Horrela, bada, beharrezko deritzogu nerabezaroa definitu eta testuinguruan kokatzeari, jakiteko zeintzuk diren adin-tarte horren ezaugarriak.

Oso arbitrarioa da adin-tarte desberdinen arteko bereizketa egitea; hala ere, ezagutza enpirikora begira, beharrezkoa da adin-sailkapen bat zehaztea, mugak ezartzeko baldintza bat delako, generoa edo/eta klase soziala diren bezala (Bourdieu, 2002). Sailkapen horretan zehaztasun eza egonda ere, hainbat autore bat datoz nerabezaroak adin-tarte bat hartzen duela esaterakoan, haurtzarotik eta heldutasunetik bereizten duen adin-tarte bat (Buckingham, 2000; Bourdieu, 2002; Serapio, 2006). Feixak ere (1999:16) nerabezaroa adin-tarte bezala aitortzen du, eta gainera izaera unibertsala aitortzen dio: "La juventud ha sido vista como una condición universal, una fase del desarrollo humano que se encontraría en todas las sociedades y momentos históricos".

1.1 Nerabezaroa: kontzeptuaren definizioa

Nerabezaroa aurretik eta ondoren datozen etapek mugatzen dute, alegia, haurtzaroak eta helduaroak. Bizitzako trantsizio-etapa bezala definitu da maiz, pubertaroan hasten dena eta heldu izatearekin amaitzen dena (Bourdieu, 2002; Coleman eta Hendry, 2003; Feixa, 1999; Serapio, 2002). Era horretan, gaztetxoak 'inoren lurralde sozialean' (*la tierra de nadie social*) aurkitzen direla aipatzen du Serapiok (2002), hainbat gauzatarako helduak direlako, baina haurrak direlako oraindik beste gauza batzuetarako. Coleman eta Hendryk, haatik, ez dute uste egokia denik nerabezaroa trantsizio-etapa bezala izendatzea:

No cabe duda de que hay muchas características de las transiciones que se pueden atribuir a este estadio del desarrollo. Sin embargo, siempre ha existido preocupación por el hecho de que la adolescencia, de cualquier manera que se defina, abarca varios años. ¿Es realista describir siete u ocho años de la vida de alguien como una transición? (Coleman eta Hendry, 2003:17)

1950. hamarkada amaiera aldera haur eta helduen arteko belaunaldi-etena nabarmen hazi zen, eta 60. hamarkadan aitortu zen nerabezaroa belaunaldi autonomo gisa; James Coleman soziologo estatubatuarra izan zen aitzindarietako bat nerabe-kulturen inguruan idatzi zuena (Bolin, 2004). II Mundu Gerra osteko egoeran, kontsumo-espazio eta merkatu propioak sortu ziren Europan, nerabe-kulturak elikatzeke, besteak beste, gaztetxoek diru gehiago eskuratu zutelako aisialdirako; horrekin batera, lagun-taldearen aisialdiak garrantzia hartu zuen.

Haatik, eta nerabezaroaren izaera definitugabe hori kontuan hartuta, haurtzaroarekin batera edo helduaroarekin batera aztertu izan da ikerketa-eremu askotan. Beste batzuetan,

nerabezaroan azpi-taldeak izendatu dira: nerabezaro goiztiarra, nerabezaroa eta nerabezaro aurreratua (Kroger, 2007); dena dela, ez dago adostasunik azpitalde bakoitza mugatzen duen adinarekin. Beraz, definizio hori ez da behar bezain zehatza (Coleman eta Hendry, 2003).

Umezaroaren amaierak batetik, eta helduaroak dakartzan betebeharrekin bestetik, zedarrizten dute nerabezaroa, hortaz. Muga horiek biologikoak dira lehenengo, eta ondoren, kulturalak; prozesu horretan parte hartzen duten aldaketa psikologiko eta sozialak hartzen ditu nerabezaroak bere baitan (Krauskopf, 2007).

Adin sozialaren eta adin biologikoaren harremanak definitzea, ordea, konplexua izan daiteke Bordieuren (2002) ustez. Buckinghamek ere zalantza berak adierazten ditu haurtzaroaren inguruan hitz egiten duenenan (2000:18): "La premisa principal de esta tesis es que 'el niño' no es una categoría natural ni universal, determinada sencillamente por la biología. Como tampoco es algo que tenga un significado inamovible, en cuyo nombre se puedan hacer llamamientos de forma automática".

Zedarri biologikoak ere ez dira agerikoak kasu batzuetan; izan ere, ezinezkoa da jakitea noiz amaitzen den nerabezaroa, ez baitago aldaketa biologiko edo fisiologikorik helduarora heldu dela jakiteko (Serapio, 2006).

Aipatutako arrazoiak medio, uste da ikuspegi sinplista dela nerabezaroaren definizio bakar eta unibertsala ematea, ez dielako adin-tarte horrek erantzuten era berean klase, etnia, ez eta ezaugarri sozial, ekonomiko eta politiko desberdinak dituzten eremuei (Mallan eta Pearce, 2003). Feixak ere (2006) arrazoitzen du ez dela berdina gaztearen kontzeptua herrialde desberdinetan, ezta ere landa- eta hiri-eremuetan, edo neska eta mutiletan, edo klase sozioekonomiko altu eta baxuetan. Kontuan hartu behar da halaber, garai historiko bakoitzaren testuinguru sozialak baldintzatu duela era hertsian nerabe izatearen esangura (Serapio, 2006).

Idea horiekin guztiekin bat dator Bordieu (2002:164): "La edad es un dato biológico socialmente manipulado y manipulable; muestra que el hecho de hablar de los jóvenes como de una unidad social, de un grupo constituido, que posee intereses comunes, y de referir estos intereses a una edad definida biológicamente, constituye en sí una manipulación evidente". Beraz, ezin dugu nerabezaroaren definizio bakar eta uniforme bat eman. Maiz egotzi zaizkio adin-talde horri hainbat balore eta estereotipo, ez daudenak enpirikoki baieztatuta, eta abiapuntua ez da zuzena (Aierbe eta Medrano, 2008). Haatik, eta Feixari kasu eginez, gaur egun, eta historian lehenengo aldiz, badaude hainbat joera adierazten digutenak "jatorri eta baldintza desberdineko gazte askok partekatzen dituztela geografia-, gizarte-, eta sexu-mugak gainditzen dituzten ezaugarriak" (Feixa, 2006: 42). Ondorengo lerroetan aipatuko dira ezaugarri horiek.

1.1.1 Nerabezaroa, geroz eta luzeago

Aurreko lerroetan aipatu da ezin dela zehaztasunez esan non hasi eta amaitzen den nerabezaroa. Helburu instituzional eta politikoetarako, ordea, beharrezko ikusten da adin-taldeak mailakatzea (Bordieu, 2002; Mallan eta Pearce, 2003).

Horrela bada, adituak adin-tarteak definitzera ausartu dira. Osasunerako Mundu Erakundeak (OME) 10 eta 19 urte bitartean kokatzen du nerabezaroa (Martín Serrano, 2005), eta hainbat autorek bat egiten du sailkapen horrekin (Krauskopf, 2007; Coleman eta Hendry, 2003). Feixak (1999), aldiz, 12 eta 22-25 urte bitartean kokatzen du eta Serapiok (2006), 13 eta 19 urte bitartean. Autore denak, baina, bat datoz esaterakoan trantsizio-etapa desberdinak daudela nerabezaroaren baitan. Era horretan, Coleman eta Hendryk (2003) diote pubertaroa nerabezaroaren parte litzatekeela. Javier Elzok (2008), bestalde, hiru etapa bereizten ditu nerabezaroaren barruan: haurtzaroa, aurre-nerabezaroa eta nerabezaroa.

Elzok izendaturiko etapak beste modu batzuetan deskribatu izan dituzte beste batzuek. Hala, bada, Serapiok autore desberdinak batzen ditu bere artikuluan (2006): Harrocks-ek egiten duen sailkapenaren arabera (1984) nerabezaro goiztiarra (11-13 urte bitartean), erdi nerabezaroa (14-16 urte bitartean) eta nerabezaro berantiarra (14-20 urte bitartean) existituko lirateke; Neistein (1991) eta Brañas-ek (1997), berriz, lehenengo nerabezaroa (10-14 urte), erdi-nerabezaroa (15-17 urte) eta nerabezaro berantiarra (18-21 urte) aipatzen dituzte.

Sailkapenak sailkapen, ondorio nagusia da gaur egun nerabezaroak inoiz baino urte gehiago hartzen dituela eta etapa hori era esanguratsuan luzatu dela, haurtzaroari eta heldutasunari lekua kenduta (Coleman eta Hendry, 2003; Hopkins, 1986). Batetik, azken ehun urteetan adituek joera izan dute heldutasun sexuala aurreratu dela esateko², eta bestetik, atzeratu egin da gazteen lan-merkatutarako sarrera, gutxienez, 24 urtera arte. Hala, nerabezaroa luzatu izanaz hitz egiten dute hainbat autorek (Martín Serrano, 2005; Serapio, 2006; Coleman eta Hendry, 2003).

Beraz, belaunaldi berriak heldu izateko adinera iristen direnean ere (18 urte, aztertzen ari garen eremuaren kasuan) nerabeen taldearen parte izaten jarraitzen dute, aipatu diren egoera horiek guztiak direla medio (Martín Serrano, 2005).

Nerabezaroa luzatu izanaren ondorioz geroz eta gazte gehiago dira haur eta helduen munduetatik urrun sentitzen direnak. Hopkinsen ustez (1986), eta lotura faltak ekarritako antsietate eta ziurgabetasunak eragin dute gaztetxoek konpromiso eza azken hamarkadetako

² Besteak beste, Coleman eta Hendryk (2003), Hopkinsen (1986) eta Kroger-ek (2007) hitz egin dute pubertaro goiztiarraz. Azken honek Erikson (1967) aipatzen du aitzindari gisa, Eriksonen landu baitzuen nerabezaroaren izaera goiztiarra.

belaunaldietan. Casas ere (2000) bat dator Hopkinsen ideiarekin, baina beste ikuspuntu batetik aztertzen du, esanez, helduen espazio sozialetatik baztertu dituztela nerabeak, eta ez zaiela utzi inongo boteretik ez eta erantzukizunik hartzen. Ondorio positibo bat ikusten dio horri Casasek, eta da, bazterketa horrek eragin duela gazte-kulturen sorrera, baina, bestalde, parte-hartze sozialerako bideak oztopatu ditu.

1.1.2 Nerabezaroaren ezaugarriak Mendebaldeko gizarte postindustrialean

Aurreko lerroetan aurreratu dugun moduan, nerabezaroa bizitzako etapa batek osatzen duen kategoria soziala da, haurtzarotik heldutasunerako trantsizio-urteen denbora tarte bezala definitu izan dena hainbatetan. Hala ere, eta aurreko lerroetan aipatu den arrazoiarengatik (nerabezaroa luzatu izana), nerabezaroari egotzi zaion trantsizio-izaera hori gaitzetsi egin dute hainbat autorek, geroz eta urte-tarte handiagoa batzen delako nerabezaroaren baitan eta urte gehiegi lirakeelako trantsizio-etapa bezala izendatzeko (Krauskopf, 2007; Serapio, 2006). Krauskopfen ustez, nerabezaroari trantsizio-izaera emateak etapa horrek helbururik ez edukitzea dakar. Haatik, autore honek dio adin-tarte horrek baduela xede zehatz eta argia: "(...) los individuos toman una nueva dirección en su desarrollo, alcanzan su madurez sexual, se apoyan en los recursos psicológicos y sociales que obtuvieron en su crecimiento previo, asumen para sí las funciones que les permiten elaborar su identidad y plantearse un proyecto de vida propio" (Krauskopf, 2007:23).

Beste autore batzuek baieztatzen dute nerabezaroaren eta helduaroaren arteko mugak lausotu egin direla (Callejo eta Gutiérrez, 2012; Feixa, 1999; Serapio, 2006). Nerabeak lehenago hasten dira helduen unibertsoa deskubritzen; hala, lehen helduenak ziren hainbat esperientzia (hala nola, sexua, alkohola eta tabakoa) nerabeenak izaten ere hasi dira. Aisialdian duten askatasuna eta garatzen dituzten beste hainbat jarrera ere ez dira propio beren adin-tartearenak. Horrez gain, Greziako aro klasikoan gertatzen zen era beretsuan, gaztetasunarekiko mirespena existitzen da gaur egungo Mendebaldeko gizarte postindustrialean, eta nerabeenak edo gazteenak diren portaerak erreproduzitzen dituzte helduek (Feixa, 1999).

Hori guztia dela eta, nerabezaroaren izaera anbiguo horren ondorioz, eta Krauskopfen (2007) iritziaren kontrara, geroz eta zailagoa egiten da etapa horri dagozkion funtzio sozialak eta helburuak definitzea eta deskribatzea (Callejo eta Gutiérrez, 2012).

Nerabezaroaren hasierako etapa definitu eta ezaugarritu du Kroger-ek (2007). Autore horrek Marcia-ren (1983) eta Erikson-en (1967) lanak batzen ditu, eta, haien jakintzaz baliatuz, aurre-nerabezaroa desegonkortasun etapa gisa deskribatu du; arinago edo sakonago igaro daitekeen arren, aurre-nerabezaroa hausturek, zalantzek eta gorabehera emozionalek osatzen dute.

Barne-gatazka handiak gertatzen dira nerabezaroan eta harreman sozialak garatzen direnean antsietate handiarekin jazo ohi dira Hopkinsen arabera (1986). Autore honek aipatzen du nerabeak badituela oinarrizko behar batzuk bere burua identifikatu eta besteekiko harremana ezartzerako orduan; behar horiek Sullivan-ek deskribatu ditu *pertsonen arteko teorian* (Hopkins, 1986) eta *dinamismo* izena eman die haiei. Hala, nerabezaroko hiru dinamismoak dira segurtasuna sentitzearen beharra, intimitaterako beharra eta, azkenik, desio sexuala asetzearen beharra (Hopkins, 1986).

Horiekin batera, nerabezaroan ohiko diren beste hiru ezaugarri hauek ere aipa ditzakegu (Funes, 2005): esperimentazioa, bizitza intentsitatez bizitzeko beharra eta identitatea definitzearen konplexutasuna.

Desegonkortasun pertsonal handiko etapa da, beraz, nerabezaroa. Nolanahi ere, derrigorrez pasatu beharreko fasea da berau (Mallan eta Pearce, 2003), askotan bidea bihurria izan arren. Etapa honek berarekin dakartzan zalantzak bizi eta menperatu beharra derrigorrezkoa ikusten du Hopkinsek (1986), egoki erantzuteko heldutasunak ekarriko dituen ezaugarri berriei: independentzia, egonkortasuna eta identitate-segurtasuna, alegia.

Nerabezaroan, baina, haurtzaroarekin alderatuz, gaztetxoak autonomia irabazten du pertsonen arteko harremanean; horrek bultzatuko du gaztetxoa esperientzia eta jarduera berriak bizitzera, eta Nurmiren ustez (2001), hori lagungarri izango zaio genero-, rol- eta identitate-garapenean. Hopkins (1986) ere bat dator Nurmirekin, nerabezaroan gurasoekiko autonomia eskuratzea ezaugarri oso garrantzitsua baita, gero independente eta autonomo izateko.

Hala, esperientzia eta jarduera berri horietan garrantzia hartzen du Sullivanek (in Hopkins, 1986) aipatutako dinamismo batek: intimitateak, hain zuzen. Sullivanen ustez, nerabeak beharra dauka bere emozioak hurbileko lagunekin partekatzeko; harreman-mota hauek garrantzia handia hartzen dute, eta sexu bereko lagun-taldearen artean partekatu ohi dira. Beraz, lagun-taldearekin esperientzia berriak partekatzea bihurtzen da nerabezaroaren ezaugarririk esanguratsuenak (Hopkins, 1986). Nerabezaroaren azken etapan harreman interpersonalak hedatu egiten dira sexu desberdineko gaztetxoen artean eta sexualtasunaren esperimentazioak pisu handiagoa hartzen du.

Feixak (2006) luze idatzi du gazteen ezaugarriez, arazoez eta erronkez; ezaugarri esanguratsuenen artean estiloaren garrantzia aipatzen du gazte-kulturan. Estiloaren baitan aipatzen ditu Feixak berau osatzen duten elementu kulturalak (horien artean gazte-hizkerak, musika, estetika, ekoizpen kulturalak eta jarduera fokalak dira garrantzitsuenak bere ustez).

2005ean Espainian burututako *Jóvenes Españoles* ikerketan gazte espainiarren argazki orokorra deskribatzen da (Elzo, 2006a); bertan 4.000 gaztek hartu zuten parte, 15 eta 24 urte

bitartekoak denak ere. Nerabeei beren burua definitzeko eskatu zitzaizen eta honako ezaugarriak gailendu ziren: *kontsumista, orainaldian pentsatzen duena, egoista eta betebeharrekin eta sakrifizioarekin konpromiso eza*; horien kontrara, gutxien aipatutakoak izan ziren *heldua, eskuzabala, tolerantia, langilea, solidarioa eta leiala*. Horren aurrean hala hitz egiten du Elzok (2006a: 76): "Probablemente estamos ante una de las notas más negativas de la juventud española a tenor de los datos del presente estudio".

Ikerketa horretan ez da antzematen generoen arteko desberdintasun esanguratsurik, ezta klase sozialen eta joera politiko desberdinen artekorik ere.

Adin-tarteak aztertuz gero, eta gure ikerketa-laginerara hurbilduta, **1. taulan** azaltzen dira 15 eta 17 urte-bitarteko nerabeek gehien errepikatutako ezaugarriak, beren buruak deskribatzerakoan aipatutakoak.

1. taula. Espainiako 15-17 urte bitarteko nerabeek nola definitzen duten beren burua (2005)	
Adjektiboak	Maiztasuna
Kontsumista	56
Errebeldea	63
Orainean bakarrik pentsatzen duena	38
Independentea	37
Berekoia	29
Betebeharren gaineko konpromiso ezarekin	23
Solidarioa	20
GUZTIRA	n=1008

Iturria: Elzo, 2006a

Nerabezaroaren ikuspegi desberdina erakusten dute Hopkinsek (1986), Feixak (1999), Mallan eta Pearcek (2003) eta Martín Serranok (2005). Autoreok bat datoz esaten dutenean nerabezaroa existitu ahal izateko gizarte-egitura batzuk egon behar direla adin-tarte horren aitortza egingo dutenak. Era horretan, Mallan eta Pearcek (2003) ikuspegi ekonomistari egozten diote aitortza horren boterea, esaten dutenean nerabezaroa merkatuaren produktu dela; Hopkinsek (1986) gehitzen du, Mendebaldeko gizarte postindustrialaren "asmakizuna" dela adin-tartea. Feixak (1999) bereizten ditu egitura sozialak (lege eta erakundeak) eta kulturalak (baloreak, errituak, ikur kulturalak, etab.), eragina dutenak nerabezaroaren aitortza eta definizioan. Hala dio Martín Serranok ere (2005:74): "En la medida en la que los rasgos que distinguen a los adolescentes tengan que ver con los cambios sociales, hay que admitir que la

adolescencia es una condición producida. (...) Si se quiere, el cambio social supone que los modos de estar en la adolescencia, sean diferentes para cada generación".

Nerabearoa "asmatutako" kondizioa baldin bada, gizarte-egituren menpe dagoena, ezin da adin-tarte horren problematika aztertu kontuan hartu gabe haren testuingurua. Hala azaltzen du Martín Serranok:

Por ejemplo, si se escribe "fracaso escolar", hay que dejar claro que es el fracaso de las instituciones escolares, que no de los y las escolares. Si se dice que los adolescentes de ahora no están respondiendo a los esfuerzos que se hacen para socializarles, hay que entender que se trata del fracaso de las instituciones que socializan, que no de los socializados. En pocas palabras, para intervenir con más eficacia en los problemas sociales que se relacionan con la adolescencia y la juventud, los interventores tendrían que ser intervenidos (Martín Serrano, 2005:76).

Gizarte-egituraren baitan dauden erakundearen inguruan ere hitz egin dute hainbat autorek, aipatuz, gizarte-eragilearen diskurtsoak nerabearen irudi estereotipatua eman ohi duela (Elzo, 2006b; Mallan eta Pearce, 2003; Megías Valenzuela, 2005). Diskurtso global eta kolektibo horren baitan gaitzen dira gazte-izaera desberdinen ñabardurak, konplexutasunak eta elementu bereizgarriak, Megías Valenzuelaren arabera (2005:101): "Un discurso avasallador, que apenas deja espacio a voces diferenciales, que sin duda existen. Un discurso que, por su potencia, arrastra a indecisos y alimenta adhesiones". Elzoren ustez (2006b), berriz, ez dago nerabearorik, nerabeak baizik. *Nerabearoa* kontzeptua erabilgarri ikusten du beste adin-tarte batzuegandik bereizteko, baina kolektiboaren izaera plurala aitortzen du. Hala diote Mallan eta Pearcek ere (2003:xi): "The images of youth in contemporary societies are diverse: celebratory, terrifying, and sympathetic".

Idea horrekin bat dator Funes (2005); haren usteetan, ez dago nerabearoa bizitzeko eta sentitzeko era bakarra. Hala gehitzen du Funesek, nerabeez ari dela (2005:46) : "Ellos y ellas se enfadan cuando nosotros los unificamos en un único tipo de grupo, pero, además, insisten en que no todo el mundo vive de la misma forma la situación que están pasando."

Elzok horren aurrean gazte-tipologia osatuago baten proposamena egiten du bere ikerketan (Elzo, 2005, 2006a, 2006b, 2007, 2008). Adibide gisa, **2. taulan** gazte espainiarren tipologia aurkezten du (2006b).

2. taula. Espainiako 15-17 urte bitarteko nerabeen tipologia (2005)	
Tipologia	Maiztasun erlatiboa (%)
Liberala, integratua	%27,5
Moralista, pribatista	%15,8
Lotsatia, permisibo soziala	%7,8
Instituzionala, kontserbadorea	%24,7
Libre-gozatzailea, ez instituzionala	%24,2
GUZTIRA	4000
	%100
<i>Iturria: Elzo, 2006b</i>	

Gazte-tipologian baino, ordea, Elzoren ustez (2005) atentzioa jarri behar da nerabea izateko era berrietan, mende berriak ekarriko dituen aldaketetan kokatuta. Horrenbestez, XXI. mendeak ekarri dituen aldaketak kontuan hartu beharrekoak dira, "nerabe berriak" sortu direlako. Aldaketa horien artean, honakoak azpimarra daitezke (Elzo, 2005):

a) Nerabeak erabat murgilduta daude teknologia berrien unibertsoan, eta, gehienbat, komunikazioarekin lotutako teknologia berrietan (tabletak, telefono mugikorrek, Internet...). Edozein ikerketa egin nahi bada nerabeen inguruan, kontuan hartu beharreko ezaugarria da berau.

b) Nahiz eta itxurazko berdintasun bat dagoen gaztetxoen artean, oraindik ere desberdintasun nabarmenak daude neska eta mutilen artean. Are gehiago, erreferentzia feministak ez daude onartuta mutil batzuen artean eta arbuio hori irits daiteke horiek onartzen dituztenak baztertzera. Beraz, genero-ikuspegia ere aintzat hartu beharreko kontua da nerabezaroan.

1.1.3 Generoaren garrantzia nerabezaroan

Klasea, arraza edo etnia diren bezalaxe, generoa esanguratsua da kategoria sozialen eraikuntzan. Horrek esan nahi du generoa ez dela bi kategoria homogeen desberdintzearen emaitza bakarrik (neska edo mutila izatearena), haratago doan estatus bat da (Eckert eta McConnel-Ginnet, 1995), gizarteko testuinguru zabalagoari eragiten dion faktorea da (Leaper eta Friedman, 2007). Generoa eta identitate soziala ez dira, beraz, era independentean garatzen: etengabe eraikitzen doaz bata bestearekin interakzioan, eguneroko praktikan.

Generoa identitatearen osagarri garrantzitsuena da (Ruble et al., 2004, in Hoffner, 2008); haurtzaroko lehenengo urteetan haurra eratzten hasten da generoaren gaineko oinarritzko

ikuspegia eta nerabezaroan bereziki du ezinbesteko garrantzia, identitate propioaren sorkuntza- eta finkotze-prozesuan ari delako pertsona. Hoffnerren ustetan (2008), etapa horretan sortzen diren pertsonen arteko harremanek eragina dute norbanakoaren genero-eraikuntzan eta bestearen genero-irudikatzean.

Generoa jaiotzatik definituta datorren estatus bat baino gehiago, prozesu korapilatsuen ondorioz gizarte-harremanetan eraikitako portaera dela esan daiteke; biologikoki ezarrita datorren ezaugarri baino gehiago, hortaz, sozialki eraikitzen dira genero-eskemak, eta horiez baliatzen dira nerabeak genero-portaerak garatzeko (Francis, 2000; Hust eta Brown, 2008; Leaper eta Friedman, 2007; Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001). Hala gehitzen dute Hust eta Brownek (2008:99): "Gender schemas lead to gender stereotypes because behavior that conforms to the established schema is more easily processed, understood and remembered". Mendebaldeko gizarteetan maskulinitasuna eta feminitasuna eraiki dira oso era dikotomikoan (Francis, 2000) eta, adibidez, maskulinitasunari arrazoia, indarra edota lehiakortasuna bezalako ezaugarriak egotzi zaizkionaldi berean, feminitasunari emozia, ahultasuna, zaintza edo lankidetzak egotzi zaizkio. Horrek ez du esan nahi ezaugarri horiek guztiak bereganatzen direla genero-eraikuntzan, baina esanguratsuak dira 'ni' eta 'bestearen' dualtasuna ezartzeko.

Genero-portaera edo genero-eskemen ikaste eta barneratze-prozesuan eragin berezia dute eguneroko harreman sozialek familiarekin, eskolarekin, lagunekin eta komunikabideekin (Leaper eta Friedman, 2007), horien bidez nerabeek ikasten baitute generoa presente dagoela gizarteko eguneroko prozesuetan, praktikan, irudietan, ideologian eta botere-banaketan:

The process is ongoing and cyclical in that gender identities influence which social settings, including media, are chosen, how the media representations of gender are interpreted, and thus, which norms are reinforced and incorporated into everyday behavior and the developing gender schema and identity (Hust eta Brown, 2008:100).

Horrenbestez, neska eta mutil izatearen genero-eraikuntza prozesua etengabeko interakzioaren ondorioz eratzen da, genero bereko zein desberdineko pertsonekin ('ni' eta 'bera' kategoriak eratzeko ezinbestekoa), familiarekin, eskolarekin, bizilagunekin edota hedabideekin (Lemish, Liebes eta Seidmann 2001), eta genero desberdintasunak eratzen dira, aukeretan, balioetan, lehenetsuetan eta trebetasunetan (Leaper eta Friedman, 2007:562): "As children form cognitive representations of gender, or gender schemas, they begin to filter the world through a gender lens".

Nerabearen sozializazio-prozesuan bereganatzen den rola da, beraz, generoarena, eta ikasketa-prozesu horrek eragin zuzena izango du nerabearen integrazio egokian taldean.

1.2 Nerabeak eta sozializazioa

Ezinezkoa da ulertzea nerabearen izaera eta portaera ez bada gizarte edo kultura baten barruan kokatzen (Livingstone, 2001). Sozializazio-prozesuaren bitartez, nerabeak bizi deneko eremu kulturalaren elementuak ikasten eta bereganatzen ditu, talde sozial eta kulturalaren parte izateko.

1.2.1 Zer den sozializazioa

Meyrowitzek (1986) sozializazioa prozesu bezala definitzen du, erabat lotuta dagoena talde-identitatearen izaeran partekatzen den informazioarekin. Sozializazioa, beraz, norbanakoaren erreferentzia-taldearen edo hurbileko taldearen integrazioan partekatzen diren bizitza-ereduak eskuratzea litzateke. Meyrowitzek *bizitza-eredu* gisa izendatzen dituen horiek lirategi gizartea osatzen duten elementu soziokultural denak, egunerokotasuneko esperientzietan integratuta daudenak (Vera, 2005); horiek eskuratu eta barneratzeko prozesua amaitzen da norbanakoak eredu horiek bereganatzen dituenean. Hala, belaunaldi berri bakoitzak inguratzen duen kolektiboaren eredu ikasiko du, bertan bizitzea badu helburu.

Sozializazio-prozesu hori azaltzeko, Corsarok (2005) bi eredu aipatzen ditu aurrekari gisa: eredu determinista (*deterministic model*) eta eredu konstruktibista (*constructivist model*).

Eredu deterministaren arabera, gizarteak bultzatzen du haurra beronen parte izatera: "Appropriation means the child is taken over by society; she is trained to become, eventually, a competent and contributing member" (Corsaro, 2005:10). Eredu horrek, baina, ez du kontuan hartzen haurra ere badela gizartearen eta talde kulturalaren parte-hartzaile aktiboa eta berak ere ekarpenak egiten dizkiola hari.

Eredu deterministan ez bezala, konstruktibistan haurrak izaera aktiboa du bere sozializazio-prozesuan. Eredu hori azaltzeko, Piaget eta Vygostky ikerlariak aipatzen ditu Corsarok (2005). Lehenengoaren arabera, haurrak jaiotzatik bertatik bere inguruneko informazioa ulertu, antolatuta eta erabili egiten du, bizi den testuinguru sozialaren esangurak eraikitzeko. Vygotskyk (in Corsaro, 2005), bestalde, garrantzia handiagoa ematen dio taldeari, eta bereziki haren hizkuntzari eta berarekin gertatzen den komunikazioari.

Laburbilduz, beraz, eredu konstruktibistak sozializazio-prozesuari deterministak baino esangura parte-hartzaileagoa ematen dio, eta, desberdintasunak daude bere prozesu indibidual edo kolektibo gisa definitzeko. Desberdintasunak desberdintasun, oraindik ere eredu

konstruktibistan murgildu diren ikerketek sozializazio-prozesuaren oso ikuspegi indibidualista eskaintzen dute (Corsaro, 2005).

Autore asko, baina, bat datoz esaterakoan sozializazio-prozesuak zerikusi zuzena duela talde-identitatearekin (Corsaro, 2005; Rocher, 1990). Hala, talde-identifikazioak zeresan handia du banakoaren identitate-garapenean (Coleman eta Hendry, 2003). Sozializazio-prozesuak, beraz, erakusten du ez dagoela etenik pertsonaren eta gizartearen artean, edo banakoaren eta kolektiboaren artean; aitzitik, jarraikortasuna eta elkarren arteko interakzioa daude prozesu horretan (Rocher, 1990).

Sozializazio-prozesua nola gertatzen den ezagutzeko Rocherrek (1990) ezinbesteko bi elementu aipatzen ditu. Batetik, ikasketa bera da elementu bat, eta horren baitan, ikasketa-prozesuan parte hartzen duten kontzeptuak batzen dira: errepikapena, imitazioa, ordainsariaren eta zigorraren aplikazioa, eta saiakuntza eta porrota. Hezkuntza- edo sozializazio-prozesuan etengabe barneratzen dira sozializazio-eragileak eta sozializazio-ikasleak ikasketa horretara (Rocher, 1990). Rocherren sailkapenarekin jarraituz, *bestearen barneratzea* litzateke bigarren elementu bat; Rocherrek George H. Mead ikerlariaren hitzak ekartzen ditu berera, eta, horien arabera, haurra sozializatu egiten da jostatuz, inguratzen duten pertsonen rola bereganatuz eta haien imitatuz (gurasoak, ikaskideak, heroiak, etab.). Era horretan, ikasten du zeintzuk diren joko-arauak taldearen parte izateko, eta besteen rola ikasiz eta berea ere eraikiz, besteekiko antzekotasun eta desberdintasunak definitzen ditu.

Rocherrek jarraituz (1990), eta aurreko lerroetan aipatutakoarekin lotuta, hiru etapa deskribatzen ditu sozializazio-prozesuan:

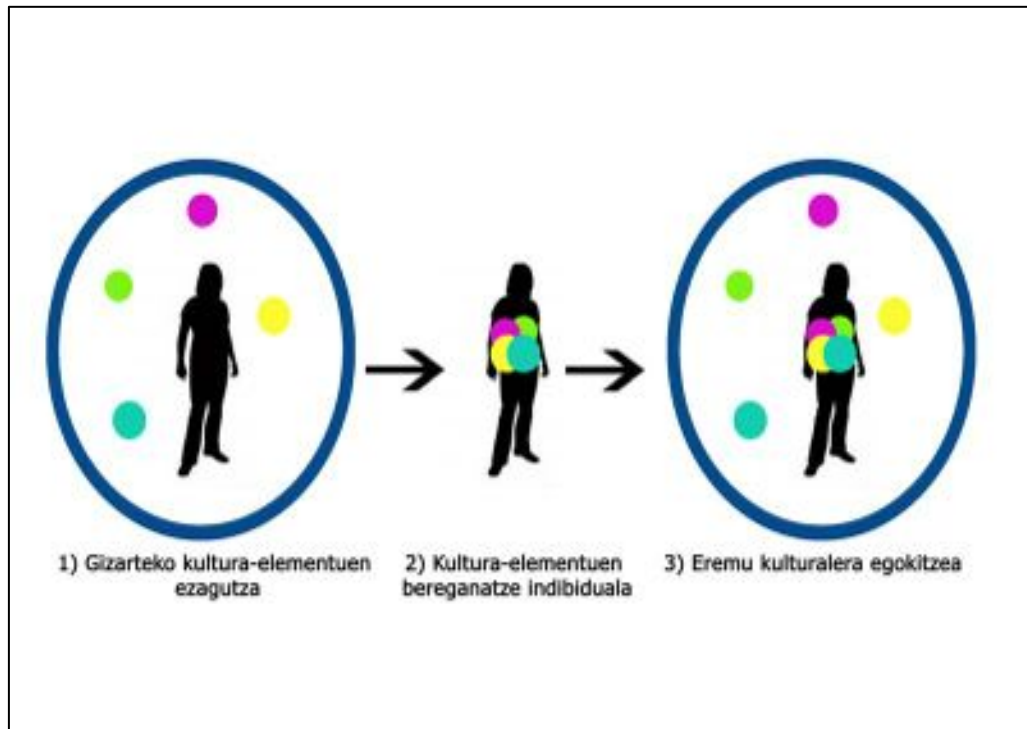
a) Lehenengo, gizarteko **kultura-elementuak ezagutu** egiten dira. Sozializazio-prozesuan ikasi egiten dira, ereduak, balioak, sinboloak, etab. Oro har, "pentsatzeko, egiteko eta sentitzeko ereduak" (Rocher, 1990:134) ikasten ditu indibiduoak, bizi den ingurunera egokitzeko.

b) Bigarrenik, **kultura-elementuak bereganatu** egiten dira. Horrela, kulturaren edo gizartearen parte diren elementuak iristen dira norbanakoarenak ere izatera. Hori dela eta, gizabanakoak ez du kontrol sozialik antzematen, ez da kontziente kanpo-autoritate baten existentziaz eta hari men egin behar zaion sentipenik ez du. Hala jarraitzen du Rocherrek (1990:136): "De su propia conciencia brota finalmente la fuente de su conformidad, en la medida suficiente tanto para asegurarse la tranquilidad de no parecer ni original, ni perturbado, como para hacerse acreedor de respeto a sus propios ojos y a los ojos de invisibles testigos, trátese de Dios o de la madre difunta desde hace ya tiempo."

c) Azkenik, **eremu kulturalera egokitu** egiten da pertsona. Banako hori "zerbaiten parte" bihurtzen da: familiarena, taldearena, enpresarena, erlijioarena, nazioarena... Kolektibo horietan guztietan aurkitzen du bere tokia.

Rocherrek azaltzen duen egokitzapen honek eragina du, beraz, pertsonaren izaeran.

3. irudia. Sozializazio-prozesua (Rocher, 1990)



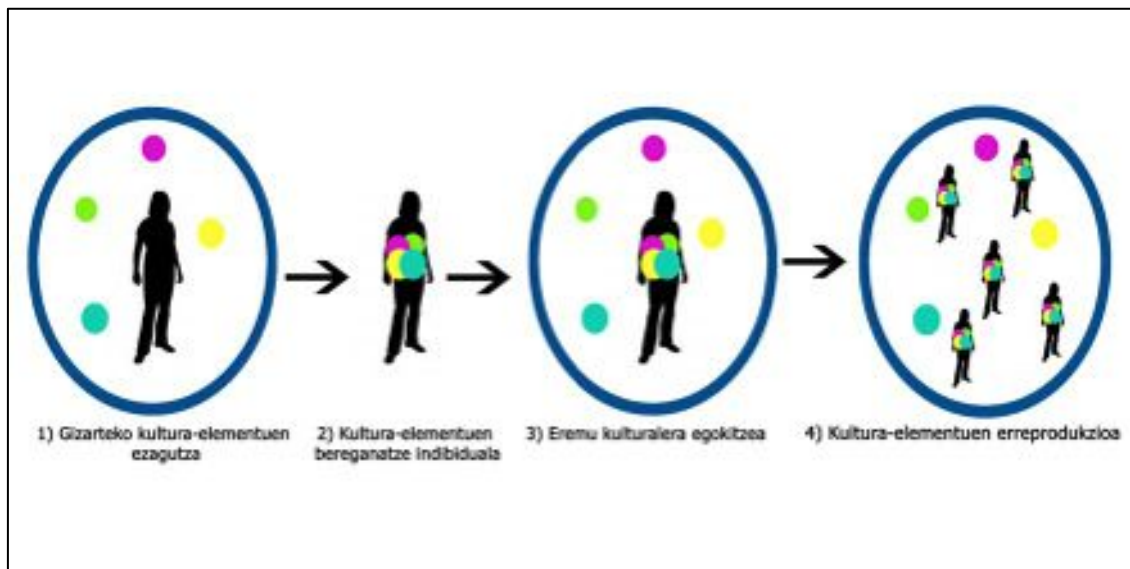
Iturria: lanketa propioa

Dena dela, sozializazio-prozesua ez da hiru fase horietan amaitzen (Corsaro, 2005). Izan ere, gizakia gizartera egokitzeko lan horretan badago kontuan hartu beharreko beste fase bat, eta da **erreproduktzioarena**. Norbanakoa kultura-elementuak ikasiz eta barneratuz egokitzen da eremu kulturalera, baina, aldi berean, eremu kultural hori elikatzen du ikasitakoaren erreproduktzioaren bitartez. Corsarok (2005) eta Livingstonek (2002) haurren eta nerabeen sozializazio-prozesuak ikertu dituzte, eta, autore horien arabera, kolektiboak berebiziko garrantzia hartzen du erreproduktzioaren ikuspegi horretan; euren iritziz, esanguratsua da ikustea nerabe-taldeak nola negoziatzen eta partekatzen duen kultura helduekin eta lagun-taldearekin, eta, bereziki nola elikatzen duen ideiaz.

Corsarok, beraz, azpimarratzen du garrantzitsua dela aztertzea gizarteak (edo taldeak) nola erreproduzitzen dituen kultura-elementuak. Izan ere, *sozializazio* terminoak oso esangura indibidualista hartu du maiz, eta ezin da irudikatu prozesu hori taldea kontuan hartu barik: "One hears the term, and the idea of training and preparing the individual child for the future keeps coming to mind" (Corsaro, 2005:18). Corsarok horren aurrean proposatzen du *interpretazioaren*

erreproduzioan pentsatzea (*interpretive reproduction: children collectively participate in society*); termino horrek eskaintzen du ikuspegi berritzaileagoa eta sortzaileagoa, eta lekua uzten dio haurren eta nerabearen parte-hartze sozialari (2005:18): "Children create and participate in their own unique peer cultures by creatively taking or appropriating information from the adult world to address their own peer concerns".

4. irudia. Sozializazio-prozesua (Corsaro, 2005)



Iturria: *lanketa propioa*

Hala, *interpretazioaren erreproduzioaren* ereduak (Corsaro, 2005) gainditu egiten ditu eredu determinista eta konstruktibista: "The interpretative approach to childhood socialization gives special emphasis to children's practical activities in their production of and participation in their own peer cultures" (Corsaro, 2005:17).

Erreproduzio kontzeptuak, beraz, erakusten du pertsonak ez dituztela gizartea eta kultura berenganatzen bakarrik, baizik eta era aktiboan laguntzen dutela kultura-elementuen ekoizpenean, eta, beraz, kultura eta gizartearen eraikuntzan eta eraldaketan. Kontzeptuak, bestalde, aditzera ematen du, halaber, haurrak indarrean den egitura eta erreproduzio sozialaren menpe daudela gizartean parte hartzen duten momentutik beretik (Corsaro, 2005).

1.2.2 Sozializazio-prozesuan parte hartzen duten faktoreak

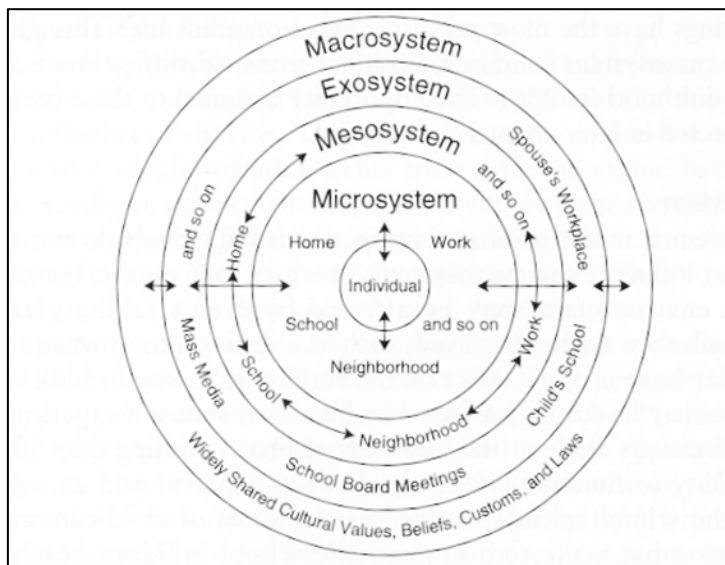
Sozializazio-prozesuan parte hartzen duten faktore denak izendatzea ezinezkoa litzateke, baina badaude errepikatzen diren faktore garrantzitsu batzuk, soziologoek eta psikologoek aipatzen dituztenak. Ondorengo lerroetan zenbait autorek proposatu dituztenak azalduko dira.

Haurren testuinguru sozialean parte hartzen duten faktoreak aztertzeko oinarrizko hiru maila aipatzen ditu Corsarok (2005); maila horiek Rogoff-ek zehaztu zituen 1996an: komunitatea, maila interpersonala eta maila indibiduala.

Rocherrek (1990) beste sailkapen-eredu bat proposatzen du, eta, Corsarok egiten duen era berean, faktoreak aipatu beharrean, bi irizpideren arabera sailkatzen ditu agenteak. Batetik, identifikagarriak diren taldeen baitan gertatzen den sozializazio-motaz hitz egiten du; hor kokatuko lirateke gizabanakoa partaide deneko sozializazio-elementuak: familia eta eskola lirateke elementurik esanguratsuenak maila horretan. Bigarrenez, hainbat kolektibo aipatzen ditu, non sozializazioa era lausoagoan gertatzen den; hots, erreferentzia izatearen betebeharra dute sozializazio-elementu horiek eta eragina dute masa edo talde handiago batean: irratia eta telebista dira, besteak beste, sozializazio-faktore esanguratsuak maila horretan. Rocherren arabera, azken horiek gizabanakoaren testuingurutik kanpo kokatuko lirateke, baina hala ere, esanguratsuak dira gizabanakoaren eta taldearen sozializazioan, haiek transmititzen dituzten ereduez eta balioez baliatzen delako pertsona. Beraz, aipatutako horiek guztiak sozializazio-eragile garrantzitsuak izango lirateke, eta, esan bezala, tartean daude hedabideak ere.

Urte batzuk lehenagokoa da Bronfenbrenner-en (1979) (in McHale, Dotterer eta Kim, 2009) giza-garapenaren ekologiaren teoria (*ecology of human development*); haren arabera, gizabanakoari eragiten diote gizartean mailakatuta dauden faktore desberdinek. Mailakatzeko horiek era argigarrian erakusten ditu giza-garapenaren ekologiaren teoriak (ikus **5. irudia**).

5. irudia. Giza-garapenaren ekologia (Bronfenbrenner, 1979)



Iturria: Bronfenbrenner, 1979

Bronfenbrennerrek gizabanakoaren sozializazioan parte hartzen duten elementuak zerrendatu eta mailakatu ditu **5. irudian**, gizabanakoaren eremu-hurbiltasunaren arabera hainbat maila edo sistema banatuta. Sailkapen horren arabera, lagun-taldea *Microsystem* mailan kokatuko

litzateke, hau da, pertsonaren eremurik hurbilenean, familiarekin, eskolarekin eta beste hainbat elementurekin batera. Komunikabideak, ordea, *Exosystem* mailan kokatzen ditu, izaera global eta publikoagoa duen eremuan.

Laburbilduz, sozializazio-prozesuan eragina duten faktoreak ugariak eta jite desberdinekoak diren arren, denek dute zeresana gizabanakoaren ikaste- eta barneratze-prozesuan.

1.2.3 Sozializazioa nerabezaroan

Hurtzaroa da, duda barik, sozializazio-prozesuaren etaparik biziena (Rocher, 1990), eta familia da sozializazio-prozesu horretan elementurik garrantzitsuena. Haatik, haurrak zazpi urte betetzen dituenean, beste sozializazio-eredu bat abiatzen du, lankidetzan oinarritutakoa eta lagun-taldearen baitan garatzen dena (Rocher, 1990). Lankidetzak horrek ahalbidetzen du eztabaida eta kritika gertatzea taldean, eta nerabeari laguntzen dio ulertzen taldea ez dela zerbait homogeneoa eta ikuspuntu desberdinak existitu daitezkeela bertan. Taldekideekin adostuz eta eztabaidatuz garatzen ditu nerabeak pentsatzeko autonomia eta kontzientzia morala (Rocher, 1990).

Nerabezaroan, beraz, gurasoekiko harremanak garrantzitsu izaten jarraitzen duen arren (hezkuntzan eta etorkizun profesionala bideratzean esanguratsuak dira gurasoak), haiekiko dependentzia lausotu egiten da eta lagun-taldeak hartzen du sozializazio-prozesuan pisu handiagoa. Ondorengo kapituluetan era sakonagoan aztertuko dugun moduan, lagun-taldeak hartzen du berebiziko indarra gaurkotatzen duten egitateak, estiloaren gainekoak eta oro har aisialdiko ekintzak partekatzeak (Coleman eta Hendry, 2003; Feixa, 1999). Beraz, gurasoekiko dependentzia lausotzearen ondotik dator nerabearen autonomia garatzea.

Nerabearen sozializazioan esanguratsua den bigarren elementu bat ere jorratuko da hurrengo kapituluetan, hots, hedabideak. Nerabezaroaren autonomia aztertu du Callejok (2012) komunikazioaren ikuspuntutik, eta, horren arabera, komunikazioaren industrian lanean dihardutenak kontziente dira nerabeak direla audientzia oso zaugarria produktu kulturalak sustatu eta saltzeko. Hala hitz egiten du Callejok (2012:24) publizistek haien gainean duten eraginaren inguruan: "El adolescente se define comunicativamente como el que empieza a tener sus opiniones, como bien saben los publicitarios y anunciantes de productos destinados a esta categoría de consumidores, convirtiéndose en un explosivo prescriptor, y como el que extiende su círculo de hablantes a los pares, a los iguales."

Aipatu diren bi sozializazio-faktore horien esangura areagotu egiten da, kontuan hartzen bada Mendebaldeko aro postindustrialean nerabezaroaren etapa luzatu egiten dela, aurreko lerroetan

esan bezala. Horrenbestez, sozializazio-prozesuaren urte bizenak ere luzatzen dira (Rocher, 1990), eta, horiekin batera, baita lagun-taldearen eta hedabideen presentzia ere.

Deskribatu den testuinguruan kokatuta, hainbat ikerketa argitaratu ditu Sonia Livingstonek (1998, 2002). Ikerlari horren ustez, sozializazio-prozesuak duen garrantzia ikusita, haurra eta nerabea aztertzerakoan ezinbestekoa da berauek kokatzea beren testuinguru sozialean. Hala baieztatzen du Milnerrek ere (2004:21): "Rather the social lives of children and adolescents need to be studied in their own right, and their role in the wider society analyzed." Ikerketa-eremua zabaltzeko, Livingstonek Qvortrup-en (1995) gomendioak ekartzen ditu berera, azaltzeko zeintzuk diren kontuan eduki beharrekoak haur eta nerabeekin lan egiterako orduan. Gomendio horiek harreman zuzen-zuzena dute nerabearen sozializazioarekin:

a) Nerabeen pentsatu baino, nerabezaroan pentsatu behar da, adin-tarte horrek dakartzan ezaugarriekin batera.

b) Nerabeaz gain, berarekin harremanetan dauden beste agente sozialean ere pentsatu behar da, hala nola, familia, eskola eta lagun-taldea.

c) Nerabeen pentsatu behar da orainaldian, inguratzen duten harremanen eta kulturaren baitan; ezin da aurrera begira aztertu nerabezaroa, nerabeak heldu bilakatuko diren pertsona gisa baino ez ikertuta.

d) Nerabearen egunerokotasuna aztertu behar da, bere ezaugarri edota arazoak bakartuta aztertu gabe.

Livingstone bat dator Corsaroren teoriarekin, hots, haur eta nerabeek eguneroko ekintzetan erreproduzitu egiten dituztela bizi diren testuinguru sozialeko elementuak. Hala, eguneroko ekintza horien bidez, gaztetxoek laguntzen dute egitura sozialak eraikitzen (Corsaro, 2005; Livingstone, 2002). Ekintza horiek askotan ikustezinak dira helduentzako, hau da, gaztetxoek beren modu propioa dute sozializatzeko eta helduentzat ezezaguna izan ohi da modu hori (Martín-Barbero, 2008). Nerabezaroan, beraz, nahiz eta ahozko komunikazioan eten handia gertatzen den gurasoekin eta oro har helduekin, beste komunikazio-eredu batzuen bitartez sozializatzen dira gaztetxoak: beren ikur ideologiko eta sinbolikoak eraikitzen dituzte, ezaugarri material eta materiagabeez osaturikoak denak ere; horien guztien artean eraikitzen dira gazte-kultura desberdinak (Feixa, 1999). Mendebaldeko kulturaren garatzen hasi ziren gazte-kulturak II. Mundu Gerraren ondoren, arrazoi hauek tarteko: ongizate ekonomikoak ekarritako kontsumo-gizartea, hezkuntzarako eta lanerako sarbidea, eta aldaketa ideologiko sakonak.

Kontuak kontu, nerabeak ezin dira irudikatu talde homogeen modura, eta nerabe-kulturek nerabe izateko era desberdinak deskribatzen dituzte. Gaztetxoek esperientzia sozialek partekatu

egiten dira hainbat portaera edo ikurren bitartez, bereizgarriak izaten direnak talde batetik bestera. Talde horien nortasuna aisialdian isla daiteke gehienetan, eta, helduen testuinguruarekiko autonomoak izan arren, gizarte osoan antzematen dira haien izaera eta portaerak (Feixa, 1999). Mendebaldeko kulturaz ari garela kontuan hartuta, besteak beste, sozializazio-elementu esanguratsuak izan ohi dira janzteko erak, tatuajeak, apaingarriak, musika, jargoia, moda edota publizitatea (Feixa, 1999; Martín-Barbero, 2008); horiek guztiak, lagun-taldearen eta hedabideen inguruan eraikitakoak.

Nerabearen testuinguru soziala, beraz, praktika eta ikur ugariz osatzen da. Nerabeek ikur eta praktika horiek partekatu egiten dituzte beren testuinguru hurbilenean, taldearen parte izango direlako esperantzarekin. Krogerrek era adierazgarrian deskribatzen du gaztetxoek duten beharra taldearen parte sentitzeko:

Themes of affiliation and abandonment, of being accepted or left behind by others, appear to be prevalent identity concerns among many early adolescents. It may be that the need for affiliation, completion, being recognized and supported by the family and, later, the group is essential to the process of one's identity formation (Kroger, 2007:39).

Ikur propioak partekatzen dituzte nerabeek, beraz, eta hori eginez elikatu egiten dute taldea, haren parte izateko nahia dutelako. Taldean onartua izatearen beharra, beraz, oso garrantzitsua da adin tarte horretan (Feixa, 1999; Kroger, 2007); batzuetan, gainera, arrakasta akademikoa baino garrantzitsuagoa izatera irits daiteke (Milner, 2004).

1.3 Lagun-taldearen garrantzia nerabearen sozializazioan

Aurreko lerroetan aurreratu den bezala, nerabeak bere sozializazio-prozesuan taldearen parte sentitzeko beharra izaten du (Callejo, 2012; Coleman eta Hendry, 2003; Corsaro, 2005; Feixa, 1999; Kroger, 2007; Livingstone, 2002; Martín-Barbero, 2008; Milner, 2004; Rocher, 1990). Are gehiago, kide izateko behar hori lagun-taldearekin jazo ohi da gehienbat (Livingstone, 1998:443): "Clearly childhood and youth is a key period for the construction of the self of identity, as young people are preoccupied with making the transition from their family of origin towards a wider peer culture". Lagun-taldeak nerabezaroan duen garrantzia baieztatu zuten Bukowski-k, Brendgen-ek eta Vitaro-k (2007) burutu zuten ikerlanean; bertan, nerabeei galdetu zieten zein izan zitekeen egoera estresagarri bat, eta erantzunik errepikatuena izan zen lagun-taldetik baztertuta sentitzearena izango zela egoera hori.

Horri gagozkiola, nerabeak bizitza-proiektu bat eraikitzen du, lagun-taldearekin partekatzen duena; era gogorragoan edo lausoagoan, lokalagoan edo globalagoan, aurrez aurre edo birtualki gauzatzen da bizitza-proiektu hori (Livingstone, 1998). Harreman horren bitartez gauzatzen da sozializazio-prozesurik esanguratsuena adin tarte horretan (Buckingham, 2006).

1.3.1 Lagun-taldearen definizioa nerabezaroan

Taldea elkarren arteko harremana duten pertsona pluralez osatutako jende-multzoa da; taldekide bakoitzak rol edo eginkizun bat du, zeina ezarri baita helburu komun eta partekatu batzuren arabera (Brown eta Larson, 2009; Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002). Taldearen barruan sortzen dira agerikoak edo ezkutukoak izan daitezkeen arauak eta haiei adostasuna erakusten diete bertako partaide denek. Horrenbestez, talde-mota hauek erreproduzitzen dituzte gizartean berdinen artean ezartzen diren dinamikak, ordenak eta arauak. Hala definitzen dute Adler eta Adlerrek nerabeen lagun-taldea:

Preadolescent peer culture represents what Frones (1994, 157) calls 'the conceptual bridge between society and the individual, between personality and the cultural framework... A counterculture of a subordinate age group, based on mechanical solidarity, a similarity of age, and position, in opposition to the adult world'; it incorporates elements of norms and values, of patterns and variations, of ideology and lifestyle (Adler eta Adler, 1998:206).

Dunphy-k (in Coleman eta Hendry, 2003) eta Milnerrek (2004) *kuadrilla* (*clique*) deitzen diote maila lokalean egituratzen den lagun-taldeari; Rodríguezek, Megíasek eta Sánchezek (2002), aldiz, *talde primarioa* (*grupo primario*) izena ematen diote talde-mota horri; talde hauek

persona-kopuru mugatuaz osatutako taldeak dira eta kideek afektibitatea eta laguntasuna adierazten dizkiete elkarri. Aurrerago azalduko den moduan, kuadrilla hauek eksklusiboak dira (taldean erabakitzen da nor izan daitekeen bertako partaide) eta egitura hierarkikoa izan ohi dute (Adler eta Adler, 1998; Burke, 2006; Coleman eta Hendry, 2003; Milner, 2004). Bigarren maila baten daude Dunphyk (in Coleman eta Hendry, 2003) eta Milnerrek (2004) aipatzen duten *taldea (crowd)* edo Rodríguezek, Megíasek eta Sánchezek (2002) aipatzen duten *erreferentzia-taldea (grupo de referencia)*; azken hauek kuadrilla edo talde primarioz osatutako talde handiagoak dira, nerabezaroaren etapa batzuetan interakzioaren ondorioz osatzen direnak. Bigarren hauek esanguratsuak diren arren nerabezaroan (gehienbat, genero desberdineko talde primarioak harremanetan jartzen direlako erreferentzia-talde handiagoetan) talde primarioen baitan eratzen dira sozializazio-harremanik estuenak (Coleman eta Hendry, 2003).

Lankidetzan eta elkarrenganako laguntzan eta identifikazioan oinarrituta daude *kuadrillak* edo talde primarioak (Rocher, 1990; Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002). Honi loturik, Bronfenbrennerren (1979) *giza garapenaren ekologiaren* teoria aipatzen dute McHale-ek, Dotterer-ek eta Kim-ek (2009); horren arabera, lagun-taldeak osatuko luke mikrosistema-mailako elementu esanguratsu bat nerabezaroan, familiarekin batera.

Lagunak, beraz, talde txikien inguruan batzen dira. Talde horiek eskaintzen dizkiote nerabeari balio batzuk, kolektibo batekin identifikatuta senti dadin; horrenbestez, ikur eta sinboloen partekatzean garatzen den harreman kolektiboaren bitartez norbanakoak bere "ni"-a garatzen du taldearen baitan (Coleman eta Hendry, 2003).

Normalean lagunak komunitate berean bizi dira eta jatorri etniko berekoak dira; are: maila sozioekonomikoa ere antzekoa izan ohi dute. Gutxi batzuetan izan ohi dira genero, arraza, adin eta klase sozial desberdinetakoak (Coleman eta Hendry, 2003). Eskola-inguruan sortzen diren harremanek osatzen dute maiz lagun-taldea (testuinguru batzuetan zaila izaten da eskolaz kanpoko harremanak sortzea), nahiz eta denborarekin eta harremana sendotu ahala jatorri horren indarra lausotzen den. Hala ere, nerabezaroan garatzen dira beste talde batzuekin harremanak, lagun-taldearenak bezain garrantzitsuak edo hura baino garrantzitsuagoak direnak nerabearen identifikaziorako, hala nola, aisialdiarekin lotutako jardueretan sortzen diren taldeak (kirolaren inguruan, musikaren inguruan, eta abar) (Coleman eta Hendry, 2003; Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002). Nerabeek parte hartzen duten taldeak, beraz, gero eta ugariagoak dira: "Cada uno de estos grupos responde a distintas funciones y objetivos, e incluso en cada uno de ellos una misma persona puede representar y adoptar roles diferentes, aunque, como hemos dicho, no nos movamos del ámbito de las relaciones afectivas." (Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002:11).

Aurreko lerroetan aipatu denarekin lotuta, lagun-taldearen definizio desberdina ematen dute Brown, Eicher eta Petrie-k (1986), eta Dunphyk (in Coleman eta Hendry, 2003) emandakoarekin alderatzen dute. Dunphyren arabera, lagun-taldea batzen duen elementurik esanguratsuen bertako kideen arteko harremana edo interakzioa da, eta hala baieztatzen dute Coleman eta Hendryk ere (2003). Haatik, Brown, Eicher eta Petriek nerabeei berei eskatu zieten definitzeko lagun-taldea, eta erantzuna bestelakoa izan zen : "Their conceptions focused on reputation as much if not more so than interaction; crowd names were labels placed on individuals who were similar in attitudes or activities, even if they did not spend much time together" (Brown, Eicher eta Petrie, 1986:92). Beraz, azken horien arabera, lagun-taldearen barne-dinamikan interakzioa baino garrantzitsuagoa da ospea edo fama; aurrerago aztertuko den moduan, taldearen egituraren faktore esanguratsua da hori ere.

1.3.2 Nerabea eta lagun-taldea aztertu dituzten ikerketa batzuk

B. Brandford Brown ikerlariak argitaratu zuen artikulu bat 1986an, Sue Ann Eicher eta Sandra Petrie-rekin batera; bertan batu zituzten ordura arte burututako ikerketa esanguratsuenak nerabearen eta lagun-taldearen arteko harremanaren inguruan (ikus **6. irudia**).

Autore horiek aurrekari moduan aipatzen dute James S. Colemanen ikerketa (1961). Ameriketako Estatu Batuetan (AEB) egin zuen ikerketa Colemanek, 14 eta 18 urte bitarteko nerabeekin, ezagutzeko lagun-taldearen funtzionamendua zein zen eta jakiteko nerabeek zein garrantzia egotzen zioten taldeari. Horren arabera, lagun-taldea nerabeen negoziazio eta adostasunen ikaskuntza-prozesuan adierazlea izango litzateke; izan ere, talde baten parte izateak dakar konforme egon behar izatea taldeko arauekin, behin horien inguruan eztabaidatu eta negoziatu dela. Negoziazio horren ondorioz, lagun-taldeak emango dio nerabeari leialtasuna garatzeko aukera (Brown, Eicher eta Petrie, 1986; Piñuel, 2011). Ikerketaren emaitza esanguratsuenen artean aipatzen du Colemanek nortasun handia edukitzeak eta ospea izateak lagundu egiten diola nerabeari onartua izaten lagun-taldearen barruan.

Dunphy-ren ikerlana (in Brown, Eicher eta Petrie, 1986) Australiako gaztetxoekin burutu zen; ikertzaile horrek ondorioztatu zuen taldeak izaera, jarrera eta esangura desberdinak dituela nerabezaro goiztiarrean, erdi nerabezaroan eta nerabezaro berantiarrean. Horrela bada, aurrenerabezarako genero bakarreko talde txikiak harremana izaten hasten dira haien artean eta erdi nerabezaroan kuadrilla edo talde egituratuagoak osatzen dituzte. Nerabezaro-ostekoan gaztetxoek independentzia handiagoa irabazten dute eta erabat nahasten dira neskak eta mutilak, kuadrilla handi, edo erreferentzia-talde (Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002) mistoak osatu arte (Brown, Eicher eta Petrie, 1986). Dunphyk ondorioztatzen du, lagun-taldeak edo kuadrillak garrantzia handiena duela erdi-nerabezaroan, hots, 14 eta 16 urte bitartean.

6. irudia. Lagun-taldearen parte izatearen garrantzia nerabezaroan: zenbait ikerketa

PEER GROUP AFFILIATION			
77			
Table 1. Summary of perspectives on the importance of crowd affiliation			
Author(s)	Sample	Findings or theory	Conclusions re: Importance of Crowd Affiliation (ICA)
J. S. Coleman (1961)	U.S. high school students (age 14-18), mixed SES	All schools have readily identifiable "leading crowd" Leading crowd members set norms and have higher self-esteem Desire to join leading crowd decreases across grade levels	Crowd affiliation reflects one's status, so ICA may vary with status of one's crowd Reputation and personality are important to being accepted by leading crowd
Dunphy (1972)	Australian youth in and out of school, age 13-22; members of youth clubs	Peer group structure changes from isolated monosexual cliques (early) to heterosexual crowds (middle) to independent heterosexual cliques (late adolescence)	ICA higher in middle adolescence (age 16-19) than early or later adolescence Crowds organize social activities and socialize teens into heterosexual roles and interests
J. C. Coleman (1974)	British youth in school, age 11-17 mixed SES	Curvilinear age trend in positive and negative statements about crowd affiliation Males more likely than females to identify with the group	ICA peaks at age 13-15 ICA reflects peer conformity disposition
Newman and Newman (1976)	No empirical data	Group identification is central developmental task of early adolescence; autonomous sense of identity achieved in late adolescence	ICA highest in early adolescence (age 13-17), declines with consolidation of sense of identity Crowds offer emotional support, build friendships, encourage identity testing

support, friendship, source of activities, or miscellaneous responses.* Table 2 summarizes each category's specific contents.

Responses often included references to more than one category, so that

* Instrumental and emotional support, which were conceived initially as separate categories, were collapsed because very few students gave responses that could be coded as instrumental support.

Iturria: Brown et al., 1986

Aurreko ikerketako emaitzen kontrara agertzen dira John C. Coleman eta Newman eta Newmanen (in Brown, Eicer eta Petrie, 1986) ikerlanak. Horien arabera, aurre-nerabezaroan du gaztetxoak taldean onartua sentitzearen beharrik handiena. Lagun-taldearen parte izatea ezinbestekoa da, beraz, gaztetxoarentzat: "The major task of early adolescence is to affiliate with a peer group that can accept one's budding sense of identity and provide supportive social relationships to offset the teenager's withdrawal from emotional dependence on parents" (in

Brown, Eicher eta Petrie, 1986:75). Nerabezaroan aurrera egin ahala, autonomia eskuratzen du nerabeak eta lagun-taldearen beharra lausotu egingo da.

Ikerlan horiek guztiak aztertzearen ondorioz, Brownek, Eicherrek eta Petriek garrantzitsu iritzi zioten aurre-nerabearoa eta erdi-nerabearoa ikertzeari (11-16 urte), garai horretan da-eta talde-nortasuna gogorren agertzen den unea (Brown, Eicher eta Petrie, 1986).

Urte batzuk geroagokoa da Barbara M. Newman-ek eta Philip R. Newman-ek (in Newman, Lohman eta Newman, 2007) burututako ikerketa, eta beronen helburua da aztertzea nerabeak lagun-taldeko parte izateari ematen dion garrantzia. Autore horiek ondorioztatzen dutenez, gaztetxoak hobeto egokitzen da gizartera talde baten parte baldin bada; horrek ere lagunduko dio identitate-garapenean: "It is not surprising that a growing body of evidence suggests that people are healthier and happier when they experience social belonging" (Newman, Lohman eta Newman, 2007:241).

Brown ikertzaileak batutako aurre-ikerlan horiek guztiak oinarri hartuta, berak ere urte batzuk beranduago argitaratu zituen beste ikerketa baten emaitzak, baieztatzen dutenak era estuan lotuta doazela talde-nortasunaren eta nortasun indibidualaren garapenak nerabezaroan: "Using the group as the unit of analysis is an important first step in understanding group dynamics that may influence individual members' behavior" (Brown eta Larson, 2009)

Espanian, Elena Rodríguez, Ignacio Megías eta Esteban Sánchez Morenoren (2002) ikerketalana aipatzekoa da. Autore hauek baieztatzen dute gaztetxoek ehuneko handia lagun-talde baten parte dela. Hain da nabaria taldeen presentzia, non autoreek baieztatzen duten, emaitza esanguratsuenen artean gainera, "lagunekin egotea" edo "lagunekin batzea" dela nerabeen aisialdiko ekintzarik gustukoena eta errepikatuen. Burututako talde-etzabaidetan jasotako erantzunen arabera, lagun-talde baten parte ez izateak esan gura du sozialki baztertuta egotea, eta talde baten parte izateko edozer gauza egiteko prest agertzen dira. Ondorioz, haien ustez ezinbestekoa da nerabe-taldeen antolakuntza eta funtzionatzeko era aztertzea gaztetxoek eguneroko bizitza ezagutzeko.

Nuria Casas-ek koordinatutako ikerketan (in Funes et al., 2004) Kataluniako nerabeen (14-15 urte) iritziak jaso ziren, jakiteko haiek nola definitzen zuten beren burua. Hemen ere, aurreko lerroetan aipatutako ikerketen haritik, dibertsioa eta gogobetetze pertsonalaren gisako kontzeptuak ageri dira. Honela azaltzen du Funesek gogobetetzeak lagunekin duen harreman estua: "En gran medida no existe satisfacción si no se está con los amigos. Mayoritariamente se trata de vivir en relación, de conocer gente, de hacer conjuntamente. No podríamos decir que el adolescente es un personaje solipsista, que disfruta en la soledad. La diversión es hacer y mantener amigos" (Funes, 2004:46).

Aipatu diren ikerketa guztiek, beraz, baieztatzen dute lagun-taldea elementu benetan garrantzitsua dela nerabezaroan, eta ezinbestekoa dela taldearen dinamika aztertzea, nerabea eta nerabezaroa ulertu nahi badira.

1.3.3 Lagun-taldearen egitura hierarkikoa

Lagun-taldearen baitan lehen begiratuan antzeman daiteke zein den taldea osatzen duten pertsonen oinarrizko kokapena; lidergotik hasita, mendekotasuna edo bazterketa identifika daitezke. Are gehiago, harreman-egiturak eta pertsonen arteko komunikazio-jarioak nolakoak diren ikustea erraza da (Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002). Gaztetxo guztien kokapena definitzea zaila izaten da, beti ere aldaketak egoten direlako, baina ohikoa izaten da taldeko batek edo gutxi batzuek rol bera mantentzea era nahiko iraunkorrean.

Nerabeak haur izateari uzten diotenean autonomia irabazten du, baina aldi berean, baliabideak, gaitasunak eta botere ekonomikoak oso mugatuak ditu. Gaztetxoen boterea, baina, estatusen oinarritzen da, taldea nerabeek ezarritako irizpideen arabera antolatu eta estatusaren arabera banatzeko boterean, hain zuzen (Adler eta Adler, 1998; Milner, 2004). Hala, lider batek edo batzuek gidatu ohi dute taldea, eta haiek erabaki ohi dute nor izango den taldearen parte eta nor ez. Horiek horrela, lagun-taldeen berezko izaera eskusiboa dela diote Adler eta Adlerrek, eta hori dela eta, edonork ezin du lagun-taldean parte hartu, nahiz eta hala nahi izan:

The techniques of inclusion and exclusion represent the means by which the behavioral dynamics of cliques are forged such, they offer the basis for a generic model of clique functioning that interweaves these processes with the essential clique features of exclusivity, power and dominance, status stratification, cohesion and integration, popularity, submission, and in-group and out-group relations (Adler eta Adler, 1998:71).

Lagun-taldeen egiturak hierarkian oinarrituta daude, beraz: nerabeak hierarkia horretan leku bat du, eta maila berean dauden beste nerabeekin du harremanik estuena. Egitura edo hierarkia horretan sortuko diren desberdintasunek markatuko dute nerabeen arteko harremana (Adler eta Adler, 1998). Gaztetxoek haien gaintik daudenei errezeloz begiratuko diete eta fama edo ospe handiagoa dutenek eragina izango dute beraiengan, ospe txikiagoa duten lagunak baztertzera.

Aurreko lerroetan aurreratu den moduan, lagun-taldearen egitura hierarkikoan fama edo ospea izateak dauka zeresanik handiena (Adler eta Adler, 1998; Burke, 2006; Coleman eta Hendry, 2003; Milner, 2004). Esan da, halaber, nerabezaroa ezaugarri esanguratsua dela fama edo ospearena: nerabezaroan beti miresten da norbait edo zerbait eta elkarrizketa ohikoa izaten da

eztabaidatzea ea nor den famatua, nor ez den, eta zergatik den famatua (Adler eta Adler, 1998; Suess et al., 1998). Horrela bada, laguntasuna bi pertsona edo gehiagoren arteko lotura estuak definitzen baldin badu, fama lagun-taldearen egitura sortuko den estatusa izango da; ospe horren arabera tratatuko du taldeak edo kuadrillak gaztetxoak (Coleman eta Hendry, 2003). Famatuagoa izateak, beraz, eragingo du boteretsuago izatea, eta, ondorioz, boterea duten nerabe horiek taldearen erdigunean kokatuko dira; botererik ez dutenak, ordea, periferian kokatuko dira.

Nerabeen lagun-taldeen egitura azaltzeko Milnerrek konparazio bat baliatzen du; izan ere, haren ustetan, nerabeen talde-egitura deskriba daiteke Indiako kasta-sistemaren era beretsuan:

Both Indian castes and adolescent subcultures are systems in which status is the key resource. My argument is not that there is some vague parallel between Indian castes and high school stratification systems. Rather, I am claiming that what I have learned about how status systems operate from studying castes, significantly clarifies what goes on in our high schools. (Milner, 2004:24)

Horiek horrela, kuadrillen barruan eta kuadrillen arteko talde handiagoetan ezartzen diren hierarkia edo estatus sistemak azpi-kultura gisa funtzionatuko dute eta kategoria horiek errepresentatuko dituzte gizartean era orokorragoan antzeman daitezkeen beste mailakatzek (Milner, 2004).

Burke-k (2006), berriz, beste ikerketa batean, baieztatu zuen nola funtzionatzen duen hierarkiak talde baten barruan gertatzen den parte-hartzearen arabera. Ikertzaile horrek osatu zuen talde-estabaidan ikusi zuen nerabeen parte-hartzea eztabaida horretan ez zela berbera. Gehien hitz egiten zutenak talde osoari zuzentzen zitzaizkion bitartean, gutxiago hitz egiten zutenak zuzentzen zitzaizkien haien *gainenetik* zeudenei, haien begirunea bilatzeko helburuarekin. Ondorioz, eztabaidan parte-hartze handiagoa izan zutenak era positiboagoan onartu zituzten taldean. Adibide horren bitartez honakoa ondorioztatu zuen Burkek (2006:368): "These patterns of participation produced a 'fountain effect' with contributions going up the hierarchy and then sprinkling out on the group as a whole." Era beretsuan azaltzen dute egitate hori Adler eta Adlerrek (1998:79): "Less popular people tried to curry favor with more popular to improve their standing in the group. They imitated leaders' behavior and supported leaders' opinions to enhance their acceptance and approval. In turn, leaders acted to maintain their own popularity and control by seeking the continuing endorsement of other group members".

Morenoren eta Jennings-en ikerlana ere aipatzen du Burkek (2006), bi ikertzaile horiek beste era batera azaltzen baitute nola gauzatzen den hierarkia taldearen baitan. Lidergoari arreta berezia jarri zioten Morenok eta Jenningsek, eta eskatu zieten gaztetxoei aukeratzea edo baztertzea taldeko kideak irizpide batzuen arabera (irizpide desberdinak erabili zituzten, hala

nola, norekin biziko liratekeen, norekin egingo luketen lan, norekin jostatuko liratekeen). Gaztetxo batzuk maiz hautatu zituzten, beste batzuk kasik inork ez zituen aukeratu, eta azken batzuk ere baztertu egin zituzten. Mailakatze-sistema horren bidez ondorioztatu zuten askotan hautatzen zituzten horiek izan zitezkeela talde-liderrak. Ikerketa horren garrantzia, autoreen ustez, ez dago aukeraketa horren zenbatekoan; haien ustez, arreta merezi zuen aztertzeak zein profil zuten gaztetxoek irizpide bakoitza ezartzen zen momentuan (hautatzen zuenaren profila, aukeratzen zutenaren profila eta baztertua zenaren profila, hirurak ere aztertzeo interesgarriak) : "It is stressed in this approach that it is not just the pattern of choices that is important, but understanding the basis of that pattern (e.g., the characteristics of the chooser and chosen)" (Burke, 2006:373).

Lagun-talde barruan existitzen den egitura hierarkikoaz hitz egin da gehienbat aurreko lerroetan. Hala ere, kuadrilla edo talde primarioek osatzen dute egitura sozial zabalago bat *erreferentzia-taldeetan*, zeintzuk eskolaren, auzoaren edo aisialdi-jardueren inguruan eratzen diren. Erreferentzia-talde horietako harremana ere estatusean oinarritu ohi da (Adler eta Adler, 1998; Burke, 2006; Coleman eta Hendry, 2003). Era horretan, talde primario desberdinez osatutako erreferentzia-talde desberdinak identifika daitezke; adibide gisa, James S. Colemanek 1961ean (in Adler eta Adler, 1998) deskribatu zituen nerabe-taldeak estratifikazio sozialaren arabera: a) talde liderrak (*the leading crowd*), b) talde eredugarriak (*the exemplars*), c) lider lokalak (*the local leaders*) eta e) ospe gutxikoak (*the unpopulars*). Adler eta Adlerrek beraiek ere sailkapen bat proposatzen dute, nerabe-taldeak bereizteko estatusaren arabera: a) Talde ospetsuak (*the popular cliques*) b) Ospetsu izan nahi dutenak (*the wannabes*), c) harreman ez-estuan garatzen diren taldeak (*middle friendship circles*) eta d) sozialki bakartuak (*social isolates*).

Feixak (1999) deskribatutako nerabe-kulturen antzeko terminoekin hitz egiten dute Canaan-ek, Eckert-ek eta Eder-ek (in Adler eta Adler, 1998). Autore horiek baieztatzen dute lagun-taldeak interesen eta estiloen arabera egituratzen direla nerabezaroan; berauen arabera, aisialdi-ekintzen inguruan sortzen dira nerabe-kultura batzuk, hala nola kirolariak, *poperoak*, *skaterrak* eta abar.

Nerabe-kulturak, beraz, 1950az geroztik existitu izan dira; komunikabideak, berriz, kultura horien hornitzaile eta informazio-iturri garrantzitsu dira, gaztetxoek hedabideen bitartez ezagutzen baitituzte modan dauden korrante eta izate-ereduak. Gazteak etengabe konektatuta daude hedabideekin, eta aurreko lerroetan azaldu bezala, horien bidez transmititzen den kulturaren kontsumitzaile sutsuak dira. Hala ere, 90eko hamarkadaz geroztik nerabe-taldeen edo nerabe-kulturen fenomenoak erabat lausotu dela baieztatzen du Suoninen-ek (2001). Ikertzaile horren ustez, gizartean hainbat azpikultura existitzen diren arren, nerabe gutxi batzuek sentitzen dute beharra azpikultura konkretu batekin identifikatzeko; izan ere, teknologia

elektronikoek ekarri dituzten kontsumo-ereduek, eta horien bidez gauzatu diren harreman birtualek, ahalbidetu dute nerabearen identitatea indibidualistagoa eta aldi berean pluralagoa izatea. Hala hitz egiten du Suoninenek aldaketa horren inguruan (2001:218):

Individual media choices and media preferences play an important part in this identity work when young people build their own personal spheres of life. Furthermore, the role and meaning of peer culture has changed insofar as belonging to any one subculture is no longer total and exclusive; rather, a person can belong to and identify with several subcultures and several peer groups -some real life and some only virtual-simultaneously (Suoninen, 2001:218).

Esan dezakegu, beraz, lagun-taldearen baitan eta taldeen arteko harremanetan existitzen direla hierarkiak, eta horien bidez eratzen direla nerabe-kultura desberdinak; azken bi hamarkadetan, baina, ez dira hain nabarmenak azpikultura horiek.

1.3.4 Neska eta mutilen lagun-taldeak

Nerabeaz eta lagun-taldeaz hitz egiterakoan ezinbestekoa da kontuan hartzea generoa bereizle esanguratsua dela taldea aztertzerako orduan (Coleman eta Hendry, 2003; Krauskopf, 2007). Haurtzarora amaitzerakoan eta aurre-nerabezaroa hastean, lagun-taldeak banatzen hasten dira generoaren arabera, eta ohikoak izan ohi dira genero bakarreko lagun-taldeak. Hala baieztatzen dute Coleman eta Hendryk (2003:151): "Es la época en que los sexos parecen separarse para ensayar roles sexuales (bastante tradicionales y estereotipados) en preparación para la pubertad y las relaciones adolescentes que seguirán". Nerabeen sistema kognitiboan eraldaketa gertatzen da, eta, horren ondorioz, genero bereko gaztetxoekin eratzen dituzte harremanak era naturalago eta estuago batean (Hopkins, 1986). Sozializazio-prozesuak ere desberdinak izan ohi dira nerabezaroan neska eta mutilentzat; izan ere, laguntasuna definitzeko, esperimintatzeko eta sentitzeko era desberdinak dituzte, eta hori da, hain zuzen, bereizketa handiena sortzen duen faktorea (Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002). Bi taldeen portaera, esan bezala, oso estereotipatua da, neskenak eta mutilenak direla uste den jarduerak errepresentatzen dituzte nerabezaroan.

Sozializazio-eredu desberdinen ondorioz, lagun-taldeak eta haien barnean gauzatzen diren harremanek esangura desberdina hartzen dute neskentzat eta mutilentzat (Coleman eta Hendry, 2003); ondorioz, genero bakarreko lagun-taldean izaten den interakzioa dela eta, areagotu egiten dira neskek eta mutilek haurtzarotik izan ditzaketen desberdintasunak, izaeran, jarreran eta interesetan (Adler eta Adler, 1998).

Ikerketa honetarako aztertu den bibliografiaren arabera (Adler eta Adler, 1998; Burke, 2006; Coleman eta Hendry, 2003; Hopkins, 1986; Krauskopf, 2007; Kroger, 2007; Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002; Suess et al., 1998), neska- eta mutil-taldeen sozializazio-dinamikak desberdinak direla baieztatu dezakegu. Ez hori bakarrik, talde-lidertza ereduak ere desberdinak dira (Burke, 2006). Nesken eta mutilen laguntza-taldeetan ospea edo fama lortzeko bideak ez dira berdinak izaten:

Girls value social and nurturant roles (...) while beginning to focus on appearance and romantic issues (Eisenhart and Holland 1983). Boys have been found to gain status from competitive and aggressive achievement-oriented activities, with an emerging interest in the later grades in romance (...) (Adler eta Adler, 1998:55).

Neskek, beraz, ospea, fama eta lidertza ebaluatzerako orduan, garrantzi handia ematen diote itxurari, lirain egoteari, arropa "egokia" janzteari... Oro har, irudierekin zerikusia duten aldagaiek dute zeresana; hala, mutilekin arrakasta edukitzeak ere ospea ematen dio neskatoari. Oro har, fisikoki erakargarri izateak duen garrantziak eta horrek dakartzan ondorioak azpimarragarriak dira generoaren rol-portaeran eta emakumezkoa izatearen autokontzeptuan (Adler eta Adler, 1998; Coleman eta Hendry, 2003; Hopkins, 1986).

Mutilek, ordea, bestela irudikatzen dute lidertza eta arrakastaren gakoa. Neskak baino portaera hotzagoa erakusten dute eta ekintzak burutzeko ausardiaren inguruan gauzatzen dira gizentasunaren eta lidertzaaren perspektibak (Hopkins, 1986). Hala deskribatzen dute Adler eta Adlerrek mutilen portaera, burutu zuten ikerketaren emaitzak erakusterakoan:

Boys, even in the predominantly white, middle-class schools that we studied, were accorded popularity and respect for distancing themselves from the deference to authority and investment in academic effort, and for displaying traits such as toughness, troublemaking, domination, coolness, and interpersonal bragging and sparring skills (Adler eta Adler, 1998:55).

Taldeak izateaz ari garela, nesken taldeak harreman interpersonalen inguruan eratzen dira, emozionalagoak dira (Coleman eta Hendry, 2003:152): "Para las adolescentes, el grupo de iguales más grande o cuadrilla se ve sobre todo como una red de amistades íntimas, un lugar donde encontrar una amiga y una fuente de apoyo y confidencias". Neskek, beraz, era estuagoan bizi dute haien taldearekiko harremana: adiskidetasunak, intimitatea partekatzeak eta laguntasunak asetzen dituzte. Neskek gaitasun handiagoa dute, era berean, taldean eztabaidak sortzeko eta adostasunera heltzeko, besteak beste negoziatzeko eta irtenbideak aurkitzeko motibazio handiagoa dutelako (Coleman eta Hendry, 2003). Ondorioz, nesken laguntza-taldeetako harremanak ezartzen dira elkarriketaren bueltan, balioen negoziazioan eta ez-ahozko komunikazioaren bidezko elkar-ulertzean (Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002).

Mutilen taldeak, ordea, eratzen dira gehiago ekintza edo jarduera baten inguruan, instrumentalagoak dira, eta ez dituzte emozioak erraz plazaratzen (Burke, 2006; Coleman eta Hendry, 2003; Krauskopf, 2007); mutilen talde-harremanak ez dira hainbeste garatzen identitate psikologikoaren inguruan, garrantzi handiagoa ematen diote genero bakoitzak eskatzen duen rol betekizunari, hots, publikoki erakusten den portaerari (Burke, 2006). Neskak ez bezala, mutilak era autokratikoagoan antolatzen dira eta ez diete hainbesteko garrantzirik ematen negoziazioari eta adostasunari (Burke, 2006).

Nerabezaroa aurrera doan heinean, lagun-taldeko harremanak estutzen doaz, bai neska- bai mutil-taldeetan, nahiz eta neskek mutilek baino harreman estuagoa dutela aitortzen duten hasiera-hasieratik (Kroger, 2007).

Aipatu diren ezaugarriak medio, aurreikus daiteke neskek era positiboagoan baloratzen dutela taldearen parte sentitzearen garrantzia. Brownek, Eicherrek eta Petriek burututako ikerketan, ordea, ez zen horrelako desberdintasunik antzeman; neskek lagun-taldearen parte izatearen garrantzia justifikatzen dute laguntasunarekin eta horrek dakartzan sentimenduekin zerikusia duten terminoak erabiliz, eta mutilek arrazoi idiosinkratikoagoak ematen dituzte (Brown, Eicher eta Petrie, 1986). Desberdintasun horiek medio, genero bakarreko taldeak definitzen direnean oso izaera desberdinak garatzen dituzte neska- eta mutil-taldeen (Coleman eta Hendry, 2003), eta, beraz, neska eta mutilen artean ez da berdina gauzatzen lagunaren eragina; izan ere, nesken artean elkar-eragina handiagoa da (Hopkins, 1986).

Ildo horri jarraiki, Urberg-ek, Degirmencioglu-k, Tolson-ek eta Halliday-Scher-ek (1995) burututako ikerlanean antzeman ziren desberdintasunen artean, azaldu zuten neskak oro har integratuago zeudela eskolako sare sozialetan, mutilak baino (Urberg et al., 1995).

Aipatutako genero-desberdintasun horiek guztiak, aurreko lerroetan adierazi bezala, prozesu soziokultural baten ondorio dira, hots, rol edo estereotipoen ikasketa-prozesu baten ondorio (Hoffner, 2008; Hust eta Brown, 2008; Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001); gainera, genero-portaera horiek guztiak areagotu egiten dira lagun-taldean daudenean nerabeak (Leaper eta Friedman, 2007), eta, noski, komunikabideek ikasketa-prozesu horretan duten parte-hartzea esanguratsua da (Hoffner, 2008; Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001; Scantlin, 2008).

1.3.5 Zergatik den garrantzitsu lagun-taldea nerabezaroan

Nerabezaroan gurasoekiko dependentzia maila lausotu egiten dela aipatu da aurreko lerroetan; gaztetxoak eskuratzen duen autonomia horren ondorioz, lagun-taldeak hartzen du garrantzia nerabearen sozializazio-prozesuan (Coleman eta Hendry, 2003; Milner, 2004). Hala azaltzen dute Coleman eta Hendryk (2003:156): "Se da mayor significación a los iguales como

compañeros, como proveedores de consejo, apoyo y retroalimentación, como modelos para el comportamiento y como fuentes de información comparativa con respecto a las cualidades y las destrezas personales."

Hala, nerabeek denbora gutxiago pasatzen dute helduekin eta beraz, lagunarteko edo berdinen arteko harremanek betetzen dute leku gehiago gaztetxoaren sozializazio-prozesuan.

Lagun-taldeak nerabezaroan hartzen duen garrantzia areagotu egiten da, halaber, eskola orduz gain, aisialdiaren parte handi bat pasatzen dutelako gaztetxoek elkarrekin (Bukowski, Brendgen eta Vitaro, 2007; Hartup, 2005; Milner, 2004; Newman, Lohman eta Newman, 2007; Nurmi, 2001):

Many adolescents spend hours of their day, both in school and after school, tending to their group connections. Their peer group work can be documented in note-passing, e-mails, phone calls, instant-messaging, during school and after school talking, planning, partying, "hanging out," membership in sports, clubs, and after-school activities, diaries, and journals (Newman, Lohman eta Newmanek, 2007:259).

Eskola-orduez gain, beraz, eskolaz kanpoko aisialdiaren zati handi bat igarotzen dute nerabeek haien lagunekin. Milnerren arabera (2004), aste baten baitan, eskola-orduak kenduta ere (eguneko %23 dira eskola-orduak), gaztetxoek euren aisialdian gurasoekin pasatzen duten denbora (%15) halako bi igarotzen dute lagunekin (%29).

Lagunekin igarotzen duten denboraz gain, ezin da ahaztu lagun-taldearen egitura hierarkian oinarrituta dagoela eta kide izate horretan ezinbesteko garrantzia duela nerabearentzat taldean "leku onean kokatuta" egoteak edo "estatus ona" edukitzeak (Brown eta Larson, 2009); taldean parte hartzea, gainera, ezinbesteko ikusten da nerabearen identitatearen eraikuntzarako, konfiantza eta konpetentzia sozialak garatzeko eta trebakuntza kognitiborako (Coleman eta Hendry, 2003; Hopkins, 1986; Sletten, 2011).

Aipatu berri diren arrazoi guztiak direla medio, ondorioztatzen da berdinen arteko taldea dela nerabezaroan sozializazio-agente esanguratsua (Brown eta Larson, 2009; Hopkins, 1986; Krauskopf, 2007; Newman, Lohman eta Newman, 2007; Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002; Sletten, 2011), nerabeen identitate sozialen, balioen eta portaeren jatorri eta isla garrantzitsu delako taldea (Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002). Lagun-taldeari egozten zaio, beraz, ardura, gaztetxoaren garapen pertsonalaren eta egonkortasun psikiko eta emozionalaren ongizatea bermatzeko.

Nerabezaroan sozializazioak duen esanguraz eta garrantziaz hitz egin den moduan, ezinbestekoa da ulertzea sozializazio-prozesu hori lagun-taldearen baitan gertatzen dela

gehienbat. Beraz, Hofnerrek dioen moduan (2008:318), lagun-taldearekin gertatzen den interakzioan eraikiko du gaztetxoak identitatea: "As they move into adolescence, young people develop a more complex understanding of their collective identities, and these identities typically form a significant part of their self-concept".

Era beretsuan arrazoitzen dute kontua Adler eta Adlerrek (1998), esanez gaztetxoek ez dutela mundua hautematen eta interpretatzen era indibidualean, ez dituztela ideiak bakarrik garatzen, haien portaera ez dela bakartua; horren kontrara, berdinen artean gauzatzen dituzte mundua ulertzeko prozedura eta erremintak, gizartean kokatzeko eta arazoei erantzuna emateko.

Azaltzen ari garen errealitatea baieztatzen du Elzok ere (2006b) Espainiako nerabe eta gazteekin burututako ikerketan. Galdetzen zaie gazteei beraien ustez non esan eta lantzen diren gai garrantzitsuenak beren bizitzarako. Emaitzen sailkapena honakoa da (ikus **3. taula**): familia, lagunak eta komunikabideak; erantzunek baieztatzen dute lagun-taldeak eta hedabideek garrantzia dutela nerabeentzat.

3. taula. Non esaten diren mundua ulertzeko arrazoi eta ideiarik garrantzitsuenak, Espainiako nerabeen ustez³ (2006)	
Etxean, familian	%50
Lagun-taldean	%39
Hedabideetan	%37
<i>Iturria: Elzo, 2006b</i>	

Ikerketak baieztatzen duen moduan, beraz, nerabearen sozializazioan lagun-taldeak eta komunikabideek duten garrantzia aipagarria da, familiarekin batera. Elzok (2006b) ikerlan honekin erakutsi nahi izan du, lagun-taldeak erakundeek baino garrantzia handiagoa duela. Era horretan, berdinen artean garatzen diren harremanek indartu egiten dute familiaren eta eskolaren lana haur eta gaztetxoaren ikaskuntzarako. Lagun-taldea bitarteko bat bihurtzen da, beraz, helduen munduaren balioen ikaskuntzarako; harremanak estuak dira taldean, eta horrek eragiten du nerabeak erosoago sentitzea, dituzten esperientziak parteka ditzaketelako berdinen artean eta erakundeek ezartzen dituzten arauetatik kanpo. Hala, arau horiek ikasi eta barneratzen dituzte berdinen artean, eta taldea bitarteko izatetik, igorle izatera ere pasatzen da: gizarteko arauena, joerena eta helduen munduko bizimoduena (Coleman eta Hendry, 2003). Hala gehitzen du Elzok (2006b:115): "Con la percepción de vivir en libertad, de estar con los suyos, sin tutelas, aspectos estos que, en plena edad de experimentación y descubrimiento,

³ Ehuneko baturak %100 baino gehiago ematen du, nerabeek aukera zitzaketelako nahi adina erantzun.

tienen una capacidad de penetración, quizá epidérmica o puntual, pero no por ello menos trascendente en un período de su vida, en el período que ahora están viviendo."

Lagun-taldean parte hartzeak, beraz, hainbat onura ekartzen dizkio gaztetxoari (Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002):

a) Berdinen arteko harremanek ematen diote gaztetxoari identitate soziala, garatzen dena interakzioaren bitartez, zeinak eskaintzen dizkion gaztetxoari arau edo irizpide batzuk, rol eta portaera bat garatzeko gizartearen aurrean. Hau da, parte-hartze sozialerako gaztetxoak garatzen du rol definitu bat, esanguratsua dena identitatea finkatzeko.

b) Errealitate partekatu baten sentimentua edukitzea garrantzitsua da gaztetxoarentzat, horrek, zehazki, onespen edo estimu soziala jasotzea eragiten diolako. Kide izate hori ezinbestekoa da garapen pertsonal aproposa edukitzeko eta autoestimuari maila egokian eusteko.

c) Taldean parte hartzeak sentiarazten dio gaztetxoari bere ingurua menderatzeko eta kontrolatzeko gai dela; horrek ziurtasuna ematen dio, eta baita ekintza sozialetan parte hartzeko plazera ere.

Aurreko lerroetan hitz egin da nerabezaroaz eta aipatu da nerabeak definitzeko ezaugarrien artean, estiloak duela berebiziko garrantzia adin-tarte horretan (Feixa, 2006). Horrela bada, taldean estilo konkretu bat ezartzeak eta garatzeak eragiten du talde-identitatea indartzea, portaera eta jarrera batzuen inguruan taldeak estilo homogeen bat izango duelako (Coleman eta Hendry, 2003:155): "El refuerzo social en torno a un conjunto de comportamientos y actitudes permite una mayor cohesión y selección de amigos por preferencia y por similitud de aficiones, indumentaria, intereses de ocio, actitudes hacia la escuela, música popular, lealtades de grupo, etc."

1.3.6 Lagun-taldearen eragina nerabearengan

Lagun-taldeak nerabezaroan duen garrantziaz hitz egiterakoan aipatu da taldeak ezaugarri komunak eta identitate propio bat garatzeko eta berau indartzeko joera izan ohi duela. Homogeneotasun hori taldearen barruan gertatzen diren elkar-eraginaren ondorio izan ohi da (Brown eta Larson, 2009).

Ezinezkoa da baieztapen orokorrak egitea azaltzeko nola bizi duen nerabeak taldearen presentzia; zaila da, era berean, esplikatzea nola eragiten dion egitura horrek gaztetxoari (Brown eta Larson, 2009; Coleman eta Hendry, 2003; Hartup, 2005), hori ikertzeko, eraginaren jatorria antzemateaz gain askoz haratago ere joan beharko litzateke-eta (Hartup, 2005:393): "Most data suggesting that children influence other children are correlational and difficult to use

to support the thesis that behavior change comes about through the interaction of one child with another." Hala ere, baieza daiteke taldeak baduela eragina nerabearengan, hori modu lausoagoan edo indartsuagoan gertatzen bada ere (Coleman eta Hendry, 2003:154): "Es más probable que los adolescentes experimenten una sutil presión para someterse a los valores y las normas de grupo ('persuasión suave') que intentos abiertos de controlarlos o manipularlos".

Lagun-taldeak nerabearengan duen eragina ez da norabide bakarrekoa; hau da, taldeak ez dio modu unilateralean eragiten gaztetxoari, hori baino askoz konplexuagoa da elkarren artean gertatzen den interakzioa (Brown eta Larson, 2009; Hartup, 2005): nerabeek elkarrengan eragiten dute, hots, talde barruan elkarrenganako eragina dago.

Nerabeen arteko eragina ikertzerako orduan ohikoa izan da sozializazioaren teoria tradizionaletan oinarritzea, hau da, norabide bakarrekoko eragina aztertzen duten teorian; horrek, ordea, zaildu egin du nerabeen eragina ikertzea (Brown eta Larson, 2009). Beste batzuetan, gurasoek gaztetxoekiko duten eragina ikertzeko baliatutako metodologia berberak erabili dira gaztetxoekiko arteko eragina ikertzeko ere, kontuan hartu barik lagunaren arteko interakzioa norabide anitzekoa izan daitekeela, guraso eta seme-alabekin gertatzen ez den bezala. Hala arrazoitzen du Hartup-ek ikerketa-mota horien norabide okerra (2005:392): "Peer interaction involves reciprocities that adult-child socialization does not (the latter is dominated by hierarchical exchange). Better understanding of peer influence depends on learning more about these reciprocities and how they affect behavioral acquisition."

Lagun-taldeak nerabearengan duen eragina aztertzerako orduan, beraz, kontuan hartu behar da eragin hori ez dela norabide bakarrekoa, eta komenigarria da kontuan hartzea, era berean, kasuan kasuko eragilearen zein hartzailearen profila, eta baita taldean bakoitzak duen kokapena ere. Hala, Brown eta Larsoek (2009) proposatzen dute aintzat hartzea hiru faktore hauek gaztetxoekiko arteko eragina aztertzeko:

a) Lehenik eta behin, ikertu nahi den banakoaren profila ezagutu beharko litzateke, eta inoren eragina jasotzeko duen sentiberatasun-maila ere kontuan hartu beharko litzateke. Hau da, ikertu nahi den esparruan gaztetxoak duen jakintza-maila edo konfiantza esanguratsuak dira, eta inguruan dituen horien eragina jasotzeko prestutasuna edo sentikortasuna ere bai.

b) Bigarrenez, eragilearen ezagaurriak ezagutu beharko lirateke (pertsonek edo taldeak izan daitezke), eragiteko duen sinesgarritasuna edo gaitasuna ezagutzeko. Horiek guztiak aztertzeak lagunduko luke interakzioaren dimentsioa ezagutzen.

c) Bukatzeko, ikerlariak ezagutu beharko litzuzke eragilearen eta hartzailearen arteko harremanaren bereizgarriak: duten harremana, elkarrekin igarotzen duten denbora, eta abar, horiek guztiak faktore esanguratsuak baitira interakzioa ikertzeko.

Aurreko lerroetan esan bezala, zaila da nerabeen interakzioa ikertzea, baina are zailagoa litzateke, hiru faktore horiek ez balira kontuan hartuko (Brown eta Larson, 2009).

Taldearen egiturak ere zeresana izan dezake eragin horren izaeran. Honako adibidea aipatzen du Hartupék (2005:389): "The 'mix' of individuals in small intervention groups—in which some children have conduct problems and others do not— affects behavior change among these same individuals".

Lagun-taldearen baitan gertatzen diren interakzioen erroan dago legitimazioa, hots, lagun-taldeko hainbatek beste batzuei ematen dieten boterea eragileak izan daitezten. Honela definitzen du Burke-k nola gertatzen den legitimazioa taldean (2006:370): "They defined legitimate power as the power that stems from internalized values in person A that dictates that person B has a legitimate right to influence person A, and that person A has an obligation to accept this influence."

Beraz, aipatutako ezaugarri horien guztien ondorioz garatzen dira taldeko partaideen artean antzekotasunak edo desberdintasunak. Hala ere, legitimazioak eskaintzen duen boterea aldakorra izan daiteke taldearen eboluzioan zehar; izan ere, lagunaren arteko botere-harremanak ez dira finkoak izaten harreman horrek irauten duen denbora-tartean (Brown, Eicher eta Petrie, 1986). Alegia, ezin dela irudikatu nerabezaroa etapa homogeen bezala, adin-tarte horretan aldaketa nabarmenak izaten direlako urte batetik bestera; horiek horrela, nerabezaroaren barruan ere azpi-etapak zehaztu izan dira (Kroger, 2007).

Gaztetxoek interakziorako duten gaitasuna ere nabarmen aldatzen da nerabezaroaren fase desberdinetan, taldearen izaera ez baita berdina izaten urteak aurrera joan ahala (Krauskopf, 2007). Horrenbestez, nerabezaroaren hasierako urteetan laguntasuna ekintzen inguruan garatzen da, eta erdi-nerabezaroan partekatzen hasten dira sentimenduak eta enpatia; urteetan aurrera egin ahala, taldearekiko konpromiso soziala areagotu egiten da (Hopkins, 1986:244): "Al final de la adolescencia, se establece un forma de amistad relativamente más segura: comienza a mitigarse el interés por las amistades con miembros del mismo sexo y, en general, se produce un cambio hacia intereses más heterosexuales, incluyendo las amistades íntimas." Era horretan, lagun-taldearen baitan gauzatzen diren laguntasun-harremanek garrantzi handiagoa hartzen dute nerabezaroan aurrera egin ahala (Kroger, 2007), eta, era berean, nerabeak jasango duen eraginaren dimentsioa ere desberdina izango da.

Adinean aurrera joan ahala, nerabearen autonomia-gaitasuna handitzen doan heinean, paretsu gauzatzen da lagun-taldeak harengan izan dezakeen eragin-maila ere (Kroger, 2007). Hala, aurre-nerabezaroan gaztetxoa sentikorrago da taldearen edo taldekide ospetsu baten eragina jasateko, eta talde-onespenari men eginez, adostasuna erakutsi ohi du. Nerabezaroaren

azkenengo fasean, ordea, frustrazioa ageri da, gaztetxoak autonomia eskuratzen duelako eta bere iritziak eta interesak plazaratzeko nahia duelako.

1.4 Gipuzkoako nerabeak

Gure ikerketa-eremua Gipuzkoan kokatzen den arren, ikerketa gutxi daude bakarrik probintzia horretara mugatzen direnak. Horren aurrean, Gipuzkoaz gaindiko beste ikerketa zabalago batzuk ere ekarri dira ondorengo lerroetara, Euskal Autonomia Erkidegoa (EAE) edo Euskal Herria ikerketa-eremutzat izan dituztenak.

Ikerketa horietatik denetatik eman den informazioaren bidez Gipuzkoako nerabeen argazki orokorra atera da, ezagutzeko ikerketa honen unibertsoa osatzen duten gaztetxoaren izaera eta haien profila. Aurrerago aztertuko da Gipuzkoako nerabeen hedabide-kontsumoaren nolakotasuna; lehenengo hurbilpen honetan, nerabeen ezaugarri orokorrak deskribatuko dira. Atentzio berezia jarri zaie nerabeek taldeekiko duten kidesun-maila neurtu duten ikerketei; horri gagozkiola, eta behin nerabearen profil soziolinguistikoa definituta, nerabearen sozializazioaren maila orokorrari helduko zaio: *makrosistema*, Bronfenbrennerren arabera (in McHale, Dotterer eta Kim, 2009); *maila makrosoziala*, Martínez de Lunaren, Baxoken eta Berrio-Otxoaren arabera (2000). Gaztetxoaren parte-hartze politikoa eta soziala aipatuko dira bertan. Bigarrenik, maila hurbilagoan dauden taldeekiko harremanaz (familia, eskola eta lagun-taldea) hitz egingo da: *mikrosistema*, Bronfenbrennerren arabera; *maila mikrosoziala*, Martínez de Lunaren, Baxoken eta Berrio-Otxoaren arabera.

Ikuspegi@k Gizarte Gaien Behatokiak 2011n plazaratu zituen EAEko gaztetxoaren datuak, ezagutzeko haien pertzepzioak familiarekiko, eskolarekiko eta lagunetikiko. Lan honetan zenbait ikerketaren datuak batzen dira diagnostiko gisa, hots, ez dute ikerketa propiorik burutu. Ikerketa honek EAEko Bigarren Hezkuntzako nerabeen profila deskribatzen du, eta ondorengo ezaugarriak azaltzen ditu (Ikuspegi@k, 2011: 52):

- a) Nerabezaroa funtsezko garaia da, eta luzatu eta aurreratu egin da.
- b) Segurtasun-gabeziak izaten hasten dira (ziklo horretan, urduriago egon ohi dira, ez dira batere seguru sentitzen; 12-14 urterekin hasten da hori).
- c) Gizarteak eta gurasoek onenak izatea eskatzen diete. Emaitzak lortzeko presio handia dute, eta presio horrek estresa eta antsietatea sortzen ditu.
- d) Interes txikia erakusten dute inguruan gertatzen diren gauzei buruz.

e) Oso zorrotzak dira beren eskubideekin ("dena eskubide gisa ikusten dute, ahaleginik gabe, beren eskubideak lortzen dituzte": Ikuspegi@k, 2011:52), eta argi dute familiak eta gizarteak babestu egiten dituztela (batzuetan, baita euren betebeharrak alde batera utzi badituzte ere).

f) Badakite gauzatutako delitu-ekintzak ez direla zigorgarriak, eta horrek boterea ematen die. Botere handia dute eta horretaz baliatzen dira.

g) Eskubideen eta betebeharren arteko gatazka sortzen da. Eskubideak teoriari dagokionez kontrolatzen dituzte eta beti planteatzen dituzte, baina familiak eta gizarteak (orokorrean) adingabeak gehiegi babesten dituztelako, ez dakite ondo zeintzuk diren dituzten betebeharrak, edo, jakinda ere, betebeharrak horiek bigarren mailako garrantzia izan ohi dute haientzat.

h) Ahaleginik gabe lortu nahi dute dena, gutxi lan egitearekin eta diru asko irabaztearekin amesten dute. Telebistak eta gizarteak (orokorrean) transmititzen dituzten ereduak jarraiki, zenbait pertsonak inolako ahaleginik egin gabe aberastea lortzen baitute; hori da, hain zuzen, gizarte-arrakastaren seinale berria.

i) Gertatzen zaizkien gauzei heltzerakoan agerian geratzen da nahasmendu emozional garrantzitsua dutela. Lan honen arabera, emozioak behar bezala kudeatzeko arazoak dituzte nerabeek.

j) Nerabeen portaera sutuagoa da gaur egun, gizarteak aukera ugari eskaintzen baitizkie eta bizi diren mundua korapilatsua baita.

k) Jarrera eta portaera homofoboak ikusten dituzte nerabeen irakasleek.

Gaztetxoek ikuspegi ezkor eta gatazkatsua gailentzen da aztertutako ikerlanetan. Hala ere, badira beste hainbat ezaugarri, nerabezaroaren alderdi sortzaile eta eraikitzailea indartzen dutenak.

1.4.1 Gipuzkoako nerabeen profil linguistikoa eta identitate nazionala

Espainiako Estatistika Institutuaren (INE) 2010eko datuen arabera (Ikuspegi@k, 2011), Euskal Autonomia Erkidegoan 12-16 urte bitarteko 67.708 gaztetxo zeuden 2010.urtean, horietatik 34.833 mutilak eta 32.875 neskak. Eustat-en arabera (2010), berriz, eta 1995etik 1998ra jaiotako biztanle-kopurua kontuan hartuta, Gipuzkoan 12-16 urte bitarteko 22.258 gaztetxo zeuden landa-lanari ekin zitzaionean.

Hizkuntza-profilari dagokionez, ondorengo datuak aurkezten ditu Eustatek (2012), Gipuzkoako gaztetxoek hizkuntza-gaitasuna 2006an nolakoa zen erakusteko (ikus **4. taula**).

4. taula. Gipuzkoako nerabeen hizkuntza-profila (2006)		
Hizkuntza-profila	Adina	
	10-14 urte	15-19 urte
Elebidunak	%85,93	%75,17
Elebidun euskara hartzaileak	%9,18	%14,83
Gaztelaniar elebakarrak	%4,89	%10,00
GUZTIRA	26.708	29.014
	%100	%100

Iturria: Eustat, 2012

Datuen arabera, 10 eta 19 urte bitarteko nerabe gehienak ziren elebidunak (batez beste %80,6); beraz, gai ziren euskara zein gaztelania ulertzeko, eta bi hizkuntza horietan idatzi eta hitz egiteko. Alta, eta hurrengo kapituluan sakonduko den moduan, jauzi esanguratsua dago gaztetxoek ezagutzaren eta erabileraren artean.

Urte batzuk beranduagokoa da Arrue proiektua (Soziolinguistika Klusterra, 2012), eta Gipuzkoako datu bereiztuak ez ditugun arren, bestelako datuak ematen ditu Euskal Autonomia Erkidegoko hizkuntza-gaitasunaren inguruan, Lehen Hezkuntzako (LH) eta Derrigorrezko Bigarren Hezkuntzako (DBH) ikasleenak. Ikerlanaren arabera, DBHko ikasleen (12-16 urte) %60,2k du gaztelania lehen hizkuntzatzat; euskaraz duen %20,4aren aldean, beraz, desberdintasuna esanguratsua da. Eustateko datuekin alderatuta, aurreikus dezakegu EAEn sortzez elebidunak diren %20,4en batez bestekoa haziz doala adinean aurrera egin ahala.

Arrue proiektuarekin jarraituz, euskaraz errazago moldatzen diren gaztetxoak %18,5 dira, gaztelaniaz errazago moldatzen direnen %64,6ren ondoan. Horrenbestez, Eustaten datuekin bateratuz, baieztatu dezakegu elebidunak diren gaztetxo gehienak errazago moldatzen direla gaztelaniaz, euskaraz baino.

Nazio-sentimenduaren inguruan galdetu die gazteei (16-24 urte) Barandiaranek (2010) Gipuzkoan. Eskatu zaie, besteak beste, kokatzea haien burua naziotasun baten baitan (ikus **5. taula**). Horren arabera, Gipuzkoako gaztetxoek erdiak baino gehiagok adierazten du Euskal Herriarekiko kidesetasun-sentimendua.

5. taula. Gipuzkoako gazteen (16-24 urte) naziotasun-sentimendua (2009)	
Naziotasun-sentimendua	Maiztasun erlatiboa (%)
Soilik euskal herritarra	%33,2
Euskal herritarra	%22,0
Euskal herritarra bezain espainiarra	%24,5
Espainiarra gehiago	%3,8
Soilik espainiarra	%3,3
Ez daki	%4,6
GUZTIRA	1.645 %100
<i>Iturria: Barandiaran, 2010</i>	

Gazteei Euskal Herria zein lurraldek osatzen duten galdetu zaienean ere (ikus **6. taula**), ehuneko handi batek zazpi lurraldeak aipatu ditu Euskal Herriaren parte natural gisa.

6. taula. Euskal Herria zein lurraldek osatzen duen, Gipuzkoako gazteen (16-24 urte) ustez (2009)	
Lurraldeak	Maiztasun erlatiboa (%)
Zazpi lurraldeak	%61,1
Arabak, Bizkaiak eta Gipuzkoak	%32,2
Erantzunik ez	%1,5
Ez daki	%4,6
Bestelako erantzunik	%0,6
GUZTIRA	1.645 %100
<i>Iturria: Barandiaran, 2010</i>	

Datuek adierazten dutenez, Gipuzkoako gazteen gehiengoak euskaldun gisa definitzen du bere burua, eta hizkuntza-profilak ere erakusten duen gisara, elebidunak dira Gipuzkoako gazte gehienak.

1.4.2 Gipuzkoako gaztetxoek hizkuntza-hautuak eta erabilerak

Oso desberdinak dira aurreko kapituluak aurkeztu diren datuak, gaztetxoek hizkuntza-gaitasunaren inguruan eta hizkuntza-erabileraren gainean daudenak; izan ere, euskara erabilera oso txikia da populazio elebidunarekin alderatuz gero. Are gehiago, euskaraz errazago moldatzen diren gaztetxoek artean, ez dute denek euskara erabiltzen beren egunerokotasunean. Soziolinguistika Klusterrak 2011n burututako kale-neurketaren arabera, Euskal Herrian haurren (2-14 urte) batez besteko %19,2k eta gazteen (15-24 urte) batez besteko %13k erabiltzen du euskara egunerokotasunean; oro har, emakumezkoek gizonezkoek baino gehiago, gainera. Emaitzak ez dira hain txarrak, adin-tarte nagusiagoekin alderatuta. Izan ere, eta ikerlan honen arabera, zenbat eta gazteago, orduan eta gehiago erabiltzen da euskara. 1989tik 2011ra erabileran izan den joera ere baikorra da, haurren eta gazteen kasuan gora egin baitu euskararen erabilerak 22 urtean zehar.

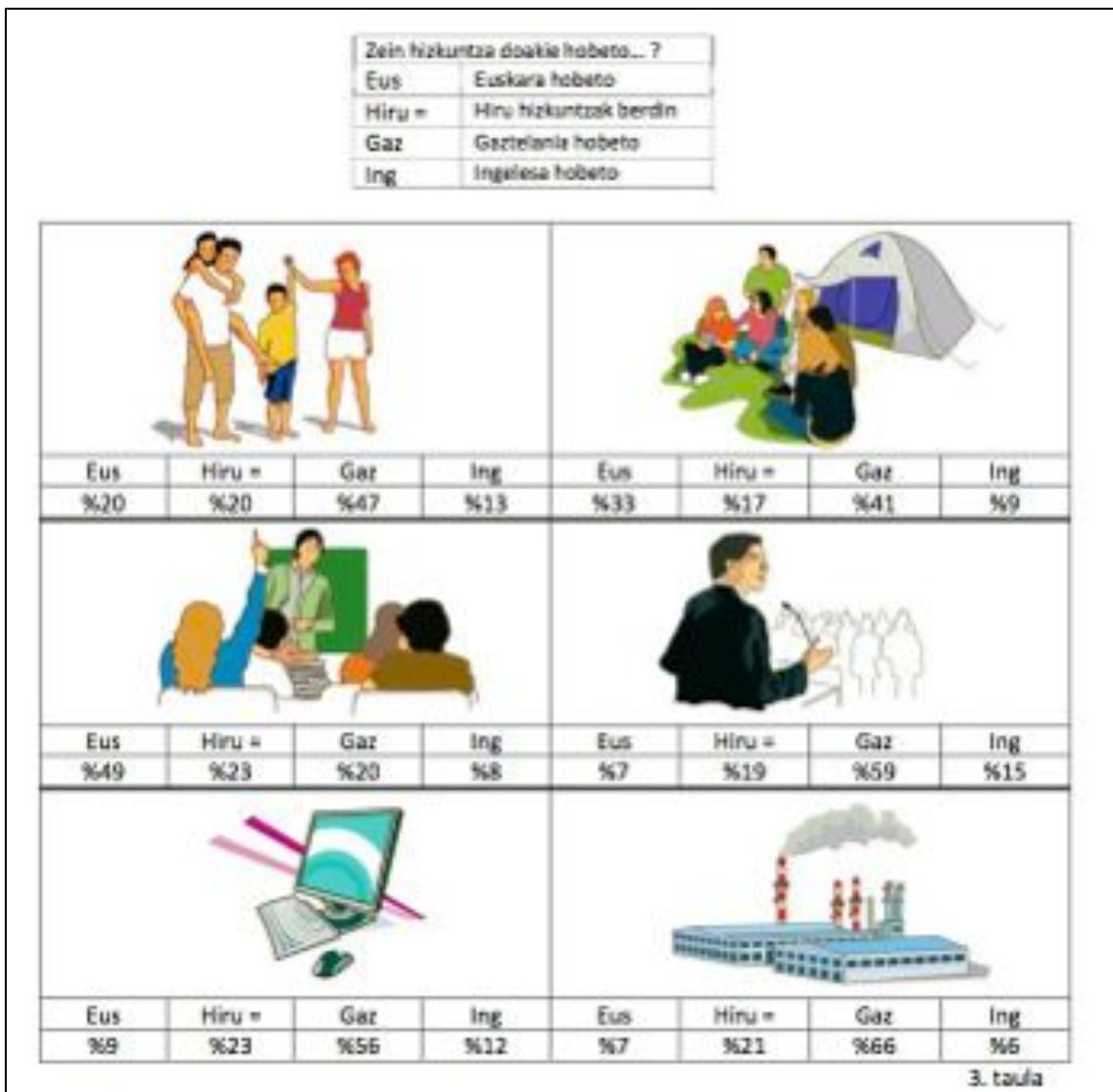
Soziolinguistika Klusterrak aurkeztutako datuak hizpide, Iñaki Iurrebasok (2012) bereizi egiten ditu ikerketarako bi teknika: behaketaren bidez egindako kale-neurketa, eta euskararen erabilera aitortua, elkarrizketa edo galdetegi baten bidez batzen dena. Autoreak azaltzen duen gisara, oso datu desberdinak erakusten dituzte ikerketek: askoz ere baxuagoa da euskararen erabilera behaketa bidezko ikerketan, galdetegian aitortzen dutena baino. Egitate horrek, beraz, laguntzen digu baieztatzen metodologikoki mugak egon daitezkeela ikerketetan, eta, hortaz, datuen interpretazioan.

Gazteen hizkeraz jardun da Amonarriz (2008), eta haren arabera, ezin daiteke gazte-hizkera bakar bati buruz hitz egin, faktore ugari eragiten dutelako hizkeraren nolakotasunean. Hala azaltzen du Amonarrizek auzia (2008:181): "Faktore batzuk, mendebaldeko kultura osatzen duten hizkuntza komunitate gehientsuenetan, alde edo moldez, ageri diren fenomenoak dira (digitalizazioaren eta teknologia berrien zabalkundeak eragindakoak, batez ere); baina beste batzuk gure hizkuntza-komunitateak bizi duen egoera soziolinguistiko minorizatuaren ondorioz sortutakoak dira". Amonarrizek aztertu ditu hainbat erabilera, gaztelania eta euskara nahasten direnean edota, euskalkia eta euskara batua tartekatzen direnean; horiez gain, euskarazko argotaren zantzuak izan litezkeen hainbat erabilera ere aipatu ditu. Horiek guztiak, baina, testuinguru soziolinguistikoaren arabera aldatzen dira, eta gaiak eta esparruak edo foroak zeharo baldintzatzen dute hizkera (Amonarriz, 2008).

Esanguratsua da aztertzea Arrue proiektuan (Soziolinguistika Klusterra, 2012) ageri den irudia (ikus **7. irudia**). Gaztetxoei eskatu zaie irudikatzeke zein hizkuntzatan gertatzen diren testuinguru edo egoera desberdinak; horren arabera, lagun-taldean gaztelania erabiltzea da hizkuntzarik erakargarriena gaztetxoek %41entzat, eta ordenagailuan aritzeko, besteak beste, %56k ere nahiago du gaztelania.

Gaztetxoek irudikatu dituzten egoera idealak, baina, ez daude errealitatetik oso urrutik. Izan ere, etxeko hizkuntza-erabileraren arabera (Soziolinguistika Klusterra, 2012), gaztetxoek erdiak baino gehiagok aitortu du gaztelaniaz hitz egiten dela etxean, euskaraz baino gehiago, eta lagunekin dituzten eskolaz kanpoko ekintzetan ere gaztelania gailentzen da, euskararen gainetik. Datu beretsuak ageri dira Martínez de Lunaren, Baxoken eta Berrio-Otxoaren (2000) ikerlanean. Euskal Herriko gaztetxoekin (13-14 urte) burututako azterlan honen arabera, gaztetxoek %58k nagusiki gaztelania erabiltzen du kuadrillakoekin hitz egiteko. Azpimarratzen dute, gainera, ikaskideekin ikasgelan bertan izan ezik, gainontzeko ingurune edo egoeretan erdararen erabilera nagusitzen dela Euskal Herriko gaztetxo euskaldunen artean.

7. irudia. EAEko gaztetxoek egoera desberdinen aurrean zein hizkuntza irudikatzen duten



Iturria: Arrue proiektua, 2012

Aipagarria da, baina, aurreko egoeretan baino askoz gehiago alderatzen direla gaztelania eta euskararen erabilerak, galdetu zaienean gaztetxoei ea zein hizkuntza erabiltzen duten lagunekin

txateatzeko: nerabeen %76k aitortu du gaztelaniaz aritzen dela txatean. Lehen Hezkuntzako datuekin alderatuta, DBHn oro har, gaztelaniaren erabilera altuagoa da.

Aipatu diren ikerlanek deskribatzen duten testuinguruan, hortaz, erdal eredia nagusitzen da gaztetxoaren sozializazio-esparru gehienetan, hala nola, familian, lagun arteko aisialdian eta hedabideetan. Esan genezake, beraz, eskola barruko jarduna dela sozializazio eremuetatik euskaldunena.

1.4.3 Gipuzkoako gazteen parte-hartze politikoa eta soziala

Honako hau azaltzen du Ikuspegi@ak, Gizarte Gaien Behatokiak 2011n burutu zuen nerabeen inguruko diagnostikoaren abiapuntuan: "Haurrak eta gazteak askatasun handiagoko testuinguruan bizi eta hazten dira gaur egun, eta horrek pentsatzeko eta askatasun handiagoz iritziak emateko aukera handiagoak ematen dizkie. Horregatik aipatzen da berezkotasuna eta hurbiltasuna direla belaunaldi berriak definitzen dituzten ezaugarriak" (Ikuspegi@k, 2011:50).

Hala ere, ikerketak erakusten du ingurunean gertatzen diren gauzekiko interesa jaitsi egin dela: nerabe gutxiak dakite zeintzuk diren guneak parte hartzeko, eta dakitenek ere, uste dute haien iritzia ez dela kontuan hartuko, edo uste dute parte hartzeko gune horiek ez dutela egoki funtzionatzen. Hori dela-eta, nerabeek "ez dute erlijioaren, politikaren eta kulturaren inguruko gaiekiko interesik, ez nerabe horien maila kognitiboan, ezta beren eguneroko jardueretan ere, eta gai horiei oso denbora gutxi eskaintzen diete" (Ikuspegi@k, 2011:50).

Era beretsuan hitz egiten du Barandiaranek (2009); autore horrek koordinatutako ikerlanari berriz helduz, ondoriozta daiteke Gipuzkoako gaztetxoek oso urrun bizi dutela politika: oro har, ikerketa horrek baieztatzen du gazteen inplikazio politikoa ez dagoela modan; Barandiaranek gehitzen du, Mendebaldeko ia demokrazia guztietan antzematen den joera dela hori. Hala jarraitzen du, Gipuzkoako gaztetxoez ari dela: "Ezagutzari nahiz interesari dagokionez, gazteak nahiko aldendurik dabilta politikatik. Iazko ikerketako datu batek antentzioa eman zigun: Gipuzkoako 16 eta 24 urte arteko gazteen %53,3k baino ez daki Eusko Legebiltzarra non dagoen" (Barandiaran, 2009:15).

Politikaren inguruan galdetzerakoan honako jarrerak antzeman ditu ikertzaile horrek: gazte gehienek *politika* terminoa murriztu egiten dute politikagintza formalaren eremura, baina badaude batzuk "politika dena da" ikuspegia dutenak. Hala ere, eta oro har, urruti bizi dute gazteek politika, hau da, beren eguneroko arduetatik erabat kanpo dago. Horrekin batera, politikarekiko eta politikoekiko iritzi eta hautemate eskasak dituzte.

Laburbilduz, Gipuzkoako gazteei oro har arrotz zaie politika; haatik, eta kontraesana dirudien arren, eguneroko bizitzan politika kontu garrantzitsua dela irizten diote. Ondoriozta genezake, beraz, politikak duen garrantzi soziala 3. pertsonan bizi dutela gazte gipuzkoarrek; politika ez da, beraz, elkarrizketa-gai ohikoa, interes txikia erakusten du gazteen %40,2k eta batere %31,3k (Barandiaran, 2009). Horren eraginez, bizi-estilo indibidualizatua erakusten dute gazteek, eta beraien hiritartasun-kontzientzia ahula da.

Datu ezkor hauen aurrean, Barandiaranek (2009) galdetu die gazteei ea gehiago parte hartzea gustatuko litzaiekeen politika-kontuetan, eta, haien erantzunen arabera (ikus **7. taula**), gaztetxo gehienei ez litzaieke gustatuko gehiago parte hartzea (%55,9), gutxi batzuek aipatzen duten arren (%8,1) nahikoa parte hartzen dutela.

7. taula. Gipuzkoako gazteen (16-24 urte) iritzia, politikan gehiago parte hartzea gustatuko litzaiekeen edo ez (2010)	
Parte-hartze politikoa	Maiztasun erlatiboa (%)
Ez litzaioke gustatuko	%55,9
Nahiko parte hartzen du	%8,1
Bai, gustatuko litzaioke	%27,1
Erantzunik ez	%1,4
Ez daki	%7,5
GUZTIRA	%100

Iturria: Barandiaran, 2010

Politika termino zurrunaz harago, gazteen inplikazio sozialaz, ordea, bestelako datuak ematen ditu Barandiaranek ikerketak; izan ere, bost gaztetatik bi (%30,9) elkarteren bateko kide dira, eta horietatik %16,6k, elkarte bateko kide izateaz gain, borondatezko lana ere egiten dute elkarte horrentzat (Barandiaran, 2009). Elkarterik arrakastatsuenak gazteen artean ikastolak dira eta, errefusatuenak, aldiz, alderdi politikoak, sindikatuak eta elkarte erlijiosoak.

1.4.4 Gipuzkoako nerabeen aisialdia

Sozializazio-eremu hurbilera etorrira, eta Livingstoneren (2002) gomendioei jarraiki, Gipuzkoako nerabeen eremu hurbila osatzen duten jarduerak ezagutu gura izan ditugu. Izan ere, hurrek adinean gora egin ahala, eskolaz kanpoko jarduerak aukera ditzakete beren kasa; zehazki 10 gaztetxotik 9k aitortzen du hori, eskolatutako gazteen jokabide osasungarrien inguruan Espainiako Gobernuak aurkeztutako ikerlanaren arabera (Ikuspegi@k, 2011). Erabakitzeko

askatasuna areagotzen den era beretsuan, haurtzarotik nerabearora igarotzean, aisialdiko jarduera-kopurua ere areagotu egiten da, gaztetxo batzuk estresa sentitzera iristeraino. EAEko nerabeen %8,5ek aitortzen du aisialdian estresatu egiten dela, eta batez besteko hori igo egiten da nesken kasuan, %10,10raino igo ere (Ikuspegi@k,2011)

Datuak datu, Bigarren Hezkuntzako ikasleek zerrendatu egin dituzte gustura egiten dituzten aisialdiko ekintzak (ikus **8. taula**), eta horien artean aipatu dira lagunekin egotea, parranda egitea edo Interneten nabigatzea, besteak beste.

8. taula. EAEko Derrigorrezko Bigarren Hezkuntzako (12-16 urte) ikasleek pozik egiten dituzten jarduerak (2010)

- Lagunekin, mutil-lagunarekin edo neska-lagunarekin denbora ematea.
- Parranda egitera ateratzea.
- Ordenagailua, Internet.
- Telebista ikustea.
- Bideo-jokoetara jolastea.
- Atsedean hartzea, lo egitea edo sofan egotea.
- Kirol jarduerak.
- Patinatzea, bizikletan ibiltzea eta aire zabalean ondo pasatzeko jarduerak.

Iturria: Eusko Jaurlaritzak. EAEko haur eta nerabeen premia eta eskakizunetara hurbiltzeko ikerketa. 2010 (Ikuspegi@k, 2011)

Gaztetxoek aipatu dituzten aisialdi-jardueretan lagun-taldearen garrantzia esanguratsua da; izan ere, lehenengo bi jarduera gustukoena erabat lotuta datoz berdinen taldearekin. Hurrengo aipatu diren jardueretan ere lagunek izan dezakete zeresana, zeharka bada ere (atseden hartzearen jarduera kenduta, beste denetan interakzioa existitzen da lagunekin).

Emakundek argitaratutako ikerketaren emaitzak (Masa Carrasqueño, 2009) bat datoz aurrekoekin, honako hauek aipatu baitituzte nerabeen jarduera garrantzitsu gisa: ikastea edo etxeko lanak egitea, musika entzutea, telebista ikustea, Interneten egotea, bideo-jokoekin jolastea, lagunekin egotea eta kirolen bat egitea. Genero-desberdintasunak apenas antzematen dira aisialdi-jardueretan, kirol-jardueretan gehienbat, mutilek aitortzen baitute kirol gehiago egiten dutela neskek baino; dena dela, 14 eta 17 urte bitarteko nerabeen hein handienak aitortzen du kirol jardueraren bat egiten duela astero eta baita ia egunero ere (Masa Carrasqueño, 2009). Datu horien kontrara, Osasun Inkesta Nazionalen bildutako datuen arabera (Ikuspegi@k, 2011) EAEko nesken %12,5ek eta mutilen %10,9k ez dute ariketa fisikorik egiten.

Gaztetxoei galdetzen zaienean zein jarduera egin nahiko luketen beren aisialdian (Ikuspegi@k, 2011), besteak beste, aipatzen dute ordenagailuan ibiltzeko eta telebista ikusteko denbora gehiago izan nahiko luketela. Neska eta mutilen arteko desberdintasunak antzematen dira egin nahi lituzketen beste jarduera batzuen artean (Masa Carrasqueño, 2009); horrela bada, neskek gehiago egon nahi lukete lagunekin eta dantza egitea gustatuko litzaieke; mutilek, ordea, musika-tresnaren bat jotzeko nahia agertzen dute.

1.4.5 Gipuzkoako gaztetxoen familiarekiko eta eskolarekiko harremana

Familiaren eta eskolaren eremuak oso esanguratsuak dira nerabearen sozializazio-prozesuan (ikus lan honetako 1.2 atala). Interesgarria da, beraz, ezagutzea zer nolako hartu-emanan duten Gipuzkoako gaztetxoek haien familiekin. Horri gagozkiola, ondorengo datuak erakusten ditu Ikuspegi@k behatokiak (2011); datuek erakusten dute Euskal Autonomia Erkidegoko nerabeen (11 eta 17 urte bitarteko gazteak) parte-hartzea familian; haiekin jolasteko eta hitz egiteko ohituren inguruan, hain zuzen (ikus **9. taula**).

9. taula. EAEko gazteek (11-17 urte) familiarekin jolasteko eta hitz egiteko ohitura (2006)						
	Familiarekin jolastu			Familiarekin hitz egin		
	Denak	Mutilak	Neskak	Denak	Mutilak	Neskak
Egunero	% 4,8	% 6,4	% 3,4	% 19,0	% 17,5	% 20,3
Egun gehienetan	% 12,2	% 12,2	% 12,2	% 23,6	% 21,1	% 25,9
Astean behin, gutxi gorabehera	% 19,6	% 19,6	% 19,7	% 19,4	% 22,3	% 16,6
Astean behin baino gutxiagotan	% 28,9	% 26,9	% 30,7	% 22,9	% 21,5	% 24,2
Inoiz ez	% 32,1	% 32,1	% 32,0	% 13,4	% 15,1	% 11,9
Ez du erantzun	% 2,4	% 2,9	% 2,0	% 1,8	% 2,5	% 1,0
GUZTIRA	%100	%100	%100	%100	%100	%100

Iturria: Espainiako Gobernua. Osasun eta Gizarte Politikarako Ministerioa. Health Behaviour in School-aged Children (HBSC)/ Eskolatutako gazteen jokabide osasungarriari buruzko azterlana. 2006 (Ikuspegi@k, 2011)

Emaitzek erakusten duten gisan, familiarekin jolasteari gaztetxoek eskaintzen dioten denbora urria izan arren, ohitura handiagoa dute familiarekin hitz egiteko; azken jarduera horri

dagokionez, gainera, neskek erakusten dute prestutasun handiagoa familiarekin komunikatzeko. Baina, oro har, familiarekin duten interakzio-maila baxua da.

Datu horiek indartzen ditu ondorengo taulak, non batzen diren Euskal Autonomia Erkidegoko datuak, azaltzen dutenak zein den Derrigorrezko Bigarren Hezkuntzako nerabeen pertzepzioa, familiarekin ematen duten denboraren inguruan (ikus **10. taula**).

10. taula. EAEko Derrigorrezko Bigarren Hezkuntzako ikasleen (12-16 urte) pertzepzioa familiarekin ematen duten denboraz (2010)

- Pozik daude gurasoekin ematen duten denborarekin, baina ez dute familiarekin denbora gehiago eman nahi.
- Irakasleen esanetan, nerabeek denbora asko ematen dute bakarrik etxean.
- Gustatzen ez zaizkien jardueren artean, familia-bilarekin zerikusia dutenak nabarmentzen dira.
- Berdinen taldeak funtsezko garrantzia hartzen du aisian eta astialdi-jardueretan.

Iturria: Eusko Jaurlaritza. EAEko haur eta nerabeen premia eta eskakizunetara hurbiltzeko ikerketa. 2010 (Ikuspegi@k, 2011)

Ikerketa-txosten berarekin jarraituz (Ikuspegi@k, 2011), nerabe eta gurasoen iritziak batu dira, haien arteko komunikazio-gaitasunaren inguruan. Oro har, nabari da komunikazio-etena esanguratsua dela seme-alaben eta helduen artean; izan ere, zailtasunak dituzte elkarren arteko sozializazio-eremuak definitu eta harremana gauzatzeko. Nerabeen ekarpenen artean azpimarratzekoa da lagun-taldeari egozten diotela komunikatzeko ahalmen handiena (ikus **8. irudia**).

8. irudia. Familia barruan komunikatzeko gaitasuna 2010



Iturria: Eusko Jaurlaritza. EAEko haur eta nerabeen premia eta eskakizunetara hurbiltzeko ikerketa. 2010 (Ikuspegi@k, 2011)

Etxeko jardueretan parte hartzen duten ere aztertu du Emakunde ikertegiak (Masa Carrasqueño, 2009). Jakin gura izan da ea gaztetxoek parte hartzen duten etxeko jardueretan. Emaitzek erakusten dutenez, eskaintzen duten laguntza txikia da; laguntza hori zertan gauzatzen den zehazten hasita, burutzen dituzten ohiko jardueren artean daude bakoitzaren gela txukuntzea eta beren oheak egitea.

Eskolarekiko harremanari dagokionez, esanguratsua da asebetetze-maila desberdina dela nesken eta mutilen artean, eta oraindik desberdinagoa da adinaren arabera. Hala, neskek oro har gustukoagoa dute eskola mutilek baino (ikus **11. taula**); adinean aurrera joan ahala ere eskolarekiko asebetetze-maila nabarmen jaisten da (ikus **12. taula**); gero, adin nagusitasunera heltzean, baina, igo egiten da berriro.

11. taula. EAEko gazteen (11-17 urte) eskolarekiko gogobetetze-maila, sexuaren arabera (2006)			
Gogobetetze-maila	Denak	Mutilak	Neskak
Asko gustatzen zait	%19,6	%14,3	%24,6
Pixka bat gustatzen zait	%38,6	%33,7	%43,2
Ez zait asko gustatzen	%25,4	%28,3	%22,7
Ez zait batere gustatzen	%15,0	%21,6	%8,9
Ez du erantzun	%1,3	%2,1	%0,6
GUZTIRA	%100	%100	%100

Iturria: Espainiako Gobernuak. Osasun eta Gizarte Politikarako Ministerioak. Health Behaviour in School-aged Children (HBSC)/ Eskolatutako gazteenn jokabide osasungarriari buruzko azterlana. 2006 (Ikuspegi@k, 2011)

12. taula. EAEko gazteen (11-17 urte) eskolarekiko gogobetetze-maila, adinaren arabera (2006)				
Gogobetetze-maila	11-12 urte	13-14 urte	15-16 urte	17-18 urte
Asko gustatzen zait	% 34,3	% 14,8	% 11,8	% 19,9
Pixka bat gustatzen zait	% 40,1	% 39,5	% 31,7	% 43,9
Ez zait asko gustatzen	% 16,6	% 26,6	% 34,2	% 23,0
Ez zait batere gustatzen	% 7,8	% 17,7	% 21,3	% 11,5
Ez du erantzun	% 1,3	% 1,4	% 1,0	% 1,6
GUZTIRA	%100	%100	%100	%100

Iturria: Espainiako Gobernuak. Osasun eta Gizarte Politikarako Ministerioak. Health Behaviour in School-aged Children (HBSC)/ Eskolatutako gazteenn jokabide osasungarriari buruzko azterlana. 2006 (Ikuspegi@k, 2011)

Hezkuntza-ibilbideari dagokionez, etorkizunean dituzten asmoak desberdinak dira neska eta mutilen artean. Neska gehiagok adierazten dute nahia unibertsitate-ikasketak egiteko (%78,1), mutilek baino (%61,6). Biek ala biek, unibertsitatera joateko nahia erakusten dute gehiago, Lanbide Heziketara baino (Masa Carrasqueño, 2009). Unibertsitatean joratu nahi dituzten ezagutza-arloetan ere nabarmen bereizten dira generoaren arabera. Hala, neskek gizarte zientziak, zientzia juridikoak edo osasun zientziak egiteko nahia erakusten duten bitartean, mutilek irakaskuntza teknikoarekiko hurbiltasun edo motibazio handiagoa erakusten dute (Masa Carrasqueño, 2009).

1.4.6 Gipuzkoako nerabeak eta lagun-taldeak

Berdinen arteko harremanek funtsezko garrantzia hartzen dute adingabearen bizitzan bere adinak gora egiten duen neurrian (Ikuspegi@k, 2011), eta gaztetxo gehienek era positiboan baloratzen dute lagun-taldearekin duten harremana; izan ere, EAEko 14-17 bitarteko gazteek 8,68 puntu eman dizkiote (10 puntuko eskalan), lagun-taldearekin duten harremanaren kalitateari.

Aurreko kapituluan aipatu bezala, nerabeek aisialdian lagun-taldeekin gauzatzen dituzten jarduerak garrantzitsuak dira; aipatu da, halaber, beste nerabeekin gurasoekin baino bi bider denbora gehiago igarotzen dutela eskolaz kanpo. Basterretxea, Idoyaga, Ramírez de la Piscina eta Zandonak ere (2007) euskal gaztetxoak ikertu dituzte, komunikabideekin harremanetan. Ikerlan horretan aisialdiaren inguruan ere hitz egiten dute. Emaizten arabera, gazteen aisialdian benetako eragina duten erakundeak dira familia eta lagun-kuadrilla, eta eskolaren eta komunikabideen pisua txikiagoa da. Antzeko emaitzak erakusten ditu Eusko Jaurlaritzak 2008an argitaratutako nerabeen (15-17 urte) ikerlanak; bertan galdetu zaie ea zer egiten duten gaztetxoek aisialdian (aste barruan zein asteburuan), eta ekintza errepikatuenak dira 1) lagunekin egon, 2) musika entzun, 3) telebista ikusi, 4) kirola egin eta 5) ordenagailua eta Internet erabili.

Datu horiez gain, lagun-taldeari egozten dioten garrantziaren dimentsioa argi erakusten du Emakundek argitaratutako ikerketak (Masa Carrasqueño, 2009): eskatu zaie nerabeei aipa ditzatela haien etorkizuneko bizitzari begira zein alderdiri ematen dioten garrantzia, zein den nabarmen aurreikusten duten egitatea; eta erantzun errepikatuena da betiko adiskideak mantendu ahal izatea (neskek aipatzen dute hau gehiago mutilek baino, nahiz eta desberdintasuna txikia izan).

Lagun-taldearen osaerari dagokionez (ikus **13. taula**), EAEko nerabeen (14-17) erdiak lagun-talde mistoa du eta beste erdiak genero bakarreko taldeak ditu. Informazio hau kontraesankorra da nazioarteko hainbat autorek aipatzen duenarekin (Coleman eta Hendry, 2003; Rodríguez, Megías eta Sánchez, 2002), hots, nerabezaroaren lehenengo urteetan ohikoena izaten dela genero bakarreko lagun-taldeak eratzea.

13. taula. EAEko nerabeen (14-17 urte) lagun-taldearen osaera eta batez besteko adina (2009)			
Lagun-taldearen osaera	Neskak	Mutilak	Batez besteko adina
Mistoa	% 58,4	% 52,5	15,66
Mutilak bakarrik	% 1,0	% 46,7	15,63
Neskak bakarrik	% 40,1	% 0,5	15,90
ED/EE	% 0,5	% 0,3	
GUZTIRA	% 100	% 100	-

Iturria: Masa Carrasqueño, 2009

Nerabeen aisialdia aztertzerakoan aipatu den bezala, gaztetxoek aisialdi-jarduera gehienak lagunekin egiten dituztela aipatzen dute (Masa Carrasqueño, 2009), eta honako hauek dira gusturen partekatzen dituzten ekintzak: kanean, parke batean edo bestelako leku publikoetan egotea, parrandan ibiltzea (diskoteketan, litroak edatea...), kirolen bat egitea eta tabernetan, kafetegietan... egotea. Gutxiagok adierazten dute lokala edo lonja dutela, merkataritza edo denda-eremuetan ibiltzen direla, edo elkarte, talde edo bestelako antolakunderen batean parte hartzen dutela (Masa Carrasqueño, 2009).

Lagun-taldeko botere-harremanak ere aztertu dituzte Emakunderen ikerlanean, beti ere, aisialdiko ekintzekin lotuta. Hala, galdetu zaienean plan bat egiterako orduan nork proposatzen dituen planak, bai neskek, bai mutilen ehuneko handi batek (%84) esaten du batzuetan proposatzen dutena egiten dela, eta beste batzuetan ez. Oso gutxik aitortzen dute lagun-taldeak ez duela kontuan hartzen, edo berari egiten diotela bereziki kasu.

Negoiazioa eta elkar-ulertua baieztatzen duten aurreko emaitzen ondotik, Ikuspegi@k behatokiaren ikerlanean (2011) jasotakoa aipatu behar dugu. Haien esanetan, berdinen arteko harremanetan oso errespetuzkoak ez diren komunikazio-estiloak eta jarrera sexistak gailentzen ari dira azken urteetan EAEn. Era honetan azaltzen dute egitatea:

Azterketan agerian jartzen da berdinen arteko harremanak, batez ere nerabezaroan, oso errespetuzkoak ez diren eta helduen munduan nagusitzen direnetatik jaso diren komunikazio-estiloetan oinarritzen direla. Zehazki, aipatzen dute komunikabideek transmititutako diskurtsoek eta balioek eragin handia dutela neska eta mutil nerabeen arteko gaur egungo harremanetan, eta diskurtso nahiz balio horiek oso sexistak direla. Ildo horretan, genero-rolen bereizketa zorrotza da, eta gizonen eta emakumeen arteko

berdintasunaren diskurtso orokorraren hedapena dela medio nahasketa sortzen da nesken artean, ez baitituzte eraso eta jokabide sexistak identifikatzen, eta, beraz, ez dira horien aurka defendatzen (Ikuspegi@k, 2011:49)

Irudikatu den Gipuzkoako gaztetxoek argazki orokor honetan, hortaz, baieztatu da lagun-taldeak berebiziko esangura duela haien bizitzetan. Ondorengo lerroetan, baina, hedabideekin duten harremanean sakontzea izango da gure eginbeharra, azaltzeko, gure ikerketaren helburuak bergogoratuz, zein harreman duten nerabeak eta haren lagun-taldeak komunikabideekin.

2. kapitulua. Nerabeak eta ikus-entzunezkoak digitalizazio garaian

2.1 Ikus-entzunezkoen digitalizazioaz

2.1.1 Telebistaren digitalizazioaz

2.1.1.1 Digitalizazioaren hastapenak: satellite eta kable bidezko telebistak

2.1.1.2 Ohiko telebistaren digitalizazioa: Lurreko Telebista Digitala

2.1.1.3 Euskarriaren eta edukiaren arteko haustura: ohiko telebista-edukiak Interneten

2.1.2 Ikus-entzunezkoak Interneten: euskarri berriak bideoak eskaintzen

2.1.3 Digitalizazioaren eragina audientzian: ekoizpen eta audientzia masiboetatik mikroaudientzietara

2.1.4 Digitalizazioaren eragina audientzian: ikusletik erabiltzailera

2.1.5 Ikus-entzunezko edukiak digitalizazio garaian

2.1.6 Ikus-entzunezkoen etorkizunaz

2.2 Nerabea digitalizazio garaian

2.2.1 Nerabeen ikus-entzunezko kontsumoa eta erabilera: datu batzuk

2.2.2 Nerabeak eta *media multitasking-a*

2.2.3 Ordenagailua gailentzen ari zaio telebistari

2.2.4 Neska eta mutilen hedabide-kontsumoa

2.3 Hedabideak eta nerabearen sozializazioa

2.3.1 Hedabideen garrantzia nerabearen sozializazioan

2.3.2 Hedabideen eragina nerabeen lagun taldean

2.3.2.1 Ikus-entzunezkoak eta lagun taldea

2.3.2.2 Sare sozial birtualak eta lagun taldea

2.4 Gipuzkoako nerabea digitalizazioaren aroan

2.4.1 Teknologia-ahalmenaren gaineko datu batzuk

2.4.2 Gipuzkoako nerabeen telebista-kontsumoa

2.4.3 Interneten erabilera handia Gipuzkoako gazteen artean

2.4.4 Sare sozial birtualen erabilera

2.4.5 Hedabideen eta lagun taldearen arteko harremanak

2.4.6 Hedabideak eta genero-desberdintasunak

2.4.7 Euskal gazteen hedabide-kontsumoa eta hizkuntza-portaera

Nerabearen sozializazio-esparruko hainbat eragilek (familiak, eskolak, komunitateak, legediak, erlijioak...) helburu izaten dute nerabeei portaerak, sineskerak eta balioak erakustea, ordena soziala eta kultura transmititu ahal izateko belaunaldi batetik bestera. Hedabideen kasua, baina, bestelakoa da: irabazi ekonomikoak lortzea helburu duten enpresek kontrolatzen dituzte komunikabide gehienak (Arnett, 1995). Horrekin batera, hedabideak helduen eta nerabeen erdigunean kokatzen dira, geroz eta gehiago gainera, gizarte batean non hedabide-sistemak daukan geroz eta leku garrantzitsuagoa gaztetxoaren bizitzan (Callejo, 2012).

Horiek horrela, ezin da ulertu nerabeen hedabide-kontsumoa ez bada bere testuinguruan kokatzen; nerabezaroaren aisialdia aztertzerakoan ulertzen da hobetoen, bada, komunikabideek bertan duten lekua (Livingstone, 1998). Era horretan, Martínezek, Hernándezek eta Berrio-Otxoak (2003) Gipuzkoako gaztetxoaren aisialdi antolatua ikerketa egin dute eta aipatzen dute Dumazedier-en eta Rippert-en sailkapena, aisialdian egiten diren jardueren inguruan:

- 1) Ariketa fisikoarekin zerikusia duten jarduerak.
- 2) Esku-lanekin zerikusia duten jarduerak. Hau da, zerbait egitera edota ekoiztera bideratuta dauden jarduerak.
- 3) Kultur jarduerak (elitistak zein herrikoiak, parte-hartzaileak zein pasiboak): irratia, telebista, zinema, antzerkia, musika, dantza, hitzaldiak, liburuak, eta abar.

Komunikabideen kontsumoa, beraz, kultur jarduera pasiboen artean kokatuko litzateke, autore horien ustez. Hedabideek gaztetxoaren aisialdiaren parte handi bat hartzen dutela ezin da ukatu (Badillo eta Marengi, 2003; Livingstone, 1998 eta 2002; Suoninen, 2001), eta horrek berak eragiten du hedabideen lekua esanguratsua izatea nerabezaroan (Callejo, 2012; Coleman eta Hendry, 2003; Morduchowicz, 2008; Scantlin, 2008); izan ere, komunikabideekin igarotzen duten denborak eragin zuzena du haur eta gaztetxoaren garapen kognitiboan, sozialean eta emozionalean (Scantlin, 2008).

Horiek horrela, ezinbestekoa da gaur egungo komunikabideen testuingurua ezagutzea eta nerabeek haiekin duten harremana aztertzea (Livingstone, 2002), nerabeek hedabideak zelan erabiltzen dituzten jakitea lagungarria baita haurtzaroaren eta nerabezaroaren esperientziak era sakonagoan ezagutzeko.

Hedabideek, bestalde, aldaketa sakona jasan dute XXI. mendean, eta garrantzitsua da ezagutzea hedabide zaharren (*old media*) (telebista, prentsa eta irratia) eta hedabide berrien (*new media*) (ordenagailua, eta oro har, euskarri mugikorrek, Internetera konexioa dutenak) arteko harremana (Niqui, 2012).

2.1 Ikus-entzunezkoen digitalizazioaz

XXI. mende hasieran *hedabide berri* (*new media*) izena hartu zuten euskarri batzuk edukien eta hedatze-sistemaren digitalizazioa jazo zelako; Internetek, bideojokoek eta komunikazio eta entretenimendu digitala eskaintzen duten euskarriak hartu zuten izen hori. Era horretan, teknologia analogikokoak izan diren komunikabideetatik, hala nola, telebistatik edo zinematik bereizi ahal izan ziren teknologia digitalaren inguruan sortutakoak (Niqui, 2012). Era honetan definitzen du digitalizazioa Bolin-ek (2010:72):

Digitization is naturally a technological process that directly affects production practices (e.g., editing, postproduction, graphics), distribution techniques, and storage, but it also brings with it restructurings in the ways in which the media are organized, as it, for example, opens up new possibilities to coordinate different sectors of media businesses. (...) it also affects all moments in the circuit of media production, distribution, and consumption.

Digitalizazioak, beraz, aro analogikotik digitalerako jauzia markatzen du; haatik, ez da eraldatze teknologiko bat bakarrik. Digitalizazioak komunikazioa sarean gertatzea ekarri du, eta edukiak ekoizteko eta hedatzeko era berriak sortu ditu (Niqui, 2012). Hedabide berriak, informatika eta telekomunikazio-teknologiekin bateratu dira eta konbergentziaren bide horretatik sortu dira teknologia, eta beraz, esperientzia berriak; horrenbestez, garrantzitsua da aztertzea gizarteak nola bereganatu dituen teknologia horiek (Prado, 2009), esperientzien berri izateko. Hala hitz egiten du Pradok konbergentziaren garrantziaz (2009:31): "Les seves conseqüències es manifesten en plans diferents segons que es miri la dimensió empresarial, la de les tecnologies o la dels continguts. De les interaccions entre totes tres dimensions es deriven conseqüències culturals i socials que fan del tot rellevant l'observació d'aquest procés." Konbergentzia hau, baina, ez da aldaketa bat bezala ikusi behar, prozesu bat bezala baizik; prozesu bat, gainera, hasiera fasean dagoena eta etengabe eraldatzen joango dena.

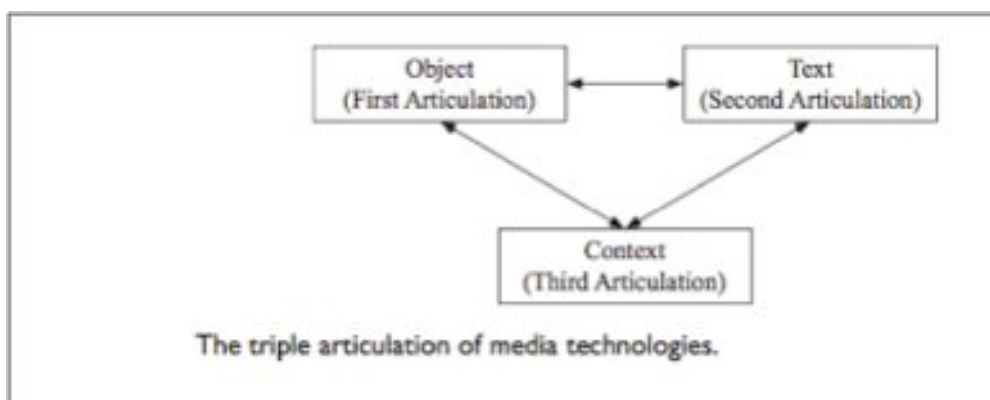
Horrela bada, hedabide berriez eta hedabide zaharrez (*new* eta *old media*) hitz egiten duten autoreek (Badillo eta Marenghi, 2003; Livingstone, 2002; Niqui, 2012; Prado, 2009; Van der Voort et al., 1998) baieztatzen dute Internet eta ordenagailu pertsonala telebistaren konkurrentzia zuzen bilakatu direla gaur egun (Castells, 2009; Livingstone, 2002), geroz eta interes handiagoa baitago Internet bidezko komunikazio-ereduan; are gehiago, ausartu dira zalantzan jartzera telebista euskarriaren beraren etorkizuna (Prado, 2009).

Digitalizazioaren aro berri honetan, ikus-entzunezkoek ere jasan dute aldaketa. Batetik, ohiko telebistaren hedatze-sistema digitalizatu da, eta etxera heltzen den ohiko telebista-seinaleak

izaera digitala hartu du. Bestetik, Interneteko banda-zabalerak eragin du ikus-entzunezkoak hedatzea sarean.

Azaltzen ari garen komunikabideen testuinguru berriak erabat irauli du komunikazioaren paradigma; Niquik (2012), Henry Jenkins-en hitzak erabilia (2006), ikus-entzunezkoen ekosistema berriaren aurrean gaudela baieztatzen du. Euskarriaren eta edukiaren arteko harreman zuzena erabat hautsi da (Courtois et al., 2012), eta ezinezkoa da egun hedabideen teknologiak ulertzea ez badira hiru dimentsio hauek kontuan hartzen: teknologiak berak, objektu diren heinean; edukiak, mezu diren heinean; eta hedabide-kontsumoa gertatzen deneko testuingurua.

9. irudia. Hedabide-teknologiaren dimentsio hirukoitza



Iturria: Courtois, 2012

Hedabide zaharretatik berrietarako jauzian gertatu den eraldaketarik nabarmenena izan da informazioaren jarioaren joan-etorriaren norabide-aldaketa (Castells, 2009; Badillo eta Marenghi, 2003): norabide bakarreko komunikazio tradizioaletik norabide anitzeko komunikazio-eredura pasatu da gizartea, edo, Orihuelak (d/g) dioen moduan, norabide bakarretik, interaktibitatera:

La unidireccionalidad de los viejos medios, que da lugar a rasgos parasociales del uso de las tecnologías de la comunicación en medios tradicionales (Horton y Wohl, 1956), es reemplazada con las NTIC por una función de mediadores tecnológicos de verdadera interacción social; una bidireccionalidad o multidireccionalidad que no existía antes de la aparición de esta tecnología en el ámbito mediático (Badillo eta Marenghi, 2003:76).

Orain arteko masa-komunikazioaren paradigma (Rocher, 1990), beraz, eraldatu egin da; komunikabideen globalizazioaz haratago (Baltruschat, 2010; Barker, 1997), Castellsek (2009) autokomunikazioaren gizarteaz (*autocomunicación de masas*) hitz egiten du gaur egungo komunikazio-ereduaz ari denean; horren arabera, banakoak aukeratzen eta sortzen du kontsumitu nahi duen mezua (Castells, 2009:88): "Es comunicación de masas porque potencialmente puede llegar a una audiencia global, como cuando se cuelga un vídeo en

Youtube, un blog con enlaces RSS (...) Al mismo tiempo, es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos que quiere recuperar". Castellsen era beretsuan hitz egiten dute beste hainbat autorek (Badillo eta Marengi, 2003; Orihuela, d/g) informazioaren joan-etorrian gertatu den aldaketaz, non masa-komunikazioko norabide bakarreko jarriotik pasatu garen beste mutur batera, Internetek eskaini duen unibertsoa, mezua ekoizle askotatik hartzaile askotara bidaltzeko, denbora errealean, eta nahi den momentuan; jario hori, gainera, nazioartekoa da, hau da, edozein lekutatik bidali eta edonora hel daiteke informazioa:

Lo que es históricamente novedoso y tiene enormes consecuencias para la organización social y el cambio cultural es la articulación de todas las formas de comunicación en un hipertexto digital, interactivo y complejo que integra, mezcla y recombina en su diversidad el amplio abanico de expresiones culturales producidas por la interacción humana (Castells, 2009:88).

Komunikazioan izan den eraldaketa teknologikoaz haratago, beraz, komunikazioaren egitura instituzionalean eta komunikazio-ereduaren beraren izaeran egon da aldaketa. Internetek, gainera, eta Castellsekin jarraituz, ondorengo aldaketak ekarri ditu:

- a) Hedabideen komertzializazio globala gertatu da.
- b) Nazioarteko komunikazio-enpresak sortu dira enpresa-kontzentrazioak direla tarteko.
- c) Merkatuak segmentatu eta dibertsifikatu egin dira, bereziki audientziaren partetik.
- d) Enpresa multimedialak sortu dira.
- e) Sektore desberdinen arteko konbergentzia jazo da: telekomunikazio, informatika eta komunikazio arloetako enpresen artean, gehienbat.

Autokomunikazioaren paradigma berrian bi prozesu paralelo gertatu dira, maila desberdinetan gauzatu direnak eta kontrajarriak eta aldi berean bateragarriak direnak (Castells, 2009): *glokalizazioa* izenarekin ere ezagutu izan da fenomeno hori, Robertsonek 90. hamarkada hasieran asmatutako eta hedatutako terminoa berau (Baltruschat, 2010). Glokalizazioa merkatu-*nicho*-entzat edukiak eta produktuak sortzean datza, gero, era globalean banatzen direnak egungo teknologiei esker (Baltruschat, 2010:15): "Global information flows are creating a new communication geography based on an international consumer culture that is detached from *the symbolic spaces of national culture*". Horri gagozkiola, Internetek eta komunikazio-eredu berriak kultura global baten sorrera ahalbidetu duten era beretsuan, kultura txikiak elikatu eta sare-komunikazioak ere sortu dituzte: "La difusión de Internet, las comunicaciones

inalámbricas, los medios de comunicación digitales y una serie de herramientas de *software* social han provocado el desarrollo de redes horizontales de comunicación interactiva que conectan lo local y lo global en cualquier momento" (Castells, 2009:101). Era berean, individualismoa sustatu du informazioa partekatzeko eredu berriak, baina partekatzearen izaera kontuan hartuta, komunalismoa ere indartu da (Castells, 2009).

Jakubowicz-ek (2010) ondo deskribatzen du masa-komunikazioan gertatu den eraldaketa; ondorengo taulan laburbiltzen ditu autore horrek aldagai garrantzitsuenak:

14. taula. Masa-komunikazioa konbergentziaren aurretik eta ondoren	
Aurretik	Ondoren
Ekoizpena eta audientzia eskala handian	Ekoizpen globala eta audientzia pertsonalizatua eta momentuan momentukoa
Norabide bakarreko jariora	Norabide bikoitzeko edo/eta anitzeko jariora: audientziak gaitasuna du edukiei erantzuteko edo eduki berriak sortzeko
Harreman asimetrikoa	Erabiltzaileak aukera dauka erreakzionatzeko, erantzunak eta edukiak emateko eta interaktuatzeko
Inpertsonala eta anonimoa	Indibiduala eta pertsonala
Merkatu-harremanek gidatua	<i>User Generated Content</i> -ak eta hedabide berriek eraldatu egin dute
Eduki estandarrak	Eduki atomizatuak

Iturria: Jakubowicz, 2010

Hedabideen konbergentziaren garai berri honetan, baina, ez da zuzena esatea hedabide berriek zaharrak ordezkatu dituztela (Livingstone, 2002). Prozesu bat den heinean, hedabide berriak zaharren gehigarri gisa ulertu behar dira; garrantzitsua da, beraz, aztertzea audientziak nola erabiltzen dituen egunerokotasunean hedabide zahar eta berriak:

La mediamorfosis comporta, entre otras consecuencias, 'la coevolución y la coexistencia' de todas las formas de los medios de comunicación: 'la pervivencia' de las formas antiguas, si se adaptan y evolucionan, y la 'propagación', según la cual las formas más nuevas de los medios conservan las particularidades más características de las formas antiguas (Jakubowicz, 2010:6).

Horrenbestez, gertatzen ari diren aldaketak aurrekoen gehigarriak dira, hedabide berriak ez datozelako zaharrak ordezkatzera, nahiz eta modu batera edo bestera haien funtzioak aldarazi

dituzten (Jakubowicz, 2010). Beraz, testuinguru berriko kontsumo-ereduak, aurrekoa ordezkatu baino, kontsumo-aukera berri eta desberdinak eskaini ditu; horien artean esanguratsuenak dira ikus-entzunezkoak pantaila anitzaren eta *streaming*-aren arora heldu direla. Horrela bada, telebista, beste hainbat euskarriekin batera, pantaila bat gehiago bilakatu da ikus-entzunezkoen kontsumorako (Antolín, 2012). Hainbat autore (Hess et al., 2012; Scolari, 2013) ausartzen dira esatera telebista ikusteak esangura desberdinak hartu dituela egun: "Incluye mirar un vídeo en Youtube, descargar ilegalmente una película para verla en el ordenador, ver una película en streaming, comprar una temporada completa en DVD y disfrutarla en el televisor..." (Scolari, 2013:221). Ikus-entzunezko kontsumitzaile handia izaten jarraitzen du gizarteak, baina *broadcasting*-ak ikus-entzunezkoak kontsumitzeko aukera bakarra izateari utzi dio.

Konbergentziaren bidetik, telebista-ekoizleek apustu egin beharko dute edukiak euskarri desberdinetara hedatzeko, telebistak galdu baitu ikus-entzunezkoen nagusitza, Internet bidezko plataformak eta deskargak direla-eta; horrekin batera, sare sozialek bideratzen dute kontsumitzailea ikus-entzunezkoetara. Horrela bada, nola telebista hala eduki-sortzaile handiak erronka handi baten aurrean daude eta komunikabideen testuinguru berrira egokitzeko beharra daukate (Scolari, 2013).

2.1.1 Telebistaren digitalizazioaz

Bi alderditan ulertu behar da digitalizazioa telebistagintzaz ari garenean: alde batetik, ekipamenduaren digitalizazioaz hitz egin behar da, XX. mende amaierako teknologiaren eta azpiegituraren digitalizazioak eragin baitzuen produkzio eta errealizazio-ereduetan aldaketa; bigarrenik, telebista-seinalearen digitalizazioa aipatu behar da, seinalearen garraioan gertatu den aldaketak eragin du-eta telebista-eredu berriak sortzea.

Digitalizazioaren bigarren alderdi horretan arreta jarrita, baieztatu daiteke telebista-seinalearen digitalizazioak komunikabideen eboluzioan beste mugarri bat ezarri duela (Pérez de Silva, 2000).

Asko dira garapen teknologiko horren garrantzia nabarmendu dutenak:

Con el paso del tiempo, las actividades humanas relacionadas con la Tecnología de la Información y la Comunicación no sólo ganan en importancia respecto a lo que acontecía en el pasado, sino que, además, todo indica que tales actividades parecen estar llamadas a jugar un papel cada vez más vertebrador en esa hipotética sociedad emergente. En este sentido, las innovaciones tecnológicas relacionadas con la televisión están llamadas a tener un claro impacto social (Arrojo, 2008:2).

Horrela bada, telebistaren berrikuntza teknologikoak eragin zuzen-zuzena du gizarte-garapenean. Hala ere, prozesuaren hasierako fasean dago ikus-entzunezkoen testuinguru berria, eta, beraz, ezin daiteke zehatz jakin zein izango den etorkizuneko telebista-eredua eta haren eragina gizartean (Díaz, 2009).

2.1.1.1 Digitalizazioaren hastapenak: satellite bidezko telebista

Telebista-seinale digitalaren hastapena da satellite bidezko telebista, MPEG-2 formatu digitalean konprimitzen eta garraiatzen hasi zirenean telebista-sistema hori (Galindo eta Nó, 2010). 90. hamarkadan sortu ziren satellite bidezko plataformak Europan. Sistema horrek ezarpen-era desberdinak izan zituen arren, Frantziako kasua da aipagarriena (Arrojo, 2008): satellite bidezko lehen plataforma sortu zuen 1996an, *Canal Satellite Numerique* deiturikoa, eta lehen urtean milioi bat harpide baino gehiago lortu zituen.

Espainiari dagokionez, 1997an sortu zen lehen satellite bidezko plataforma, *Canal Satélite Digital*, eta zertxobait beranduago *Vía Digital* plataforma sortu zen; 2003an *Digital +* plataforma jaio zen, bi horien bat-egitearen ondorioz.

Telebistaren emisiorako euskarri berria izan zen satellite bidezko transmisioa. Arrojo (2008) bi alderdi aipatzen ditu satellite bidezko telebistaren berrikuntza modura. Alderdi teknologikoari erreparatuz gero, satellite bidezko telebistak ahalbidetu zuen kate gehiago igortzea transmisio-eremu luzeagoan, seinalearen konpresio-maila altua zela eta. Horrenbestez, posible izan zen eremu jakin bateko telebista-emisioak nazioartera zabaltzea. Horrekin batera, bigarren alderdi bat ere aipatzen du Arrojo elementu garrantzitsuago bezala:

Más allá de las cuestiones tecnológicas de mejora de los vehículos de transmisión de la señal televisiva, con la llegada de estas plataformas se inaugura un nuevo concepto de televisión. Se abrieron las puertas para la llegada de todo un conjunto de servicios, que poco a poco se han ido desarrollando e implementando en el tiempo como la interactividad, servicios multimedia o la recepción móvil de televisión, entre otros (Arrojo, 2008:39).

Seinalearen bilakaera teknologikoak, beraz, eskaini zizkion baliabide eta zerbitzu berriak telebistari, eta faktore hori da, hain zuzen, Arrojo azpimarratzen duena. Baliabide eta zerbitzu horien artean, interaktibitatearen kontzeptua azpimarratzen da. Telebista-eredu tradizionalarekin alderatuta, satellite bidezko telebistak zerbitzu berriak eskaini ditu, hartzaileari aukera ematen diotenak parte hartzeko. Horrela bada, telebistaren norabide bakarreko komunikazioa (hedabidea-mezua-audientzia) hausten zuten esperientziak abiatu ziren satellite bidezko telebistarekin.

Hala ere, interaktibitatearen definizioarekin jarraituz, satellite bidezko telebistagintzan "itxurazko interaktibitatea" besterik ez da gertatu, audientziak ikus-entzunezkoetan eragiteko daukan ahalmena hutsaren hurrengoa delako eta komunikazio-ereduak norabide bakarrekoa izaten jarraitzen duelako: komunikabide-enpresa handiek ikus-entzunezko produktuak eskaintzen dizkiote audientziari (Arrojo 2008).

Beste autore batzuek ere berresten dute oraindik satellite bidezko telebista ez dela iritsi hartzailearekin interaktibo izatera. Prado-k et al.-ek (2008) hitz egiten dute hiru interakzio-mailaren inguruan telebistan:

- a) 1. maila: zerbitzu interaktibo autonomoak. Programazio-taularekin zerikusirik ez duten zerbitzuak dira; denboraren iragarpena edota burtsaren inguruko informazioa, besteak beste.
- b) 2. maila: saioari lotuta dauden zerbitzu interaktiboak. Programazio-taulako saioekin zerikusia duten zerbitzuak dira. Zerbitzu hauekin, besteak beste, hartzaileak aukera dauka ikusten ari den saioko produktuak erosteko.
- c) 3. maila: saio interaktiboak. Interaktibitate-maila gorena da. Audientziak ahalmena dauka saioaren nolakotasunean eragiteko.

Hiru interaktibitate-maila horiek aipatuta, honela jarraitzen dute Prado et al.-ek (2008:20): "Para poder hablar de televisión interactiva es necesario que se cumpla una condición *sine qua non*: que sea posible algún tipo de interacción entre el usuario y el sistema (interactividad tecnológica, intrínseca o extrínseca) o entre el usuario y los contenidos (interactividad situacional)".

Beraz, lehen mailan aipatzen den interakzio hori itxurazkoa dela baieztatzen dute; hori da, hain zuzen ere, satellite bidezko telebistak eskaintzen duena: izan ere, satellite bidezko telebistak zerbitzu interaktibo autonomoak eskaintzeko ahalmena du, besterik ez.

2.1.1.2 Ohiko telebistaren digitalizazioa: Lurreko Telebista Digitala

Lurreko Telebista Digitala (LTD) telebista analogikoaren eboluzioa da (Arrojo, 2008; Prado, 2009). Horrela, aire bidezko seinale-transmisioak analogikoa izateari utzi dio, eta horren ordez, telebista-seinalearen izaera digitala bilakatu da.

Seinale analogikoaren ondorengotza horri ekiteko, Europako Batasunean 2005ean abiatu zen LTDaren ezarpena, 2012rako seinale analogikoa digitalagatik ordezkatzeko asmoz abiatu ere (Arrojo 2008). Hori dela eta, estatuek, beren barne-politikari jarraituta, 2005 urtetik aurrera

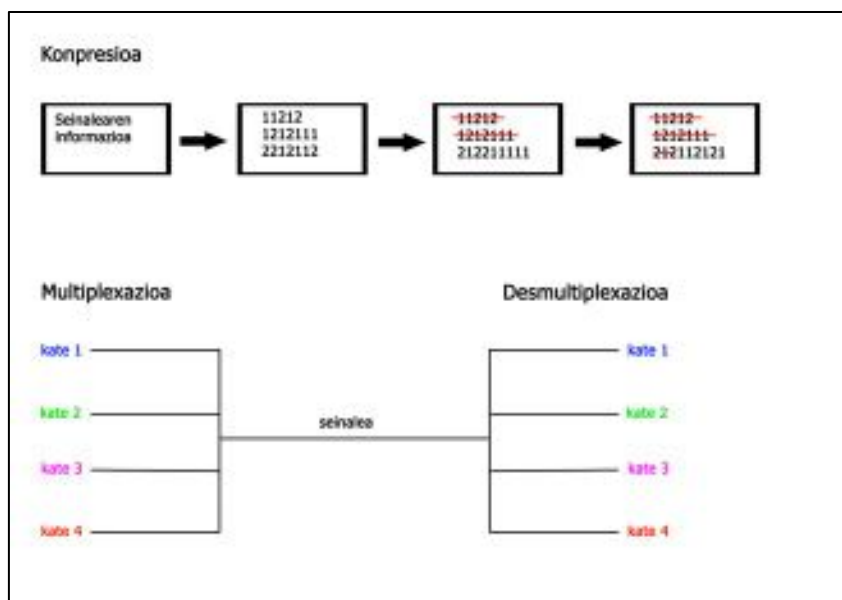
martxan jarri zuten seinale analogikoa ordezkatzeko plana. Ez zen plan bateraturik burutu Europan eta estatu bakoitzak bere bideari jarraitu zion.

Hego Euskal Herrian, Espainiako digitalizazio-planari lotuta gertatu zen itzalaldi analogikoa. Horrenbestez, 2009an heldu zen itzalaldia EAera eta Nafarroara, fase desberdinetan, eta, beraz, hilabete desberdinetan. Nolanahi dela, gaur egun, aire bidez garraiatzen den seinaleak izaera digitala dauka Hego Euskal Herrian. Frantzia ere, 2012 urtean desagertu zen seinale analogikoa; Ipar Euskal Herriari dagokion eremuan, 2011ko martxoan izan zen itzalaldia.

Satelite bidezko telebistan bezala, LTDaren seinalea MPEG-2 estandarrean konprimitu eta garraiatzen da; desberdintasuna da, seinalea garraiatzeko ez dagoela satelitearen beharrik, lurreko antenak nahikoak dira-eta seinalearen garraiorako (aro analogikoko antenak egokitu behar izan ziren LTDrako, hori bai).

Sistema honek OFDM (*Orthogonal Frequency Division Multiplexing*) izena du, eta, konpresio horri esker, irrati-espektron espazio gehiago lortu da telebista-seinale gehiago bidaltzeko; izan ere, seinale digitalak analogikoak baino toki gutxiago betetzen du (Prado, 2009), eta, beraz, telebista-kanal digital gehiago sartzen dira analogikoen lekuan. Gainera, behin seinalea digitalizatu dela, hainbat aukera daude seinale horren difusiorako; besteak beste, ondorengo bi hauek (ikus **10. irudia**):

10. irudia. Konpresioa eta multiplexazioa Lurreko Telebista Digitalean



Iturria: lanketa propioa

a) Konpresioa: seinalea konprimitzearen ondorioz, errepikakorra den informazioa ezabatu egiten da, eta horren bitartez espazio gehiago lortzen da irrati-espektron.

b) Multiplexazioa: prozesu honen bitartez, kate bat baino gehiago batera bidal daitezke seinale beretik. Era horretan, LTDan lau kate multiplexatu egiten dira seinale bakarrean igortzeko; etxeko hargailura heltzean, desmultiplexatu egiten da seinalea.

Teknologia-aldaketa horrek ahalbidetu du, beraz, irudiaren kalitatea hobetzea eta aro analogikoan baino informazio-kopuru handiagoa garraiatzea.

Britainia Handiko telebista-ereduaren antzera banatu ziren multiplex-ak Espainian, eta horrela, bi multiplex jaso zituen estatuko kate publikoak, eta autonomia erkidegoko telebista publikoei bakarra esleitu zitzaion. Horrez gain, aro analogikoko ekoizle pribatuei ere multiplex bat eman zitzaion (Antena 3-i, Telecinco-ri eta Canal Plus-⁴), eta 2005 urtetik digitalean emititzen zuten Net TV-ri eta Veo TV-ri ere multiplex bat esleitu zitzaion. Multiplex-en banaketarekin amaitzeko, Gestora de Inversiones La Sexta kate sortu berriari eskaini zitzaion beste bat.

Tokiko telebistak lehiaketa publiko bidez lehiatu ziren multiplex bat eskuratzeko. Hego Euskal Herrian tokiko telebistaren eremua ez da legezatu Lurreko Telebista Digitalaren egitasmora arte; hori dela eta, egoera alegalean emititu zuten urte askotan zehar. Legeztatu gabeko testuinguru horretan sartu ziren espainiar enpresa handiak 90. hamarkadan, denak ere etekin asmoz eraturakoak. Arana, Azpillaga eta Narbaizaren arabera (2003), horrek kolokan jarri zuen tokiko telebistagintzaren zentzua, eta euskarazko gertuko telebistagintza baldintzatu dute enpresa hauek. Horien artean, aipa daitezke Prisa eta Vocento enpresetatik eratorritako telebista-kateak.

Telebista-kate horien guztien esleipenaren oinarrian, eta telebistagintzaren alderdi teknikoari jarraiki, kalitate hobetzeko irudi eta soinua eskaintzea eta seinalea konprimitu eta kate gehiagori lekua egitea da LTDaren helburua. Multiplexazio hori dela eta, espektoaren banaketa egin zenean telebista-korporazioek aukera ikusi zuten kate gehiago sortzeko, eta era horretan sortu ziren hainbat telebista-kate, tartean, ETB3 katea, EITBek propio LTDra sortutakoa. Beste korporazio batzuek eskuraturako seinalea alokatzeko hautua egin zuten, eta horri esker, adibiderako, MTV kate estatubatuarrek Espainian tokia edukitzea lortu zuen. LTDaren testuinguru berriak korporazioen arteko fusioak ekarri zituen, berbarako, Espainian 2009an sortutako Mediaset España Comunicación taldea, Cuatro eta Telecinco kateen elkarketaren ondorioz sortutakoa berau. Bidean, baina, geratu dira makina bat egitasmu, LTDak eragindako eraldaketari aurre ezin izan diotenak egin.

Itzalaldia baino urtebete lehenago Franquetek, Ribesek, Fernándezek eta Sotok (2009) aurreikusi zuten LTDaren egoera desegonkorra izango zela hasierako urteetan, telebista-eredua definitu eta merkatua finkotu arte (2009:191): "La situación no es baladí ya que el mercado

⁴ Canal Plus kateari baimena eman zitzaion 2005etik aurrera doako emisioa martxan jartzeko, eta horrela sortu zen Cuatro katea.

que, por acción u omisión, se está diseñando tendrá consecuencias sobre el número y la posición de los actores implicados durante un largo tiempo, así como en la tipología de una oferta tipificada como de servicio público y que utiliza un bien público, el éter, para su transmisión". Egoera desegonkor horren azken adibidea da Espainian 2013ko martxoan gertatu zena, Auzitegi Gorenaren epaiaren arabera, LTDrako egindako esleipenak ez dira eta baliozkoak, ez zirelako lehiaketa publiko bidez banatu.

LTDaren seinaleari jarraiki, 90. hamarkadan estandar altuko seinalearekin (*High Definition* edo *High Quality* gisa ezaguna) probak egin ziren arren, ez da LTDaren etorrerara arte emititu irekian HD kalitatean. Hala ere, Europan lehenetsi egin zen kalitate estandarreko emisioa (multiplex-aren %20 gorde zen telebista-seinalea ez zen bestelako datu-transmisorako), eta, ondorioz, HD kalitatean emitituko zuten kate gutxi batzuk edukitzea baino, lehenetsi zuten estandarrean emititzen zuten telebista-kate mordoxkari ateak zabaltzea (Prado, 2009). HD telebista, beraz, ez da hedatu orain gutxira arte, eta egun, hedabide-korporazio denek martxan dute gutxienez telebista-kate bat estandar altuan, hots, HD kalitatean.

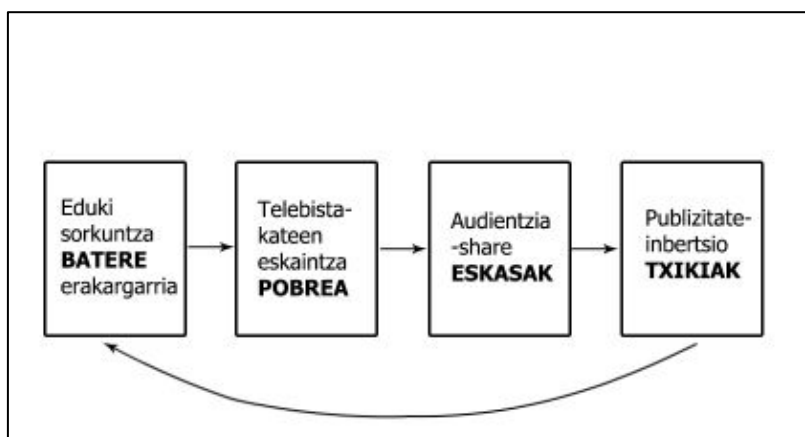
LTDaren ezarpenak beste aldaketa bat zekarkion telebistari: zerbitzu eta baliabide berriak gehituko zitzaizkion hedabideari, ahalbidetuko zutenak publikoarekin interaktibitatea edukitzea (Franquet et al., 2009; Pérez de Silva, 2000; Prado, 2003). Arrojak (2008) garrantzia ematen dio azken ezaugarri horri; izan ere, bere ustez, LTDak eskainiko zion benetako interaktibitatea hartzaileari, zerbitzu desberdinen bitartez. Hala azaltzen du Casero Ripollés-ek auzia (2008:o/g):

La llegada de esta nueva tecnología digital supone mucho más que un mero cambio de tipo técnico o de infraestructura de transmisión de la señal televisiva. (...) En este sentido, pone en juego numerosos factores y aspectos entre los que sobresalen la producción y realización de contenidos, su transmisión, su consumo, la incorporación a la oferta de nuevos servicios interactivos e, incluso, a la convergencia multimedia.

LTDak audientziarekiko duen interaktibitatea da, beraz, autore horiek azpimarratzen duten elementu garrantzitsu eta berritzailea; interaktibitate hori satelite bidezko telebistagintzak eskaini du nazioartean eta ordainpeko esparruetan; LTDaren bitartez, baina, zerbitzu horiek guztiak esparru hurbilagora ekartzea da asmoa (Prado, 2003). Franquet et al.-ek (2009) aipatzen dutenaren arabera, LTDak izan behar luke ikus-entzunezkoen digitalizaziorako motor nagusia, batetik, LTDaren hedatze-sare unibertsalak eragiten duelako populazio guztiari seinalea hedatu ahal izatea; bestetik, kontuan hartu behar da ikusleak ohituago daudela telebista-aparailuaren bitartezko ikus-entzunezko kontsumora, beste edozein euskarririkora baino.

Hala eta guztiz ere, autore askok (Casero Ripollés, 2009; Elola, 2012; Franquet et al., 2009; Lorenzo, 2013; Prado, 2003) zalantzak dituzte LTDaren interaktibitate-mailaren inguruan. Horri gagozkiola, Prado et al.-ek 2009an aurreikusi zuten gisa, hobekuntza ugari egin beharko dira LTDan, telebista interaktibo bat lortu ahal izateko. Casero Ripollés-ek (2008) aipatu modura, LTDak azpiegitura-aldaketa baino gehiago izan behar luke, eta telebista ekoizleetan jartzen du arreta, esanez, telebista digitalak eskaintzen dituen aukeren neurria egindako edukiak sortu beharko direla, eta neurriak jarri beharko direla, sormen horri bultzada emateko, LTDak arrakasta izan dezan (Casero Ripollés, 2008:o/g): "La búsqueda de nuevos lenguajes audiovisuales y la apuesta por la experimentación aparecen como componentes fundamentales para el futuro a corto plazo de este tipo de empresas". Gaur egungo egoerari so eginez gero, ordea, aro analogikotik digitalera ez da aldaketa nabarmenik egon edukien nolakotasunean, eta beraz, LTDaren egoerak eskasa izaten jarraitzen du, **11. irudian** azaltzen den moduan, gurpil zoroa gertatzen delako baliabideen eskasiaren, eduki pobreen, audientzia baxuen eta publizitate-inbertsioaren artean.

11. irudia. LTDaren egoera desegonkorra



Iturria: Casero Ripollés, 2008

Horrela bada, telebistako eskaintza aztertuta, aro analogikoan existitzen ziren kateek jarraitzen dute orotariko kate nagusiak izaten, eta multiplexetako beste kate gehienetan gaikako eskaintza sortu da (fikzioaren, kirolaren eta haurren inguruan gehienak), horietariko asko, gainera, telebista errepikapenean oinarritzen direnak. Ikus-entzunezko produktuak amortizatzeke arazo larriak daude LTDaren garaian, eta horrek eragiten du eskaintza pobrea izatea, eta beraz, publizitate-inbertsioak ere eskasak izatea. Ondorioz, telebista-korporazioak kate-ugaritzeari aurre egin ezinik daude, eta beraz, telebista-eskaintza kontsolidatu ezinik dago (Elola, 2012).

Ikus-entzunezko eskaintzaz haratago, LTDaren etorrerarekin aipatzen zen interaktibitatea ere ez da eman. LTDaren azpiegiturak ez du eskaintzen berezko kanalik edo biderik hartu-eman egoteko ekoizlearen eta hartzailearen artean, eta, beraz, ez da esperientzia interaktiborik hedatu LTDaren inguruan. Hau, gainera, ez da Espainian bakarrik ematen, Europan ere LTDak

arrakasta gutxi izan baitu (Casero Ripollés, 2008; Elola, 2012; Franquet et al., 2009). Horrela bada, Europar Batasunean ez da politika zehatzik ezarri LTDaren garapenerako, eta beraz, herrialde bakoitzak bere bideari jarraitu dio. Ondorioz, garapen teknologiko desberdinak gertatu dira; ez da zerbitzu interaktiboak hedatzeko estandarrik sortu, eta erabaki politiko ezak eragin du zerbitzu interaktiboak hutsaren hurrengoak izatea Europar Batasunean (Franquet et al., 2009).

Telebista-ekoizle pribatuek presio handia egin dute merkatuan, eta horrek egoera zailean jarri ditu telebista-enpresa publikoak; izan ere, LTDaren baliabide interaktiboak ez dira errentagarriak, eta ekoizle pribatuek erabaki dute baliabideak ez hedatzea. Hori ikusirik, telebista publikoak ez du aurrerapausorik eman LTDaren zerbitzuen inplementazioan. Egoera hori gogor gaitzetsi dute Maria Michalis eta Enrique Bustamante adituek (in Franquet et al., 2009), uste dutelako zerbitzu publikoak ahalegin berezia egin beharko lukeela LTDa garatzeko:

A pesar del potencial que ofrecería para el caso concreto de la interactividad la implementación de políticas concertadas entre los gobiernos y los operadores públicos, no parece que, por lo general, en Europa se estén desarrollando estas sinergias. Y ante la débil intervención pública, el mercado no parece dispuesto a asumir los riesgos financieros que implica toda inversión en un campo desconocido (Franquet et al., 2009:202).

Telebista-seinalearen digitalizazioak eragin duen gastua, beraz, ez da oraindik amortizatu, eta LTDak arrakasta bariko aldaketa teknologiko bat izaten jarraitzen du.

2.1.1.3 Euskarriaren eta edukiaren arteko haustura: ohiko telebista-edukiak Interneten

XXI. mende hasieran ugaldtu zen Interneteko banda-zabalera handiari esker, telebistako ohiko edukiak sarean ikusteko aukera dago. Horrenbestez, urte gutxian, ohiko telebista-kate bakoitzak atari propioa sortu du Interneten; horien bitartez, LTDak oraindik eskain ezin ditzakeen aukerak eta zerbitzuak garatu dituzte. Telebista-atari horiek etorkizuneko telebista interaktiboaren aurrekoak izango zirela iragarri zuen Pérez de Silvak (2000) berauek sortu baino lehen. Horiek horrela, dozena bat urtetik hona posible izan da ikus-entzunezkoak Interneten ikustea, eta, horrez gain, eduki pisutsuak saretik jaistea, hala nola, telesailak eta filmak (Hess et al., 2012:185): "From a technological point of view, television has been transformed into a medium that is uncoupled from the traditional television screen and is complemented by on-demand services on the Internet that can be consumed on a PC or mobile device".

Telebista-kateen webgunez gain, beste hainbat gune sortu dira Interneten, telebista-edukiak *streaming* bidez dohainik ikusteko eta jaisteko aukera ematen dutenak, izan artxiboak online gordetzen dituzten biltegien bitartez (Mega da hedatuena), izan *peer-to-peer* artxibo partekatzea ahalbidetzen duen BitTorrent protokoloaren bitartez. Telebista-eskaintza dohainik eskuratzearaz gain, telebistan ikusi ezin diren mota guztietako edukiak aurki daitezke webgune horietan. Webgune horiek, baina, pirateriaren eztabaida areagotu dute ikus-entzunezkoen industrian (Niqui, 2012), eta, ondorioz, beste hainbat plataforma sortu dira, telebistako edukiak era legalean eskaintzen dituztenak. Adibide gisa, Hulu webgunea aipa daiteke, non NBC Universal eta News Corp (Fox) enpresek beren edukiak eskaintzen dituzten VOD (*video on demand*) baldintzapean; erabiltzaileak izena eman behar du webgunean eta hainbat eduki aurki ditzake dohainik, eta beste batzuk ordainduta. Hulu plataformaren ekoizpena, aurrekoak ez bezala, legezkoa da, eskuratu egin duelako baimena NBC eta Fox-en edukiak Internet bidez ustiatzeko. Publizitateak finantziatuta bizi dira webgune-mota horiek. Barkhuus-en (2009) ustez, baina, legaltasun kontuek ez dute erabakiko ikus-entzunezkoen etorkizuna, audientziaren erabilerak baizik, eta haren arabera, audientzia gaur egun doako *streaming*-aren eta deskargaren (legala edo ez) aldekoa da.

Zuntz optikoa ustiatzen duten Internet operadoreek ere ikusi diote errentagarritasuna Internet eta telebistaren bateratzeari (Barkhuus eta Brown, 2009), eta telebista Internetera konektatzeko teknologiak eskaintzen hasi dira, adibiderako, ONO enpresaren TiVo aparailua. Telebistatik Internetera sarbidea lortzen da aparailu baten bitartez, eta aukera ematen du telebista-edukiak aurkitu, grabatu, eta Internet bidez beste edozein euskarritara bidaltzeko.

Telebista-eredu berriaren arrakasta ukazina da; izan ere, 2009 urterako enpresek Internetera jotzen zuten haien produktuak sustatu eta saltzeko. Publizitatea sarean bilakatzen ari da, LTDan ez bezala, publizista handien helburu eta jomuga (Antolín, 2012).

Interneten eta telebistaren arteko konbergentziaren hastapenak aurreikusi zituen Pérez de Silvak 2000. urtean, eta gomendio batzuk idatzi zituen, telebista-atariek etorkizunean bete beharko lituzketen funtzioak azaltzeko. Honakoak aipatu zituen, besteak beste (Perez de Silva, 2000):

- a) Programazio gehigarria eskaini beharko lukete telebista-kateek webgunearen bitartez.
- b) Sustapen-bideoak eskaini beharko lituzkete Interneteko erabiltzailea telebistara bideratzeko helburuarekin.
- c) Ikus-entzunezko esperimentalak sortu beharko liriateke sarerako; kostu baxuagoa luketen ikus-entzunezko laburrak eskaini beharko liriateke webgunean, horien arrakasta-maila neurtzeko.

d) Telebistako produktuak Internetera bideratu beharko lirateke lehen fase batean. Eta ondoren, telebista-kateek produktu bereiztuak sortu beharko lituzkete, batzuk telebistarako eta beste batzuk Interneterako.

Transmedia planteamenduak gailentzen ari diren garaiotan (Jenkins, 2006; Scolari, 2013) ildo horiek garatzen ari dira apurka-apurka. Telebista-operadoreek, berriz, eszeptizismoan murgilduta egon ostean (Prado, 2009) jarri dituzte beren edukiak sarean audientziaren eskura, izan *streaming* bidez ikusteko, edo jaisteko aukerarekin. Jakubowiczek (2010) **15. taulan** laburbiltzen ditu telebista edukien digitalizazioaren etorrerarekin izan diren aldaketak.

Berritasunak berritasun, eta aurrez esan bezala, LTDa eta telebista-ekoizleen webguneak eraldaketa-prozesuaren hasiera fasean daude oraindik.

15. taula. Ohiko telebistaren bilakaera: hiru eraldaketa	
Eraldaketa-mota (garrantziaren arabera)	Azalpena
Paradigma-aldaketa	<p>-Oinarrizko testuingurua desagertzea: programazio-aula trinkotik kontsumo-askatasunera pasa gara.</p> <p>-Ikus-entzunezko hornitzaileak euskarri eta eduki zehatz batzuetan espezializatuta zeuden; orain, ekoizle eta profil multimediaz hitz egiten da.</p> <p>-Audientziaren rol pasiboaren amaiera: eduki denak ikus-entzunezko hornitzailearengandik jasotzetik, ekoizle profesional zein amateurren edukiak kontsumitzen diren.</p>
Funtsezko aldaketa	<p>-Ohiko telebista-sisteman aldaketa, non orotariko programazio-estandarretatik edukien banaketa pertsonalizatura pasa garen ohiko telebista-sisteman bertan.</p>
Bigarren mailako aldaketa (adibide batzuk)	<p>-Telebista-edukiak hainbat pantailatan ikusteko aukera: telebistan, ordenagailuan, PDAn, mugikorrean, eta abar.</p> <p>-3D telebistaren sorrera.</p> <p>-Ohiko telebista lineala nahieran ikusteko aukera.</p> <p>-Audientziaren askatasuna erabakitze noiz eta non ikusi telebista.</p> <p>-Multimedia produktuak ekoizteko aukera berriak.</p> <p>-Telebista-hornitzaileen/erakundearen egitura-aldaketa konbergentziara egokitzeko.</p> <p>-"Eduki-askatasuna": edukiak jada ez daude euskarri bati lotuta.</p> <p>-"Artxibo-askatasuna": eduki zaharrak Interneten aurki daitezke artxibo modura. Hedabideak "memoria" bereganatzen du.</p>

Iturria: Jakubowicz, 2010

2.1.2 Ikus-entzunezkoak Interneten: euskarri berriak bideoak eskaintzen

80. hamarkadatik egun arte irratiak eta telebistak masa-komunikazioaren joera tradizionalak jarraitu badituzte ere, ordenagailuak, Interneten bidez, eta telekomunikazio-sareek oro har, jakin dute nola eratu komunikazio-eredu berria (Castells, 2009). Beraz, sateliteari, kableari eta LTDari gehitu behar zaie Interneteko banda-zabalera handiaren ondorioz ikus-entzunezko merkatuari ireki zaion leihoa sarean.

Banda-zabalera handiak ahalbidetu du Internetera pisu handiagoa duten edukiak igotzea eta edukiak bertatik jaistea; horri esker, ikus-entzunezkoek ere haien tokia bilatu dute Sarean (Prado, 2009). Banda-zabalera handiak eragindako lehen aldaketa esanguratsua (Niqui, 2012) izan zen audientzia hasi zenean ikus-entzunezko artxiboak partekatzen, aurreko lerroetan azaldu den *peer-to-peer* (P2P) sistema bidez.

Telebistagintzan interaktibitatea hasierako fasean dagoen arren, Interneten esperientzia ugari ezagutzen dira honezkero. 2004. urtean *Web 2.0* aplikazioak gizarteratu zirenetik, hainbat webgune eta aplikazio sortu dira Sarean erabiltzailearen interaktibitatea ahalbidetzen dutenak. Ribes-en arabera (2007) Interneten ikus-entzunezkoak eskaintzearen abantaila handienetako bat da edozein erabiltzaile bihur daitekeela edukien igorle, bere webgunearen edo horretarako propio sortutako plataformen bitartez. Hala jarraitzen du autore horrek:

La Web 2.0 no sólo ofrece herramientas para trabajar en entornos colaborativos sino que, además, otorga a la comunidad la posibilidad de ejercer su "inteligencia colectiva" (entendida como la capacidad del grupo para resolver problemas que cada individuo del colectivo, de forma personal, no sería capaz de resolver ni, incluso, de entender) (Ribes, 2007:39).

Ribesen hitzetan agertzen dira berriz Castellsek (2009) aipatzen zituen bi prozesu paralelo kontrajarri bezain bateragarriak, komunikazio globala eta lokala uztartzen dituztenak. Niquik (2012) ere Ribesen hitzak bereganatzen ditu; horien arabera baieztatu genezake ikus-entzunezko kontsumoa komunikabide konbentzionaletatik (zinema eta telebista) kanpora hedatzeak testuinguru onuragarria ekarri diola merkatuari, erabiltzaileak kontsumorako espazio berriak eskuratu dituelako.

Aplikazio ugari garatu dira Interneten, beraz, *Web 2.0* izaerarekin lotuta. Aplikazio horiek idatzizko hedabideekin izan badute ere loturarik handiena, asmatu dira beste erreminta batzuk Interneteko interaktibitatearen bilakaeran ikus-entzunezkoak kontsumitzeko garatu direnak.

Praktikarik arrakastatsuenak sortu dira *User Generated Content* fenomenoarekin lotuta, hots, erabiltzaileak sortutako edukiekin lotuta. Horren adibide gisa aipatu behar da 2005ean jaio zen Youtube webgunea, urtebete beranduago Google konpainiak erosi zuena 1.650 milioi dolarren truke.

Webgune hori ikus-entzunezkoen plataforma bat da, eta bertan aurki daitezke orotariko edukiak, webgunean erabiltzaileak zintzilikatu dituenak. Youtube webguneak, beraz, ez du ekoizpen propiorik, audientzia bera bihurtzen da ikus-entzunezkoen ekoizle. Hala, hainbat erabiltzailek igotako bideoak aurki ditzakegu bertan eta nahi adina bideo ere topa daitezke bilatzaile baten bidez; erabiltzaileak igotako bideoak denetarikoak izan daitezke: komertzialak, amateurak, irabazi asmodunak, gobernuarenak, hezitzaileak,... Bideo horiek guztiak plataforma berean daude ikusgai, eta Jenkins-ek (2007) azaltzen duen moduan, Youtube botere desberdinen arteko gatazka eta negoziazio etengabea aurkitzen da.

Youtuberen arrakasta ukazina da, eta hala baieztatzen du, barbarako, Nielsen konpainiak 2010ean burututako ikus-entzunezkoen merkatu-ikerketak (Antolín, 2012), Youtube kokatzen du-eta lider nagusi bezala, 6.427 milioi bisitarekin 2010 urtean. Urruti geratzen dira, beraz, Huluren 634 miloi eta Yahoo!-ren 243 milioiak. Horrela bada, 2010eko maiatzean Youtubek eguneko 2.000 bisita jasotzen zituen, AEBetan urrezko ordutegiko hala bi, hain zuzen.

2009an Premium zerbitzua martxan jarri zuen Youtubek; zerbitzu horrek aukera gehiago eskaintzen zituen diru kopuru baten truke (besteak beste, pelikulak eskaintzen hasi zen). Garai hartan Interneteko ikus-entzunezko plataformak hedatzen joan ziren eta Google konturatu zen ez zela nahikoa denetariko edukien plataforma bat edukitzearekin, eta kanal desberdinak jarri zituen martxan, zine eta telebista-ekoizleei haien edukiak bertan zintzilikatzeko aukera emanez; horiekin sortu ziren gaur egun WebTV bezala ezagutzen diren Internet bidezko telebista-esperientziak. Irabaziak lortzeko asmoz, Googlen plataforma publizitatea txertatzen hasi zen bideo ikusien aurretik, eta horrela, merkatu-lehian aurrea hartu ahal izan zuen.

Musikaren inguruko edukiek Interneten duten arrakasata ikusita (Edmond, 2012), Youtubek apustu garbia egin zuen musikagatik, eta 2009an Vevo plataforma sortu zuen Google-ek (beste hainbat enpresarekin batera, tartean, Sony Music Entertainment, Universal Music Group, Abu Dhabi Media Company eta Arthur Music Company). Vevo plataforman batzen dira Universal konpainiaren bideoklipak, eta Youtuberen azpiegitura erabilia hedatzen dira bideo horiek. Horrela bada, Vevo bideoklipak kontsumitzen dituzten erabiltzaileak geroz eta gehiago dira (Edmond, 2012), kontuan hartuta, 2011 amaierarako Youtubeko Vevo kanala zela munduko musika kanal bisitatuena Interneten.

Youtubek urte gutxiren buruan zeharo aldatu du ikus-entzunezkoen panorama Interneten; plataformaren arrakasta baieztatzen dute datu hauek: 2009 urte amaierarako 85 milioi bideo

zeuden webgunean (Burgess eta Green, 2009); hiru urte geroago, minuturo 24 eduki-ordu igotzen ziren (Niqui, 2012). Youtube ez da atari bakarra ikus-entzunezkoen plataforma eskaintzen duena, baina lehena izan zen, eta horrek aitortzen dio bere garrantzia (Antolín, 2012). Ondoren sortu dira antzeko beste hainbat plataforma, aukera eta helburu beretsuekin; Dailymotion, Vimeo eta BlipTV dira, besteak beste, horietako batzuk. Gurean Euskaltube plataforma sortu zen 2007an, baina diru-arazoak medio, 2010ean bertan behera utzi behar izan zuen bere jarduna.

Ohiko telebistarekin konparatuta, ikus-entzunezko atari horiek kontsumo-eredu desberdina ekarri dute, aukera ematen diote-eta audientziari edukiak sortzeko eta aukeratzeko zer ikusi nahi duen. Erabilera-mota horrek bi ondorio ditu; batetik, ohiko telebistagintzan dauden programaziogintza-teknikek zentzua galtzen dute, ikus-entzunezkoen kontsumoa ez dagoelako egun eta ordu konkretu bati lotuta (Casero Ripollés, 2008; Hess et al., 2013). Bestetik, ikuslearen rola aldatu egiten da, aurreko lerroetan aipatu den bezala, audientzia bihurtzen delako ikus-entzunezkoen ekoizle (edo audientziaren parte bat, behinik behin) eta ikuslea bihurtzen delako bere kontsumoaren programatzaile (Antolín, 2012:264): "La nueva cultura participativa busca producir para compartir, producir para socializar, en definitiva producir para *Broadcast Yourself*". Esan daiteke, beraz, plataforma hauek eskaintzen duten interaktibitate-maila altua dela.

Esan daiteke, era berean, Web 2.0 eta Youtuberen 'zuk zeuk ekoitzi' lelopean sortu direla Interneten ikus-entzunezko esperientzia berriak. Horiek dira, hain zuzen, egun ezartzen eta definitzen ari direnak etorkizuneko telebista-eredua; are gehiago, Internet ikusten da ikus-entzunezko merkatuan aldaketaren eragile modura (Castells, 2009), telebista eta LTDa baino gehiago.

Interneteko ikus-entzunezkoen arrakasta ikusirik, Internetera sarbidea duten telebista aurreratuak hedatu ziren 2010etik aurrera, *SmartTV* izenarekin, LG edota Samsung etxeek ekoitzita. Telebista eta Interneten bateratzeak ekarritako merkatu berria parez pare ireki zitzaion Google-i, eta 2010ean bertan, Sony, Intel eta Logitech-ekin batera GoogleTV plataforma sortu zuten, SmartTV-etan erabiliko den plataforma nagusia, Interneten nabigatzeko.

Telebista ez da Interneterako sarbidea lortu duen euskarri bakarra: edukiak Sarean dauden unetik Internet konexioa ahalbidetzen duen edozein euskarrik du ahalmena ikus-entzunezkoak jaso eta erreproduzitzeko; horregatik hain justu, telebista mugikorra deitu zaio fenomeno berri honi (García, Vinader eta Albuin, 2010). Euskarri horien artean, besteak beste, telefono mugikorra edo tableta aipa daitezke. Telebista mugikorra *unicast* izenez da ezaguna, eta telefono mugikorraren sarea erabiltzen du seinalea bidaltzeko eta 2.5G, 2.75G, 3G eta 4G

(azken eboluzioa berau) euskarrietan jasotzeko. Hala deskribatu izan dute telebista mugikorraren *unicast* izaera: "Podríamos afirmar que existe un canal de televisión diferente por cada móvil, en tanto que se pueda conseguir la implicación directa de cada usuario" (García, Vinader eta Albuin, 2010:92).

Berritzailea da ikus-entzunezkoak kontsumitzeko eredu hau, eta horregatik, hain zuzen, Internetekin batera aldaketaren eragile modura ikusten da telebista mugikorra ere (Castells, 2009). Telebista mugikorra ez da ohiko telebistaren ondorengo bat, horren gehigarria da; hau da, teknologia edo hedabide berriak ez datozela aurrekoak ordezkatzera, hedabide zaharrek eskaintzen dituzten aukerak zabaltzera baizik (Badillo eta Marengi, 2003; Hess et al., 2012); izan ere, telebista mugikorrak ohiko telebista-kontsumoarekin posible ez diren hainbat aukera berri eskaintzen ditu. Hala deskribatzen du kontua Niquik (2012:20): "Les conclusions del treball de Nielsen apunten que els telespectadors seguiran enganxats al televisor en els pròxims anys, mentre que el visionat a internet i al mòbil servirà bàsicament per incrementar el consum global d'imatges i no per substituir a la pantalla central de cada llar".

Aukera berrien artean, eta hitzak erakusten duen moduan, ikus-entzunezkoen mugikortasuna eta erabiltzailearen parte-hartze aktiboagoa aipa daitezke, besteak beste, edukiak era azkar eta errazean partekatzeko aukera dagoelako. Hala, euskarri berrietan gertatzen den bideo-kontsumoan, irudiaren kalitatea baino garrantzitsuagoa da aztertzea erabiltzaileak ikus-entzunezkoak euskarri bakoitzean nola kontsumitzen dituen (García, Vinader eta Albuin, 2010). Gaur-gaurkoz, Interneten ikus-entzunezko edukiak eskaintzen dituzten plataformak egokitu egin dira telebista mugikorrera, eta interfazeak eraldatu dituzte euskarri horietarako. Are gehiago, telebista-ekoizleak ere ari dira telebista mugikorraren aukera berriak aztertzen; adibide gisa, BBC kateak aplikazio bat eskaintzen du telefono mugikorrean instalatu eta azken albisteen bideoak ikusteko eta jaisteko.

Zinemaren merkatua ez da atzean geratu, eta hainbat plataforma digital sortu dira, filmak era legalean *streaming* bidez ikusi ahal izateko (Filmin eta Filmotech, adibidez). Urrunago joan gabe, Microsoft-en Windows Media Center-ek eta Apple-en iTunes zerbitzuak pelikula-eskaintza handia dute sarean, zinema etxean ikusteko esperientzia eskainita.

Ikus-entzunezkoek erabat astindu dute Internet, eta, bideoaren arrakasta ikusita, webgune asko eta asko hasi dira ikus-entzunezkoak ekoizten eta haien gunetan eskaintzen, atariak erabat multimedia bilakatuz. Ondorioz, komunikabide desberdinen bateratzea gertatu da Sarean: egunkariak, aldizkariak, irratiak, telebista-kateak... horiek guztiak integratu dira egitura berritzailea duten informazio-zerbitzuetan. Sarearen ezaugarri multimedia honek, baina, eztabaida sortu du hedabideen identitatearen inguruan (Orihuela, d/g); izan ere, historikoki,

komunikabide bakoitzak bere euskarria eta lengoaia propioa bazuen ere, denak batu dira testuinguru berrian.

Perez de Silvaren aurreikuspenak (2000) erabat gainditu ditu, beraz, gaur egungo ikus-entzunezkoen esparruak, Interneteko ikus-entzunezko esperientziak kontaezinak baitira (O'Hara, 2007). Bideoaren, teknologia mugikorren eta telebistaren arteko bateratzeak ikus-entzunezkoen sektorean sortu duen interesa ukaezina da, Antolín-ek ondo azaltzen duen bezala (2012:153): "La convergencia de vídeo, móvil y televisión está originando la emergencia y una carrera por el liderazgo entre nuevas plataformas que por primera vez permiten controlar el acceso, la comercialización y gran parte del negocio, tanto de pago como publicitario, de los medios y los contenidos".

Testuinguru hori dena ikusita, aurreikus daiteke Internet geroz eta gehiago murgilduko dela ikus-entzunezkoetan, eta ikus-entzunezko zerbitzuek, edukiek eta praktikek hedatzen jarraituko dutela Sarean, euskarri mugikorrek eta erabilerrazak sortzen eta hedatzen diren heinean (Niqui, 2012; Prado, 2009).

2.1.3 Digitalizazioaren eragina audientzian: ikusletik erabiltzailera

Telebistak masa-komunikazioaren adibide garbi izaten jarraitzen du ekoizlearen ikuspegitik (Castells, 2009), baina hartzailearen aldetik garatzen joan dira kontsumo-ohitura desberdinak, ahalbidetu diotenak ikusleari bere autonomia garatzea. Horren adibide aitzindaria 90. hamarkadan dago, urrutiko agintearekin *zapping* egitearen praktika hedatu zenean; horrek eman zion audientziari aukeratzeko gaitasuna, telebista-katez alda zitekeelako (Castells, 2009; Vaca Berdayes, 1997). Ondoren ere garatu ziren beste hainbat *software*, eskaintzen zutenak telebista-saioak grabatzeko edo publizitatea ekiditeko aukera, kolokan jarriz telebistaren diru-iturri nagusia.

Audientziaren rol-aldaketa, hala ere, LTDan baino gehiago nabaritu da beste euskarrietan, Internetera konexioa duten ordenagailu eta euskarri mugikorretan, kontsumitzaileek geroz eta gehiago jotzen dute-eta Internetera ikus-entzunezkoak ikustera. Eurostat-en datuen arabera (Niqui, 2012), 2010erako Europar Batasuneko populazioaren laurdenak kontsumitzen zuen musika, irratia edo telebista Internet bidez, eta baita pelikulak jaitsi ere. Horrenbestez, XXI. mendeko lehenengo hamarkadatik hona hainbat herrialdetako ikus-entzunezko kontsumo-ohiturak aldatu egin dira, Internet bihurtu delako ikus-entzunezkoen 'makro-katea'.

Niquik (2012) Goldemia kontsultora alemanak emandako datuak erakusten ditu, eta horien arabera, 2010ean Europan egunero 150 milioi konexio egin ziren Internetera, ikus-entzunezko edukiak ikusteko. Munduko eskualde batzuetan, gainera, Internet bidezko ikus-entzunezko

kontsumoa eragina izaten hasi da telebista-kontsumo tradizionalan (Niqui, 2012). Internet bidezko kontsumoa, beraz, telebista-kontsumoarekin parez pare jartzen ari da (Tubella, Taberero eta Dwyer, 2008).

Interneten *streaming* bidez burutzen den kontsumoaren hein handiena ez da era sinkronikoan egiten; horrek esan nahi du, erabiltzaileak aukeratzen duela noiz zer ikusi nahi duen (Hess et al., 2012:185): "Instead of watching television purely along the traditional TV schedule, users today can decide on their own, what they want to watch and when". Horrenbestez, ikusle soil izatetik erabiltzaile izatera pasa da ikus-entzunezkoen audientzia-profil berria. Hala hitz egiten du Bolinek ikusle aktiboaren inguruan (2010:73): "Digitization permits much more than simple choices between texts. It also allows for interactivity with texts, something that has provoked discussions on user-generated content and the audience members as active contributors to media texts". Teknologia mugikorren, telebistaren, Interneten eta oro har, digitalizazio-prozesuan parte hartu duten elementu guztien bateratzearen ondorioez ari garela, Bolinek (2010) baieztatzen du audientziak hedabide berrietan bereganatu duen profil aktibo hori dela faktorerik esanguratsuen.

Telebistaren Interneteranzko jauziarekin, eta oro har, ikus-entzunezkoen etorrerarekin Internetera, ikusleak lortu ditu inoiz baino askatasun eta interaktibitate-maila handiagoak hedabideekin (Castells, 2009). Hasteko, eta aurrez aipatu gisa, ikuslea jada ez dago programazio-taula trinko bati lotuta; izan ere, telebista-edukiak Interneten ikusterakoan, ikusleak erabakitzen du berauek noiz eta non ikusi. Telebista-edukiak Interneten ikusteko arrazoen artean aipa daitezke ondorengoak (Niqui, 2012):

- a) Normalean telebistan ikusteko ohitura izanik, ezin izan denean saioa ikusi.
- b) Telebistako programazio-taula ez dagoenean egokituta ikuslearen beharretara.
- c) Publizitate gutxiago ikusteko.
- d) Telebista-saio baten kapitulu bat baino gehiago ikusi nahi direnean.

Aldaketa ez da bakarrik gertatu telebista-edukiekin; Youtube bezalako plataformek, eta oro har, Interneterako ekoiztutako ikus-entzunezko edukiek, osatzen dute nonahi eta noiznahi kontsumitzeko aukera zabala.

Audientziaren parte-hartzea areagotu egiten da ikus-entzunezko edukiak partekatzeko aukerak aztertzen direnean Interneten. Jenkinsen arabera Interneteko ikus-entzunezko kontsumoaren balio nagusia dago eduki horiek partekatzeko eta hedatzeko gaitasunean (2007:o/g): "YouTube represents a shift away from an era of stickiness (where the goal was to attract and hold

spectators on your site, like a roach motel) and towards an era where the highest value is in spreadability (a term which emphasizes the active agency of consumers in creating value and heightening awareness through their circulation of media content)".

Ikusleak ikus-entzunezko menua bere neurrira hautatu eta berau partekatzeko aukerari, teknologiaren demokratizazioari (Kaul, 2012) eta banda-zabalerari esker, erabiltzaileak gaitasuna du eduki propioak ekoizteko eta Internetera igotzeko. Sclariren (2013) eta Jenkinsen (2007) ustez, baina, baliabide teknologikoak ez dira nahikoak izan ohitura aldaketa hori gertatzeko, audientziaren jarreran gertatu baita aldaketa nagusia; teknologiak behar horri erantzun dio, eta ez alderantziz.

Audientziak sortutako edukiak izen desberdinez ezagutu izan dira (Bolin, 2010; Jakubowicz, 2010): *User Generated Content* (UGC), *User Created Content* (UCC), "hiritar-kazetaritza", "hedabide-sozialak", "hedabide parte-hartzaileak"; erabiltzaile aktiboari, ordea, *prosumer* izena eman zaio (ingelesezko hitz-jokoa da *consumer* eta *producer* berben artean osatua), kontsumitzaile eta produktore aktibo den audientzia hori definitzeko. *Prosumer* figura berriak, beraz, hainbat aukera eskaintzen ditu ikus-entzunezkoak kontsumitzeko; besteak beste, honakoak zerrenda genitzake (Bolin, 2010; Prado, 2009):

a) Audientziak aukera dauka ikus-entzunezkoen gaineko iruzkinak egiteko, telefono mugikorraren bidez, zein Internetez (foroetan, sare sozial birtualetan, eta abar).

b) Audientziak aukera du edukiak ekoizte eta sarera igotzeko: "La producció d'imatges i sons s'ha banalitzat. La imatge s'ha tornat ubiqua. No sembla possible que cap àmbit de la realitat quedi a l'abric de la mirada d'una càmera com a conseqüència de l'àmplia apropiació popular de l'electrònica de consum" (Prado, 2009:39). Adibide gisa, Castellsek (2009) *Current TV* webgunea aipatzen du, non webgunearen %40 erabiltzaileek elikatzen duten.

Audientziaren ekoizle izaera, Buckinghamen (2009) esanetan, ez da digitalizazioarekin batera etorri, aspaldidanik existitu izan baitira esperientzia amateurak ikus-entzunezkoen ekoizpenean. Hala ere, Internetek ekarri duen aldaketa nagusia izan da, aurrez aipatu bezala, ekoizleak aukera duela ikus-entzunezko ekoizpen hori Sarera igotzeko eta era globalean partekatzeko. Horrela bada, erabiltzaile aktiboak etengabe elikatzen ari dira Youtube eta antzeko plataformak, eta sortzen ari dira komunitate birtualak, ikus-entzunezkoen inguruan:

It is also a networked culture, which is creating new forms of collective intelligence that are more attuned to the mobility and fluidity of contemporary life: media audiences are organising themselves into democratic 'knowledge communities', which allow them to exercise greater collective power in relation to media producers (Buckingham, 2009:42).

Ikus-entzunezkoak partekatzearen ondorioz sortzen diren komunitateetan jarri dute arreta adituek (Antolín, 2012; Buckingham, 2009; Carpentier eta De Cleen, 2008; Jenkins, 2003; Orihuela, d/g; Pérez eta Gómez, 2011); hara Jenkins-ek, barbarako, zer dioen (2007: o/g): "Is YouTube a site for personal expression, as is often claimed in news coverage, or for the expression of shared visions within common communities? I would argue that the most powerful content on YouTube comes from and is taken up by specific communities of practice and is thus in that sense a form of cultural collaboration". Autoreek azpimarratzen dute, gainera, ekoizle amateurrek elikatzen ari direla orain arte masa-komunikabideena izan den esparrua, eta parez pare jarri direla hedabide handiek ekoiztako eduki profesionalekin (Buckingham, 2009; Prado, 2009). Horrela bada, mota guztietako edukien fluxuek eta hartu-emanek eratutako sare sozial digitalei esker, horizontalagoa da ekoizle eta kontsumitzaileen arteko erlazioa (Pérez eta Gómez, 2011).

Hala, Jenkinsek (2001, 2007) *kultura parte-hartzaile (participatory culture)* modura izendatu du testuinguru berria eta Castellsek (2009) *autokomunikazioaren gizartea (autocomunicación de masas)*. Testuinguru hau berritzailea izan da ikus-entzunezko esparruan, inoiz baino gehiago demokratizatu delako ikus-entzunezko ekoizpena, hots, audientziak inoiz baino botere handiagoa duelako erabakitzeak, eta iritzi-askatasuna ere inoiz baino handiagoa delako (Bolin, 2010; Prado, 2009). Aurreko lerroetan azaldutako ideia guztiak era labur eta argigarrian batzen ditu Jakubowiczek (2010) (ikus **16. taula**).

16. taula. Audientziaren izaera konbergentzia aurretik eta ondoren	
Aurretik	Ondoren
Share altuak	Denetarik: audientzia globaletik hasi eta indibidualera arte
Oso sakabanatuta	Eduki konkretuetan zentratzeak ahalbidetzen du heltzea hartzaile-profil oso identifikatura; are gehiago, gizabanako bakoitzera.
Ez-interaktiboa eta anonimoa	Interaktiboa eta potentzialki pertsonalizatua
Heterogeneoa	Potentzialki homogenea
Ez dago antolatuta eta ez du era boluntarioan parte hartzen	Antolatzeko eta erantzuteko gaitasunarekin
Kontrolatzeko eta manipulatzeko erraza	Hedabideen gaineko jakintza-maila altuagoa, eta beraz, erresistentzia handiagoa manipulazioari
<i>Iturria: Jacobowicz, 2010</i>	

Haatik, ezin da ahaztu *kultura parte-hartzailearen* edo *autokomunikazioaren gizarte* honetan, aurrez aipatu den bezala, korporazio handietan metatu direla hedabide-enpresak, merkatuaren

irekitzea eta dibertsifikazioa kontrolatzeko, eta beraz, masa-hedabideek dituzten erremintak edukiak ekoizteko eta hedatzeko ezin dira parekatu *prosumerrak* dituenarekin; horrenbestez, audientziaren autonomia-maila erabat baldintzatzen dute masa-hedabideek (Jenkins, 2003:280): "It would be naive to assume that powerful conglomerates will not protect their own interests as they enter this new media marketplace, but at the same time, audiences are gaining greater power and autonomy as they enter into the new knowledge culture. The interactive audience is more than a marketing concept and less than 'semiotic democracy'". Horrela jarraitzen du autoreak (Jenkins, 2006:18): "(...) at the same time, there has been an alarming concentration of the ownership of mainstream commercial media with a small handful of multinational media conglomerates dominating all sectors of the entertainment industry". Horrez gain, teknologiara sarbidea zaila da oraindik gizarte-maila baxuetan (Carpentier eta De Cleen, 2008), eta, beraz, Interneteko audientzia aktiboak profil espezifikoak du maila sozioekonomiko ertaineko populazio zurian (Jenkins, 2007). Horrenbestez, zalantzak daude ea ikuslearen parte-hartzea eta komunikabide handiekiko horizontaltasuna erabatekoa den ala ez (Jenkins, 2003 eta 2007; Pérez eta Gómez, 2011).

Prosumer profila Interneteko erabiltzaileei egotzi zaie gehienetan, eta oraindik ere, gutxiengo bat dago prestatuta *prosumer* izateko, hots, hedabide-kontsumitzaile oso gutxi dago prestatuta rol aktibo bat izateko kalitatezko edukien ekoizpenean (Carpentier eta De Cleen, 2008; Jakubowicz, 2010). Ondorioz, baieztatu daiteke egun *user generated content*-ak oso bazterreko presentzia duela ohiko telebista-edukiekin konparatuta, eta nahiz eta deskribatu dugun fenomenoaren esanguratsua izan, Jakubowicz-en ustez (2010), oraindik ez dute paradigma-aldaketarik eragin gizartean. Bolin (2010) bat dator Jakubowiczekin, eta zalantzak ditu *prosumer* figura horren autonomia eta askatasunaren inguruan. Era honetan justifikatzen du bere iritzia:

Admittedly, audiences contribute to the production of the 'text' (as the continuous process that results from the work-interpreter relation), but do they also contribute to the 'work'? 'The customer is not the king, as the culture industry would like to have us believe, not its subject but its object,' wrote Theodor Adorno ([1967]1975, p. 12) some years ago. We might indeed ask ourselves how new ideas on 'user-generated content' fit with this statement, not necessarily because we are either subject or object but rather when we are the subject and object, respectively (Bolin, 2010:80).

Audientzia aktibo horren izaeraren gainean zalantzak dauden arren, ukalezina da hedabide berriekin gertatzen ari den beste fenomeno bat: audientziak euskarri bat baino gehiago erabiltzen du aldi berean. Esan nahi da, Interneteko ikus-entzunezko kontsumoak batzuetan ordezkatu egiten duela telebistaren aurreko momentua, baina askotan elkarren osagarri direla (Niqui, 2012). Praktika horri *media multitasking* izena eman zaio (Castells, 2009; Gutnick et al.,

2011; Niqui, 2012; Roberts, Henriksen eta Foher, 2009; Svoen, 2007; Tubella, Taberero eta Dwyer, 2008).

Kontzeptuak baditu, baina, hainbat interpretazio desberdin; denek ere, balio dute deskribatzeko erabiltzailearen ohitura ekintza bat baino gehiago burutzeko aldi berean. Esangura desberdin horiek hiru ardatz nagusitan batu daitezke (Gutnick et al., 2011):

a) Komunikabideak kontsumitu bitartean bizitza errealeko ekintzaren bat egin; adibidez, Youtubeko bideoak ikusi bazkaldu bitartean.

b) Komunikabide bat baino gehiago aldi berean erabiltzea; adibidez, ordenagailuan txateatu telebista ikusi bitartean.

c) Euskarri bakarrean ekintza desberdinak burutzea; adibidez, Youtubeko bideoak ikusi posta elektronikoa kontsultatu bitartean.

Hedabide bat baino gehiago aldi berean erabiltzearen praktika XX. mende hasieratik existitu den arren (adibidez, irakurri bitartean irratia entzutea), Roberts, Henriksen eta Foehr-ek (2009) adierazi bezala, praktika hori nabarmen hazi da teknologia digitalaren etorrerarekin, eta, bereziki, gailu txikiagoak gizarteratu direnez geroztik. Horren adibide gisa, autore horiek aipatzen dute 1999tik 2004ra hazi egin zela hedabideen kontsumoa, baina ez zela aldaketarik egon kontsumo-denboran; horrek baieztatzen zuen hedabide bat baino gehiago erabiltzen zirela aldi berean.

Praktika horiek guztiak aztertuta, eta aurreko lerroetan azaldu den moduan, ondoriozta daiteke hedabide berriek ez dituztela zaharrak ordezkatzen, baina erabilera posibleak biderkatu egiten dira euskarri desberdinetan (Hess et al., 2012:192): "The user now has access to a wider range of devices, and 'jumping' between devices becomes more frequent".

Laburbilduz, hiru interaktibitate mailaz hitz egin da aurreko lerroetan; Tubella, Taberero eta Dwyer-ek (2008) ondo multzokatzen dituzte jarduerak: lehenik eta behin, kontsumoaren interaktibitatea aipa daiteke, non ikusleak erabakitzen duen noiz zer ikusi nahi duen; bigarrenik, komunikazioan gertatu den interaktibitatea dago, non edukiak kudeatzeko eta partekatzeko aukerak biderkatu diren; eta, hirugarrenik, ekoizpenean izan den interaktibitateaz hitz egin genezake, non audientziak gaitasuna lortu duen ikus-entzunezko edukiak ekoizteko eta Sarera igotzeko. Jenkinsek (2003) aurreko hirurei beste honako hau gehitzen die: komunikabide profesionalen eta ekoizle amateurren arteko interaktibitatea, non bereziki, masa-hedabideek edukiak eta esperientziak sortzen dituzten kontsumitzaile aktiboan pentsatuta.

2.1.4 Digitalizazioaren eragina: ekoizpen eta audientzia masiboetatik mikroaudientzietara

80. hamarkada aurretik existitzen zen masa-hedabideen *broadcasting* eredua aldatu zuten satellite eta kable bidezko eskaintzek, programazioa hainbat gaitan sakabanatzen hasi zirenean. Bi hamarkada geroago, ordea, ikusleak aukera zuen ikus-entzunezkoak bere aparailu propioetan ikusteko; esan daiteke, beraz, *narrowcasting*-etik *point-casting*-era igaro garela (Orihuela, d/g). Garaiak, izan ere, aurrerapen teknologikoak ekarri ditu ikus-entzunezkoen esparrura, eta horrekin batera, sortu dira telebista-eredu eta audientzia-profil berriak.

Eraldaketa horretan, satelliteak eskaini zuen *narrowcasting* eredua hedatu da LTDra, hainbat eta hainbat kate berri sortu baitira, gai konkretu bat lantzen dutenak edo publiko konkretu bati zuzenduta daudenak, hots, gaikako telebista kanalak:

Con la multiplicación de canales y modos de comunicación que permiten las nuevas tecnologías y los cambios en la regulación, la industria ha evolucionado de un medio de comunicación de masas predominantemente homogéneo, anclado en las redes de televisión y radio nacionales, a un sistema de medios diversos que combinan la difusión general con la difusión a audiencias nicho (Castells, 2009:178).

LTDko kateen ugalketak, beraz, ahalbidetu du eduki espezializatueta pentsatu ahal izatea. Horrenbestez, audientzia-mota desberdinak hainbat katetan sakabanatuta egoteko aukera eskaintzen du testuinguru berriak. Horrek eragiten du audientzia zatikatzea, eta telebista eta haren eskaintza audientziaren nahiekiko hurbilago egotea (Castells, 2009; Pérez de Silva, 2000).

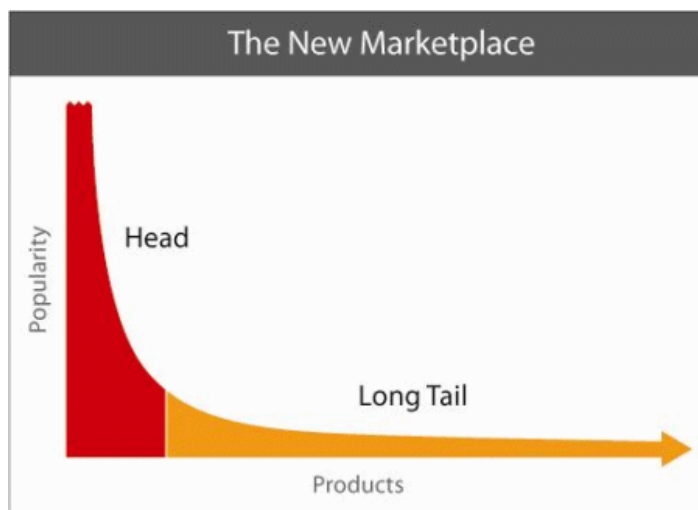
Hala ere, audientziaren sakabanatzea itxurazkoa da LTDan (Castells, 2009; Sánchez, 2012); edukien eta kontsumoaren zatikatzearen parean ekoizle-sareen baturak izan dira korporazio handietan, merkatuaren dibertsifikazioan kontrola edukitzeko. Kasurako, Espainian telebista-kate gehienak bi korporazio nagusiren menpe daude: Mediaset España Comunicación eta Atresmedia Corporación. Beraz, LTDak zekarren dibertsifikaziorako aukera erabat baldintzatuta geratzen da bi korporazio horiek sortu duten duopolioarekin, Espainiako publizitate-inbertsioen %85 haien esku dago-eta. Euskal Autonomia Erkidegoan egoera ez da hobeagoa (Nerekan, 2013), telebista autonomiko bakarraz gain, tokiko esparruan lau komunikazio-talderen esku geratu baita lizentzien %95a: Vocento, Prisa, Local Media eta Hamaika Telebista. Horrenbestez, testuinguru berrian itxuraz gauzatu den ugaritze eta pertsonalizazioaren ondotik ere etorri da edukien homegeneizazioa, enpresa gero eta gutxiagoren menpe dagoelako telebista-merkatua (Castells, 2009).

Komunikabideen egitura ezagututa ere, Aguadok (2005), esate baterako, aipatzen du Europako telebistagintzaren joera izango dela gaikako kanalak sortzea, kable, satellite, LTD edo Internet bidez emititzeko, azken horiek lehen aipatutako VoD (*Video on Demand*) formularekin. Ñabardura garrantzitsua eransten dio Muro Benayasek (2009:8) Aguadoren iragarpenari: "La crisis de las televisiones masivas generalistas es sólo un anticipo del declive de todos los grandes medios generalistas asociados a la cultura analógica. Y a la cultura de masas". Etorkizuneko ikus-entzunezkoen testuinguruan, beraz, orotariko eskaintzak ez du arrakastarik izango, gaikako edukien mesedetan. Hala ere, gaur egun oraindik telebistak eta orotariko kateek jarraitzen dute izaten hedabide izar audientziaren kontsumoan, baina aurreikusten da joera hori aldatzen joango dela poliki-poliki (Castells, 2009), audientzia-talde txikiak sortu arte.

Interneten, ordea, eskaintza ez dago lotuta korporazio handiei bakarrik, eta beraz, Sareak eskaintzen dituen kontsumo-aukerak denetariokoak eta pertsonalizatuak dira, aurrez azaldu bezala, audientziak erabakitzen duelako zer kontsumitu nahi duen. Horiek horrela, Sareak audientzia edo kontsumitzaileen zatikatzea ekarri du; are gehiago, audientziaren atomizazioa gertatzen ari dela dio Sclarik (2013). Horrela bada, audientziaren zatikatzeak izan ditu bere ondorioak, audientzia hainbat euskarritan sakabanatuta dagoelako (Tubella, Tabernero eta Dwyer, 2008:169): "El impacto consiguiente se cifra para empezar, en la relación entre los consumidores y los medios de comunicación en términos de audiencia, de las características de uso y consumo, y del tiempo de dedicación a los diferentes medios o a los distintos canales dentro de cada medio". Jenkinsek (2007) Youtuberen adibidea ere aipatzen du, audientziaren zatikatzearen adibide garbi modura, erabiltzaileak komunitate-nitxoetan sakabanatuta daudelako, haien gustuko edukien eta kanalen inguruan. Ikus-entzunezko edukiak eskaintzen dituzten hedabideek ere ezagutzen dute audientziaren jarrera Interneten, eta eskaintza bereiztua osatzen dute audientzia-profilei egokitzeko. Interneteko kontsumo-ereduaren arrakasta ikusita, aurreikusten da norabide hori jarraituko duela telebistako edukien ekoizpenak (Livingstone, 2002; Tubella, Tabernero eta Dwyer, 2008).

Hori guztia hizpide izanik, Muro Benayasek (2009) Chris Andersonek izendatutako *long tail* teoria aipatzen du, etorkizuneko hedabideen joera deskribatzeko (ikus **12. irudia**).

12. irudia. The long tail teoriaren grafikoa



Iturria: Anderson, 2006

Teoria horren arabera, audientzia jada ez da multzo bakan eta potoloetan kokatzen, aro analogikoan gertatzen zen bezala (Gauss-en kanpaiak irudikatuko luke aro analogikoa). Audientzia sakabanatuta dago talde txikietan, eta zerbitzuak bereiztuta eta gaika egon beharko lirateke antolatuta, audientzia zatikatu horri erantzuteko. Audientzia hori, gainera, hainbat euskarritan banatuta dago: Scolari (2013) Zygmunt Bauman-en hitzak berreskuratuz, *audientzia likidoa* bihurtu dela dio: "Las audiencias se han vuelto fluidas y resulta cada vez más difícil organizarlas alrededor de un medio" (Scolari, 2013: 222). Muro Benayasen (2009) arabera, hedabide tradizionalak aro digitalean arrakasta izan nahi baldin badute, egoera hori gainditu beharko dute. Etorkizuneko ereduari, beraz, nahien eta ohituren arabera sortuko dira audientzia-talde desberdinak, jende-kopuruz txikiagoak izango direnak, baina profilez pluralagoak.

2.1.5 Ikus-entzunezko edukiak digitalizazio garaian

Aurreko lerroetan atentzio berezia eskaini zaio digitalizazio-prozesuak audientziaren kontsumo-ohituretan izan duen eraginari. Bolinen (2007) arabera, baina, digitalizazioak edukietan izan duen eragina aztertzea ere garrantzitsua da; izan ere, hedabide-merkatu desberdinen (prentsa, irratia, telebista...) bateratzeak eragin zuzen-zuzena izan du edukien nolakotasunean.

Ikus-entzunezko edukiez ari garela, telebistak igaro ditu honezkero Ecol (1986) deskribatutako paleotelebista eta neotelebistaren aroak; azken horretan, 90. hamarkada amaieran izan ziren aldaketek eragin zuten postelebistaren edo hipertelebistaren garairako aldaketa (Gordillo, 2009; Gordillo et al., 2011; Imbert, 2008). Aro aldaketa hori bi faktorek baldintzatu dute nagusiki; batetik, eta aurreko lerroetan azaldu duguna berrartuta, komunikabideen konbergentziak eragin du aro aldaketa. Bestetik, telebistako dokudrama-generoan *reality show*-en etorrerak eragin

zuen iraultza. Telebistaren espektakularizazioa eta telebista-generoen hibridazioa (Eco, 1986) aurretik bazetozen ere, *Big Brother* fenomenoaren arrakastak (Gordillo, 2009) telebistarako eduki eta formula berrietan pentsatzea ekarri du. Fikzioaren eta errealtatearen mugekin jolasean (Imbert, 2008), telebista-dukietan pertsona ezezagunen pribatutasunean oinarritutako hainbat formatu hedatu dira, gehienak, elkarbizitza- edota iraupen-leihaketetan gauzatu direnak.

Telebista-audientziek hedabideetan inoiz baino presentzia handiagoa duten garai honetan, Interneteko bideo amateurrek iraultza ekarri dute dukietan (Niqui, 2012; Pérez eta Gómez, 2011), ez bakarrik Sarean, ikus-entzunezko eduki denetan baizik (Pérez eta Gómez, 2011: o/g):

La producción audiovisual *amateur* originada por el usuario ha llegado a tener tal repercusión sobre la sociedad y sobre las industrias culturales que ha afectado a la producción audiovisual, al punto de hacerle adoptar los modos de expresión del usuario. Los medios de masas se apropian del lenguaje del usuario con objeto de intentar que el espectador se reconozca en él y se llene de los valores positivos que la democracia en el acceso a la producción audiovisual conlleva. Así, de forma paralela, se apodera también del medio.

Kultura-industriak ulertu du *prosumerrek* ekoiztako dukien izaera hurbileko, pertsonal eta freskoak harrera oso ona izan duela audientzian, eta lengoaia hori baliatu dute profesionalak ekoiztako dukietan, publikoarekiko hurbiltasuna irabazi nahian. Erabiltzaile afizionatuek sortutako dukiek hainbesteko arrakasta izan dute, non lengoaia hori informazio-generora ere hedatu den; Pérez eta Gómezek joera horren ondorioen berri damaigute (2011:o/g): "El 'todo vale', cualquiera que sea la procedencia de las imágenes, ha llevado a una suerte de barroquismo de formatos, géneros, estilos y texturas a los informativos televisivos". *Prosumerren* 'marka' duten telesaiok bete da, beraz, egungo telebista, eta ez bakarrik *reality show*-en eskaintza zabalean, informaziozkoak eta dibulgaziozkoak diren erreportajeetan ere antzeman baitaiteke joera hori.

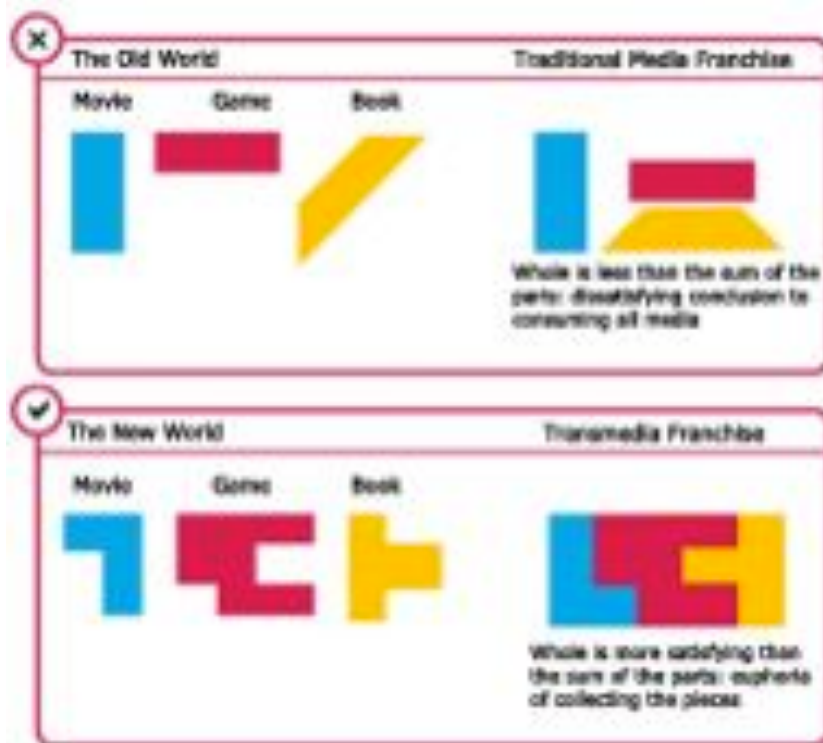
Ikus-entzunezkoen izaera amateur horri gehitu behar zaskio telebista mugikorrek berarekin ekarri dituen erronka nagusiak: euskarrien tamaina txikiari eta kontsumo-denbora laburrari egokitu beharra. Telebista mugikorrarekin hainbat eztabaida ireki dira; izan ere, euskarri mugikorretako ikus-entzunezko kontsumo-ohiturak asko desberdintzen dira telebistatik edo ordenagailuko kontsumo-ohituretatik; are gehiago, komunikabide-ereduaren gaineko zalantza dago gaur egun, bideragarritasunaren ikuspegitik (Antolín, 2012; Hess et al., 2012; Prado, 2009). Euskarrien tamaina kontuan hartuta, estrategia desberdinetan pentsatzea eskatzen dute euskarri mugikorrek (Antolín, 2012), dukiak moldatzearen edo eduki espezifikokoak sortzearen beharra ikusten baita telebista mugikorrerako. Oraingoan, baina, teknologia mugikorrean

kontsumitzen diren edukiak beste euskarrietarako egindako berberak dira, eta apenas ekoitzi da ikus-entzunezko espezifikorik euskarri mugikorretarako.

Gaur-gaurkoz, baina, Sarerako sortutako edukiek (kontsumo-euskarria edozein delarik ere) ezaugarri propioa dute: iraupen laburrekoak dira (Niqui, 2012), eta arrakasta izan duten genero eta formatuen artean aipa daitezke fikzio laburrak, bideoklipak eta trailerrak.

Hedabide desberdinen arteko mugak geroz eta lausoagoak dira digitalizazio garaian (Bolin, 2007), eta kontuan hartuta aurreko lerroetan definitu dugun audientzia likidoaren izaera (Scolari, 2013), zeinak euskarri desberdinetan burutzen duen kontsumoa, plataforma anitzetako ekoizpenak ugartu egin dira. *Transmedia* edukiak deitu ditu Jenkinsek (2003), eta era honetan definitzen ditu Scolari (2009:587): "*Transmedia storytelling* is not just an adaptation from one media to another. (...) The different media and languages participate and contribute to the construction of the transmedia narrative world". *Transmedia* edukiak, beraz, komunikabide bakoitzari egokitutako narratiba independenteak dira, guztiak bateratuta, sortzen dutenak istorio eta narratiba osatua (ikus **13. irudia**).

13. irudia. *Transmedia* edukien izaera



Iturria: Pratten, 2011

Transmedia izaeran pentsatzeak ekarri ditu, beraz, narratiba-eredu berriak (Bolin, 2010), zeintzuetan, adibidez, istorio nagusia zineman aurkezten den, baina istorio horren inguruan

beste eduki osagarri (eta ez errepikakor) batzuk edukiak hedatzen diren telebistaren, eleberrien edo komikien bitartez.

Horrela bada, Jenkinsek eta Gómezek (in Scolari, 2013) era honetan laburbildu dituzte transmedia narratiben oinarriak:

a) Transmedia edukiak gutxienez hiru hedabide desberdinetarako sortu behar dira, han non eduki nagusiaren jarraitzaileak egongo diren. Hedapenaz gain, beraz, garrantzitsua da ezagutzea non dauden jarraitzaileak.

b) Euskarri desberdinetan banatuta dauden eduki ustez independenteeek jarraikortasuna izan behar dute elkarren artean, hedabide batetik besterako jauzian istorioak erlazionatu ahal izateko.

c) Eduki desberdinen jarraikortasunak izaera seriala izan ohi du (Scolari, 2013:41): "Las piezas y fragmentos no se organizan en una secuencia lineal monomediática, sino que se dispersan en una amplia trama que abarca muchos medios".

d) Jarraikortasun hori, baina, ez da guztiz itxita egon behar. Ikusle edo audientziaren begirada subjektiboa bultzatuko duten edukiak gailentzen dira narratiba transmedietan.

Transmedia istorioak izan daitezke mikroistorioak, istorio paraleloak, edota audientziak aukera izan dezake istorio nagusiaren eranskin diren bigarren mailako istorioak sortzeko. *Prosumerren* parte-hartzearen garrantzia azpimarratzen dute Jenkins eta Gómez adituek (in Scolari, 2013), eta haien arabera, garrantzitsua da ekoizleek audientziari uztea edukiak jaisten, berrantolatzen, eta unibertso berriak berrasmutzen (Scolari, 2012:223): "Es fundamental que los productores de una narrativa transmedia no vean a estos prosumidores como una banda de piratas textuales que les están robando sus contenidos; no solo deberían protegerlos, sino también conversar con ellos e incluso brindarles espacios donde puedan expresarse".

Narratiba-eredu hau hasierako fasean dagoen arren, interesgarria izan da produktua edo marka indartzeko, hala nola, Harry Potterren irudiarekin sortu den marketinarekin, edota 24 telesail estatubatuarren inguruan sortu diren mikroistorioekin. Horiek denak istorio nagusia indartzeko erreminta oso baliagarriak dira, markari prestigioa emango diotelako (Scolari, 2009:559): "Transmedia storytelling even introduces a mutation to this scenario in which the brand is no longer inside the fiction, but rather the fiction is the brand".

Postelebista edo hipertelebistaren aroan, beraz, ikus-entzunezkoek dimentsio eta diskurtso berriekin saiakera etengabea dihardute, errealitatearen eta fikzioaren, eta publikoaren eta pribatuaren arteko mugak hautsiz, eta hedabide desberdinetako aukerez baliatuz. Testuinguru

honetan, eduki berriak sortzea bezain garrantzitsua da audientziaren joan-etorriak ezagutzea (Bolin, 2007).

2.1.6 Ikus-entzunezkoen etorkizunaz

Ikus-entzunezkoen etorkizuna ezagutzen ez den arren, egitate bat da ohiko telebistak gainditu dituela bere mugak; horiek horrela, testuinguru berriak telebista terminoa berriz definitzera behartzen gaitu. Niquik (2012) galdera zerrenda luzea botatzen du telebistaren etorkizunaren kontura:

- a) Zuzenekoak zentzurik izango al du?
- b) Sortuko al dira ikus-entzunezko edukiak sustatuko dutenak parte hartze demokratikoa? Eta horrekin lotuta, telebistak onartuko al du hiritar-kazetaritza?
- d) Nolakoa izango da telebistaren merkatua, eduki amateurrek duten arrakasta ikusita?
- e) Orotariko audientziak existitzen jarraituko al du?
- f) Posible izango al da telebista eredu bat, produktuen hedapen eta banaketa libreak onartuko dituen?
- g) Teknologiaz haratago, zein proiektuk irekiko ditu diskurtso berriak? Eta zein proiektuk ahalbidetuko du edukiak partekatzea? Ezagutza sozializatzea? Hezkuntza sustatzea?
- h) Zein rol jokatuko du telebista publikoak?

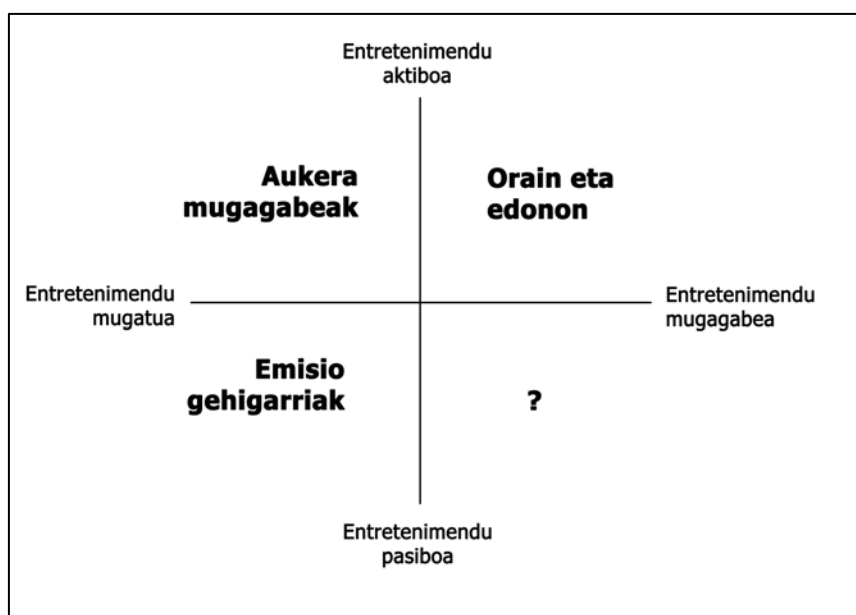
Autore hau, beraz, teknologiak baino gehiago arduratzen du jakiteak zein telebista-eredu sortuko den hemendik aurrera. Haatik, ezin ukatu ere Niquiren zalantza horiek guztiak direla teknologia-aldaketaren ondorio zuzena.

Teknologiari gagozkiola, digitalizazioak hainbat berrikuntza ekarri ditu hargailuetan: lehenik eta behin, bideoak ikusteko tamaina oso desberdinetako pantailak hedatu dira, mugikorretatik hasi eta *videowall* erraldoiak arte; bigarrenik, gailu horiek funtzio anitz dute (telebista hargailu dira, Interneten ere nabiga daiteke berauetan, Saretik kanpo dauden edukiak ere erabil daitezke, eta abar); hirugarren, gailu berriek memoria-gaitasun handia dute; laugarren, gailuek ukimen-ahalmena dute; bosgarren, Internetera konektatzeko gaitasuna dute gailuek; eta seigarren eta azkena, mugikortasuna ahalbidetzen dute. Gaitasun horiek guztiek deskribatzen dituzten askotariko euskarri-ereduak kontraesankorrak dira existitzen diren aurreikuspenekin (Prado, 2009); izan ere, konbergentziaz hitz egin denean (telebistaren eta Interneten, ordenagailuaren

bateratzea) ez da kontuan hartu pantaila bakoitzak helburu bat bete dezakeela, bakoitzaren ezaugarriaren, tamainaren, argitasunaren, definizioaren eta kokapenaren arabera; bata ala bestea izango da aproposagoa helburu baterako edo besterako. Edozein kasutan ere, euskarriaren eta komunikabidearen arteko loturaren amaiera gauzatu da honezkero (Prado, 2009).

OFCOM (The Office of Communications) Erresuma Batuko telekomunikazio-industriaren organo arautzaileak (in Jakubowicz, 2010) hiru etorkizun posible aurreikusten ditu 2028ko telebista eredurako (ikus **14. irudia**).

14. irudia. Telebistaren etorkizun posibleak 2028rako



Iturria: Jakubowicz, 2010

Emisio gehigarrien kasuan, audientziak nahiago luke programatutako eduki-sorta jaso harpidetza bidez eta publizitateak finantziatuta, berak edukiak libre aukeratu baino. Agertoki hau aukeratzearen arrazoiak lirateke erosotasuna eta programazio-taula kontsumitzeko erraztasuna. Telebista-ekoizleek jarraituko lukete orain arteko funtzio bera izaten, nahiz eta aurreikusten den eskaintza tematikoak eta gaikako publizitateak izango luketela orotarikoak baino arrakasta handiagoa.

Aukera mugagabeen kasuan, adin guztietako kontsumitzaileek parte hartuko lukete Internetek eskaintzen duen entretenimendu-eredu parte-hartzailean. Horrenbestez, eta agertoki horren arabera, ikus-entzunezko edukirik arrakastatsuenak Interneten eskainiko lirateke, nahiz eta audientzia txiki bat oraindik telebista tradizionalaren aurrean kokatuko litzatekeen. Agertoki hau hautatzearen arrazoiak litzateke Internetek eskaintzen duela aukera Sarean eskegitzeko eduki-kopuru handia: audientzia zati batek bideoen bilaketak egingo lituzke Sarean, beste batzuek gomendioak eskatuko lituzkete sare sozial birtualetan, beste batzuek Interneteko

entretanimendu-dendetan erosiko lituzkete produktuak, eta beste batzuek programazio personalizatueta harpidetuko lirateke.

Orain eta edonon agertokiaren kasuan, erabiltzaile gehienek euskarri mugikorretan ikusiko lituzkete ikus-entzunezkoak, eta kontsumo-eredua erabat pertsonalizatua izango litzateke. Telebista-zerbitzuak edonon eta edonoiz egongo lirateke eskura, beharrezko gauza bakarria izango litzateke euskarri edo gailu bat eskura izatea eta Interneterako konexioa edukitzea, edukietara sarbidea izateko. Sareko entretenimendua izango litzateke agertoki horren muina, baina Sareak berak baino, gailuak edukiko luke protagonismoa hemen. Demagun, erabiltzaileak film bat ikusi nahiko balu pantaila erraldoian, bere gailu pertsonala konektatu beharko luke pantailara. LTDaren kaltetan, satelite bidezko plataformek eta Internetek izango lukete arrakasta, kalitate handiko emisioak edonon ikusi ahal izateko.

Edukiei gagozkiela, transmedia narratiben bidetik irudikatzen da ikus-entzunezkoen etorkizuna: aurreikusten da ikus-entzunezkoak pantaila desberdinetarako ekoitziko direla, garrantzia izan barik telebista, ordenagailua edo telefono mugikorra den (Jerina, 2013); telebistak hedabide garrantzitsua izaten jarraituko duen arren, poliki-poliki galduko du bere nagusitasuna beste pantailen aurrean, eta horrekin lotuta, eduki nagusiak edo *broadcasting*-a ez dira bakarrik zineman edo telebistan irudikatuko, narratiba aberatsak eskainiko direlako euskarri baten zein bestean.

Informazio-edukiei dagokienez, 'etengabeko zuzenekoak' existituko da (Orihuela, d/g); fenomeno hau gaikako telebista-kateekin sortu bazen ere, Internetek ahalbidetu du gertaera baten gaineko informazioa momentuan-momentuan jasotzea, eta informazioa kontsumitzeko era hau hedatuko da euskarri desberdinetara.

Ereduak eredu, telebistaren norabidea zehaztuko duen adierazle giltzarri bat izango da erabiltzaileak edukietara izango duen sarbide-erraztasuna; bada oraindik garrantzitsuagoa den beste adierazle bat: Internet bidez gertatuko den kontsumo-eskaintza eta kontsumo-eskariaren nolakotasunak bideratuko du telebistaren etorkizuna batera edo bestera (Jakuwicz, 2010).

Aipatu diren horiek guztiak aurreikuspenak diren arren, prozesua hasiera-fasean dago ikus-entzunezkoen merkatuan (Jakubowicz, 2010); prozesua, gainera, amaigabea izango da, hedabide berriak eta horiekiko ohitura berriak sortuz doazen heinean (Jenkins, 2001).

Autore batzuen ustez (Badillo eta Marengi, 2003; Jakubowicz, 2010), beraz, audientziaren portaeran jarri beharko da arreta ikus-entzunezkoen etorkizuna aurreikusteko. Beste batzuen ustez (Antolín, 2012; Orihuela, d/g), ordea, edukiek hartzen duten norabideak zehaztuko du komunikabideen testuingurua (Orihuela, d/g): "Hoy los medios comprenden que su negocio es el contenido, y que en lugar de vender soportes, se trata de generar servicios multiplataforma a

los que el usuario accede desde múltiples terminales en función de su situación y necesidades". Hori bai, Jenkinsen ustez (2001), behin finkotzen direnean, hedabide berriek komunikabide-ekosistemaren parte izaten jarraituko dute.

Oraingoan, egoera desegonkor honetan, komunikazio-eragileak sektore dena kontrolatu beharrean sentitzen dira: ekoizleak dira, banatzaileak dira, operadoreak dira... eta horiei gehitu behar zaie geroz eta parte-hartzaileagoak diren *prosumerrak*. Ikus-entzunezkoek etorkizunean, eta laburbilduz, honako bidea jarraituko dutela uste da (Antolín, 2012): lehenik eta behin, edukiak denetarikoa plataformetarako ekoitziko dira, eta hori dela-eta, istorioak euskarri bakoitzerako propio ekoitziko dira; bigarrenik, irudia (bideoa bereziki) gailenduko da testuaren gainean; hirugarrenik, audientzia oso bereztuta egongo da eduki eta euskarrietan, eta ondorioz, publizitatea ere askoz ere espezifikoa eta, beraz, sarkorragoa izango da.

2.2 Nerabea digitalizazio garaian

Digitalizazioan eta iraultza teknologikoan nerabeek rol garrantzitsua betetzen dute (Morimoto eta Friedland, 2011; Rubio Gil, 2010; Tubella, Taberero eta Dwyer, 2008). Izan ere, gaur egungo 18 urtetik beherako gaztetxoena da ordenagailuarekin eta oro har testuinguru mediatiko oso dibertsifikatua hazi den lehen belaunaldia (Courtois et al., 2012; Morduchowicz, 2008; Svoen, 2007), eta beraz, adin-tarte horiek osatzen du hedabide berrien hartzaile eta erabiltzaile-talderik adierazgarriena (Badillo eta Marenghi, 2003). Gaztetxo hauei *natibo digitalak* deitu ohi zaie (Prensky, 2001); erabiltzaile sutsu diren heinean eta etorkizuneko heldu, beraiek izango dira IKTen erabileraren joerak zehaztuko dituztenak (Kelley eta Littman, 2006). Hala baieztatzen du Castellsek:

Por una parte, un mayor número de personas y especialmente de jóvenes, afirman su autonomía respecto a las instituciones de la sociedad y las formas tradicionales de comunicación, incluyendo los medios de comunicación de masas. Por otra parte, la difusión de Internet y de la comunicación inalámbrica apoya y refuerza las prácticas de autonomía, como cargar en la red contenidos producidos por los usuarios (Castells, 2009:181).

Komunikabideekin duten autonomiaz gain, gaztetxoen eta helduen arteko belaunaldi-etena gertatu dela baieztatzen dute Morimotok eta Friedlandek (2011), beraiek direlako trebeago hedabide berriekin, eta askotan bilakatzen dira gurasoen irakasle. Badillo eta Marenghi (2003) gehitzen dute gaztetxoek nahiago dutela Internetek ahalbidetzen duen kontsumo-eredua, telebistarena baino: gustuko dute edukiak aukeratzea, berrantolatzea eta berbidaltzea. Horrez gain, sare sozialen arrakasta berebizikoa izan da gaztetxoen artean, telebista-kontsumoan igarotako denbora gainditzera (Antolín, 2012).

Baiezta daiteke, beraz, audientzia-profil berria osatzen dutela nerabeek, aurreko lerroetan azaldu den audientzia autonomo eta interaktiboaren parte garrantzitsu baitira; beraz, audientzia-ikerketek ezinbestean kontuan hartu behar dute erabiltzaile gaztearen eta komunikabideen arteko harreman-mota berriaren existentzia (Livingstone, 1998). Belaunaldi-etenaren gaineko zalantzak ditu, ordea, Buckingham-ek (2006); betidanik existitu izan den mamua dela arrazoitzen du, eta helduen beldurretan oinarritzen den justifikazioa dela dio. Horren eredu determinista ezarri beharrean ('eten' hitzak lehenaldi eta orainaldi bat markatzen duelako belaunaldien artean), hausnartu beharko litzateke hedabide berrien sozializazioak zer nolako aldaketak ekarriko dituen belaunaldi berrietan (Buckingham, 2006:11):

There may indeed be broad systematic differences between what adults do with technology and what young people do with it. However, it is important to note that the

meanings and uses of technology are variable: We need some fine distinctions to capture what is happening here. (...) But in exploring this phenomenon in any detail, we will almost certainly need to jettison any essentialist assumptions about the differences between children and adults.

Belaunaldien arteko desberdintasunetan arreta jartzea baino garrantzitsuagoa da, hortaz, aztertzea gaztetxoek komunikabideekin duten harremana, haien inguruan sortzen dutelako beren errealitate propioa (Callejo, 2012; Mallan eta Pearce, 2003; Martín-Barbero, 2008). Hala deskribatzen du kontu hori Martín-Barberok (2008:37): "Desde ahí nos miran y oyen unos sujetos íntima y estructuradamente mediados por sus interacciones desde y con la tecnología". Martín-Barberoren era beretsuan mintzo dira Mallan eta Pearce (2003:xiii), aipatzen dutenean gazte-kulturen plazer-bilaketa era estuan loturik dagoela komunikabideekin: "A central resource for eliciting youthful pleasures and desires is the mass media, which communicates most effectively through the senses and emotions, thus ensuring an affective investment by youth".

Are gehiago, hain da altua gaztetxoen hedabideen kontsumoa, non ezin den harreman hori aztertu nerabeen egunerokotasunetik kanpo (Morimoto eta Friedman, 2011). Hori guztia kontuan hartuta, nerabearen eta hedabideen arteko harremana aztertzea izango da hurrengo lerroen helburua.

2.2.1 Nerabeen ikus-entzunezko kontsumoa eta erabilera: datu batzuk

Aipatu da komunikabide berriek marraztu duten testuinguruak ez duela aurrekoa ordezkatzeko, aurrekoaren hedapen eta gehigarri dela baizik (Badillo eta Marenghi, 2003). Era berean, gaztetxoek erabilerak eta motibazioak (*uses and gratifications*) hedabide berriak erabiltzeko ez dira asko desberdintzen hedabide zaharrekin zituzten erabilera eta motibazioetatik:

Los cambios en el escenario mediático suman opciones de ocio al mismo tiempo que transforman el significado de los viejos medios; pero a la inversa, son las prácticas sociales establecidas por los viejos medios las que establecen los parámetros dentro de los cuales los nuevos medios son incorporados a la vida cotidiana (Badillo eta Marenghi, 2003:66).

Horrenbestez, eta komunikabideekin gaztetxoek izan ohi duten harremanari jarraiki, gaur egun ere aisialdian hedabideek betetzen duten lekuak esanguratsua izaten jarraitzen du (Livingstone, 2002; López Ruiz, 2011; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009; Scantlin, 2008; Suess et al., 1998), egunerokotasunean haiek asko erabiltzen dituztelako eta harreman sozialak egituratzeko botere handia dutelako (Livingstone, 2002). Are gehiago, nerabeek esperientzia gehiago dituzte

hedabideekin lotutako jarduerekin, haur eta helduek dituztenak baino (Scantlin, 2008); era horretan, haurrentzat eta helduentzat komunikabideek aisialdiaren beste elementu bat osatzen duten heinean, gaztetxoentzat esangura garrantzitsuagoa hartzen dute (Suess et al., 1998). Gaztetxoek hedabideekin igarotzen duten denbora-tarte handi horri gehitzen badiogu nerabeek egun duten teknologia-ahalmen altua, hedabideen presentzia eta garrantzia nerabezeroan areagotu egiten da (Scantlin, 2008).

Errealitate hori ondo deskribatzen dute, besteak beste, López Ruiz-ek (2011) eta Elzok (2006a) Espainian egindako ikerketa lanek. Horietan, Espainiako gaztetxoek aisialdia aztertu da, eta bietan ere, komunikabideekin zerikusia duten ekintzek presentzia handia dute aisialdian (ikus **17. taula**); "son las actividades que más practican coincidiendo con las que más les gustan" (Elzo, 2006a: 59).

17. taula. Espainiako nerabeen (15-24 urte) aisialdia (1999-2009), maiztasun erlatiboa (%)			
Aisialdi-ekintzak	1999	2004	2009
Musika entzun (1999an "zintak entzun, compact disc")	%95	%97	%95,6
Telebista ikusi	%92	%94	%93,1
Taberna eta kafetegietara joan	%89	%90	%90,1
Zinemara joan	%86	%87	%86,2
Irratia entzun	%90	%87	%80,6
Diskoteketara joan	%77	%76	%76,4
Erosketak egin	-	%81	%71,3
Liburuak irakurri	%67	%65	%69,7
Ordenagailuan jokatu, Playstation, Gameboy... (bideojokoak)	-	%58	%68,8
Kirola egin	%70	%64	%66,2
Museoak, erakusketak bisitatu	%43	%34	%35,8
	n=3.853	n=3.979	n=3.487
<i>Iturria: López Ruiz, 2011</i>			

Aisialdi-jardueretan hedabideek duten garrantziarekin batera, aipagarri da gaztetxoek teknologia-ahalmena oso altua dela (Roberts, 2000; Roberts eta Foehr, 2008; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009; Scantlin, 2008; van der Voort, 1998), ordenagailuan, telebistan, eta, bereziki, telefono mugikorretan.

Hedabiden kontsumoa haziz doa adinean aurrera egin ahala (Kirsh, 2010; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009); era horretan, eta aro analogikoko ikerketen antzera (Garitaonandia, Juaristi eta Oleaga, 1999), egungo ikerketek diote 8 urtetik gorako haurrek egunean lau ordu eta erdi igarotzen dutela pantailaren aurrean (telebista, DVDa...), eta 8 ordura irits daitezkeela 12 urtetik gorako nerabeen kasuan (Kirsh, 2010; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009).

Denbora horren guztiaren %55 ordenagailuaren pantaila aurrean burutzen du 8 eta 10 urte bitarteko gaztetxoak, eta %39 15 eta 18 urte bitartekoek (Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009). Beraz, pantailarik arrakastatsuen adin-tarte batzuetan oraindik telebista dela baieztatu badezakegu ere, ordenagailuak toki garrantzitsua bereganatu du. Tubella, Taberero eta Dwyerren ikerlanaren arabera (2008), 25 urtetik beherako gazteak dira internautarik sutsuenak, eta gazte askok (%67k) baieztatzen du telebista-kontsumoa gutxitu duela Interneten mesedetan.

Komunikabideen kontsumo-denboraren tarte esanguratsua haien logelan egiten dutela baieztatu dute hainbat autorek (Badillo eta Marenghi, 2003; Bovill eta Livingstone, 2001; Elzo, 2006a; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009; Kirsh, 2010; Rubio Gil, 2010; Suoninen, 2001), eta horrek eragina du nerabeen ikus-entzunezko kontsumoaren nolakotasunean (Morduchowicz, 2008:56): "Al ubicar la televisión en el cuarto de los jóvenes la familia da prioridad a un visionado individual, más solitario, exento de presencia adulta". Horren kontrara, beste ikerketa batzuek (Garitaonandia, Juaristi eta Oleaga, 1999; Larson, 1995; Svoen, 2007; Tubella et al., 2008) aipatzen dute telebista-kontsumo gehientsuena eta gustukoena familian, egongelan, burutzen dutela gaztetxoek: "Nerabeek euren nortasun pertsonala eta soziala eraikitzen dituzten eszenategi bihurtzen dute gela. Mundura irekitzeko balio dien lekua da baina baita euren burua itxita uzten duten lekua ere" (Feixa, 2006:62). Era horretan, Annika Suoninen ikertzaileak (2001) gaztetxoekin burututako ikerlanean baieztatzen du logelan telebista propioa duten nerabeek (uste baita logelan aukera-askatasun handiagoa dutela) gehiagotan ikusten dituztela gustuko dituzten saioak, bakarrik edo lagunekin, telebista egongelan duten gaztetxoek baino.

Kontsumoaren pribatutasunak ekar dezakeen bakartzeaz arduratu dira zenbait autore (Bovill eta Livingstone, 2001; Morimoto eta Friedlan, 2011); hala eta guztiz ere, beste autore batzuen ikerlanek ondorioztatzen dute (Badillo eta Marenghi, 2003; Svoen, 2007) hedabide-kontsumoak esperientzia partekatua izaten jarraitzen duela, are gehiago, hedabide berriek ekarri dituzten sozializatorako eremu berriekin. Gaztetxoek geroz eta teknologia mugikor gehiago dute (Gutnick et al., 2011), eta edozein dela ere ikus-entzunezkoak kontsumitzeko espazioa, sare sozial birtualetara konektatuta daude etengabeko komunikazioan (Hess et al., 2012).

Nerabeen gustuko edukiak aldatu egiten dira adinaren eta generoaren arabera, baina oro har, komedia da generorik arrakastatsuen (in Scantlin, 2008). Hala baieztatu zuten Roberts, Foehr eta Rideout-ek (Scantlin, 2008) haien ikerlanean, galdetu zietenean gaztetxoei zein eduki-mota ikusi zuten bezperan: 8-10 urte bitarteko gaztetxoen %39k komedia-edukiak ikusten zituela aitortu zuen, 11-14 urte bitarteko %36k eta 15-18 urte bitarteko %34k. Beste ikerketa asko fikzioa aipatzen dute genero arrakastatsu bezala nerabeen artean (Garitaonaindia, Juaristi eta Oleaga, 1999 eta 2001; Fedele, 2011; López Vidales, 2012), eta aurrez aipatu dugun komediarekin uztartuta, *sitcom* formatua da arrakastatsuenetarikoa.

Nerabe-kulturek plazera eta desioa bilatzen dute hainbat elementutan eta komunikabideak dira esanguratsuenetarikoak, emozioz eta afektibotasunez betetako mezuak zabaltzen dituztelako (Mallan eta Pearce, 2003). Horrenbestez, hedabideak kontsumitzeko gaztetxoen motibazioen artean, plazera bilatzea da esanguratsuen, eta, horrekin batera, konpainia bilatzea, aspertuta edo bakarrik sentitzen direnean (Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009); informatzea edo ikastea, beraz, ez dira motibazio esanguratsuak nerabeen ikus-entzunezko kontsumorako (van der Voort et al., 1998). Hala gehitzen du Bernetek (2010:110), IKTak kontsumitzeko motibazioez ari denean: "Las TIC palian la soledad y ayudan a relacionarse con el grupo de amigos, ideal para compartir las informaciones, experiencias, inquietudes, etc. durante las horas de ocio". Horrez gain, hedabideak kontsumitzen dituzte informazioa jasotzeko, alderatzeko beren ingurune hurbila besteenarekin (Badillo eta Marengi, 2003). Motibazio horiek guztiak aipatuta, baieztatu daiteke gazteek beharra dutela haien identitatea definitzen eta finkatzen joateko besteekin etengabeko harremanean; eta oro har, Sarea bilakatu da merkatu erraldoi bat non gaztetxoek aurki dezaketen nahi adina eduki, beren hurbilekoekin partekatzen eta beraien identitate individuala zein soziala eraikitzen (Badillo eta Marengi, 2003).

Amaitzeko, eta nerabearen *prosumer* profilaz hitz egiten duten hainbat datu plazaratuz, 2010ean Internetekin zerikusia zuten ikerketek baieztatzen zuten Europako gazteen %30ak sortzen zuela ikus-entzunezko edukiren bat sarera igotzeko, eta horietatik askok, gainera, erabiltzen zituzten *software* eta aplikazio bat baino gehiago ekoizpen hori burutzeko (Niqui, 2012). Roberts, Henriksen eta Foehr-ek (2009) azaltzen dute 12 eta 17 urte bitarteko gaztetxo estatubatuarren %59k parte hartu duela gutxienez ondorengo *on line* jardueraren baten: argazkiak, istorioak, artelanak edo bideoak partekatzen, beste norbaitentzat webgune edo blogak sortzen, sarean egunkari bat edo blog propio bat sortzen, webgune propioa mantentzen, eta *on line* edukia eraldatzen ekoizpen berriak egiteko. Horrez gain, %55ak ere aitortzen du profil bat sortu duela sare sozial birtual batean. Gaztetxoen ekoizpen digital horiek guztiak nerabe-audientziek kontsumitzen dituzte gehienbat, hau da, beraien eta beraiarentzat sortutako edukia izan ohi da (Weber eta Mitchell, 2008). Hala, gaztetxoek beren *on line* ekoizpena aztertzen dute behin eta berriro, jakiteko zenbat pertsonak komentatu eta partekatu duen haiek sortutako edukia.

2.2.2 Nerabeak eta *media multitasking-a*

Roberts, Henriksen eta Foehr-ek (2009) AEBetan egindako ikerketan diotenaren arabera, nerabeen %25ak hedabide bi edo gehiago erabiltzen ditu aldi berean:

Lenhart and colleagues (2007) classify 28% of U.S. adolescents as 'multi-channel teens'- that is, teens who have mobile phones and Internet access, send text messages and instant messages, and use social network sites (SNS)- starting that they are notable for the intensity with which they use connective technologies (Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009:321)

Gauza beretsua baieztatzen du Norwegian burututako beste ikerlan batek ere (Svoen, 2007); era horretan, praktika batzuk berriak ez diren arren, oso ohiko bilakatu da musika entzutea edo telebista ikustea etxerako lanak egin bitartean; berritzaileen artean agertzen da, aldiz, txatean jardutea, etxeko lanak egin, bideo-jokoetan jolastu edo telebista ikusi bitartean. Horrela bada, komunikabideen aurreko kontsumoa aztertzen duten ikerketek kontuan hartu behar dute hedabide bat baino gehiagoren aurrean aurki daitekeela nerabea (Gutnick et al., 2011).

Gaztetxoek, beraz, sarean nabigatu bitartean musika entzuten dute, edota bideo-jokoetan aritzen dira edo telebista ikusten dute. Horrenbestez, komunikabide desberdinak aldi berean erabiltzeak justifikatzen du gaztetxoek hedabide-kontsumo altua. Hala, lehenengo jarduera ordenagailuan aritzea baldin bada, bigarren jarduera batean murgiltzen dira nerabeak; adibidez, txatean jardutea edo mugikorretik mezuak bidaltzea izan liteke bigarren jarduera hori, ordenagailuan etxeko lanak egin bitartean (Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009).

Gaztetxo askok telebista ikusten dute sare sozial birtualetan nabigatzen duten bitartean (Brasel eta Gips, 2011; Jakubowicz, 2010; Niqui, 2012), eta, beraz, hedabide desberdinen artean interakzioa sortzen dute jarduera *multitasking*-arekin; are gehiago, Brasel eta Gips (2011) ausartu dira esatera *multitasking-a* (ordenagailuaren eta telebistaren bitartean) bihurtu dela kontsumo-ohiturarik ohikoena gaztetxoek artean, eta ordenagailu eramangarriaren hedapenari egotzi diote fenomeno hau. Praktika honi *water cooler effect* izena eman zaio (Jakubowicz, 2010). Era honetan azaltzen du Jakubowiczek (2010:11) hedabideen artean gertatzen den harremana: "Las redes sociales como Facebook o Twitter permiten que pueda mantenerse una conversación sobre los programas que la gente está viendo en aquel momento e invitan a repartir el tiempo entre la pantalla del ordenador y la de la televisor". OFCOM⁵-ek 2008an burututako ikerketa bat aipatzen du jarraian; ikerketa horren arabera, italiarren %70ek eta japoniarren %83k esaten du Internet erabiltzen duela telebista ikusi bitartean. Praktika horren ondorioz, telebista-audientziak hazi egiten dira, Interneten bidez partekatzen dituztelako ikusten

⁵ Independent regulator and competition authority for the UK communications industries: <http://www.ofcom.org.uk/>

ari direnaren gaineko iritzi eta inpresioak; horrela bada, telebista-kateek Internet ez dute konkurrentzia gisa ikusten, lagun gisa baizik (Jakubowicz, 2010). Pentsa liteke, beraz, telebista dela hedabide nagusia ordenagailuaren aurretik, aldi berean kontsumitzen direnean; alabaina, Braselen eta Gipsen ikerlanaren arabera, gazteek arreta handiagoa eskaintzen diote ordenagailuari telebistari baino. Beste ikerlan baten arabera (Gutnick et al., 2011), gaztetxoek *multitasking* izaera bereziki da esanguratsua ordenagailuan, ekintza bat baino gehiago egiten ari direlako euskarri berean, hala nola, txatean ari direnean musika entzun bitartean.

Katalunian burututako beste bi ikerlanek ere antzeko datuak ematen dituzte (Niqui, 2012; Tubella, Taberero eta Dwyer, 2008), esanez, 10 eta 24 urte bitarteko gaztetxo asko nabigatzen duela Interneten telebistaren *prime-time* orduan; hala, telebista ikusi bitartean Sarean dabilta, interesatzen zaizkien edukiak bilatzen: "Para los más jóvenes, la televisión es tan sólo uno más de los medios a su alcance en el entorno familiar, y comparte el espacio y el tiempo, entre otros, con Internet" (Tubella, Taberero eta Dwyer, 2008:101).

Komunikabide bat baino gehiago aldi berean kontsumitzea du gustuko, beraz, gaztetxoak; gainera, praktika horretan abilezia duela aitortzen du nerabeak (Brasel eta Gips, 2011). *Multitasking* jardueran murgiltzen den gaztetxoaren profila, baina, oso espezifiko da (Kirsh, 2010): batetik, hedabide-kontsumo altua burutzen duten nerabeak dira gehien jarduten direnak *multitasking*-ean; bigarrenik, nerabe hauek ordenagailuan aritzen dira telebista ikusi bitartean, eta oro har, edozein dela hedabide-kontsumoa ere, telebista beti dute piztuta; hirugarrenik, nerabe hauek sentipen berrien bila joaten dira hedabideetara, eta, amaitzeko, neskek joera handiagoa dute *multitasking*-era mutilek baino.

2.2.3 Ordenagailua gailentzen ari zaio telebistari

Esaten dihardugun moduan, gazteen aisialdian, ezinbesteko lekua dute teknologia berriek eta ikus-entzunezko kontsumoak; hainbat ikerketek, hala ere, baieztatzen dute telebista dela oraindik hedabiderik arrakastasuen (Fennah, 2010; Piñuel, 2011; Roberts, 2000; Suoninen, 2001). Hala ere, gaztetxoek telebistaren eta Interneten kontsumoa alderatzen bada, baieztatu dezakegu konbergentzia teknologikoak onura gehiago ekarri diola Interneti telebistari baino (Piñuel, 2011; Tubella, Taberero eta Dwyer, 2008); Kirsh-ek ematen dituen datuen arabera (2010), ordenagailua logelan duten pertsonen kopurua bikoiztu egiten da haurtzarotik nerabezarora (Kirsh, 2010), eta horrek erakusten du ordenagailuen garrantzia nerabezaroran.

Espainiako gaztetxoek hedabide-kontsumoa aztertu du López Ruizek (2011), eta, bere ikerketaren arabera, Interneten, Google bilatzailearen ondoren, txatak dira aplikaziorik erabilienak (Terra-ren tankerako webgune berezietakoak, zein sare sozial birtualetakoak, hots, Facebook eta Tuenti bezalakoetakoak); emaitza horrek erakusten duen moduan, gaztetxoek

garrantzi handia ematen diote lagunekin, ezagunekin edo familiarekin izan ohi den komunikazioari. Txaten erabilerak, gainera, Interneteko ikus-entzunezko kontsumo-denbora gainditu du: Youtuben egiten den denbora-kontsumoa, telebista-kateetako webguneetako eta bideo-jaitsieretan igarotakoa.

Gaur egungo gaztetxoak Internetekin hazi dira eta Sarea da beraiantzat hedabiderik garrantzitsuena: mugikorra erabili beharreak deiak egiteko, Interneteko hainbat aplikazio erabiltzen dituzte, hala nola, bideo-konferentziak eta, aurrez aipatu bezala, txatak. Horrez gain, Internet entretenimendurako hedabide esanguratsua ere bada nerabeentzat (López, 2011; Rubio Gil, 2010); informazioa bilatzeko baino gehiago erabiltzen dute Sarea helburu ludikoetarako, bertan entzuten baitute musika eta bertan ikusten baitituzte filmak eta gustuko dituzten saioak (López, 2011).

Callejok (2012) Espainian burututako beste ikerketa bat aipatzen du, 2007koa, Espainiako Soziologia Ikertegiaren Gazteriaren Institutuan egindakoa berau; ikerlan horren arabera, 15 eta 18 urte bitarteko gaztetxoak dira gehien erabiltzen dutenak Internet, beste adin-tarteekin konparatuta (batez beste %70,1ek aitortzen du Internet erabiltzen duela, baina adin-tarte horretan %76,3ra igotzen da batez bestekoa).

Telebistarekin batera, Internetekin lotutako erabilerak nagusitzen ari direla baieztatzen du Joselu Blanco ETBko programazio zuzendariak: "Los jóvenes de esa edad (12-16) cada vez consumen menos televisión a través de lo que hasta ahora hemos conocido como televisión: terrestre, vía satélite... Le dedican menos tiempo respecto a otras formas de consumir productos audiovisuales a través de la Red" (Komunikazio pertsonala, 2010-03-26). Sarearen bitartez, beraz, ikus-entzunezkoak ikusi, deskargatu eta partekatzen dituzte nerabeek. Erabilera hori haziz doa, ikus-entzunezkoen ekoizpena Interneten ugaritzen doan heinean. Kontsumo-ohitura berri horiek gertatzearen arrazoi nagusietako bat da nerabea aske sentitzen dela hautatzeko zer ikusi nahi duen, programazio-taula bati lotuta egon barik (Barkhuus, 2009).

Ordenagailuaren eta Interneten arrakasta ikusita ere, okerra da esatea ordenagailuak telebista ordezkaturako duela (Antolín, 2012), teknologien gailentzeaz haratago, egokiagoa da teknologien arteko harremanez hiz egitea.

Hori esanda, Barkhuusen (2009) ikerketak ondorioztatzen du gazteek ez daukatela argi zelan definitu ikus-entzunezkoen testuinguru berria Interneten. Kontziente dira ikus-entzunezko ugari Internet bitartez kontsumitzen dituztela, baina ez dira gai telebistaren testuingurua definitu eta kontsumo hori bertan kokatzeko. Ikus-entzunezkoen testuinguru berria definitzeke dago, beraz, eta horien protagonista garrantzitsuenek, nerabeek, horrelaxe hautematen dute auzia.

2.2.4 Neska eta mutilen hedabide-kontsumoa

2.1.4 atalean aipatu den gisara, genero-desberdintasunak prozesu soziokultural baten ondorio dira, hots, rol edo estereotipoen ikasketa-prozesu baten ondorio (Hoffner, 2008; Hust eta Brown, 2008; Leaper eta Friedman, 2007; Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001); eta noski, komunikabideek ikasketa-prozesu horretan duten parte hartzea esanguratsua da (Hoffner, 2008; Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001; Scantlin, 2008). Era berean, neska eta mutilak era desberdinean sozializatzen diren heinean, komunikabideetan egiten duten aukeraketa ere desberdina da (Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001). Beraz, elkar elikatzen duten hiru erpin lirateke nerabeak, sozializazio-beharra eta hedabideak:

Media consumption, is both a means and an end to the process of gender construction: media contribute to the cultivation of values, social norms, and expectations that, in their turn, help shape children's self-evaluation and aspirations. Simultaneously, self-perception and socialization pressures, shape the construction of gender-appropriate interests and behaviors related to media consumption (Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001:281).

Hautzaroko sozializazioa dela-eta, gaztetxoek ikasten dituzte neska eta mutil izatearen oinarrizko ezaugarriak. Nerabezaroan, baina, hedabideetako edukiak aukeratzekoan atentzio berezia jartzen diete genero bereko pertsonaiei, horiek laguntzen baitiete ulertzen neska eta mutil izateak dakartzan arau eta espektatibak (Hoffner, 2008; Scantlin, 2008). Era honetan azaltzen du kontua Scantlinek (2008:68): "Uses and gratifications theory would suggest that boys and girls select media content for purposes of self-evaluation, comparing themselves to persons of the same gender." Esanenez, beraz, nerabezaroan neskak eta mutilak unibertso desberdinean bizi direla, hedabide-kontsumoari dagokionez (Garitaonandia, Juaristi eta Oleaga, 2001; Hust eta Brown, 2008; Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001). Hara zer dioen Suoninen-ek horri buruz (2001:536): "From a very early age, there seem to be gender differences in media use (...) The differences in adults' gender relations in the three countries are mirrored in the way in which girls and boys relate to media and integrate media content into their activities with friends". Beraz, edukien aukeraketan desberdintasunak egoteaz gain, eduki horien bueltan lagun-taldean sortzen diren harremanak ere desberdinak dira.

Genero-desberdintasunei erreparatuz hedabide-kontsumoan, hedabide berriek gehiago erakartzen dituzte mutilak, neskak baino, azken hauek nahiago dituztelako hedabide tradizionalak (Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001); Espainiako beste ikerketa batean (López Ruiz, 2001), berriz, ez zen genero-desberdintasunik antzeman Internetera sarbidean, eta bai, ordea, erabiltzen zuten denboran eta maiztasunean; izan ere, mutilak ziren erabiltzaile handiagoak. López Ruizen ikerketan, horrez gain, desberdintasunak antzeman ziren 15 eta 17

urte bitarteko gaztetxoetan; izan ere, neskek mutilek baino gehiago erabiltzen zuten telefono mugikorra.

Media multitasking profilari dagokionez, neskek aritzen dira mutilak baino gehiago hedabide desberdinak kontsumitzen aldi berean (Kirsh, 2010). Haatik, era honetan justifikatzen du Kirshek egitate hori (2010:14): "Specifically, girls may multitask more than boys simply because they consume more media that allows media multitasking to take place. For example, boys watch more TV and play more video games than girls, and each of these media is associated with little multitasking behavior". Kirschek esan bezala, mutilek bideojokoekiko zaletasun handiagoa dute neskek baino (Badillo eta Marengi, 2003; Hust eta Brown, 2008; López Ruiz, 2011; Roberts, 2000; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009; Scantlin, 2008; Suoninen, 2001).

Genero-desberdintasunak daude baita komunikabideak erabiltzeko motibazioetan ere. Hala, Barkerrek (2009) aipatzen du neskek hedabideak erabiltzen dituztela harremanetarako, hots, haien lagunekin komunikatzeko; mutilek, ordea, hedabideak erabiltzen dituzte gehiago entretenimendurako eta interesatzen zaien informazioa bilatzeko.

Telebista kontsumitzeko denborari dagokionez, hainbat autorek baieztatzen dute neskek zein mutilek maila berean kontsumitzen dutela telebista (Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009), nahiz eta mutil gehiagok duten telebista beren logeletan (Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001). Gaztetxoek telebista-kontsumo denbora, gainera, altua da (Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001).

Nerabeek hedabideetan kontsumitzen dituzten edukiak aztertzerako orduan, generoa da bereizle esanguratsuena (Garitaonandia, Juaristi eta Oleaga, 1999 eta 2001; Hust eta Brown, 2008; Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001; Livingstone eta Bovill, 2001; Svoen, 2007). Horrenbestez, mutilek kirol- eta akzio-saioak nahiago dituzten bitartean, neskek honako edukiak dituzte gustukoago: komedia, maitasun-istorioak eta oro har, giza-harremanekin zerikusia duten edukiak (Hust eta Brown, 2008; Lemish, Liebes eta Seidmann, 2001; Scantlin, 2008). Honela azaltzen dute auzia Lemishek, Liebesek eta Seidmannek (2001:268): "Boys have a stronger interest in sports and in action and adventure generally. (...) Girls, on the other hand, have a clear interest in human relationships, particularly romance and friendships".

Horiek horrela, ikus-entzunezkoak kontsumitzen ematen duten denbora-kopurua berdina izan arren, motibazioak eta edukiak desberdinak dira. Badillok eta Marengik Morley-ren hitzak aipatzen dituzte genero-desberdintasunak azaltzeko.

Morley (1996) ha afirmado que la televisión es un medio que incrementa la segregación en términos de género, principalmente a través del tipo de programas vistos: 'la masculinidad' se identificó con una marcada preferencia por los programas

'realistas' (noticieros, actualidades, documentales) y 'la feminidad', identificada con una preferencia por los programas de ficción (Badillo eta Marengi, 2003:71).

Edukietan sakonduz, esanenez mutilen gustuko pertsonaiak lotuta daudela kirolarekin edo umorearekin; neskenak, ordea, lotuta daude itxura fisiko ona dutenekin (Hust eta Brown, 2008).

Ikus-entzunezkoen kontsumoan existitzen diren genero-desberdintasunak ulertzeko saiakera egin dute Lemish, Liebes eta Seidmanek (2001). Haien lanean aipatzen dute Johnsson-Smaragdi-ren eta Jönsson-en (1994) ikerlana; bertan, aztertu zuten telebista-kontsumo eta nerabeen autoestimua, eta ikusi zuten zelan mutilek era positiboagoan baloratzen zuten haien burua, neskek baino. Ondorioztatu zuten, autoestimua desberdintasunaren arrazoia erlazioatuta egon zitekeela hedabideetan aukeratzeko zituzten eduki desberdinekin. Era honetan azaltzen dute nesken autoestimua baxuaren arrazoia (Lemish, Liebes eta Seidman, 2001:276): "Girls, on the other hand, are heavier consumers of genres (such as soaps and series or magazines that highlight romance) that define women through their relationships with men". Horrez gain, autoreek baieztatzen dute edukien aukeraketan belaunaldi desberdinen harremanek laguntzen dutela desberdintasun hori mantentzen; hala, neskek haien amek eta ahizpek ikusten dituzten edukiak kontsumitzen dituzte, eta mutilek haien aitek eta anaiek ikusten dituztenak.

Laburbilduz, hedabideek inoiz ez bezalako testuingurua ahalbidetu dute egun, neskek eta mutilek hedabideetan egiten duten aukeraketaren bidez genero-izaera garatu eta indartzeko (Hust eta Brown, 2008; Leaper eta Friedman, 2007; Lemish, Liebes eta Seidman, 2001; Milkie, 1994); hedabide berrien etorrerak ez du genero-bereizketarik sortu, baina lehendik zeudenak handitu egin ditu. Hedabideen inguruan egiten den kontsumoa erlazioatuta dago genero-erakuntza estereotipuekin, ustez neskenak eta mutilenak diren jarduerak, portaerak eta betebeharrak erakutsiz (Scantlin, 2008). Hala ere, Lemish, Liebes eta Seidmanek (2001) ikerlaneko emaitzek erakusten dute neskak ari direla generoak markatu dituen mugak gainditzen eta ustez mutilenak diren esparruetan barneratzen.

2.3 Hedabideak eta nerabearen sozializazioa

Komunikazioaren ikuspegi tradizionalen norabide bakarrek komunikazioaren eskema gailendu izan da, igorletik hartzailera doana (esaterako, Lasswell-en -1948-, Lazarsfeld-en -1955- eta Schramm-en -1964- komunikazio-ereduak). Norabide bakar horretako bi erpinak kontuan hartu behar dira, ordea, komunikazioa ezinezkoa litzatekeelako bi agente horien arteko interakzio barik (Bandura, 1994). Hala, pertsonen informazioa partekatzen dute, etengabeko *feedback*-a ematen diote elkarri, eta interakzio horretan ematen diote esangura informazioari. Hedabideak, noski, informazioaren elementu esanguratsua dira elkartruke horretan, horien bitartez eratzen dira-eta audientziaren esangura sozial eta kulturalak (Jensen, 1987:23): "Mass communication is meaning production". Jakinaenez, eta komunikazioaren ikuspegi tradizionalen, telebista agente kultural esanguratsua da, parte hartzen duena nerabearen sozializazioan, eta familia eta eskola bezalako sozializazio-agenteen eragina indartu edo ezereztu dezake (Medrano, Aierbe eta Orejudo, 2009).

Ikus-entzunezkoen digitalizazioak eta hedabide berriek, hala ere, ahalbidetu dute komunikazio-eredu berri bat, non informazioaren trukea eta pertsonen arteko interakzioa sare gisa irudikatu behar diren. Hedabideen paradigma-aldaketan, sozializazio-eredu berri bezain esanguratsua sortzen ari da, eskola eta familia bezain garrantzitsua dena (Callejo, 2012). Teknologiaren erabilerak parte-hartze globalak eragin ditu, eta nerabeak, haiei esker, sozializazio-esperientzia berrietan murgildu dira. Eredu berri horien gaineko kontrol txikiagoa dute erakunde tradizionalak, eta berriz ere, gatazkak sor daitezke sozializazio-eremu tradizionalekin, hala nola, eskolarekin eta familiarekin (Badillo eta Marengi, 2003). Beraz, hedabide zaharren erabilera sozialaren inguruko auzia edukien gaineko eztabaida eta negoziazioan zentratuta bazegoen ere, hedabide berriek erabileraren gaineko eztabaida berriak ekarri dituzte.

Hedabideek, eta zehatzago, ikus-entzunezkoek egunerokotasunean betetzen duten garrantzia baieztatuta (Morley, 1993; Silverstone, 1994), garrantzitsua da nerabeei eta hedabideei buruzko ikerketa berriak egitea, kontuan hartuko dutenak hedabideen eta oro har, komunikazioaren paradigma eguneratua. Livingstonek (2002) ondorengo arrazoiak aipatzen ditu, hedabideak ikertzeko beharra justifikatzeko:

a) Haurrek eta gazteek adin-tarte bat osatzen dute, kulturalki esanguratsua dena; azpi-kultura bat osatzen dute, merkatu-segmentu bat, eta bertako kideak hedabide berrien kontsumitzaile eta erabiltzaile sutsuak dira: "The combination of children, new media and social change commonly arouses particularly strong views" (Livingstone, 2002:5).

b) Haur eta gaztetxoak euren identitatea definitzeko eta finkotzeko prozesuan murgilduta daude; talde sozial berriak eratzen dituzte beren identitate-bilaketa horretan, eta negoziatzen

dituzte esangura berriak jasotako elementu kulturelekin. Prozesu horretan hedabideek berebiziko rola betetzen dute.

c) Gaztetxoek egunerokotasunean hedabideek pisu nabarmena dute, eta beraz, garrantzitsua da hedabide-kontsumoaren ikuspegi tenporala, espaziala eta soziala kontuan hartzea.

Horri guztiari gehitu behar zaio, Barkhuus-ek eta Brown-ek (2009) azaltzen duten eran, telebista-kontsumoa ekintza soziala dela, batetik, kontsumoa gertatzen den momentuan, eta bestetik, edukien inguruan sortzen diren elkarrizketek egiten dutelako hedabidea soziala izatea.

Arrazoi horiek guztiak direla medio, beraz, hedabideak aztertu behar dira nerabeen egunerokotasunean duten parte-hartzearekin batera, haien sozializazioan betetzen duten funtzioa ulertu ahal izateko.

2.3.1 Hedabideen garrantzia nerabearen sozializazioan

Aurreko lerroetan baieztatu den bezala, hedabideek geroz eta toki garrantzitsuagoa betetzen dute gaztetxoek bizitzan, eta beraz, baita adin-tarte horretako kideak garatzen ari diren identitate-sorkuntzan ere (Svoen, 2007; Vera, 2005). Aipatu da, halaber, gazteena dela talde sozialik harberena hedabide berrien aurrean, eta beraz, baita potentzialki zaugarriena ere (Badillo eta Marengi, 2003). Era honetan azaltzen du Arnett-ek (1995:520) hedabideen esangura nerabeentzako: "That certain socialization issues become intensified, and yet familial sources of childhood socialization have diminished and sources of adult socialization are not yet present, may make adolescents more inclined to make use of media materials in their socialization than they would be at younger or older ages". Weber-ek eta Mitchell-ek (2008) sozializazioa eta identitate-eraketa brikolaje-teknikarekin alderatzen dute; izan ere, identitate-sorkuntzak eskatzen du inprobisazioa, esperimentazioa, generoen nahastea, elementu beretsuak edo kontrastea sortzen dutenak elkarren ondoan itsastea; oro har, egoera berrien aurrean esangura berriak sortu eta eraldatzea eskatzen du identitate-sorkuntzak. Horregatik hain zuzen, aro digitaleko nerabeen kasuan, Weber eta Mitchellen ustez (2008) hedabide berriek erreminta berriak eskaintzen dizkiote gaztetxoari brikolaje hori gauzatzeko.

Hedabideek, beraz, gero eta zeregin garrantzitsuagoa betetzen dute gazteen gizarteratzean. Esanguratsua da, horri gagozkiola, Tubella, Taberero eta Dwyer-ek ikerketa batean ondorioztatzen dutena:

Su rápida adopción de estas tecnologías permite que incorporen activamente el uso de Internet y de estos nuevos canales y maneras de informarse, comunicarse y entretenerse a características esenciales de su vida cotidiana, como los procesos de

aprendizaje, la creatividad, la sociabilidad y la formación y consolidación de una identidad tanto a nivel individual como colectivo (Tubella, Taberner eta Dwyer, 2008:114).

Beraz, hedabideak elementu esanguratsua dira nerabearen sozializazio-prozesuan, heldutasunera bidean burutzen duten ikasketa-prozesuan (Milkie, 1994; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009; Tubella, Taberner eta Dwyer, 2008). Autore horiek eta Arnett-ek (1995) gehitzen dute nerabeek haien buruak bakardadean esploratzen dituztela, eta, gaur egungo hedabideek nerabeen bakardade-momentuetan duten presentzia altua ikusita, hauen eragina areagotu egiten dela.

Hedabideekin gertatzen den sozializazio-prozesuaren garrantzia indartu egiten da kontuan hartzen bada hedabideen gaineko kontrol publikoa minimoa dela gaur egungo gizartean eta askatasuna dutela nahi duten edukia plazaratzeko (Arnett, 1995). Horregatik, besteak beste, lehenago aipatu bezala, eskola eta familiaren sozializazio-prosezuei kontrajarri ahal zaie hedabideekin burutzen den hori. Horri gagozkiola, hedabide berriek ahalbidetu dute helduen edukietara sarbidea handitzea. Horren ondorioz, nerabeek euren adinerako propio ez diren edukiak eskuragarriago dituzte egun, hedabide zaharren garaian baino gehiago; ondorioz, baita, nerabeen sozializazio-prozesua gatazkatsua da, helduenarekin nahasten delako, eta Meyrowitz-ek (1986) hedabide tradizionaletan definitutako 'haur helduaren' fenomeno indartzen duelako (Badillo eta Marengi, 2003).

Hedabideek ere errealitate desberdinak erakusten dituzte, askotan banakoarenetik urruti daudenak (Boyd, 2008). Hedabideek erakusten dituzte irudiak azaltzeko audientziari zer den modan dagoena nerabe-kulturetan, askotan, gizabanakoaren testuinguru hurbiletik erabat urrun dauden baloreak transmitituz. Horrekin lotuta, Boydek (2008:138) aipatzen du gaur egungo nerabeak *celebrity*-aren kulturaren bizi direla, azken hamarkadan *reality* tankerako edukiak hartu duten garrantzia dela medio: "The experiences that teens are facing in the public that they encounter appear more similar to the celebrity idea of public life than to the ones their parents face".

Hedabide berrien logikak ere bestelakoak dira egun; izan ere, euskarri desberdinak harreman etengabe daude haien artean, edukiak euskarri batetik bestera (telebistatik Internetera, Internetetik mugikorrera...) garraiatzen baitira. Saretze horrek eragiten du gaztetxoek dependentzia izatea euskarri desberdinetan kontsumitzen dituzten edukiak: ikusi, sortu eta partekatzearen gorpil zoro horretan erabiltzen dituzte denetariko euskarriak (Badillo eta Marengi, 2003).

Aipatu berri diren arrazoi horiek guztiek azpimarratzen dute handia dela hedabideek daukaten eragina nerabearen sozializazioan. Eragin hori, baina, ez da ez lineala, ezta izaera bakarrekoa ere; eraginak konplexuak dira, askotarikoak eta askotan kontraesankorrak:

Los medios operan en múltiples dinámicas vitales de los jóvenes; contribuyen a la diversificación e individualización de los mundos y estilos de vida, en la construcción de la identidad, en la creación de valores –y en la destrucción de otros–, en las formas y tipos de socialización que los y las jóvenes experimentan, en el refuerzo de prácticas y en la invención de otras nuevas, en la diferenciación con otros segmentos de edad, en el soporte de la identidad grupal, en el consumo y circulación de bienes materiales y culturales, por nombrar sólo algunas (Badillo eta Marenghi, 2003:67).

Baiezta genezake, beraz, hedabideek transmititzen dituztela elementuak gaztetxoek unibertso kulturala elikatzeko, eta elementu horiek esangura desberdina hartzen dutela txertatzen direneko testuinguruaren arabera.

Nerabea, baina, ez da irudikatu behar audientzia pasibo gisa (Corsaro, 2005), hedabideen eragina jasotzen duten talde zaugarri soil gisa; izan ere, hedabide berriek ahalbidetu dute gaztetxoa hedabide-kontsumoan aktiboa izatea eta ekintza aktiboaren bidez, hain zuzen, eraikitzen du banakako identitatea eta taldekoa: "The creative construction that is involved in digital production permits the manipulation of gendered, raced, and sexualized identities, both online and offline" (Weber eta Mitchell, 2008:39). Beraz, gazteek hedabideak erabili egiten dituzte *on line* interakzio horien bitartez haien harremanak sendotzeko (Hoffner, 2008); ingurune birtualetan birsortzen dituzte aurrez aurre lagunekin dituzten harremanak, eta geroz eta garrantzitsuagoa da lagun-taldean etengabeko harreman hori mantentzea, aurrez aurre zein era birtualean (Bernete, 2010).

Lau proiektu desberdinen adibideak aztertzen dituzte Weberrek eta Mitchellek (2008), erakusteko nola laguntzen duen nerabearen ekoizpen digitalak haren identitate-sorkuntzan; horien artean aipatzen dituzte honako proiektuak:

a) *Digital Girls* deitutako proiektu batean (Kanada), aztertu da nola erabiltzen duen *MySpace* sare sozial birtuala 11 urteko neska gaztetxo batek.

b) Waliak, Londresen bizi den 15 urteko afrikar iheslariak, parte hartu zuen *Moving Lives* proiektuan. Bertan, IKTak erabilita, azaldu behar zuen nola egin zuen Afrikatik Britainia Handirako bidaiak. Tresna desberdinak erabilita eraiki zuen gaztetxoak bere auto-errepresentazioa.

c) 50 neska nerabek, 11 eta 12 urtekoak, parte hartu zuten ikerketa batean, eta bertan hedabide berrien bitartez errepresentatu egin behar zuten beren logelako errealitatea.

d) *Participatory video-making* deitutako proiektuan KuaZulu-Natal-en (Hegoafrikar Errepublika) 14-16 urte bitarteko nerabeek parte hartu zuten egun bateko sorkuntza-proiektuan, beren errealitatea grabatu eta erakusteko.

Egungo testuinguruak, beraz, eskaintzen ditu esperientzia desberdinak hedabideak kontsumitzeko, erabiltzeko eta partekatzeko, eta horien bidez eraikitzen diren irudi eta identitateak dira nerabeek bereganatzen dituztenak (Weber eta Mitchell, 2008:39): "They are created not only as expressions and explorations of individual identities, but also very much as a way of including others in their own personal 'identity work' and of extending and linking themselves to significant others." Weber eta Mitchellek (2008) azpimarratzen dute esperientzia horiek bisualak direla gehienbat, hau da, irudiarekin lotutakoak direla (argazkia zein ikus-entzunezkoa).

Laburbilduz, teknologia, eta, zehatzago, hedabideak, gizartean geroz eta barneratuago dauden heinean, sozializazio-prozesuak eta identitateak aztertzeke ezinbesteko giltza da hedabide horiek berak aztertzea. Izan ere, hedabideak egunerokotasunean erabat integratuta egoteak eragiten du gehienetan haien eragina ikusezin bihurtzea. Horregatik da garrantzitsu, hain zuzen, hedabideen gaineko ezagutza garatzea eta zabaltzea.

2.3.2 Hedabideen eragina nerabeen lagun-taldean

Oso ikerlan gutxi azertu dute lagun-taldearen eragina gaztetxoaren hedabide-kontsumoan, nahiz eta lagun-taldea (Callejo, 2012; Coleman eta Hendry, 2003; Corsaro, 2005; Feixa, 1999; Kroger, 2007; Livingstone, 2002; Martín-Barbero, 2008; Milner, 2004; Rocher, 1990) zein hedabideak (Milkie, 1994; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009; Tubella, Taberner eta Dwyer, 2008) sozializazio-agente nagusiak izan. Hala ere, lagun-taldeak izan dezake eragin zuzena gaztetxoaren aukeraketa eta kontsumo-eredu mediatikoan (Suoninen, 2001). Izan ere, eta esaten ari garen bezala, lagun-taldeak garrantzia hartzen du nerabearen sozializazio-prozesuan (Coleman eta Hendry, 2003; Milner, 2004) eta gaztetxoaren mikrosistemaren parte esanguratsua betetzen du (McHale, Dotterer eta Kim, 2009). Nerabeen kategoria soziala, beraz, berdinen arteko komunikazioan oinarritzen da (Callejo, 2012). Aipatu da, halaber, gaztetxoak hedabide-kontsumitzaile altuak direla eta kontsumo horrek eragina duela gaztetxoaren sozializazioan. Horri gagozkiola, Arnettek (1995) ondorengo motibazioak aipatzen ditu, nerabeen hedabideen erabileraz ari dela:

- 1) Entretenimendua bilatzeko: musikaren kontsumoa azpimarratzen da, egongelaren pribatutasunean egiten den kontsumoa.
- 2) Identitate-sorkuntzan laguntzeko: emakumezkoen eta gizonezkoen rol-eraketa azpimarratzen du autoreak elementu esanguratsuena bezala.
- 3) Bestelako sententzioak bizitzeko: bizitza errealean bizi ezin daitezkeen emozio gogorrak bilatzen dituzte hedabideetan. Autoreak heavy eta rap musiken kontsumoa ezaugarri honekin lotzen du gehienbat.
- 4) Auto-ikasketa prozesu gisa: hedabideak pribatutasunean kontsumitzen dituzte nerabeek haien burua bakardadean esploratzeko. Horregatik, musika pribatutasunean entzutea gustuko dute, esperientzia pertsonalekin erlazionatu gura dituztelako kantuak.
- 5) Nerabe-kulturekin identifikatzeko: hedabide-kontsumoak ematen dio gaztetxoari ahalmena beste nerabeekin konektatuta sentitzeko. Nerabe-talde horiek azpi-kultura gisa irudikatu behar dira, hau da, ezin dela nerabe-kultura bakarraz hitz egin.

Nerabeek hedabideak kontsumitzeko dituzten motibazioak ikusita, ondoriozta daiteke nerabeen sozializazio-prozesuan eta identitate-sorkuntzan hedabideen eragina nabarmena dela. Hedabideen kontsumo horretan gaztetxoek bilatzen duten autonomiarekin (kontsumoari eta erabilerari dagokionez) eta horizontaltasunarekin parekatzen du Arnettek (1995) lagun-taldea. Kirsh-ek (2010) ere, 1985ean aurkeztutako teoria berrartzen du, giza-motibazioetan eragiten duten faktoreen inguruan, eta parekatu egiten du hedabideak kontsumitzeko motibazioekin; horien artean aipatzen dira autonomia garapenaren, konpetentziak eskuratzearen eta harremanak ezartzearen beharra. Bi autoreek, hortaz, harreman edo sozializazio beharrari atentzio berezia eskaintzen diote hedabideak kontsumitzeko motibazioez ari direla.

Horrenbestez, nerabezaroan lagun-taldeak hartzen duen garrantziak isla zuzena du haiek egiten duten hedabide-kontsumoan (Fedele, 2011; Merino, 2010). Honela zehazten du kontua Suoninenek (2001:209): "Talking about media and media contents is clearly the most important way in which media affect peer group relationships. Swapping media with friends also plays an important role in peer group relationships; these exchange networks are a very effective and cheap way of gaining access to a broader variety of media products". Era beretsuan hitz egiten du McHalek (2009); izan ere, eta kontuan hartuta lagun-taldeak duen garrantzia nerabezaroan, talde hori osatzen duen gizabanakoari zuzenean eragingo dio taldearekin duen interakzioak, eta hedabideei dagokionez ere, berdin gertatzen da. Hedabideak erabiltzen dituzte gaztetxoek, beraz, taldekidetasun hori indartzeko (Badillo eta Marengi, 2003; Hoffner, 2008); hedabideetatik jasotzen dituzten produktuei balio sinbolikoak egokitzen dizkiete eta partekatu

egiten dituzte taldearekin. Horri dagokionez, nerabe-taldeek erreferenteak bilatzen dituzte hedabideetan, eta haien diskurtsoak berenganatzen dituzte, identifikatuta sentitzeko.

Nerabeak, beraz, teknologia berriez baliatzen dira taldearekin harremanetan jartzeko eta horien bitartez sortzen dituzte loturak besteekin, eta mundua ulertzeko mekanismoak garatzen dituzte. Hala dio, adibidez, Morduchowiczek (2008:9) Sarearen erabileraren inguruan: "Los adolescentes modelan en ella sus identidades individuales y colectivas y aprenden a hablar de sí mismos en relación con los otros".

Nerabezaroa, aurreko lerroetan aipatu den bezala, adin-tarte aipagarria da identitate indibidual eta kolektiboaren sorkuntzan; izan ere, familiaren eta eskolaren hezkuntza-transmisioa ahuldu egiten da urte horietan, eta lagun-taldearen aisialdian kontsumitzen diren produktuek hartzen dute garrantzia (Merino, 2010). Hala, honako hau erasten du Morduchowiczek gazteen testuinguruaren inguruan:

¿Cuáles son los signos de los jóvenes hoy? Las marcas juveniles parecen claras: salir en grupo, tener una sociabilidad de banda, divertirse, conocer lo último en música, mirar los programas de televisión que ven los demás, recibir llamadas en el teléfono celular y navegar por Internet (especialmente jugar y chatear) (Morduchowicz, 2008:18).

Aisialdiaren parte handi bat pasatzen dute nerabeek, beraz, aparailu teknologiko bati konektatuta, lagunekin konektatuta egoteko helburuarekin (Merino, 2010:202): "Con el grupo de pares construyen de forma cotidiana su quehacer tecnológico: se comunican, comparten archivos, sugieren páginas web, se mandan sms, etc."

Ezin da ahaztu, baina, nerabeak beharra duela taldean integratuta sentitzeko, eta, beraz, hedabideetan aurkitzen dituzte elementuak taldearen parte izaten lagunduko dietenak, hots, taldean gizarteratzen lagunduko dietenak, eta 'ni', 'gu' eta 'haiek' harremanak eratzen lagunduko dutenak (Badillo eta Marengi, 2003; Drotner, 2000; Suess et al., 1998). Honela azaltzen du auzia Barkerrek (2009:209): "Mass media provide adolescents opportunities to identify with ingroup members who look and act similarly to each other as well as to compare themselves to outgroup members."

Hedabideek, beraz, eta digitalizazioaren ondoren sortutako testuinguru teknologiko eta mediatikoak, gehienbat, era estuan baldintzatzen dituzte nola lagun-taldearen izaera hala beronen dinamika (Brown eta Larson, 2009; Morduchowitz, 2008), eta haurra hazten doan heinean lagun-taldearen *sozializazio teknologikoa* (Brown eta Larson, 2009) geroz eta esanguratsuagoa bihurtzen da; teknologiaren gaineko ezagutzak eta beronekin gauzatatutako praktikak berdinekin partekatzen direlako da hori (Merino, 2010). Telebista mugikorren

visiting and adapting their own and each other's sites, these young people were in a sense gazing at themselves, critiquing and consuming their own images."

2.3.2.1 Ikus-entzunezkoak eta lagun-taldea

Roberts, Henriksen eta Foehrrek (2009) aurkeztutako ikerlanaren arabera, telebista da hedabiderik partekatuen nerabeen lagun artean: gaztetxoek %74k eta haurren %57k hitz egiten du telebista-dukien inguruan haien lagunekin. Berdin baieztatzen dute Suess et al.-ek (1998) haien ikerketan: telebista-programen eta oro har ikus-entzunezkoen inguruan hitz egiten dute haur eta gazteek maiz; are gehiago, saio baten inguruko elkarrizketa bihur daiteke hain garrantzitsua, ezen derrigorrezkoa bilakatzen baita gaztetxoarentzat bezperan saio hori ikustea, lagunekin partekatu ahal izateko. Honela aipatzen du gaia Suoninen-ek ere (2001:209): "Popular television programs are sort of 'joint cultural heritage': Everyone knows them, they reach everyone at the same time and therefore they serve well as common topics for talk." Casas et al.-ek (2007) burututako ikerlanean, nerabeei galdetu zieten ea zenbateraino zuten gustuko ikus-entzunezkoen inguruan hitz egitea inguruko pertsonekin; erantzunak bost puntuko Likert eskala batean batu ziren, *batere gustuko* aukeratik *oso gustuko* aukeraraino, eta baloraziorik altuenak jaso zituztenak izan ziren nerabeen lagun-taldeak. Gisa bereko baieztapena egiten dute Aierbe eta Medranok (2008) haien ikerlanean: alegia, nerabearen ikus-entzunezko kontsumoak badaukala harremana nerabearen sozializazio-nahiarekin; hala, gehien kontsumitzen dituzten edukiak dira onarpen sozial handiena ematen dutenak, eta, beraz, baita taldekidetasuna bermatzen dutenak ere.

Beraz, ikerketa horiek guztiak aztertuta, hau baieztatu dezakegu: nahiz eta ikus-entzunezko kontsumoa gehienetan etxe barruan gertatu, hedabideen kontsumo horrek betetzen duen espazio soziala zabalagoa da, eta, gaztetxoek kasuan, lagun-taldea izaten da espaziorik ohikoena (Suess et al., 1998).

Ikus-entzunezkoen inguruko elkarrizketek hartzen duten denbora geroz eta handiagoa da nerabezaroan aurrera egin ahala eta ez dago genero-desberdintasunik (Suoninen, 2001). Hala, telebistaren eta bideoen gaineko elkarrizketak erabiltzen dituzte gaztetxoek egunerokotasuneko egoera eta arazoei alderatzeko: "Things that are either present in the everyday life of the youngsters or probably will become part of their lives in the near future" (Suoninen, 2001:211). Nerabezaroaren hasieran, ordea, ikus-entzunezkoen inguruko elkarrizketek joko itxura hartzen dute maiz, gustuko dituzten pertsonaia eta egoeren rol-jokoa gauzatzen baitute.

Horrela bada, ikus-entzunezkoen lagun-taldeak ematen dien erabilera soziala ez da gertatzen kontsumo gauzatzen den momentuan, ondoren baizik (Suess et al., 1998). Ikus-entzunezkoen partekatze horren ondorioz, hainbat autorek aipatzen dute nerabeek bitzta-eredu eta estiloak

idealizatzen dituztela (Coleman eta Hendry, 2003; Rocher, 1990); bereziki, itxura fisikoarekin lotutako idealak aipatzen dituzte Coleman eta Hendryk, eta horrela, nerabeek gorputz-eredu irrealekin konparatzen dituzte haienak, frustrazio- eta gatazka-iturri garrantzitsu bihurtuz itxura fisikoa: "Sin duda, los medios de comunicación desempeñan aquí un papel significativo promoviendo imágenes de belleza y éxito que dependen de atributos físicos inalcanzables para la mayoría de los seres humanos" (Coleman eta Hendry, 2003:37).

2.3.2.2 Sare sozial birtualak eta lagun-taldea

Hedabide zaharren garaian, eta gehienbat telebistaz hitz egiterakoan, diskurtso apokaliptikoen artean aipatzen zen telebistak eragin deuseztatzaileak zituela audientziaren pentsatzeko eta hausnartzeko gaitasunean (Callejo eta Gutiérrez, 2012). Horrez gain, eta aurreko kapituluan azaldu bezala, hedabide tradizionalen erabilera soziala burutzen zen, edukien gaineko elkarrizketaren bitartez (Badillo eta Marengi, 2003). Hedabide zaharrek, gainera, programazio-taula finko bati lotuta egotera behartzen zuten ikuslea (Suoninen, 2001). Hedabide berriekin, ordea, aldatu egin da masa-komunikazioaren logika: hedabideen gaineko erabilera berriak etorri dira, eta, beraz, esperientzia berriak hedabideen erabilera sozialari dagokionez. Hedabide berriak ez daude programazio-taula bati lotuta (euskarriaren tamaina da gaur egun audientzia espazio -eta ez denbora- batera lotuarazten duen elementu bakarra), eta, beraz, erabiltzaileak aukeratzen du noiz den momenturik erosoena haiek kontsumitzeko.

Horrez gain, hedabide berriek (izan telefono mugikorra, izan Interneteko sare sozialak) duten ezaugarrietako bat da erabiltzaileak beste pertsona baten beharra daukala gehienetan, kontsumoa era egokian gauzatu ahal izateko; horiek horrela, hedabideen aro berriak eskaintzen dio nerabeari testuinguru sozial aberatsa beste pertsonekin komunikatzeko eta elkar eragiteko (Hoffner, 2008). Hedabide berriekin harreman birtualak sortu dira, aurrez aurrekoak baino errazagoak, erosoagoak eta erakargarriagoak direnak (Badillo eta Marengi, 2003). Harreman birtualak aurrez aurre ezagutzen dituzten pertsonekin izaten dituzte nerabeek, gehienbat; beste batzuetan, harreman birtualak aurrez aurrekoak ordezkatzeko dituzte, adibidez, bi nerabek sms mezuak partekatzen dituztenean klaseko gela berean daudela (Brown eta Larson, 2009). Horrela bada, Sareko harremanak laguntzen dio nerabeari aurrez aurre gertatzen direnak sakontzen, edota harreman berriak sortzen Internet bidez (Hoffner, 2008). Callejo eta Gutiérrezen (2012) esanetan, Interneten izaten diren harreman birtualek antzekotasun handia dute nerabeen artean izaten direnekin: arinak, definitugabeak eta etengabeko eraikuntzan daudenak: "Relaciones concebidas como un juego, aun cuando a veces se viva, especialmente por los propios adolescentes, como un juego dramático. Tal vez sean el nuevo modelo de relaciones sociales en la hipermodernidad del individuo incierto" (Callejo eta Gutierrez, 2012:136). Hoffnerrek (2008) ere zalantzak ditu, ez baitauka argi *on line* gertatzen ari diren harremanak aurrez aurre direnak bezain sakonak izan ote daitezkeen (Hoffner, 2008).

Komunikaziorako eta interakziorako esperientzia berri hauekin sozializaziorako espazio berriak sortu dira; bertan, edukien ganean eztabaidatzeaz gain, aukera dago edukiak eta esanahiak sortu eta partekatzeko, eta era horretan, etengabe elikatzen dira identitate sozialak (Badillo eta Marenghi, 2003). Horrenbestez, gaur egun nerabeek lagun-taldearekin burutzen duten komunikazioak apenas duen mugarik; aurrez aurre ez egoteak zekarren hesi fisikoa erabat deuseztatu da Interneteko sare sozialei esker, eta beraz, nerabea lagunekin etengabe konektatuta egon daiteke (Callejo, 2012). Era horretan, nola harreman birtualak ala aurrez aurrekoak elikatzen dituzte gaztetxoek (Callejo eta Gutiérrez, 2012).

Zenbait ikertzailek baieztatu egiten dute nerabeek duten beharra lagun-taldearekin komunikatuta egoteko, esanez, berebiziko garrantzia dutela sare sozial birtualek egun nerabearentzat, lagun-taldeko harremanak mantentzeko (Barker, 2009; Brown eta Larson, 2009; Pavón eta Zuberogoitia, 2011; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009; Rubio Gil, 2010). Are gehiago, ausartu dira esatera nerabeentzat hedabide berrien funtzio eta helburu nagusia bihurtu dela komunikatu ahal izatea lagunekin (Boyd, 2008; Hoffner, 2008; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009). Internet da, beraz, batez ere gune bat non gaztetxoek aukera duten harremana izateko beste batzuekin; telebistak eta oro har beste hedabideek, berriz, eskaintzen dizkiote gaztetxoari bestelako aukerak beste gizabanako batzuk ezagutzeko.

Brown eta Larsonek (2009) aipatzen dute Valkenburg eta Peter-en 2007ko ikerlana, non aztertzen duten nola erabiltzen duten Internet Herbeheretako 10 eta 16 urte bitarteko gaztetxoek. Ikerketan harreman zuzena aurkitu zuten Interneteko erabileraren eta lagun-taldearen harremanaren artean; era horretan, Internet erabiltzen zutenek aurrez aurreko harremanen luzapen gisa, laguntasun-maila handiagoa erakutsi zuten lagun-taldean, besteek baino. Interesgarria da beste puntu honi ere erreparatzea: sare sozial birtualen bidezko komunikazioa gauzatzen duten nerabeek aurrez aurreko harreman gehiago dituzte haien eguneroko bizitzan (nesken kasuan, %38ko desberdintasuna dago sare sozial birtualak erabiltzen dituztenen eta ez dituztenen artean). Beraz, ikerketako nerabe askorentzat Internet da alternatiba interesgarriena aurrez aurreko komunikazioari eutsi ezin dioten momentuetarako.

Espanian burututako beste bi ikerlanek (García, López de Ayala eta Catalina, 2013; Rubio Gil, 2010) Tuenti sare sozial birtualaren arrakasta nabarmentzen dute gaztetxoaren artean. Horiek horrela, Tuenti egunero 8.000 erabiltzaile berri izateaz gain (Rubio Gil, 2010), 12 eta 14 urte bitarteko gaztetxoek %72k eta 15 eta 17 urte bitarteko %85ek dauka profil propioa sare sozial birtual horretan; gehienek, gainera, aitortzen dute Tuentiren erabiltzaile sutsuak direla (batez beste %73k). Facebooken aurretik, hortaz, Tuenti da sare sozialik erabiliena Espainian.

Aurreko lerroetan aipatu den bezala, gazteek ere baieztatzen dute Internet bidezko komunikazioaz baliatzen direla jada ezagunak diren lagunekin kontaktuan jarraitzeko (Boyd,

2008; Hoffner, 2008). Gainera, aurrez aurreko eta Sareko harreman etengabe horren ondorioz, nerabeak inoiz baino gehiago daude behartuta haien alderdirik positiboena erakustera, hots, lagun-taldean onartua izateko behar duten jarrera hori erakustera: "Because of this direct link between offline and online identities, teens are inclined to present the side of themselves that they believe will be well received by these peers" (Boyd, 2008:129). Ikertzailearen ustez, MySpacen *cool* edo moderno izan nahi dute nerabeek, lagun-taldean onartuak izateko. Beraz, Boyden iritziz (2008) aurrez aurre existitzen diren estatus, ospe eta hierarkiak ere presente daude *on line* harremanean.

Ez dute gauza bera baieztatzen Callejo eta Gutiérrezrek (2012). Haien esanetan, Interneten izaten diren harremanek beste entitate bat dute; horrela bada, sare sozial birtualetako harremanek ez dute zerikusirik aurrez aurre izaten direnekin, kortesia hutsezko harremanak baitira askotan:

Esto significa que las relaciones que genera la red tienen una entidad propia y novedosa en cuanto a alternativa y manera de entender las relaciones sociales, las cuales se duplican y transforman según el medio de comunicación utilizado. Hay cosas que se dicen por correo electrónico, otras que se dicen en la red, otras que no se dicen cara a cara, incluso algunas sólo tiene sentido en un chat o a través del móvil, un mensaje sms, el blog etcétera (Callejo eta Gutiérrez, 2012:133).

Nerabeen artean gertatzen den etenik gabeko komunikazio-eredu berri horrek, batetik, eta hedabide desberdinek elkar elikatzeak, bestetik, pista interesgarriak ematen dituzte hobeto ezagutzeko nerabeen identitate-eraikuntza, estatusaren negoziazioa eta lagunarteko sozializazioa (Boyd, 2008).

2.4 Gipuzkoako nerabea digitalizazioaren aroan

Ikus-entzunezkoen aro berriaren aurrean kokatzen dira gure ikerketan parte hartu duten gaztetxoak, eta denak dira gipuzkoarrak. Gipuzkoan, berriz, Mendebalde guztian bezala, aurreko lerroetan aipatu diren aldaketa guztiak jazo dira; hori dela-eta, ikerketa-eremura hurbilduko gara ondorengo lerroetan, ezagutzeko orain arte burutu diren ikerlanek nola deskribatzen duten Gipuzkoako gaztetxoaren egoera digitalizazioaren aroan. Besteak beste, gaztetxoaren teknologia-ahalmena eta telebistan eta Interneten egiten duten kontsumoaren nolakotasuna aztertuko dira.

Aurreko kapituluan aipatu bezala, ez dago Gipuzkoako eremura mugatu den ikerketarik, eta, beraz, Euskal Autonomia Erkidegoan edota Euskal Herrian zentratu diren ikerlanak aipatuko dira ondorengo lerroetan.

2.4.1 Teknologia-ahalmenaren gaineko datu batzuk

Eustatek 2012an aurkeztu zituen datu batzuk, EAEko etxebizitzetan existitzen ziren teknologien ingurukoak. Berauen artean, ordenagailua, Internet, telefono mugikorra, e-maila, teletestua, antena parabolikoa, ordainpeko telebista, kable bidezko telebista, Internet bidezko telebista eta bideoa aipatzen dituzte. Sailkapen horren arabera, 2012an Gipuzkoako etxebizitzetan %72,8k zuen ordenagailua, eta horietatik %69,1ek zeukan Internet. Teletestua dute etxean %94,9k, eta, hori ikusita, ondoriozta daiteke etxe horietan guztietan existitzen dela telebista-aparailua. Hala ere, apenas dago satellite (%5,2) edo Internet (%3,0) bidezko telebistarik, ezta ordainpekorik (%12,6) ere. Bideo-aparailuak ere urriak dira (%26,3). Amaitzeko, esan telefono mugikorrek oso hedatuta daudela Gipuzkoako familietan (%94,6).

Basterretxeak, Idoyagak, Ramírez de la Piscina eta Zarandonak Euskal Herriko 14 eta 18 urte bitarteko nerabeen ahalmen teknologikoaz hitz egin zuten haien ikerketan, esanez, ikerketa egin zuten garaietan gazteentzat ez zirela batere arrotzak teknologia komunikatiboak: "Askotariko eduki kulturalak kontsumitzeko erraztasun teknologiko ugariaren jabe dira gure gazteak: argazki-kamerak, ordenagailuak, bideo-jolasen kontsolak ohikoak dira" (Basterretxea eta al., 2007:35). Ikertzaile horien arabera, aztertutako euskal gazteen herenak ordenagailua du, eta laurdenak telebista propioa eta Internetarako sarbidea. Medrano, Aierbe eta Orejudoren (2009) ikerlanek ere antzeko datuak plazaratu zituen EAEko gaztetxoaren (13-15 urte) telebista-ahalmenaren inguruan: ikerketa egin zutenean %37,4k zeukan aparailu propioa bere logelan.

Datuak gogoan, pentsatzekoa da Gipuzkoako gaztetxoek aurreko belaunaldiekin konparatuta, informazio gehiago izango dutela eskura, eta beraz, informazio hori guztia kudeatzeko erronka

berria dutela aurrean; informazio-olde hori kudeatzeak askotariko arloetarako gaitasuna eta hain lineala ez den logika ematen dizkio gaztetxoari (Ikuspegi@k, 2011). Teknologia-ugaritasun horren alderdi kontrajarrien artean aipatzen dira EAEko gaztetxoek (11-17 urte) %25 inguruk ez duela inoiz libururik irakurtzen aisialdian (Ikuspegi@k, 2011).

Atentzio berezia merezi dute **18. taula** jasota dauden datuek; bertan ageri dira Gipuzkoako Internet-erabiltzaileak, adinaren arabera. Ikus daitekeenez, 15 eta 24 urte bitarteko gazteak dira Internet-erabiltzaile handienak, beste adin-tarteekin konparatuz gero: gazteen ia %100 da Internet-erabiltzailea probintzian.

18. taula. Gipuzkoako Internet-erabiltzaileak (2012), adinaren arabera	
Adina	Maiztasun erlatiboa (%)
15-24	%99,7
25-34	%91,5
35-44	%80,5
45=<	%38,5
<i>Iturria: Eustat, 2012</i>	

Telebistari dagokionez, EAEko gaztetxoek 17,77 ordu igarotzen dute aste barruan telebistaren aurrean (Medrano, Aierbe eta Orejudo, 2009). Kontuan hartuta aisialdiko beste ekintzetan 23,09 ordu igarotzen dituztela, ikertzaileen ustez telebista-kontsumoak ez die beste jardueri denborarik kentzen. Asteburuari dagokionean, eta aste barruko joerari jarraiki, telebista gehien kontsumitzen dutenek aisialdiko ekintza gehiagotan ere parte hartzen dute.

2.4.2 Gipuzkoako nerabeen telebista-kontsumoa

Telebista da komunikabiderik arrakastatsuenaren arestian aipaturiko ikerketa gehienetan (Basterretxea et al., 2007; Ikuspegi@k, 2011; Medrano, Aierbe eta Orejudo, 2009); horren ondoren aipatzen dituzte Basterretxea et al.-ek (2007) irratia, bigarren hedabide kontsumituen modura, eta Internet, hirugarren postuan. Hala ere, eta hurrengo kapituluan azalduko den moduan, azken urteetan egin diren ikerketek (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012) Internet aipatzen dute hedabide arrakastatsuenaren bezala adin-tarte horretan.

EAEko biztanleriaren telebista-kontsumoa aztertuta (ikus **19. taula**), oro har, adin-tarte guztiek erabiltzen dute telebista egunero edo ia egunero; aipagarria da, hala ere, 15 eta 29 urte

bitarteko gazteak direla telebista gutxien ikusten dutenak egunero, beste adin-tarteekin konparatuz gero.

19. taula. EAEko telebista-kontsumoa, adinaren arabera (2012)				
Kontsumoa	15-29 urte	30-45 urte	46-64 urte	65 urte edo gehiago
Egunero edo ia egunero	%79	%82	%81	%0
Asteazken lau edo bost egunetan	%8	%6	%5	%3
Asteazken bi edo hiru egunetan	%5	%4	%4	%1
Asteazkenera bakarrik	%1	%1	%1	%1
Noizean behin	%3	%4	%5	%3
Ia inoiz ez edo inoiz ez	%3	%3	%4	%3
GUZTIRA	%100	%100	%100	%100

Iturria: Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012

Hainbat ikerketak baieztatzen du, halaber, EAEko gaztetxoek bi ordu pasatxo igarotzen dituztela egunero telebistaren aurrean (Ikuspegi@k, 2011; Medrano, Aierbe eta Orejudo, 2009). Proporzioa zertxobait txikiagoa da landaguneetan hiriguneetan baino: landaguneetan %49k aitortu du bi ordu edo gehiagoz ikusten duela telebista, eta hirigunean %58k. Horrez gain, aipatu ere nerabeen %15,7k aitortu duela eguneko 4 ordu edo gehiago ematen dituela telebista ikusten (Ikuspegi@k, 2011). Beste adin-tarteekin konparatzen badira datu hauek (ikus **20. taula**), gazteak dira, berriz ere, telebista-ordu gutxien ikusten dutenak egunero; izan ere, adinean geroz eta aurrerago joan, telebista-aurrean igarotako denbora altuagoa da.

20. taula. EAEko telebistako kontsumo-denbora egunean, adinaren arabera (2012)				
Kontsumo-denbora	15-29 urte	30-35 urte	46-64 urte	65=<
Ordubete baino gutxiago	%25	%23	%19	%10
1-2 ordu	%47	%50	%47	%33
2-3 ordu	%16	%16	%21	%23
3-4 ordu	%5	%6	%5	%11
4 ordu baino gehiago	%5	%4	%6	%18
Segun eta...	%2	%1	%2	%1
GUZTIRA	%100	%100	%100	%100

Iturria: Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012

Emaiza horiek guztiak ikusita, beraz, baieztatu dezakegu gazteen telebista-kontsumo maila altua den arren, ez direla eurak telebistaren ikuslerik fidelenak, ez behintzat haiek baino nagusiagoak direnekin alderatuz gero.

Telebista kontsumitzeko ohiturei dagokienez, gazteen gehiengoak (%63) aipatzen du batzuetan bakarrik eta beste batzuetan beste pertsona batzuekin ikusten duela telebista; hau da, aldakorra da telebista-kontsumoaren nolakotasuna, eta oso gutxi dira aitortzen dutenak beti bakarrik, edo beti lagunduta ikusten dutela. Horiek horrela, gaztetxoek proportzio berak baieztatzen du batzuetan berak aukera ditzakeela telebistako edukiak, eta beste batzuetan ez dituela berak aukeratzen (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012). Medrano, Aierbe eta Orejudoren ikerketak (2009) gehitzen du, gaztetxoek ez dutela era arbitrarioan ikusten telebista, hots, edukiak aldeztatik aukeratzen dituztela, eta horiek ikusteko pizten dutela telebista.

Gazteen hein handienak (%94) bilatzen du entrenimendua telebistan, eta beste adin-tarteekin alderatuz gero, oso gutxi dira telebista gaurkotasuneko albisteak bilatzeko erabiltzen dutenak (%48k aipatzen du 15-29 urte bitartean; beste adin-tarteetan, batez beste %58k) (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012).

Horrenbestez, saio-mota gustukoak (ikerketak guztietan) entretenimenduarekin lotuta daude, eta telesailak, filmak eta umorezko saioak dira esanguratsuenak.

EAEko telebista-ikusleek (%97) telebistaren inguruan zein iritzi duten jakin nahi izan dute Prospekzio Soziologikoen Kabineteak burututako ikerlanean (2012). Horrela bada, jakin nahi

izan dute lehenik eta behin, zein kalitate-maila egozten dion audientziak telebistari. Esanguratsua da, oro har, adin guztietako jendeak aipatu izana kalitate-maila baxua duela telebistak; 15 eta 29 urte bitarteko gazteen kasuan, %55ek aitortu du hori. Horrekin lotuta, jakin nahi izan dute zein ezaugarriekin lotzen duen audientziak kalitatezko telebista, eta esanguratsua da ikustea adin-tarteetan desberdintasunak daudela kalitatearen definizioari dagokionez (ikus **21. taula**).

21. taula. EAEko iritzia kalitatezko telebistaren inguruan, adinaren arabera (2012)				
Ezaugarria	15-29 urte	30-35 urte	46-64 urte	65=< urte
Entretengarria, dibertigarria	%62	%48	%44	%55
Hezitzailea, formazioa	%33	%45	%49	%38
Originala, berritzailea, sortzailea	%37	%32	%25	%21
Neutrala, inpartziala informazioa ematean	%15	%26	%32	%20
Era askotako edukiak dituena	%29	%25	%19	%21
Gizartearekin konprometitua (gai sozialez arduratzen dena)	%11	%15	%17	%14
Erantzunik ez	%2	%2	%3	%9

Iturria: Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012

Berriz ere, gazteek kalitatea egozten diote entretenigarria eta dibertigarria den telebista-ereduari. Nagusiagoek, ordea, gazteek baino garrantzi handiagoa ematen diote hezitzaile izateari. Hala eta guztiz ere, entretenimenduaren telebista-eredua da adin guztietan arrakastatsuen.

Amaitzeko, audientziari galdetu diote nork betetzen duen gaur egun kalitatezko telebistaren eredua, eta gazteenen kasuan, Telecinco, La Sexta eta Cuatro telebista kateak agertu dira kalitatezko telebistaren adibide gisa.

2.4.3 Interneten erabilera handia Gipuzkoako gazteen artean

Aurreko lerroetan aipatu da telebista dela oraindik ere populazioaren hedabiderik gustukoena. Hala eta guztiz ere, telebistak gaur egun ez du horrenbesteko garrantzirik nerabeen artean (Ikuspegi@k, 2011); izan ere, ordenagailua da geroz eta hedabide erabiliagoa gazteenen kasuan. Prospekzio Soziologikoen Kabinetearen (2012) datuei erreparatuta (ikus **22. taula**), 15

eta 19 urte bitartekoek nahiago dute Internet telebista baino. Beste adin-tarteekin alderatuz gero, nabarmen handiagoa da gazteenen Interneteranzko joera.

22. taula. EAEko hedabide gustukoena, adinaren arabera (2012)				
Hedabidea	15-29 urte	30-35 urte	46-64 urte	65=< urte
Telebista	%43	%57	%54	%67
Internet	%52	%29	%14	%2
Irratia	%3	%9	%19	%18
Egunkariak	%1	%4	%10	%11
Bat ere ez	%1	%1	%3	%2
GUZTIRA	%100	%100	%100	%100

Iturria: Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012

Hedabideen aukeraketan sakonduz, lau hilabetez hedabideetako bat bakarrik aukeratu beharko balute, gazteen %64k aitortu du Internet aukeratuko lukeela beste hedabideak baino lehen. Berriz ere, beste adin-tarteekin konparatuta, nabarmen gehiago dira Internet aukeratzan duten gazteak.

15 eta 24 urte bitarteko gazteak dira Internet-erabiltzaile handienak, beste adin-tarteekin alderatuz gero (Zuazua, 2008), eta kontsumo-denborari dagokionez (ikus **23. taula**), EAEko gazteen %79k erabiltzen du Internet egunero; horietatik %36 mahai gaineko ordenagailuaren bidez konektatzen dira, %43 ordenagailu eramangarriaren bidez, %15 telefono mugikorraren bidez eta %6 beste euskarri baten bidez (tableta, bideo-kontsola, eta abar).

23. taula. EAEko gazteen (15-29 urte) kontsumoa Interneten (2012)	
Kontsumoa	Maiztasun erlatiboa (%)
Egunero edo ia egunero	%79
Astean 4-5 egunetan	%8
Astean 1-2 egunetan	%9
Hilean gutxi batzutan	%3
Oso noizbehinka	%1
GUZTIRA	%100
<i>Iturria: Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012</i>	

Internet erabiltzeko ohiturak ere nabarmen dira desberdinak adinaren arabera; hala, gazteenek Internet erabiltzen dute gehienbat entretenitzeko (%60), 30 eta 45 urte bitartekoek bezala (%49). Nagusiagoek, ordea, Internet erabiltzen dute gaurkotasuneko albisteez informatuta egoteko, gehienbat. Aipatzekoa ere da, gazteen hurrengo jarduerarik gustukoena dela (%54) beste pertsona batzuekin kontaktuan egotea Internet bidez; horrek, beraz, aurreko lerroetan aipatu bezala, erakusten du Internet bidezko harremanek duten garrantzi handia gazteen artean. Barandiaranek (2010) koordinatutako Gipuzkoako ikerlanean gazteen parte-hartze politikoari buruzko datuak batzen dira; bertan aipatzen da Internet ez dela hedabide esanguratsua arlo horretan, ikusita, gainera, gazteen %24,9k bakarrik erabiltzen duela Internet informazioa bilatzeko, eta oro har, gutxien erabilitako hedabidea da iritziak plazaratzeko, deialdi edo manifestuak zabaltzeko, edo foroetan parte hartzeko.

Oro har, gazteen %87k aipatu du azken hamabi hilabeteetan honako jarduerak burutu dituela Interneten (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012): ikasketekin lotutako informazioa bilatu (%93), posta elektronikoko mezuak bidali eta jaso (%88), sare sozial birtualak erabili (%84) eta artxiboak deskargatu (%82).

Datu horiek guztiak ikusita, baieztatu genezake Internet bihurtzen ari dela entretenimendurako eta komunikaziorako hedabiderik garrantzitsuena gazteen artean.

2.4.4 Sare sozial birtualen erabilera

Gazte euskaldunen Interneten erabilera-maila altua ikusita, sakondu nahi izan da sare sozial birtualen erabilera. Horri gagozkiola, Prospekzio Soziologikoen Kabineteak (2012) burututako ikerketa da sare sozial birtualen inguruko datuak plazaratzen dituen bakarra. Datuen arabera

(ikus **24. taula**), EAEko gazteen hein handi batek erabiltzen ditu Facebook edo Tuenti sare sozial birtualak.

24. taula. EAEko gazteen (15-29 urte) Facebook eta Tuentiren erabilera (2012)		
Sare sozialen erabilera	Facebook	Tuenti
Bai	%75	%74
Ez	%24	%25
Erantzunik ez	%1	%1
GUZTIRA	%100	%100
<i>Iturria: Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012</i>		

Adin-tarte nagusiagoetan Facebook da sare arrakastatsuena (Tuentik apenas duen 29 urte baino gehiagoko erabiltzailerik).

Sare sozial birtualen erabiltzaile gehienek aipatzen dute lagunekin eta familiarekin komunikatzeko erabiltzen dituztela gune horiek, eta gazteen kasuan aipatzen da gehien erabilera hori (%83).

Aipagarria da, halaber, 15 eta 29 urte bitartekoen artean sare sozial birtualak ia telefonoa beste erabiltzen direla lagunekin komunikatuta egoteko, beste adin-tarteetan ez bezala. Horien ondoren aipatzen dituzte *Whatsapp*-a eta sms mezuak.

2.4.5 Hedabideen eta lagun-taldearen arteko harremanak

Medrano, Aierbe eta Orejudoren (2009) ikerlanean luze hitz egiten dute telebistaren eta lagun-taldearen arteko harremanari buruz. Horien arabera, telebista presente dago nerabeen elkarrizketetan; izan ere, gaztetxoek %45,4k hitz egiten du familiarekin telebistako edukien inguruan, eta %60k lagunekin komentatzen ditu edukiok. Gazte gehienek aipatzen dute noizean behin hitz egiten dutela telebistako edukien inguruan (%50), eta %16,2rentzat da gairik garrantzitsuena telebistarena, lagunekin hitz egiten dutenean. Prospekzio Soziologikoen Kabineteak (2012) datu beretsuak aurkeztu ditu, esanez, gazteen %51k noizean behin hitz egiten duela telebistako edukiez lagunekin eta %28k askotan egiten duela. Aipatzekoa da, era berean, adin-tarte horretan nagusiagoetan baino gehiago hitz egiten dutela telebistako edukien inguruan.

Lagun-taldean informazio eta komunikazio teknologien garrantziaz ere hitz egiten da Ikuspegi@k behatokiak (2011) burututako ikerlanean. Bertan ageri diren emaitzen arabera,

EAEko 14-17 urte bitarteko nerabeen %35,6k Internet bidez ezagututako lagun on bat dauka, gutxienez, eta %32k Internet bidez txateatzen du lagunekin astean bi aldiz edo gehiagotan. Hala ere, teknologia horiek erabiltzen dira gehienbat, beren lagun-sarearekin komunikatuta egoteko. Adin-talde horretan dagoen ideia da lotsa sortzen duten gaietarako edota heltzeko zailak diren arazoetarako errazagoa dela Sarearen bitartez komunikatzea (Ikuspegi@k, 2011).

2.4.6 Hedabideak eta genero-desberdintasunak

Neskak eta mutilak era berezian aztertu dituzten ikerketa denek (Basterretxea et al., 2007; Medrano, Aierbe eta Orejudo, 2009) baieztatzen dute genero-desberdintasun nabarmenak daudela euskal gazteen artean, telebistako edukiak aukeratzeko orduan. Horrela bada, serieak dira nesken aukerarik gustukoena (Basterretxea et al., 2007), baita *reality show* saioak ere (Medrano, Aierbe eta Orejudo, 2009). Mutilen kasuan, filmak edo kirol-saioak dituzte gustukoago. Ez dago, ordea, desberdintasunik telebistaren aurrean igarotzen duten denborari dagokionez (Medrano, Aierbe eta Orejudo, 2009).

Medrano, Aierbe eta Orejudok (2009) hausnartzen dute *reality show* saioei dagokienez existitzen den genero-desberdintasunaren inguruan. Azaltzen dute zergatik neskek bilatzen dituzten gehiago errealitatearekin lotutako saioak, esanez, lotura izan dezakeela beste ikerketa batzuetan baieztatu denarekin, hots, neskek enpatiarako gaitasun handiagoa erakusten dutela mutilek baino (Medrano, Aierbe eta Orejudo 2009). Hala eta guztiz ere, hausnartzen jarraitzeko gaia dela irizten diote ikertzaile horiek.

2.4.7 Euskal gazteen hedabide-kontsumoa eta hizkuntza-portaera

Ezinezkoa da enpirikoki baieztatzea hedabideetan baliatzen den hizkuntzak eragin zuzena duenik populazioaren hizkuntza-erabileran (Amezaga eta Arana, 2012; Guyot, 2007; Jones, 2013:58; O'Connell, 2013); bai, ordea, baieztatu da hedabideek laguntzen dietela hizkuntza-komunitateei haien errepresentazio publikoa eratzeko, haien ideiak eta ikuspegiak partekatzen. Hala dio Garabide Elkarrekin hizkuntzaren berreskurapenari buruz idatzi duen ikerlanean (2012:11):

Hedabideak dira, gaur egun, hizkuntzaren barne bizitza eta kohesioa erakusteko tresnarik eraginkorrenetakoak. Hizkuntz komunitate baten partaideen kultura ekoizpenak argira ateratzeko leihoak, hizkuntzaren beraren bizitasunaren isla, munduarekin komunitate horrek nahi duen harreman motaren neurtzaileak, eta, batez ere, hiztunen arteko hartu emanaren sakontasun eta mailaren ziurtagiriak. Hedabideen

bidez komunitateek elkarren berri izaten dute, eta hedabideen bidez haien buruaren berri ematen diote munduari.

Horrenbestez, hedabideak ez badira ere eragile nahikoa bere horretan, baieztatu da hizkuntza-komunitateen integrazioan lagungarriak izateaz gain (Amezaga eta Arana, 2012), garrantzitsuak direla hizkuntza sendotzeko eta trinkotzeko (Garabide Elkarte, 2012). Hizkuntzaren bizitasunean, hortaz, hedabideek ezinbesteko zeregina betetzen dute (Jones, 2013).

Hizkuntza-komunitate txikiei gagozkiola, are garrantzitsuagoa bilakatzen da hedabide propioak edukitzea, Jones-en (2013) arabera, telebistak badituelako helburu komunikatiboak, kulturalak, ekonomikoak eta linguistikoak. Azken horiei gagozkiela, honela gehitzen du O'Connell-ek (2013:187):

Amongst the many benefits listed by Riggings (1992) as accruing from minority language media were the improved language skills amongst speakers, the dissemination of new terminology, the presentation of positive linguistic role models for young people and an enhancement of the image/visibility of the language and its speakers.

Euskal komunitateari dagokionez, aspaldian azpimarratu da hedabideen estrategikotasun hori (Garabide Elkarte, 2012), eta ukazina da komunikabideek euskararen berreskuratzean eta sendotzean ezinbesteko garrantzia izan dutela (Garabide Elkarte, 2012). Besteak beste, helburu horiekin sortu zen Euskal Telebista 80.hamarkadan, baina euskarazkoaren aldean gaztelaniazko kateak hartu zuen nagusitasunak ondorioak izan ditu honako faktoreotan (Amezaga eta Arana, 2008; Amezaga, 2013): batetik, euskarazko kanalaren esku soilik euskararen susperkuntzaren eginkizuna geratu da, gizartearen erreferentzia nagusi eta elementu kohesionatzaile goren izatearen ardua gaztelaniazkoaren bizkar geratu den bitartean; bestetik, euskarazko eta gaztelaniazko kanalaren arteko egoera diglosikoa zurkaiztu izanaz gain, euskarazko tokiko telebistekin ez da harremanik ezta lankidetzarik jorratu, eta, beraz, euskarazko ikus-entzunezkoen esparruan oso bereiztuta daude tokikoak eta kate autonomikoak. Tokiko telebistei dagokienez, eta 3.1.1 kapituluaren aipatu bezala, erronka handia sortu zaie LTDak arautu duen telebista-espektruan. Kontuak kontu, euskarazko ikus-entzunezkoak ekoizten dituzten hedabideak mugatuak izateaz gain, elkarlana sustatzeko zailtasunak dituzte tokikoek eta autonomia erkidego osorako dihardutenek.

Euskal nerabeei gagozkiela, Topaguneak (2009) argitaratutako ikerlanean hamaika faktore aipatzen dituzte gazteen hizkuntza-erabileran eragiten dutenak, eta horietako bat dira hedabideak; maila makrosozialeko eragileak diren arren, hedabideetan ikusten dituzten edukien partekatzeak eragiten du hedabideak maila mikrosozialeko eragile ere izatea, eta hedabideei nortasunaren egituraren duten garrantzia aitortzen bazaie, maila indibidualean ere eragiten dutela

esan genezake. Beraz, ukazina da hedabideek euskal gaztetxoengan eta haien hizkuntza-erabileran zeresanik badutela.

Azertzen badugu zeintzuk diren euskal gaztetxoen hedabide gustukoenak, konturatuko gara gazte euskaldunak erdal ereduari begira daudela (Basterretxea et al., 2007:35): "Ildo horretatik ikusten dugu telebista-kontsumoa erdaraz gauzatzen dela hein handi batean, bai Iparraldean bai Hegoaldean ere. Era berean, argia da ezen Iparraldeak Hegoaldeko telebista ezagutzen ez duen modu berean, Hegoaldeak ez duela Iparraldekoa ezagutzen". Leintz bailaran burutu dugun ikerlanean ere (Pavón eta Zuberogoitia, 2011; Pavón eta Zuberogoitia, 2013) emaitza beretsuak azaldu dira; gaztetxoek Espainiako telebista-kateek ekoiztako saioak dituzte gustukoen, Euskal Telebistako gaztelaniazko kateak ekoizten duen beste teleaio batekin batera. Horrez gain, Interneten kontsumitzen dituzten ikus-entzunezkoen hein handiena gaztelaniaz dagoela aitortzen dute gure ikerketan. Arrue proiektuak (Soziolinguistika Klusterra, 2012) ere antzeko datuak ematen ditu hedabideei gagozkiela; izan ere, galdetu zaienean ea zein hizkuntza erabiltzen duten gustukuen dituzten telebista-saioetan, %94k gaztelania aipatu du.

Ikerlan horiek guztiek baieztatzen duten moduan, eskola-eremua euskalduna izatea ez da nahikoa hizkuntzaren normalizaziorako (Amezaga eta Arana, 2008; Arana et al., 2007): haien testuinguru sozialean hedabideek duten lekua kontuan hartuta, eta gaztelaniaz burutzen duten kontsumoa aintzat hartuta, euskarazko hedabideen zeregina are garrantzitsuagoa bilakatzen da adin-tarte horretan. Amezaga eta Aranarekin jarraituz (2008), ETB tamaina horretako gogoeta eta aldaketa baten beharrean dago: euskararekin duen helburu nagusi gisa hizkuntzaren normalizazioa hartu beharko luke kontuan, eta autoreen ustez, bereziki, populazio gazteari begira egin beharko lukete esfortzu hori.

Telebistaz haratago, badago azpimarratu beharreko auzi bat: ikus-entzunezkoen testuinguru berriak ekarri duen eskaintza ugaritzean, nerabeak aukera izango du hizkuntza askotan kontsumitzeko ikus-entzunezkoak (Guyot, 2007:38): "In a context of internationalization of audiovisual media, communication technologies intensify cultural hybridity and contribute to reshaping cultural identities, thus challenging the most fragile cultural and linguistic minorities". Euskarazko edukiek kontsumo horretan beren tarte izatea nahi baldin bada, ezinbestekoa da digitalizazioak ekarri dituen berritasunez baliatzea (Jones, 2013) eta kontuan hartu beharko dira gaztetxoen nahi eta motibazioak, haientzat propio euskarazko eskaintzarik egin nahi bada.

**IKERKETA ENPIRIKOA:
GIPUZKOAKO NERABEEN KASU
AZTERKETA**

3. kapitulua. Audientzia-ikerketak

3.1 Kultura-ikerketak (*Cultural Studies*) eta telebista-ikerketak (*Television Studies*)

3.2 Audientzia-ikerketak (*Audience Studies*)

3.2.1 Zer den audientzia

3.2.2 Ibilbide historikoaren oinarriko zertzeladak

3.2.3 *Uses and Gratifications* ikuspegia: testuinguruaren garrantzia

3.2.4 Egungo audientzia-ikerketak

3.3 Nerabeak eta audientzia-ikerketak

Burutu dugun ikerlana audientzia-ikerketa da bere oinarrian, Gipuzkoako probintzian kokatu dena, eta helburu izan duena 12 eta 16 urte bitarteko nerabeen ikus-entzunezko kontsumoa ezagutzea. Audientzia-ikerketa den heinean, kultura-ikerketen, eta zehatzago, telebista-ikerketen barruan kokatzen den korrontea da berau (Casey et al., 2002).

Audientzia-ikerketa honen helburua ez da kontsumoaren datu soilak ematea: ikuspegi soziokultural eta eraikitzaile batetik aztertu nahi da Gipuzkoako audientzia. Izan ere, beharrezkoa ikusten dugu komunikazioa ikertzea prozesu sozial baten baitan kokatuta, ezin delako audientzia ulertu hedabideen kontsumitzaile soil gisa: prozesu sozial zabalago baten parte da audientzia hori (Jensen, 1987).

Horiek horrela, kultura-ikerketen eta audientzia-ikerketen gaineko oinarrizko kontzeptuak azalduko dira ondorengo lerroetan, lan hau zein ikerketa-tradizioan kokatuta dagoen argitze aldera; horren ondoren, gure audientzia-ikerketaren metodologia, metodo eta teknikan sakonduko da.

3.1 Kultura-ikerketak (*Cultural studies*) eta telebista-ikerketak (*Television Studies*)

Kultura-ikerketen definizio begi-bistakoenaren arabera, kultura aztertzen duten horiek diera kultura-ikerketak. Baina *kultura* terminoaren konplexutasuna kontuan hartzen bada, definizioa zaildu egiten da. *Kultura* hitzaren definizio globalaren barruan kokatuko litzateke telebista ere, hots, kulturaren elementu bat litzateke, oro har, forma herrikoiak eta kultura jasoa batzen dituzten gainerako adierazpideak bezala. Egunerokotasunean eragina duten elementuek ere osatzen dute kultura (Casey et al., 2002); horren harira, telebista bizirik dagoen kulturaren parte da, egunerokotasunaren eta ohikotasunaren parte dena, eta beraz, telebista-ikerketak kultura-ikerketen baitan koka daitezke.

Kultura-ikerketek ibilbide luzeagoa duten arren, telebista-ikerketak 70. hamarkadatik aurrera hedatu ziren, hedabidearen beraren garapenarekin batera. Caseyren ustez (2002) telebistaren inguruko ikerketek ez dute korronte bat osatzen; aitzitik, kultura-ikerketen barruan garatu diren hainbat korrontetatik elikatzen dira. Ez da berdina, bestalde, telebistaren alderdi teknologikotik abiatzea, soziokulturaletik edo narratibotik; hori dela-eta, korronte desberdinetan koka daitezke telebista-ikerketak.

Kultura-ikerketek, aurrez aipatu bezala, ibilbide luzeagoa izan dute. Aro nagusi hauetan bana daiteke kultura-ikerketen ibilbidea (Casey et al., 2002):

a) Kultura-ikerketen hasierako urteetan aztertu ziren kulturaren eta zibilizazioaren arteko harremanak, eta besteak beste Mathew Arnold (1869) aipatzen da esanguratsutzat (in Casey et al., 2002). Masa-kulturaren hasierako definizioetan era estuan lotu zen kulturaren eta kapitalismo industrialaren eboluzioa, baina 1930eko krisi kulturalaren ondorioz eten egin ziren kultura-ikerketak.

b) 40. hamarkadatik aurrera Leavis eta Eliot gisako autore ingelesen lana da aipagarria; horien lanetan hasi ziren agertzen lehenengoz zinema eta literatura (ordura arte kultura jasoaren baitan aztertu ziren, eta ez masa-kultura gisa).

Aldi berean, Frankfurtoko eskola hedabideak aztertzen hasi zen; haien hipotesia zen kapitalismo industrialak engainatuta bizi zela langile-klasea, eta kultura komertziala hedatu zela masa hori kontrolpean edukitzeko.

c) Ideologo liberal edo idealista deitutakoek osatzen dute beste mugarri bat kultura-ikerketetan. Idazle desberdinak eta leku desberdinetakoak batzen dira korrante berean, ezaugarri komun batekin: ideiak eta baloreak ekonomia eta politikatik bereizten dituzte lehenengo aldiz, eta baieztatzen dute kultura badela zerbait autonomoa, ez bakarrik sistema ekonomikoaren isla bat (Casey et al., 2002). Korrante honi deitu zaio Kulturalismoa (*Culturalism*): kultura popularra masak partekatua da, eta era autonomoan azter daiteke. Hala azaltzen du auzia Jensenek (1987:23): "Experience, and by extension culture, should be seen as social practices negotiating the categories of understanding and action. These practices are formed with, rather than simply derived from, political and economic practices".

Kultura-ikerketen azken faseak aurrekoekin erabat eten zuen, eta kultura-produktu eta -praktiken ikerketan zentratu zen. Teorikoek alde batera utzi zuten *masa kultura* kontzeptua, eta hasi ziren sakontzen *kultura herrikoi* aberatsagoan eta familiarragoan (Casey et al., 2002). Horrela bada, eta urte batzuk beranduago, telebista ere ikertzen hasi zen kultura herrikoi horren baitan, eta telebista-ikerketak, ondorioz, testuinguru akademikoan jorratzen hasi ziren.

d) 60. hamarkadan Europan beste korrante bat garatu zen: Estrukturalismoa (*Structuralism*). Saussure-n ideietatik abiatuta garatu zuten Barthes-en eta Lévi-Strauss-en gisako pentsalariek korrante hori. Estrukturalismoak era abstraktuagoan aztertzen du kultura, eta oinarrian, elementu sozialak sistema edo zeinu gisa aztertzen ditu; horren arabera, kultura bakoitzak sistema edo zeinu horiek interpretatzeko era bereziak izango lituzke, tokian tokiko ezaugarri ekonomiko eta politikoen arabera interpretazioak berauek. Esperientzia edo kultura, beraz, ez

da kulturalismoan bezala, era isolatuan aztertzen, hitzak berak dioen moduan, estruktura zabalago baten kokatu behar da kultura.

Stuart Hallen ustez (in Jensen, 1987) *kulturalismoa* eta *estrukturalismoa* dira kultura-ikerketen bi korrante nagusiak; haren esanetan, halaber, bateragarriak dira kultura aztertzeko bi ikuspegiak. Casey et al. (2002) ere bat datoz Hallekin, eta, era horretan, hainbat autore aipatzen dituzte zubiak eraiki dituztenak bi korronteen artean: besteak beste aipatzen dituzte, Antonio Gramsci, Louis Althusser, Pierre Bourdieu eta Michel de Certeau. Jensen-ek ongi azaltzen ditu bi korronteetatik esanguratsuak diren ideiak:

An important strenght of the culturalist approach is its insistence on culture as a material, productive element of social life and thus as a source of resistance and change. At the same time, an important strenght of the structuralist approach is its conception of experience and its insistence that consciusness can never be totally self-conscious. Experience is a material pehnomenon that cannot transcend the social structure where it has been formulated (Jensen, 1987:24).

Horiek horrela, kulturalismoaren eta estrukturalismoaren bateratzean oinarritu dira audientzia-ikerketetako hainbat korrante, ikuspegi bikoitz horrek era argigarrian azaltzen baitu audientziaren jokamoldea hedabideen aurrean.

Gaur egungo kultura-ikerketak postmodernitatean sustraitu dira; era horretan, arreta kulturaren *mainstream*-ean edo *diskurtso nagusian* jarri beharrean, kultura-esperientziek sortzen dituzten adierazpideak aztertzeraz bideratu dituzte ikerketok (Casey et al., 2002). Azterlanek, beraz, ez dute hain ikuspegi orokorra, eta kultura-esperientzien izaera atsegingarrian oinarritu dira batez ere. Adibiderako, Bordieu-ren lana aipa daiteke; ikerlariaren arabera (in Casey et al., 2002), kultura antolatuta dago ekonomiaren antzera, eta beraz, *kulturaren ekonomiaz* hitz egiten du bere lanean, aipatuz, bertako baliabideak era desorekatuan partekatzen dituela populazioak: "Individuals from separate class backgrounds thus tend to enjoy varying degrees of cultural capital as well, manifested in the distinctive cultural habits, lifestyles and preferences that they engage in" (Casey et al., 2002:240).

Kultura-ikerketen ikuspegi postmodernoan, beraz, plazerrak bultzatuta aukeratzeko du populazioak kultura adierazpide bat, eta horien arteko bat da hedabideen kontsumoa; horren arabera, audientziak du askatasuna bere esperientzia propioa aukeratzeko eta bizitzeko. Esperientzia horiek, halaber, ez dira erabat askeak, gizarte klasearen arabera aurrezarrita daude adierazpideak, eta oinordetzan hartzen dira.

3.2 Audientzia-ikerketak (*Audience Studies*)

Audientzia-ikerketak bideratuta daude, batetik, erabiltzaile-talde desberdinak identifikatzera, eta talde bakoitzaren profila definitu eta ezaugarriak zehaztera; bestetik, ikerketa hauek aztertu egiten dituzte audientzia-profil bakoitzaren nahiak, motibazioak eta ohiturak:

Media audiences are studied in order to increase public knowledge about how the old and new media may contribute to vital social processes like the social construction of identities, the building of social relationships, the citizen's ability to participate in democratic decision-making, the potential for cultural enlightenment through television, and so on (Schrøder et al., 2003:5).

Hedabideen historian audientziaren izaera aldatzen joan den era beretsuan, joan dira garatzen ere audientzia-ikerketetan korrante eta metodologia berriak. Horiek horrela, *audientzia* kontzeptuaren gaur egungo esanahia ulertu beharra dago audientzia-ikerketen egokitasuna bermatzeko.

3.2.1 Zer den audientzia

Audientzia definitzeko era desberdinak egon dira Komunikazio Zientzien historian (Schrøder et al., 2003). Audientzia-ikerketetan, audientzia izan ohi da hedabideen testuak irakurri, entzun eta ikusten dituen oro. Horren arabera, definiziorik sinpleenak audientzia deskribatzen du informatuta dagoen populazio bezala; definizio horren arabera, beraz, audientzia osatzen du herritar orok, herrialde bateko biztanle den heinean, bertako betebeharrak eta eskubide guztiak betetzen dituenean. Izate hutsetik harago, halaber, audientzia uler daiteke kategoria bat bezala (Casey et al., 2002): kultura-produktu desberdinek audientzia desberdinak ditu eta, beraz, talde-sozial desberdinetako audientzia izan gaitzke. Beste esangura batek, masa manipulaerraz modura identifikatzen du audientzia; definizio horri jarraiki, aukeratzeko gaitasunik ez duen gizabanako alienatuak osatuko luke. Komunikabideen industriak, amaitzeko, merkatu bezala identifikatu ohi du audientzia, produktu mediatikoen kontsumista potentzial bezala, alegia.

Definizio horiek guztiak kontuan hartuta ere, ez da ahaztu behar audientzia beti egongo dela testuinguru teknologiko eta sozial bati lotuta, eta testuinguru horrek eragiten du komunikazio-eredua era batekoa edo bestelakoa izatea. Are gehiago, testuinguru kultural berean audientzia izateko modu desberdinak existitu daitezke, eta, beraz, testu bat kontsumitu eta interpretatzeko moduak alda daitezke ere: "Viewers may watch alone, with family, with friends; they may

watch a programme like Baywatch as a soap opera or as a form of sexual titillation; or they may watch avidly or inadvertently" (Casey et al., 2002:17).

Audientziaren izaera denetarikoaren parean, halaber, masa hedabideen garapena aipatu behar da: nazioarteko hedabide-merkatuaren ondorioz, audientziak gainditu ditu denboraren eta espazioaren mugak, eta, beraz, audientzia-profil berri bat sortu da, nazioartean hedatzen diren telesaioak kontsumitzera ohituta dagoena, eta klase sozialak, naziotasunak, ogibideak, hezkuntza-ereduak eta arrazak gainditzen dituen (Casey et al. 2002). Ondorioz, kontsumo-ohiturak aztertuz gero, audientzia plurala da; baina hedabideetan kontsumitzen diren nazioarteko produktuak aztertuta, audientzia homogeneoa da, eduki beretsuak kontsumitzen baititu.

Laburbilduz, ondorengo ezaugarriek deskribatzen dute egokien gaur egungo audientzia:

a) Digitalizazioak eta medioen dibertsifikazioak eragin dio audientziari euskarri ugari kontsumitzera aldi berean; izan ere, gaur egun, ordenagailua ari da bilakatzen hedabiderik kontsumituen, telebista edo irratia baino gehiago (Livingstone, 2002). Berbarako, Schrøder et al.-ek *Big Brother* saioa aipatzen dute, eta azaltzen dute, telesaioa hedabide, euskarri eta, beraz, testu edo diskurtso desberdinetatik jarraitzen duela audientziak (Schrøder et al., 2003:4): "The contemporary and future media audience, on the other hand, as described above in the (still somewhat extreme) case of *Big Brother*, is more aptly characterized as a semiotic juggler, keeping many communicative balls in the air, and frequently throwing them to and receiving them from other real and virtual jugglers". Schrøder et al.-ek *Big Brother*-en adibidearekin azaltzen duten ekintza *interaktibitate* gisa definitu da. Horrenbestez, baliabide teknologiko desberdinak edukitzeak eragiten du audientzia modu batekoa ala bestekoa izatea.

b) Aro digitaleko komunikazio-ereduan, gainera, hartzaile huts izatetik ekoizle izatera ere igaro da audientzia (Schrøder et al., 2003). Horri lotuta, Livingstonek (2002) ez du uste *audientzia* denik hedabideen kontsumitzaileak definitzeko hitz aproposa, baizik eta *erabiltzailea* izango litzateke egokiagoa, azken horrek deskribatzen duelako hobetoen, audientziaren izaera geroz eta partehartzaileagoa. Hala ere, Livingstoneren ustez (2002) audientziaren ikerketetan oker esan da hedabide berriek zaharrak ordezkatu dituztela, eta, beraz, haren arabera, audientziaren izaera tradizionala ezin da alde batera utzi, audientzia-profil zaharra eta berria era konplexuan eta nahasian korapilatuta daudelako.

Audientzia definitzen duten errealitate horiek guztiak kontuan hartu behar ditu, beraz, audientzia-ikerketa orok. Izaera konplexu horren eraginez, audientzia-ikerketen eremua ez da batere egonkorra, audientzien izaera plurala izateaz gain, berauek interpretatzeko eredu denetarikoak daudelako, eta testuinguru teknologiko eta sozial desberdinak existitzen direlako.

3.2.2 Ibilbide historikoaren oinarritzko zertzeladak

Audientzia-ikerketen historian hainbat abiapuntu existitu izan dira ikuslearen portaera aztertzeko, disziplina desberdineko ikerlariak saiatu dira, beraz, definitzen audientziaren izaera hedabideen aurrean.

XX. mende hasieran garatu zen ikerketa-lerro bat, hedabideek igortzen zuten mezuaren efektua ikertzen zutenak audientzian; *media effects* edo *cultivation effects* izena hartu zuen tradizio horrek. Ikerketa-mota horren abiapuntuan honako galdera zegoen: zer egiten diote hedabideek audientziari? (Schrøder et al., 2003). Harold Lasswell-en komunikazio-ereduan oinarritzen zen ikerketa-lerro hau: nor zer esaten du? ze kanal bidez esaten du? nori esaten dio? eta zein efektu lortu nahi da?

Efektuen teoriaren bidetik, 20. eta 30. hamarkadan Frankfurteko eskola egin zen famatu, mugimendu faxisten inguruan burutu zituzten azterketengatik; estatu autoritarioetako hedabideak aztertu zituzten, ezagutzeko nola erabiltzen zituzten hedabideak, propaganda-tresna gisa. Theodor Adorno eta Max Horkheimer izan ziren, besteak beste, Frankfurteko eskolan esanguratsuak.

Efektuen korrontek AEBetan izan zuen jarraipena, baina hedabideak propaganda-tresna gisa aztertu beharrean, kapitalismoak eragindako kulturaren komertzializazioan oinarritu ziren ondorengo ikerlanak; propaganda, beraz, publizitate-eran itsuratuta aztertu zuten, eta hor oinarritu zituzten efektuen teoriarekin lotutako ikerketak. Horrenbestez, hedabideen eraginarekin lotutako azterlanak ondorengo bi esparrutan murgildu ziren: prozesu demokratikoetan betetzen zuten lekua aztertu zuten, batetik, eta, bestetik, korporazio desberdinen beharrak ikertu zituzten, audientziaren erabakietan eragiteko ezinbestekoak zirenak (Schrøder et al., 2003). Audientzia aztertu zen, beraz, haren kontsumitzaile izaera kontuan hartuta.

Rubinen arabera (1994) hedabideen efektu gehiago antzematen ziren haien igorritako edukia errealista gisa antzematen zenean. Edukiak errealistak edo fikziozkoak izateak, beraz, eragiten zuen hedabideen eragina handiagoa edo lausoagoa izatea. Hala, hedabideek audientziarengan zuten efektuak ikertze horretan, politikaren, boterearen eta biolentziaren gaineko edukiak ikertu ziren, gehien bat. Korronte horrekin jarraituz, 40. hamarkadan esanguratsuak izan ziren Bernard Berelson eta Paul Lazarsfeld-en lanak, hedabideen eta botua ematearen arteko harremana aztertu zutenean. Esaten zen, beraz, hedabideek audientzian eragiten zutela eta audientziaren portaeran eta identitate formazioan zeresana zutela (Rubin, 1994).

Media effects korronteari kritika egin zaio, audientzia irudikatu ohi duelako pertsona pasibo eta zaurgarri bezala. Horrez gain, aipatu da ere hedabideak ez direla eragile linealak edukiaren eta hartzailearen artean, eta beraz, ezin da norabide bakarreko komunikazioan irudikatu hedabideen eragina audientziarengan. Horrekin batera, korronteak ez ditu kontuan hartzen hedabidearen eta mezua gertatzen den testuingurua; amaitzeko, *media effects* korronteak ezinezkoa du epe luzeko eraginak aztertzea.

50. hamarkadan beste korronte bat hedatu zen audientzia ikerketetan, eta *uses and gratifications* izena hartu zuen. *Media effects* zein *uses and gratifications* korronteen helburua zen azaltzea komunikazio-prozesuaren emaitzak, portaerei eta izaera-formazioari dagokionez. Hala ere, *uses and gratifications* korronteak audientziaren potentziala kontuan hartzen du, mezua jasotzeko, interpretatzeko eta aukeratzeko ahalmena egozten dio publikoari, eta beraz, audientzia subjektu aktibo gisa irudikatzen da (Rubin, 1994).

Horiek horrela, aztertu beharrean hedabideek zer egiten dioten audientziari, ikuspegi baikorragotik ikertzen da audientzia, ikerketa-galdera iraulita: zer egiten du audientziak hedabideekin? Ikerketa-ildo honek, halaber, badu aurrekoak bezala interesa hedabideen eraginaren ikerketan, baina audientziaren erabakitze eta hausnartzeko gaitasuna alde batera utzi barik (Casey et al., 2003: 19): "Audience as active participants in the creation of meaning and as a heterogeneous population with different needs and motivations".

Uses and Gratifications ikerketa-ildoan esanguratsua izan zen Elihu Katz-en ikuspegia, bera izan baitzen audientziaren izaera aktiboa aldarrikatzearen beharraz hitz egin zuena. Katzek 50. hamarkadarako eginda zeuden hainbat ikerketa kokatu zituen *uses and gratifications* korrontearen baitan, denek ere audientziaren izaera aktiboa kontuan hartzen zutelako (Severin eta Tankard, 1992). Horien artean aipatu zuen 1949an egindako ikerketa bat, galdetu ziona audientziari zer botatzen zuen faltan irakurtzen zituzten egunkarietan. Beste ikerketa baten, 1951n, Riley eta Riley-k haurren lagun-taldeekin burutu zuten ikerketa, ondorengoa baieztatzeko: egoki integratuta zeuden haurrek akziodun edukiak erabiltzen zituzten taldean jolasa proposatzeko edukien inguruan, eta aldiz, egoki integratuta ez zeudenek, eduki berak erabiltzen zituzten barne-fantasia eta -ametsa elikatzeko; bi adibide horiek argi erakusten zuten audientziak eduki beretsuak erabiltzen zituela helburu desberdinetarako (Severin eta Tankard, 1992).

Urte batzuk beranduago Blumler eta McQuail ikerlariak *uses and gratifications* korrontean oinarrituta 1964ko Britainia Handiko hauteskundeetan burutu zuten ikerlan esanguratsua, aztertzeko audientziaren motibazioak hauteskundeekin zerikusia zuten eduki politikoak kontsumitzeko.

Ondorengo lerroetan sakonduko da *Uses and Gratifications* korrontean, gaur egungo hedabideen testuingurua aztertzeko abiapuntu interesgarria ezartzen baitu (García Jiménez et al., 2012; Rubin, 1994). Izan ere, Internetek eragindako komunikazio-paradigma aldaketa dela eta, audientziaren izaera zeharo aldatu da, eta beraz, berau aztertzeko bide egokia da (Severin eta Tankard, 1992:279): "Despite these mixed results, the uses and gratifications approach may have a chance to come into its own as we move into the information age and media users are confronted with more and more choices".

Horrenbestez, *uses and gratifications* korrontean hedabideen eragina aztertzeko ezinbestekoa da, batetik, audientziaren aktibitatean zentratzea eta, bestetik, haren testuingurua kontuan hartzea (Rubin, 1994).

70. hamarkadan semiologiak hartu zuen garrantzia kultura ikerketen esparruan. Ikuspegirik garrantzitsuenak *encoding-decoding* deiturikoa izan zen (Stuart Hall eta *Centre for Contemporary Cultural Studies* ikerketa-zentruak izan ziren esanguratsuenak). Ikerketa-ildo honen arabera, hedabideek mezua kodetzen zuten moduan, audientziak baliabideak zituen ere mezu hori deskodetzeko. Audientziak ematen dio esangura testuari, beraz, testua kodifikatzean asmo konkretu batzuk egon ahal badira ere, azken hitza audientziak du, mezua modu batera ala bestera deskodetu ahal duelako.

Jensenen arabera (1987), aipatu diren azken bi korronte hauen garrantzia da azpimarragarriena audientzia ikerketen esparruan (Jensen, 1987:24): "The interplay between the communication system and the audience is the core concern for reception analysis". Korronte honek, aurrekoak bezala, audientzia subjektu aktibo gisa irudikatzen du, baina audientziaren hedabideak kontsumitzeko motibazioetan oinarritu beharrean (hori baita *uses and gratifications* korrontearen abiapuntua), audientziaren testuinguru sozioekonomikoan eta haren ideologian sakontzen du gehiago (Casey et al., 2002).

Hedabideen eragina aztertzerako orduan, eta *encoding-decoding* korrontearen arabera, ezinbestekoa da egitura ekonomiko eta teknologikoak kontuan hartzea, audientziaren deskodetze gaitasuna kontuan hartzeko; horrez gain, ikerketen diseinuan faktore desberdinak aurreikustea gomendatzen zuen Jensenek (1987), audientziaren deskodetze gaitasunak desberdinak izan zitezkeelako.

80 eta 90. hamarkadan ikerketa asko garatu ziren eredu horri jarraituta, ikertzen baitzuten hedabideen eragina eduki eta audientzia desberdinen artean (generoaren arabera, arrazaren arabera, ...). Horrela bada, efektuen teoriak audientzia masa modura aztertzen bazuen ere, *encoding-decoding* korrontek audientzia izateko modu desberdinak ikertzen zituen, ikerketa metodologia kualitatiboen bitartez (Casey et al., 2002).

Encoding-decoding korrontearen baitan, David Morleyek 1985ean burutu zuen ikerketa pilotu bat 19 familiarekin. Haien etxean burutu zituen elkarrizketak, aztertzeko nola ikusten zuten telebista. Zein eduki ikusten zuten jakiteaz haratago, helburua zen ezagutzea zein zen telebistak betetzen zuen funtzioa etxeko egongelan, familiaren egunerokotasunaren baitan (Morley, 1993:1): "These are the issues which need, in fact, to be considered together: how viewers make sense of the materials they view, and the social (and primarily familiar) relations within which viewing is conducted".

Bideo-grabagailuaren eta bideojokoen hasierako garaian burutu zuen azterlana Morleyk, eta aipatzen zuen, lehenik eta behin, telebista beraren esangura aldatu zela teknologia horiek hedatu zirenez geroztik, eta komeni zela horiek guztiak kontuan hartzea; bigarrenik, telebistaren erabilera sozialaz hitz egin behar zela zioen. Telebista familiaren testuinguruan kontsumitzen den hedabidea izanik, familian bertan azertu behar zen, ezagutzeko kontsumoa nola burutzen zen bertan (Morley, 1993:19): "To expect that we could treat the individual viewer making programme choices as if he or she were the rational consumer in a free and perfect market is surely the height of absurdity when we are talking of people who live in families". Ikerketa esanguratsua izan zen, lehenengoetarikoa izan zelako aztertzen telebista egunerokotasunaren testuinguruan, eta ez bakarrik telebista masa-hedabide gisa eta ikuslearengan dituen efektuak aztertuta.

Audientzia-ikerketen ibilbidean, beraz, esanguratsuenak izan ziren *media effects, uses and gratifications* eta *encoding-decoding* korrontek, batzuk aitzindariak izan zirelako hedabideak ikertzen, eta ondorengoak audientziaren izaera eta testuingurua kontuan hartu zituztelako.

3.2.3 *Uses and Gratifications* ikuspegia eta testuinguruaren garrantzia

Audientzia ikerketetan 1950 eta 1970 bitartean hedatu zen korrontea da *uses and gratifications*, Britania Handian (Jay Blumlerren gisako ikerlariekin) zein Amerikako Estatu Batuetan hedatu zena (besteak beste, Elihu Katzei esker). Hasierako ikerketak kualitatiboak izan ziren eta 60. hamarkadatik aurrera ikerketa kuantitatiboak gailendu ziren, kualitatiboen ondoan.

Uses and gratifications korrontea ondorengo beharretatik hedatzen da:

1) Efektuen teoriari kritika egin zitzaion, audientziaren izaera ez zelako kontuan hartzen, eta, beraz, audientzia subjektu pasibo gisa irudikatzen zen *media effects* korrontean. Hori dela-eta, azertu beharrean hedabideek zer egiten zioten audientziari, komeni zen aztertzea audientziak zer egiten zuen hedabideekin.

Abiapuntu desberdin horren arabera, audientzia baloreak dituen giza-talde gisa deskribatzen da, beren interesekin eta beharrekin:

The communicator's audience is not a passive recipient it cannot be regarded as a lump of clay to be molded by the master propagandist. Rather, the audience is made up of individuals who demand something from the communications to which they are exposed, and thing from the manipulator if he is to get something from them (Severin eta Tankard, 1992: 269).

Jokamolde sozial batzuk betetzen dituzten pertsonak dira audientzia osatzen dutenak, eta haiek zehazten dute, noiz, nola eta zergatik kontsumitzen dituzten hedabideak (Casey et al., 2002). Behar horiek sozialki eraikitakoak dira, besteak beste, telebistaren eta industria kulturalen kontsumoaren bidez. *Uses and gratifications* ildoan, beraz, audientziaren definizioa berrasmatzeko beharretik abiatzen da.

2) Bigarrenik, kritikoei aipatu dute hasierako audientzia-ikerketek hedabideei botere gehiegi egotzen zietela, eta hori gainditzearen beharra ikusi zen; ordea, *uses and gratifications* korrontean audientziari botere gehiegi ematen zaiola aipatzen da (Casey et al., 2002). Horrela bada, hedabideen egitekoa audientziaren motibazio eta beharretara mugatzen da; edukiak, eta haien eraginak, beraz, audientziak kontsumitzen dituen motibazioekin erabat lotuta ebaluatzen dira. Kritikoei, berriz ere, azpimarratzen dute ikuspuntu muturrekoak ez direla positiboak, izan ere, hedabideak audientziaren kontsumo-ereduari lotuta egon arren, helburu batzuekin sortzen dituzte haien edukiak (Casey et al., 2002).

Laburbilduz, *uses and gratifications* korrontea *media effects* korrontea birdefinitzeko era bat da, audientziaren motibazioetan sakontzeko helburua duena (Schrøder et al., 2003:38): "Theoretically, U+G research rests on the same positivist foundation as effects research, according to which the only way to carry out an objective analysis of media-related behaviour, uncontaminated by the researcher's subjectivity, is to carve social reality into measurable units". Katz-ek, Blumler-ek eta Gurevitch-ek ere (in Severin eta Tankard, 1992) honela azaltzen dute auzia:

The studies are concerned with: 1) the social and psychological origins of 2) needs, which generate 3) expectations of 4) the mass media or other sources, which lead to 5) differential patterns of media exposure (or engagement in other activities), resulting in 6) need gratifications and 7) other consequences, perhaps mostly unintended ones (Severin eta Tankard, 1992:272).

Horrela bada, *uses and gratifications* korrontean hedabideen erabilera ikertzen da, beti ere, audientzia subjektu aktibo gisa deskribatuta (Hoffner, 2008; Schrøder et al., 2003); audientzia horrek beharraren arabera aukeratzen ditu eduki desberdinak hedabideetan. Horiek horrela, publikoaren testuinguruak, praktikek eta aukerek baldintzatuko dute hedabideen eragina (Schrøder et al., 2003).

Audientziak, beraz, motibazioak bultzatuta kontsumitzen ditu ikus-entzunezkoak, eta motibazio horien jatorrian behar espezifiko batzuk daude. Behar horiek ez dituzte hedabideek sortzen (Severin eta Tankard, 1992), giza-beharrak dira bultzatzen dutenak audientzia kontsumoa burutzera.

Hoffnerrek (2008) aipatzen du behar garrantzitsuena dela besteekin konektatuta edo harremanetan egotearena. McQuail-ek, Blumler-ek eta Brown-ek (in Severin eta Tankard, 1992; in Roberts et al., 2009), ondorengo bost kategoriatan multzokatzen dituzte audientziaren beharrak, hedabideak kontsumitzeko motibatzen dituztenak:

- 1) Dibertsioaren beharra, arazo eta errutinatik ateratzeko.
- 2) Harreman pertsonalak mantentzearen beharra dela-eta, informazioaren erabilera soziala egiten da.
- 3) Identitate eta psikologia indartzearen beharrak bultzatuta, informazioa kontsumitzen da errealitatearen esplorazio gisa.
- 4) Zaintzaren beharra dela-eta, informazioa bilatzen da hedabideetan lagungarriak izan daitezkeen edukiak aurkitzeko.

Katz-ek, Gurevitch-ek eta Haas-ek (in Severin eta Tankard, 1992), Hoffnerrek bezala, hedabideak ikusten dituzte tresna bezala, norbanakoek erabiltzen dituztenak besteekin harremanetan jartzeko. Besteak beste, aipatzen dute pertsonak afektibotasuna behar dutela eta taldean integratuak sentitzeko beharrak bultzatuta, kontsumitzen dituztela hedabideak.

Horrela bada, *uses and gratifications* korrontearen arabera, komunikazioaren eragina sozialki eta psikologikoki baldintzatuta dago audientzia-motarengatik eta haien aukeragatik (Rubin, 1994:176): "Personality, social context, motivation, and availability -based on culture and economic, political, and social structure- all affect the potential influence of media and their messages". Rubinen ustez, hortaz, audientziaren jarduera (*audience activity*) dela korrontearen indargunea.

Uses and Gratifications korronteak jaso izan ditu hainbat kritika; horien artean, honakoak aipa daitezke: batetik, teorizazio falta egotzi zaio korronteari, gehien bat, kontzeptuak definitzerako orduan oso sinplista izan delako (beharrak definitzerakoan, adibidez) (Severin eta Tankard, 1992). Aipatu da ere, datuak biltze hutsean geratzen den korrontea dela. Bigarrenik, audientziaren oso ikuspegi indibidualistan oinarritzen dela esan da (Schrøder et al., 2003), norbanakoen motibazioetan eta beharretan oinarritzen den ikuspegia delako; hori dela-eta, askotan gaitzetsi dituzte korronte honetan oinarritutako ikerketak, hedabideen erabilera baldintzatzen duten testuinguruaren ezaugarriak ez direlako kontuan hartzen (Schrøder et al., 2003:39): "Most of the critique against the U+G tradition has focused on its individualistic bias, which leads it to see people as rationally motivated and problem-solving individuals, and on its overriding concern with psychological needs rather than the contextually and socially differentiated needs created by the social formations that frame people's lives". Berbarako, Schrøder-ek, Drotner-ek, Kline-k eta Murray-ek (2003) Lull-ek esandakoak aipatzen dituzte, kritiko agertzen baita *uses and gratifications* korrontearekin. Lull-ek, adibide gisa, rock kontzertu bateko nerabeen ikerlana aipatzen du; ikerketaren helburua zen gazteen kontzertura joateko motibazioetan sakontzea. Era honetan hitz egiten zuen Lullek ikerketaren inguruan (in Schrøder et al., 2003:39): "There is simply no way to represent numerically the essence of what thousands of young people had experienced during the concert or what the cultural meaning of music is to them generally".

Bide horretatik, Severin eta Tankardek (1992) arrazoitzen dute ikuspegi sinplista eta sinesgaitza dela galdetegiak erabilia populazioaren konplexutasuna ulertzea eta giza-motibazioetan sakontzea, eta beraz, ikerketaren diseinua egokia izatea ezinbestekoa da, audientziaren motibazioak eta beharrak ganoraz identifikatzeko.

3.2.4 Egungo audientzia-ikerketak

Ez da existitzen metodo enpirikorik gizartearen eta praktika kulturalen gaineko jakintza osaturik eman dezakeenik, eta audientzia-ikerketen tradizioan berdin gertatzen da, ikerketa-metodo bakoitzak bere indarguneak eta ahulguneak ditu-eta (Schrøder et al., 2003). Hala ere, korronte eta metodo bakoitzak badauka bere gaitasuna bizi dugun errealitate mediatikoaren zati bat deskribatzeko, eta era partzialean bada ere, gizarteak hedabideekin dituen harremanak azaltzen laguntzen dute.

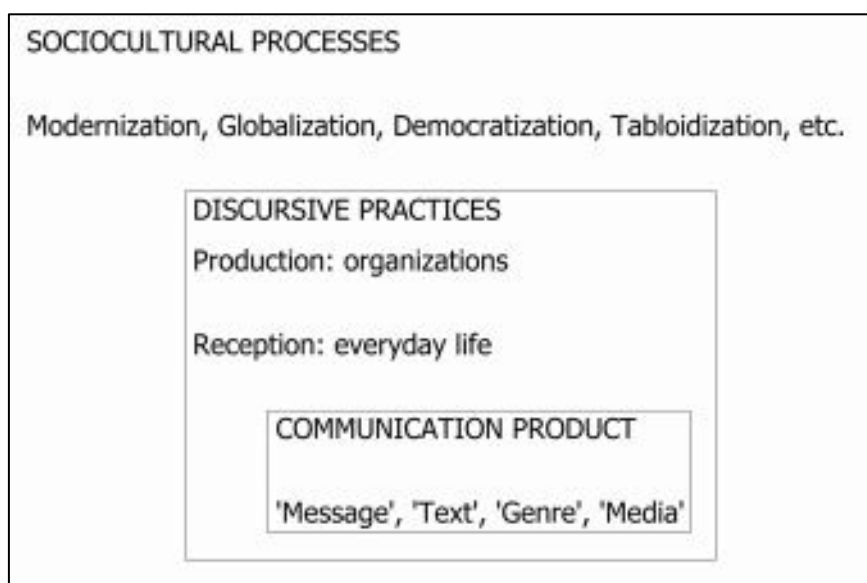
Horren harira, eta aurreko lerroetan aipatu den bezala, Schrøderrek, Drotnerrek, Klinek eta Murrayek (2003) baieztatzen dute *uses and gratifications* teoriak ez zuela erabat hautsi *media effects* korrontearekin; horren kontrara, efektuen korronteak zituen ahulguneak gainditzeko helburuekin sortu zen ikuspuntu berria; hortaz, bi korronte kontrajarri baino, osagarriak dira.

Audientzia ikerketetan existitu izan diren bi korrante nagusiak kontuan hartuta, Rubinek (1994) proposatzen du eredu misto bat, non erabilera eta motibazioak aztertuta, hedabideen efektuak ikertzea hel gaitzkeen. Windahl-ek ere (in Rubin, 1994) uste du bien arteko baturak lagunduko lukeela bi korranteek dituzten mugak gainditzten:

Media perceptions and expectations guide people's behavior; motivation is derived from needs, interests, and externally imposed constraints; there are functional alternatives to media consumption; there are important interpersonal dimensions to the media experience; and audience activity, involvement, and attitudes about media content play an important role in media effects (in Rubin, 1994:178).

Ikuspegiak ikuspegi, hainbat autorek (Courtois et al., 2012; Jensen, 1987; Livingstone, 2002; Suess et al., 1998; Svoen, 2007) azpimarratzen dute audientziaren testuinguru soziala kontuan hartzea dela garrantzitsuena, beharrak, motibazioak, zein efektuak ikertzeko. Komunikazio prozesua ematen den testuinguruak edo egitura soziokulturalak (ikus **16. irudia**), beraz, audientziak komunikabideekin duen erabileraren eta hedabideen efektuen gaineko informazioa ematen du (Schrøder et al., 2003).

16. irudia. Komunikazio prozesuaren baitan parte hartzen duten egitura soziokulturalak



Iturria: Schrøder et al., 2003

Hedabideen erabilerak eta motibazioak aztertzeko, beraz, ezinbestekoa da hedabide-kontsumoa eguneroko beste hainbat ekintzen parte bezala irudikatzea (Schrøder et al., 2003; Suess et al., 1998). Praktika horiek pertsonen arteko etengabeko harremanean garatzen dira; horrenbestez, hedabideen kontsumoa ezin da irudikatu ez bada kokatzen egunerokotasuna osatzen duten pertsonen arteko komunikazioan, maila pertsonalean, tokiko esparruan, nazio-esparruan edo esparru globalean garatzen direnak.

Pertsonen arteko harremanean, beraz, maila desberdineko taldeak existitzen dira, eta testuinguru soziokultural berean bizita elkar ulertzerik ez egotea gerta daiteke, klase, etnia, adin eta generoen araberako "komunikazio erreperitorio" desberdinak garatzen dituelako taldeak (Schrøder et al., 2003:17): "Therefore, even though there exists a considerable common core within a national language community, there are still plenty of possibilities of misunderstanding both as regards the meaning of individual lexical items and the 'traffic rules' of interpersonal interaction".

Horrela bada, norbanakoak identitate-kulturala garatzen du eta komunikazio-gaitasunean trebatzen da, etengabeko elkarreraginaren bitartez, eta lagun-taldea da, besteak beste, interakzio-esparruetako bat, hedabide-kontsumoaren nolakotasuna zedarritzen duena; eta nerabezaroan, bereziki, lagun-taldea da, familiarekin batera, talde-kultural esanguratsua, hedabide kontsumoaren nolakotasuna ikertzeko (Schrøder et al., 2003).

Hedabideetako edukien efektuak ikertzen dituzten lanekin alderatuz, audientzia-ikerketen izaera sarkorra kontuan hartu beharra dago, ezinbestean ikertzaileak eragina edukiko duelako ikerketa-subjektuaren egunerokotasunean, eta berau moldatu beharra egongo da ikerketa gauzatu ahal izateko. Honela azaltzen dute kontua Schrøderrek, Drotnerrek, Klinek eta Murrayek (2003:16):

As audience researchers, therefore, we have to come to terms with the fact that however we choose to engage audiences empirically, we shall be several steps removed from that which we wish to study: on the one hand, how people use the media as an integrated part of their daily lives, as a social practice alongside other social practices, and on the other hand, how the cultural meanings offered by the media are made sense of and may gratify people's needs for information and entertainment.

Audientziaren esperientziak enpirikoki batzea lan sakon bezain zaila da, beraz. Azaldu den horregatik guztiagatik, audientzia ikerketek beti ere testuinguru bateko errealitatea deskribatzeko gaitasuna izango dute (Schrøder et al., 2003), inoiz ezingo dituzte audientziaren praktikak bere osotasunean deskribatu.

Audientziaren testuinguru soziala ikertzearekin batera, *uses and gratifications* ikuspegia gaurkotu beharraz hitz egiten du Rubinek (1994). Gaurkotze lan horretan, hedabide berrien garaiak ekarri dituen aldaketak aipatzen ditu, Internetek, eta oro har, teknologia berriek, behar, motibazio eta erabilera berriak sortu dituztelako. Horrenbestez, edukien eta efektuen gaineko ikerketek izan duten hegemonia lausotu egin da, hedabideen erabilera-motak ugaltu egin direlako (Svoen, 2007), eta beraz, hori ikertzera jo dute azken hamarkadetako lanek.

Hedabide berriak kontuan hartzen dituen ikerketa-lerroan, teknologiak eta haren erabilerak du ezinbesteko lekua, horien bitartez komunikatzen baitira erabiltzaileak; hedabide-berrien testuinguruan *audientzia* hitzak galdu du bere balioa, eta *erabiltzaile* hitza hedatu da, egungo errealitatearekiko fidelagoa dela arrazoituta. Definizioak zehaztasun falta badu ere (Livingstone, 2002), ondo egokitzen zaio *uses and gratifications* korronteari, hedabide-kontsumoaren ikuspegi parte hartzaileagoa irudikatzen duelako; hala ere, esparru akademikoan, oraindik ere *uses and gratifications* korrontek oso ikuspegi indibidualistatik aztertzen du audientzia.

3.3 Nerabeak eta audientzia-ikerketak

Nerabe-audientziak ikuspegi desberdinetatik landu dira historian zehar; ez hainbeste korrante desberdinak existitu izan direlako nerabeak ikertzeko, baizik eta nerabearoa ulertzeko eta definitzeko era desberdinak egon direlako (Bolin, 2004:238): "National or regional variations of youth research, as described briefly above, may be seen as a result of the dominant way in which one, in a specific society and at a specific point in time, has regarded youth as a category".

Media effects korrontetik abiatuta, nerabeekin burututako hasierako ikerketek biolentziaren eragina aztertu zuten bereziki, jakiteko zein harreman zuten hedabideetatik jasotako eduki bortitzek nerabearen jokaerarekin (Buckingham, 2000); ostean etorri ziren, genero-rolen eta publizitatearen eraginaren inguruko lanak.

Uses and gratifications paradigmak, aurreko lerroetan aipatu den bezala, pertsonen arteko komunikazioaren atzean dauden motibazioak ikertzea du helburu, hedabideak kontsumitzeko motibazioen antzekoak direnak. Zentzu horretan, Internetek argi eta garbi pertsonen arteko komunikazioan beste mugarri bat ezarri du (Hoffner, 2008), nerabeak Sarearen bidezko interakzioan parte hartzen baitute, haien harreman sozialak asebetetzeko.

Bi korrante nagusi horiez gain, Buckinghamek (2000) interesgarri deritza ikertzeari gazteek nola bizi duten hedabideetan azaltzen diren gertaerak, eta nola lotzen dituzten egitate horiek errealitatearekin; izan ere, esanguratsua da hedabideek nerabeen identitatean eta sinesmenetan betetzen duten rola (Buckingham, 2000). Bide horretatik abiatuta, ikerketa-ildo bat jorratu izan du autoreak, aztertzeko haur eta nerabeek nola lotzen duten hedabideetan ikusten dituzten egitateak errealitatearekin.

Nerabeen audientzia-ikerketak egiterakoan, honako faktoreak dira ezinbestean kontuan hartu beharrekoak: testuinguru ekonomiko, sozial eta kulturala, eta, bereziki, egunerokotasuneko praktikak edo jarduerak (Badillo eta Marengi, 2003; McHale et al., 2009; Scantlin, 2008); Livingstonek (1998) ongi deskribatzen du testuinguru sozial hori (*social environment*):

The leisure environment affords access to certain kinds of activities and interconnectios among activities, depending on social arrangements of time, space, cultural norms and values and personal preferences and lifestyle. Within these arrangements, children and young people (and their families) construct their own local contexts and it is within these that media use becomes meaningful (Livingstone, 1998:441).

McHale-k, Dotterer-ek eta Kim-ek (2009) eguneroko jarduerak (*daily activities*) definitzen dituzte bost ikuspegi desberdinetatik abiatuta; horrela, eguneroko praktikak lirateke a) ezagutza eta trebetasunak eskuratzeko aukera, b) norbere izaera ezagutarazteko eta garatzeko gunea, c) lotura sozialak egiteko ingurunea, d) erakundeetan parte hartzeko parada eta e) denbora finitua denez, detariko jardueretan parte hartzeko muga. Horiek horrela, eguneroko jarduerari eman zaien definizioaren arabera garatu izan dira horren araberako ikerketa-ildoak. Esaterako, bigarren definizioari jarraiki, kausa-efektuan oinarritutako ikerlanak egin dira gehien bat, aztertu dutenak hedabideek nola eragiten duten nerabearen identitate-sorkuntzan. Hirugarren definizioa kontuan hartuta, bestelako ikuspegiak landu dira, eta era honetan deskribatzen dute ikerlariek:

At the most general level, this body of work directs attention to the interpersonal element of youth media involvement, including their companions in their media-oriented activities and the extent to which youth choose particular media-oriented activities in an effort to build or express their affiliation with friends or other significant persons in their lives (McHale, Dotterer eta Kim, 2009:1190).

Nerabeak eta lagun-taldea ikertzeko abiapuntu egokia litzateke azken hori (Suess et al., 1998), nerabeen hedabide-kontsumoa era estuan lotuta baitago egunerokotasunaren antolaketarekin.

Eguneroko jarduerak ikertzeko, honako lau galderei erantzuna aurkitzea gomendatzen dute McHalek, Dottererrek eta Kimek (2009):

- a) ZER egiten dute?
- b) NORK hartzen du parte aktibitate horretan?
- c) NOLA garatu da jarduera hori?
- d) ZERGATIK gauzatu da jarduera?

Nerabe-audientziaz ari garela ere, Callejok (2010 eta 2012) hitz egiten du adin-tarte honekin ikerlanak burutzeak dakartzan arazoez; arreta eskaini dio metodologia kualitatibo-bidezko ikerketa-ildoari:

Cualquiera que haya intentado aproximarse a los adolescentes a través de estas prácticas de investigación es consciente del importante esfuerzo que ha de hacerse para obtener respuestas y para confiar en esas respuestas. Sus dinámicas se llenan de silencios, de levantamientos de hombros como respuesta, de miradas cómplices entre

los observados, pues aunque previamente no se conozcan entre sí, les une su posición frente a quien cuestiona (Callejo, 2010:18).

Callejok ongi azaltzen ditu helduen eta nerabeen arteko mugak sor ditzaketen komunikazio etenak, eta, beraz, ikerlariak gaztetxoek erresistentziari aurre egiten jakin beharko dio, nerabea erasotua sentitu ahal da-eta heldu baten behaketa lanarekin. Haien erantzunak aintzat hartzeak ere baditu bere arriskuak, egoera deseroso horretan, helduek espero dutena esatera jotzen baitute gaztetxo askok (Callejo, 2010), bereziki, sakoneko elkarriketetan.

Laburbilduz, nerabeen audientzia-ikerketetan publiko aktibo gisa definitzen da audientzia; bestetik, nerabeen errealitatea eta haiek erabiltzen dituzten terminotan definitzen dira ikerketaren ildo nagusiak; eta amaitzeko, nerabeak beraien talde sozialetan kokatzen dira, haien portaerak ulertu ahal izateko, beti ere, kontziente izanda ikerlariaren eta gaztetxoek arteko mugak existituko direla, eta horiek interpretatzen jakin behar direla. Ezaugarri horiek guztiak dira ezinbestekoak nerabeak ikertzeko, baina denek ere badituzte enpirikoki mugak (Buckingham, 2000). Izan ere, nerabearen izaera aktiboa deskribatzen duten ikerketak gailentzen ari dira azken urteetan, eta nahasmena sortu da izaera aktiboaren eta kontsumitzaileen subiranotasunaren artean. Nerabeak hedabideen erabilerak ezagutzeak ez du esan nahi aukera mugagabea dutenik erabilera horretan, eta beraz, jarduera bera aztertzea baino garrantzitsuagoa irizten dio Buckinghamek erabileraren ondorioak eta inplikazioak aztertzeari.

4. kapitulua. Ikerketaren diseinu metodologikoa

- 4.1 Metodologiaren aukerak eta mugak
- 4.2 Inkestaren eta laginaren zehaztasunak
 - 4.2.1 Inkestaren diseinua
 - 4.2.2 Inkesta balioztatzea eta kontrol-proba
 - 4.2.3 Laginaren diseinua
 - 4.2.4 Laginaren izaera
- 4.3 Sakoneko elkarrizketak: zehaztasun metodologikoak
 - 4.3.1 Elkarrizketa-gidoiaren diseinua
 - 4.3.2 Elkarrizketa-gidoiaren balioztatzea
 - 4.3.3 Elkarrizketatuen aukeraketa
 - 4.3.4 Elkarrizketatuen izaera
- 4.4 Tuenti sare sozial birtualaren analisia: zehaztasun metodologikoak
 - 4.4.1 Metodologiaren diseinua eta balioztatzea
 - 4.4.2 Ikerketaren parte-hartzaileak

Burutu den ikerketa oinarriko ikerketa da, egitate bat hobeto ulertzen lagunduko digun ikerketa, hain zuzen (Juaristi, 2003). *Uses and gratifications* korrontetik abiatuta, haien ikus-entzunezko kontsumoa ezagutzearekin batera, egunerokotasuneko kontsumo-ohiturak ezagutzea da ikerlanaren helburuetako bat; horrez gain, gaztetxoek motibazioetan sakondu nahi da, ikus-entzunezko kontsumoari dagokienez. *Uses and gratifications* korrontearen ikuspegi indibidualista gainditze aldera, nerabearen ingurune sozialean bereziki garrantzia duen lagun-taldea aintzat hartu da ikerketan, aztertzeko, ea badagoen harremanik ikus-entzunezko kontsumo indibidualaren eta lagun-taldeko ikus-entzunezko kontsumoaren artean.

Ikerketaren abiapuntua estatistika inferentzian oinarrituta dago, Gipuzkoan egindako lagin-aukeraketan lortutako emaitzek balio dute, hain zuzen, Gipuzkoako nerabeen ikuspegi orokorra edukitzera. Horrekin batera, sakoneko elkarrizketak burutu dira eta Tuenti sare sozial birtualaren eduki-analisia burutu da.

Ikerketako parte hartzaileekin harremanetan jartzeko, Gipuzkoako ikastetxe desberdinekin kontaktatu da, eta Mondragon Unibertsitateak ziurtagiria bidali zaie, zehazteko zeintzuk diren ikerketaren helburua. Horrez gain, parte hartu duten gaztetxoek era boluntarioan egin dute, eta zehaztu zaie, gainera, erabat anonimoak izango direla batutako erantzunak.

4.1 Metodologiaren aukerak eta mugak

Audientzia-ikerketak burutzeko, metodologia desberdinak erabil daitezke. Schrøder et al.-en ustez (2003) ez dago audientzia-ikerketarako metodologia perfekturik. Horrela bada, audientzia ikerketetan metodologia desberdinak erabil ditzake, eta erabaki daiteke zein den kasurako eredurik egokiena: "With every choice something is gained and something is lost. But the more the researcher bases these choices on intelligent reflection, the more likely it is that the balance of methodological trade-offs will lead to illuminating and credible insights about the audience practices examined" (Schrøder et al., 2003:25).

Horiek horrela, Schrøder et al.-ek (2003) lau hurbilketa-metodo aipatzen dituzte audientzia-ikerketetarako; sailkapenaren oinarrian dago hurbilketa bakoitzak duen hurbiltze enpirikoa, ikertzailearen eta subjektuen arteko harremana ezartzeko. Horrela bada, ondorengo sailkapena aurkezten dute:

a) Hedabideen etnografia (*media ethnography*): behaketa-teknikaren bitartez, ikertzailea ahalik eta era naturalenean integratzen saiatzen da ikertu behar dituen subjektuen egunerokotasunean; era horretan, subjektuen errealitatea moldatu barik, haien portaeren jarraipena egiten saiatzen da ikerlaria, egoera ahalik eta egiazkoenean ikertu ahal izateko.

b) Harrera-ikerketak (*reception research*): ikertzaileak esku hartzen du subjektuen eguneroko bizitzan, baina metodologia kualitatiboen bitartez (elkarrizketak, gehienetan) ezagutzen du subjektuaren esperientzia hedabideekin; elkarrizketak irekiak izaten dira, subjektuak nahi duen gisara mintzatu ahal izateko.

c) Audientzia-ikerketa kuantitatiboa (*field survey research*): aurrekoak baino metodo intrusiboagoa da honakoa, baina galdetegia erreminta bezala erabiltzeak eragiten dio metodo honi aurrekoekiko desberdina izatea, helburuei dagokienez, audientzia zabalago baten informazio esanguratsua eskuratzea duelako helburu.

d) Ikerketa esperimentalak (*experimental research*): ikerketaren diseinua oso zehatza izaten da metodo honetan, kontrolatu nahi delako subjektuen testuinguruko elementu ahalik eta gehien; horrela bada, elementu horiek bakartu eta test espezifikoak egiten dira hedabideen efektuak neurtzeko.

Kontuan hartu behar da, hala ere, audientzia-ikerketetarako balio duten lau metodo horiek badituztela bere alderdi eraginkorrek subjektuengana hurbiltzeko, baina hurbilketa bakoitza era bakartuan aztertuz gero, badituzte hutsuneak ere (Schrøder et al., 2003). Horrela bada, hurbiltze kuantitatiboaren bitartez doitasun-maila handiko emaitzak lor daitezkeen arren, metodologia kualitatiboak eskaintzen du informazio askoz sakonagoa pertsonen pertzepzioen eta iritzien inguruan.

Bigarrenik, Schrøder et al.-ek (2003:23) ohartarazten dute giza zientzietan oinarritutako ikerketek behar dutela erlatibotasunetik kritika egitea: "Can we trust these findings, and what sort of questions should we ask of empirical research in order to pinpoint the issues of credibility?". Ikerketaren esangura-maila egokirako, beharrezkoa ikusten da, beraz, ikerketaren metodo eta teknikan erreparatzea; izan ere, baliozko ikerketa bat dela baieztatzeke, jakin beharra dago zein puntura arte diren 'egia' ikerketatik ateratako emaitzak. Balio edo esangura horiek, beraz, lotuta egongo dira era estuan erabilitako metodo bakoitzaren helburuei, eta, horiei jarraiki, emaitzek eman behar digute ikuspegi erreala subjektuen edo audientziaren hedabide-esperientzien inguruan. Horrenbestez, metodo bakoitzaren balioa edo esangura ebaluatzerako orduan kritika egin beharko diogu metodoari, beti ere, haren helburuak kontuan hartuta. Berriz ere, galderak airera botatzen dituzte Schrøder et al.-ek (2003:24): "Was our questionnaire good enough? Did we succeed in setting up a productive focus group setting? Did our ethnographic design establish 'rapport' with important informants, so that people really let us into what they think and do when they watch the news?".

Hurbilketa bakoitzak, beraz, ikerketarako metodologia desberdina eskatzen du. Schrøder et al.-ek (2003) hausnarketarako bidea irekitzen dute, galdetzerakoan ea metodologia kuantitatiboak

edo kualitatiboak diren aproposagoak audientzia-ikerketarako. Haien ustez, metodologia bakoitzak helburu desberdinak lortzeko balio behar du; horiek horrela, inkestan oinarritutako metodologia kuantitatiboa erabiltzen da komunikazioan ikuspegi faktikoak ikertzeko, besteak beste, ikus-entzunezkoen kontsumo-denbora, saio-aukeraketak edota genero-preferentziak ikertzeko. Elkarrizketan oinarritutako metodologia kualitatiboa, ordea, esangura konplexuagoa duten auziak ikertzeko erabiltzen da, besteak beste, negoziazioa eskatzen duten edo subjektiboak diren definizioak ezagutzeko, edota iritziak zein egitate baten gaineko inpresioak jasotzeko.

25. taulan batu dira Schrøder et al.-ek (2003:24) deskribatzen dituzten desberdintasunak, ikerketa kuantitatiboen eta kualitatiboen helburuen inguruan.

Adituek (ikus, adibidez, Frey, Botan eta Kreps, 2000, eta Schrøder et al., 2003) gomendatzen dute teknika kuantitatibo eta kualitatiboak konbinatzea audientzia-ikerketetan. Metodologia kuantitatiboetan oinarrituta, galdetegiak erabil daitezke komunikazio-ohiturak ezagutzeko, berauei esker, besteak beste, maiztasunak, denborak eta aukerak azter baitaitezke; horrekin batera, metodologia kualitatiboetan oinarrituta, elkarrizketa eta eztabaidak sor daitezke, komunikazio-ohituretan sakontzeko eta esanahi desberdinen zehaztasunak batzeko.

Ikerketa hau *field survey research* metodoan oinarritzen da, helburu duelako Gipuzkoako nerabeentzat (12-16) esanguratsua izango den datu-bilketa zehatz edota kuantitatiboa lortzea. Horrela bada, galdetegiaren bitartez jaso dira Gipuzkoako 853 gaztetxoren erantzunak, argazki osatu eta adierazgarria eskuratzeko. Horrekin batera, *reception research* metodoa erabili da aurrekoaren gehigarri gisa, ikerketa kuantitatiboaren bitartez iristeko zailak diren hainbat gaitan sakondu ahal izateko; sakoneko elkarrizketez baliatu gara, eta 26 gaztetxok parte hartu dute ikerketaren fase honetan. Amaitzeko, 26 gaztetxoen Tuenti profilak ezagutzeko, batetik, inkesta erabili da, eta, bestetik, subjektuen profilak aztertu dira, ezagutzeko ikus-entzunezko edukiek duten presentzia.

25. taula. Metodologia kuantitatibo eta kualitatiboaren helburu desberdinak		
Point of comparison	Qualitative research	Quantitative research
Focus of research	Quality (nature, essence)	Quantity (how much, how many)
Philosophical roots	Phenomenology, symbol interaction	Positivism, logical empiricism
Associated phrases	Fieldwork, ethnographic, naturalistic	Experimental, empirical, statistical
Goal of research	Understanding, description, hypothesis generation	Prediction, control, description, hypothesis testing
Design characteristics	Flexible, evolving, emergent	Predetermined, structured
Setting	Familiar, natural	Unfamiliar, artificial
Sample	Small, non-random	Large, random, representative
Data collection	Interviews, observations	Questionnaires
Mode of analysis	Inductive	Deductive
Findings	Comprehensive, holistic, expansive	Precise, narrow, reductionist

Iturria: Schrøder et al., 2003

Horrela bada, metodologia kuantitatibo eta kualitatiboa uztartu dira ikerketan, triangelukatze metodologikoaren (Cantor, 2002) abantailez baliatzeko, hots, metodologia-korrante desberdinak uztartuta, analisirako perspektiba desberdinak jorratu direla, ikerlan osatuagoa aurkeztu ahal izateko.

4.2 Galdetegiaren eta laginaren zehaztasunak

Matematikaren eta behaketa probabilitikoen teknikak gizarte-zientzietara aplikatu ziren XIX. mendean, gizartearen behaketetarako. Horrela bada, Paul Lazarsfeld aitzindari izan zen audientzia-ikerketak kuantitatiboan, 1940. hamarkadan diseinatu eta erabili zituelako hainbat galdetegi irati- eta telebista-kontsumoaren ikerketarako.

Metodologia kuantitatiboari egotzi zaizkio askotan subjektua eta haren testuingurua ez dituela kontuan hartzen, baina 90. hamarkadan diseinatutako metodologia kuantitatiboek populazio desberdinen esperientziak batu zituzten: taldeen arteko konparaketak egin ziren eta populazioaren egunerokotasuneko hedabide-esperientziaren argazki osatu eta esanguratsua

lortu zen. Horrek erakusten du, besteak beste, metodologia kuantitatiboak ahalbidetzen duela lagin handi baten informazio esanguratsua lortzea, populazio zabalago baten errealitatea deskribatu ahal izateko.

Metodologia kuantitatiboan, beraz, laginketa-teknika desberdinen bitartez subjektua adierazpide numeriko bihurtzen da, eta hainbat eredu matematiko erabilia aztertzen eta deskribatzen da laginaren profila. Era honetan deskribatzen dute Schrøder et al.-ek (2003:174) metodologia kuantitatiboaren eraginkortasuna: "By mindfully analysing the patterns of data, quantitative research often provides a generalizable or predictable counterbalance to the contextual insights of particular audience interpretation".

Audientzia-ikerketak kuantitatiboa, beste ikerketa-mota asko bezala, eztabaida zientifikorako pentsaturiko metodoa da; honek eskatzen du ikertzailea autokritikoa izatea haren diseinu zientifikoarekin, metodoa balioztatu ahal izateko. Horrek eskatzen du hausnartzea, lehenik eta behin, aurrekarietan aurki daitezkeen teoria eta ebidentzien inguruan, eta bigarrenik, metodo horren bitartez lortu nahi diren helburuen inguruan, emaitzen egiazkotasuna baieztatu ahal izateko. Schrøder et al.-en ustez (2003), metodo zientifikoa balioztatzeke ezinbestekoa da haren diseinua bat etortzea aurrekariarekin, hots, ezinbestekoa dela berau alde aurretik zehaztuta dauden irizpide batzuen arabera diseinatzea: "The requirement of consensual validity is meant to ensure that the evidence is both reproducible and provides the best explanation of the observed results".

Burutu den ikerketa audientzia-ikerketen korrante teorikoan kokatzen da. Ikerketaren lehenengo fasean metodologia kuantitatiboaren bitartez, *field survey research* edo audientzia-ikerketa kuantitatiboaren metodoa aukeratu da. Lortu nahi diren helburuak kontuan hartuta, *field survey research* metodoak proposatzen dituen jarraibideak hartu dira kontuan ikerketa hau diseinatzeke. Izan ere, ikerketa honetan lagin batetik ateratako emaitzak orokortuko dira populazio zabalago batera; gure kasuan, Gipuzkoako zenbait eskualde eta ikastetxetan burututako ikerketak balioko digu Gipuzkoako nerabeen argazki orokorra ateratzeko. Hara zer dioten Freyk, Botanek eta Krepsek (2000:198) metodologia honi buruz: "Researchers use the survey method to ask questions about the beliefs, attitudes, and behaviors of respondents for purpose of describing both the characteristics of those respondents and the population(s) they were chosen to represent".

Populazioari gagozkiola, kontuan hartu behar da ikerketa-lagin zehatz bat aukeratu dela, adierazgarria izango dena populazioaren profila deskribatzeko. Schrøder et al.-ek (2003) honako bi elementuak aipatzen dituzte, ezinbestean kontuan hartu behar direnak ikerketaren esangura baieztatzeke: batetik, laginaren tamaina edo eskala, ikertu nahi den populazioaren ezaugarriekin bat datorren aukeraketa egin behar delako; bestetik, lagin horretako emaitzak

orokortzeko aukerak aztertzea eskatzen dute, eremu bati lotuta egon diren emaitzak orokortu nahi baldin badira, ikerketaren diseinuan kontuan hartu beharko delako hori.

Ikerketaren prozedurari dagokionez, honako hauek aipatzen dituzte Freyk, Botanek eta Krepsek (2000) kontuan hartu beharreko elementu bezala:

a) Laginaren aukeraketa: Schrøder et al.-ekin batera (2003), laginaren aukeraketari garrantzia ematen diote ikerlariak, populazio orokor bati erreferentzia egingo diolako lagin horrek.

b) Laginetik lortutako erantzun-kopurua: ikerketan parte hartu duen laginetik lortutako emaitza-kopurua esanguratsua izan behar da, ikerketaren fidagarritasuna bermatzeko.

c) Ikerketaren denbora-balioa: bi ikerketa-eredu bereizten dituzte *field survey research* metodoan; desberdintasuna lotuta dago ikerketak denboran duen balioari. Batetik, denbora konkretu bati lotuta dauden ikerketen ereduak dago; ikerketa horiek balio dute garai konkretu bateko argazki orokorra aztertzeko. Bestetik, luzera begirako ikerketa-ereduak dauzkagu; horien bitartez, denbora-tarte desberdinetako emaitzak atera eta joerak aztertzen dira.

d) Ikerketaren erremintak: erremintak egokiak izan behar dira lortu nahi diren helburuetara iristeko.

Metodologia eta metodoak definitu dira, beraz, ikerketaren abiapuntuan, eta diseinuaren egokitasunerako kontuan hartu dira aurreko lerroetan aipatutakoak.

Galdetegiaren diseinuari dagokionez, audientzia-ikerketa kuantitatiborako galdera-mota desberdinak proposatzen dituzte Schrøder et al.ek (2003), izaera, eta, beraz, helburu desberdinak dituztenak. Ondorengo sailkapena egiten dute:

a) Galdera irekiak (*open-ended questions*): galdetegia betetzen duenak askatasun osoa du erantzunean, galdera helburu konkretu baterako diseinatuta egon arren. Beraz, galdera-mota hauetan ez dira erantzun-aukerak zerrendatzen eta galdekatutako lagunak idatzi egin behar du erantzuna. Ikerketa honetan diseinatu dira tankera honetako galdera gutxi batzuk, besteak beste, ezagutzeko zeintzuk diren nerabeen saio gustukoenak, edo ezagutzeko zer den laguntaldearekin grabatzen dutena.

b) Galdera itxiak (*close-ended questions*): kasu honetan ikerlariak alde aurretik mugatu egin ditu erantzun aukerak, eta, beraz, erantzuten duenak ikerlariak emandako aukera horien artean zehaztu behar du bere erantzuna. Galdera itxiek izaera desberdina izan dezakete: izan daitezke dikotomikoak (bai ala ez erantzuteko), zerrenda batetik aukeratzea eskatzen dutenak, desordenaturiko erantzunak ordenatzea eskatzen dutenak, Likert eskala baten bidez diseinatuta

daudenak (adostasun-maila erakusteko, besteak beste), edo izaera konplexuagoa duten beste batzuk, *trade-off* izena hartzen dutenak; honakoa, adibidez (Schrøder et al., 2003:258):

"Would you strongly approve, approve, disapprove or strongly disapprove if the BBC accepted commercial financing as a means of funding its services?

If approve, ask: Would you want BBC television to take advertisements if this means...

... less choice of programmes? Yes/ No

... more of your favourite type of programme but smaller range of others? Yes/ No"

Ikerketa honetan erabili dira galdera dikotomikoak, jakiteko, adibidez, ea nerabeek ohiko telebista ikusten ote duten Interneten; zerrenda batetik aukeratzea eskatzen dutenak izan dira diseinatutako galdera asko, besteak beste, ezagutzeko Youtuben ikusten dituzten bideo-motak (galdekatutako nerabeak aukeratu behar du ikerlariak aldeztatik zerrendatutako erantzun posibleen artean); azkenik, Likert eskalaren bidez diseinatutako galderak ere diseinatu dira, gazteen adostasun-maila neurtzeko hainbat gairen inguruan.

Audientzia-ikerketa kuantitatiboaren diseinu egokirako beste hainbat gomendio ematen dituzte Schrøder et al.-ek (2003):

a) Ikertzaileak jakin behar du nork beteko duen galdetegia eta hizkuntza egokitu behar du laginaren izaerara. Autore hauek gomendatzen dute aurre-test bat egitea, ikusteko ea hizkuntza egokitzen zaion laginari. Gure ikerketaren kasuan, kontuan hartu da lagina 12 eta 16 urte bitarteko gaztetxoek osatzen dutela, eta, beraz, galdetegiaren zein beronen hizkuntzaren diseinua nerabeen profilerak egokitu dira.

b) Erantzun gabeko itaunak egoki kudeatu behar dira: galdetegia bete dutenetako zeinbaitzuk batzuetan ez dute iritzirik edo interesik gai konkretu batzuen gainean. Schrøder et al.-ek (2003) gomendatzen dute galdetegiko erantzun-aukeren artean gehitzea 'ez dakit' edo 'iritzirik ez' bezalako aukerak. Diseinatu dugun galdetegian txertatu dugu 'Ez dakit' aukera, galdetu diegunean ea satellite bidezko eskaintzarik jasotzen duten etxean, aurretik burututako ikerketan (Pavón eta Zuberogoitia, 2011) baieztatu baitzen Debagoieneko nerabeen artean ezjakintasun handia zegoela satellite bidezko telebistaren inguruan.

Galdetegian batutako erantzunak SPSS eta R estatistika *software*-ekin landu dira. Datu estatistikoak lortu dira honako analisi estatistikoak erabilita:

a) Oinarrizko maiztasunak egin dira, jakiteko zeintzuk diren joera orokorrak.

b) Kontingentzia-etaulak erabili dira aldagai batek ematen dituen aukeren arteko desberdintasunak ikusteko, beste aldagai bati dagokionez. Abididez: generoaren (neska eta

mutila) araberako desberdintasunik al dago hizkuntza-profilari (errazago euskaraz/bietan berdin/errazago gaztelaniaz) dagokionez? Esangura-maila Pearson-en Chi karratuarekin, Phi-rekin eta Cramer-en V-arekin ziurtatu da. Emaitzak ematerako orduan eman dira Chi karratuaren balioa (χ^2), askatasun-graduarena (ag) eta esangura-mailarena (p).

c) Analisi faktoriala erabili da izaera bera duten aldagai desberdinak faktore edo multzotan multzokatzeko, hots, harremana duten aldagaiak taldekatzeko. Adibidez, teknologia desberdinen ahalmenaren arabera multzoak egin dira. Varimax biraketaren (*varimax rotation*) emaitzak aztertu dira eta varimax biraketan osatu diren faktore desberdinetako emaitzak (β) eman dira. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testa ere egin da analisi faktorialaren fidagarritasuna baieztatzeko.

d) Korrelazio sinpleak erabili dira izaera bera duten aldagaien arteko harremana aztertzeko. Adibidez, galdetegian aipatu diren baieztapen desberdinen arteko adostasuna erakutsi behar izan du laginak, eta baieztapen horien arteko harremana aztertzeko burutu da korrelazioa. Emaitzak Pearson-en korrelazioaren arabera eman dira (r).

e) Korrespondentzia-analisiak burutu dira, bi aldagai desberdinen arteko harremana aztertzeko. Besteak beste, teknologia-ahalmenaren eta ikus-entzunezko kontsumoaren arteko harremana aztertu da korrespondentzia-analisen bidez. Dimentsio desberdinek datuen inertziaren zenbatekoa azaltzen dute, eta horren inguruko informazioa ere eman da (λ).

4.2.1 Galdetegiaren diseinua

Ikerketaren atal kuantitatiboan oinarritzen da ikerlanaren lehen fasea. Fase honetan, Gipuzkoako nerabeen argazki orokorra edukitze aldera, horretarako propio diseinatutako galdetegia sortu da.

Galdetegiak orotara 9 atal ditu (B hizkitik J hizkira izendatuta daude; ikus **2. eranskina**), eta Juaristiren (2003) gomendioak jarraitu dira beronen egiturarako. Horrekin batera, eta aldagaien operazionalizazioa ahalbidetzeko, erabaki ezinbestekoa izan da galderen formulazioan atentzio berezia jartzea.

26. taulan laburbildu dira galdetegiaren egitura eta atal bakoitzaren helburuak. Ondorengo lerroetan ere aipatu dira kontuan hartu diren aurrekariak formulazio-estiloak hautatzeko.

26. taula. Galdetegiaren atalak eta helburuak (2011)	
Atala	Helburua
A	Galdetegi zenbakia
B	Ezagutzea zein den gaztetxoan ahalmen teknologikoa
C	Jakitea zein ikus-entzunezko ikusten dituzten
D	Ezagutzea ikus-entzunezkoak partekatzeko ohiturak lagunekin
E	Jakitea zein den gaztetxoan adostasun-maila, ikus-entzunezko kontsumoari lotutako egitateekin
F	Jakitea zeintzuk diren ikus-entzunezkoak kontsumitzeko motibazioak
G	Ikus-entzunezko kontsumo-ohiturak
H	Ezagutzea hizkuntza-hautuak, ikus-entzunezko kontsumoari dagokionez
I	Informazio pertsonalari lotutako hainbat datu eskuratzea, tartean, generoa
J	Ezagutzea gaztetxoan aisialdi-ekintzak

Iturria: lanketa propioa

-B atala: hasierako galderak. Galdetegiaren B atalean inkestatuak lehenengo kontaktua egiten du gaiarekin; galderen zailtasun-maila baxua izaki, oinarrizko teknologiaren gaineko galderak batu dira bertan. Galderek ez duten arren lehenengo mailako informazioa lortzeko helbururik, garrantzitsu iritzi zaio nerabearen teknologia-ahalmena zein den jakiteari, (Livingstone, 2002; Cho et al., 2003) hainbat autorek azpimarratzen duten bezala, teknologiara sarbideak hedabideen kontsumoan eragin zuzena du-eta. Australian Learning and Teaching Council-ek gidatutako (2007) *Educating the Net Generation* proiektuko galdetegian oinarrituta dago atal hau. Kasu honetan, oinarrizko teknologiara mugatu dugu, ikerketaren helburu nagusia ez delako nerabeen teknologia-ahalmena aztertzea.

-C, D, E, F, G eta H atalak: oinarrizko galderak. Atal hauetan garatzen dira galdetegiaren galdera nagusiak. Sei atal horietan helburu desberdina duten galderak multzokatu dira. Zailtasun-maila handituz doa ataletan aurrera egin ahala, eta oinarrizko galderen azken atalean berriz ere zailtasun maila jaitsi egin da, galdetegiaren amaiera aurreikus dezan inkestatuak. Ondorengo lerroetan azalduko ditugu atal bakoitzaren zehaztasunak:

-C atala: atalaren helburua da jakitea zeintzuk diren nerabeek kontsumitzen dituzten ikus-entzunezkoak. Basterretxea et al.-en (2005) ikerketan oinarrituta moldatu da atal hau, eta lan honen aurrekaria den ikerketan (Pavón eta Zuberogoitia, 2011) baieztatu zen beronen diseinuaren baliagarritasuna. Haatik, zenbait aldaketa egin dira aurreko ikerketatik hona.

Horrela, aurreko ikerketan saioei, generoei eta telebista kateei buruz galdetu bazen ere, ikerketa honetan erabaki da saioen inguruan galdetzea, besterik ez. Gustuko telebista-generoen gainean ez galdetzearen arrazoi nagusia izan da gaur egungo telebistaren ezaugarri den generoen arteko hibridazioa (Gordillo et al., 2011; Imbert, 2008). Horrez gain, programak generoka sailkatzeko dauden zailtasunak ikusita (Gordillo, 2009), batetik, nerabeak zailtasunak izango lituzke gustuko dituen saioak genero konkretu baten kokatzeko, eta bestetik, sailkatzeak dakarren aukera-subjektibotasunak emaitza nahasgarriak ekarriko lituzke. Bigarrenik, gustuko telebista-kateen inguruan ez da galdetu, galdetegiaren luzera mugatu nahi izan delako. Horrela bada, behin galdetegia pasa dela, nerabeek izendatu dituzten programen zerrenda generoka sailkatu da, Gordilloren (2009) sailkapenaren arabera, eta informazioa lortu da saioak dagozkien telebista-kateetan sailkatzeko. Amaitzeko esan, Basterretxea et al.-en ikerketa (2005) telebista analogikora mugatu zela, eta, hori dela-eta, atalari gehitu egin zaizkio satellite eta Internet bidezko ikus-entzunezkoen kontsumoari buruzko itaunak.

-D atala: ikus-entzunezkoen eta lagun-taldearen arteko harremana landu da. Aurreko ataletan aztertu denez, hainbat ikerketak azpimarratzen du (Barker, 2009; Casas et al., 2007; Coleman eta Hendry, 2003; Milner, 2004; Suess et al. 1998) lagun-taldearen garrantzia nerabearen hedabide-kontsumoan. Hala dio, adibidez, Milkiek (1994:377):

Through interaction with others, they give meaning to the media images that pervade their everyday lives. Thus media effects can be seen as the collective production and reproduction of ideology drawn from media symbols, including interpretation that occurs outside of the individual-media interaction.

Aurretik burututako ikerketak ere (Pavón eta Zuberogoitia, 2011) hori baieztatzen du. Ikerketa honen ardatz nagusia ere badenez egitate hau, atal berezi bat eskaini zaio nerabearen, hedabideen eta lagun-taldearen arteko harremanari. Hala ere, aurrekari gutxi aurkitu dira harreman hirukoitz hau aztertzeko, eta D atala oinarrizko bi azpimultzotan banatu da. Batetik, nerabeari galdetu zaio ea hitz egiten den lagun-taldean ikus-entzunezkoek; hala egiten dute Casas et al.-ek (2007), Suess et al.-ek (1998) eta Medrano, Palacios eta Aierbek (2007). Bestetik, beste hainbat ikerketak (Barker, 2009; Brown eta Larson, 2009; Roberts, Henriksen eta Foehr, 2009; Rubio Gil, 2010) eta baita tesi honen aurrekaria denak ere (Pavón eta Zuberogoitia, 2011), erakusten du sare sozial birtualek berebiziko garrantzia dutela lagun-taldearen hedabide-partekatzean. Hori horrela izanik, bigarren multzo batean gehitu diren galderak praktika horren ingurukoak izan dira.

-E atala: hainbat ikerketatan (Casas et al., 2007; Gipuzkoako Foru Aldundia, 2009) erabili den diseinua erakargarria eta interesgarria iruditu zaigu ikerketaren abiapuntuan markatu ditugun ikerketa-galderak testatzeko. Atal honen formulazio-estiloa, beraz, ez da galdera

irekietatik abiatu; horren ordean, hainbat baieztapen idatzi dira, eta nerabearen lana izan da baieztapen horiekin duen adostasun-maila zehaztea, 1 eta 5 zenbakien bitarteko Likert eskalan. Aurreko lerroetan aipatu dugun moduan, ikerketa-galderetatik abiatuta diseinatu dira baieztapenak, beti ere ikerketaren ardatz nagusitik aldendu gabe (nerabeak eta lagun-taldearen garrantzia ikus-entzunezko kontsumoan). **27. taula** sailkatu dira baieztapenak.

27. taula. Galdetegiko E atalaren sailkapena, ikerketa-galderak kontuan hartuta	
Ikerketa-galdera	Baieztapena
a) Zein ikus-entzunezko produktu kontsumitzen dute nerabeek (12-16 urte)?	(Galdera hauen erantzuna beste ataletan lortutako datu kuantitatiboekin erantzun da; beraz, ez da baieztapenik idatzi.)
b) Zeintzuk dira beraien ikus-entzunezko kontsumo-ohiturak?	
c) Zeintzuk dira nerabeen motibazioak ikus-entzunezko kontsumo-ohitura horiek izateko?	Oro har, gustatzen zaizkit ikusten ditudan ikus-entzunezkoak.
	Ikus-entzunezkoak oso garrantzitsuak dira nire bizitzan.
d) Badago harremanik ikus-entzunezko kontsumoaren eta lagun-taldearen artean?	Ikus-entzunezkoak bakarrik ikustea gustatzen zait eta ez dut esperientzia inorekin partekatu nahi.
	Lagunekin hitz egindakoak eragina dauka nire ikus-entzunezko hautuan.
	Ikus-entzunezkoak oso garrantzitsuak dira nire lagun-taldean.
	Ikus-entzunezkoak ikusten ez dituen baztertuta sentitzen da lagun-taldean.
	Ikus-entzunezkoetan ikusten dugunak eragina du lagun-taldearen gustu musikaletan.
	Ikus-entzunezkoetan ikusten dugunak eragina du lagun-taldearen pentsaeran eta jarreran.
	Ikus-entzunezkoetan ikusten ditugun pertsonaien itxurak eragina du lagun-taldearen janzkeran.
e) Badago harremanik ikus-entzunezko kontsumoaren eta lagun-taldearen hizkuntza-portaeraren artean?	Ikus-entzunezkoetan erabiltzen den hizkuntzak eragina du lagun-taldearen hizkuntza-hautuan.

Iturria: lanketa propioa

E atalaren izaera dela-eta (homogeneotasuna dauka, bai galderen formulazioari dagokionez, bai egiturari dagokionez, bai jaso ahal diren erantzun-motei dagokionez) Cronbach-en Alfa proba egin da, eta fidagarritasun-maila altua dela baieztatu dezakegu atal honetan ($\alpha = 0,715$).

-F atala: ikus-entzunezkoak kontsumitzeko motibazioak aztertu dira atal honetan. Atal honen abiapuntua izan da aurretik burututako ikerketa (Pavón eta Zuberogoitia, 2011). Ikerketa haren bigarren fasean egin zen eztabaida-taldearen helburu nagusia izan zen ikertzea zeintzuk ziren arrazoi edo motibazio nagusiak ikus-entzunezko produktuak kontsumitzeko. Honako elementuak aipatu ziren ikerketa hartan, ikus-entzunezkoak kontsumitzeko motibazioen artean: emozioa, akzioa eta intriga, umorea eta, azkenik, gazteen presentzia ikus-entzunezkoetan.

Motibazio horiei batu zaizkie beste aditu batzuen lanetan aipatutakoak. Horrela bada, Arnettek (1995) bereziki azpimarratzen du musika nerabeen sozializazioaren parte garrantzitsu bezala; horrekin batera, lagun-taldearekin eta nerabe-kulturarekin identifikatzearen beharra ere aipatzen ditu bere lanean, McHale-ek (2000) bezala. Aipagarria da, halaber, Pindadorek (2003) ikerketan baieztatzen dena, alegia, nerabeek lagunengana eta hedabideetara jotzen dutela honako gaiez informatzeko: telebista, zinema, moda eta musika.

Aurrekari hauek kontuan hartuta, ikus-entzunezkoak kontsumitzeko nerabeek izan ditzaketen motibazio desberdinak zerrendatu ditugu (ikus **28. taula**).

28. taula. Ikus-entzunezkoak kontsumitzeko motibazioen zerrenda
Ohikoak ez diren egoerak agertzen direla.
Umorezkoa dela edo barre eragiten didala.
Emozioz eta intrigaz betea dela.
Nire kuadrillak ikusten duela.
Euskaraz dagoela.
Pertsonaiak gustuko ditudala.
Bertan agertzen diren janzkerak gustuko ditudala.
Bertan agertzen den musika gustuko dudala.
Bertan agertzen diren pentsamoldeak eta iritziak gustuko ditudala.
<i>Iturria: lanqueta propioa</i>

-G atala: ikus-entzunezko kontsumo-ohiturak aztertu dira atal honetan: norekin ikusten dituzten ikus-entzunezkoak eta zenbat denbora igarotzen duten ikus-entzunezkoen aurrean. Bi galdera horiek garatzeko diseinuaren oinarri nagusia hartu da Basterretxea et al.-en (2005) ikerketatik. Hala ere, aurreko lerroetan aipatu den moduan, ikerketa hori aro analogikoan egin zenez, hainbat aldaketa egin zaizkio. Aldaketa nagusia izan da Basterretxea et al.-en ikerketan galdetzen dela ea non ikusten dituzten ikus-entzunezkoak. Ikerketa horretan telebista-aparailuan bakarrik zentratzen da galdera, eta egongela edo logelako gunetara mugatzen da. Egungo testuinguruan, hala ere, ikus-entzunezkoak kontsumitzeko euskarri ugari daudela aintzat hartuta, eta gainera, euskarri horiek ahalbidetzen duten mugikortasuna kontuan izanik, erabaki da espazioaz galdetu beharrean, batetik, galdetzea zein pertsonekin ikusten dituzten ikus-entzunezkoak, eta bestetik, zein den erabilitako euskarria (telebista, ordenagailua edo mugikorra).

Atal honetan garrantzitsu iruditu zaigu, halaber, beste elementu hau gehitzea: galdetu zaie ea euskarri desberdinak aldi berean erabiltzen dituzten, eta zer egiten duten bakoitzean. Izan ere, Fennah-k 2010ean gidatutako bi ikerketek baieztatzen dutenaren arabera (2010 eta 2010b), nerabeak dira adin-talde aipagarrienak *multiscreening* terminoarekin izendatutako praktikan. Fennah-ren ikerketetan ondorioztatu da, horrez gain, Tuenti sare sozial birtuala dela webgunerik arrakastatsuen nerabeen artean:

El 71% de los adolescentes utiliza las redes sociales (...) a partir de los 14 años el uso de redes sociales supera el 80% hasta alcanzar una cota máxima de uso del 85% a los 17 años. En el caso de la investigación realizada, las redes sociales más populares entre los menores internautas se clasifican del siguiente modo: Tuenti se sitúa en primer lugar con el 60% de usuarios entre todos los que utilizan Internet (Fennah, 2010: ork. gabe).

Aurretik burututako ikerketak ere (Pavón eta Zuberogoitia, 2011) datu beretsuak eman zituen Leintz bailarako nerabeen inguruan (%70ak egunero erabiltzen du Tuenti eta %35ak aipatzen du telebista ikusi bitartean nabigatu egiten duela Interneten).

Aurrekari horiek guztiak izan dira esanguratsuak atala diseinatzeko.

-H atala: Gipuzkoako nerabeen profil soziolinguistikoa kontuan hartuta, atal honetan galdera bakarra gehitu da, jakiteko zein den hizkuntzarik erabiliena ikus-entzunezkoak kontsumitzerako orduan.

- **I eta J atalak: identifikazio galderak.** Amaitzeko, I eta J ataletan batu dira inkestatuaren profila ezagutzeko galderak, hala nola, adinari, sexuari eta jaioterriari buruzkoak (ikus **2. eranskina**).

Galderen izaeraren inguruan, esan, galdera zehatzak direla galdetegiko gehienak. Erantzunak aldeztu aurretik kodifikatu dira; ikerketa-lagin handia dela-eta, bestalde, baieztapenak definitu egin dira, erantzun-kopurua mugatze aldera. Galdera orokor bakarra egin da (20. galderan galdetzen da zein ikus-entzunezko mota grabatzen dituen inkestatuak), erantzuna ezin dezakegulako aurreikusi; gaiaren berritasuna dela-eta, ez dugu aurkitu sailkapen egoki bat egiteko ikerketa-aurrekaririk.

4.2.2 Galdetegia balioztatzea eta kontrol-proba

Behin betiko galdetegia bete aurretik, aurre-testa burutu zen 2011ko apirilean, batetik, ziurtatzeko galdetegiaren luzeraren egokia zela, eta bestetik, galderen formulazioa egokia zela bermatzeko. Horretarako, 23 nerabek parte hartu du galdetegiaren aurre-test edo kontrol-proban (ikus **29. taula**). Sarean bete dute galdetegia eta, horrekin batera, eskatu zaie erantzutea ondorengo galderei:

- 1) Zenbat denbora eman dizu galdetegia betetzeak?
- 2) Ondo ulertzen al dira galderak? Beste era batera formulatuko al zenuke galderaren bat?
- 3) Uste duzu galdetegian batzen ez den zerbait txertatu beharko litzatekeela? Eta zerbait soberan ikusten al duzu?

29. taula. Kontrol-probaren parte-hartzaileak (2011)		
Urtea	Neska	Mutila
1998	1	2
1997	0	6
1996	0	1
1995	2	2
1994	8	1
GUZTIRA	11	12
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

Kontrol-proban jasotako erantzunen arabera, ondorioztatu da batez beste 15 minutuko iraupena hartzen duela galdetegia betetzeak. Galderen formulazioari egoki iritzi diote galdetegia bete dutenek, baina hainbat zalantza sortu dira galdera batzuekin. Ondorioz, honako aldaketak egin dira galdetegian:

- Zalantzak sortu dira satellite bidezko telebista baduten edo ez esaterakoan. Hori ikusirik, aukeren artean 'ez dakit' gehitu da eta galderarekin batera azalpen txikitxo bat idatzi da, jakin dezaten zer den satellite bidezko telebista.

-Zuntz optiko bidezko telebistari dagokionez, zalantzak sortu dira Euskalteleko kable bidezko eskaintzaz; hau da, nerabeek zalantza asko dituzte definitzeko zein eskaintza-mota duten etxean, LTD bidezkoa edo zuntz optiko bidezkoa. Bi euskarrien arteko telebista-eskaintzaren arteko desberdintasuna minimoa dela kontuan hartuta, galdera ezabatu egin da.

-'Etxeko bideoak' itemak sortzen zituen zalantzak ikusita, 'Vídeos caseros' gaztelaniazko itzulpena gehitu zaio aurrekoari. Gaztelaniazko terminologia hedatua eta ezaguna dela kontuan hartuta, azalpen gisa balioko zuela aurreikusi da.

Diseinuari eta estiloari dagokienez, kontuan hartu dira inkestatuaren adina eta hizkuntza-maila eta, ondorioz, galdetegiaren itxura egokitu egin da adin-tarte horretara, Schrøder et al.-ek gomendatzen duten gisara (2003:17): "The same point would be apply to questionnaires, whose effectiveness as a research tool depends on the researcher's ability to produce questions that are decoded by respondents as meanings that correspond closely to those encoded by the researcher". Horretarako, nerabe euskaldunekin egindako hainbat ikerketa aztertu dira (Barandiaran, 2001; Gipuzkoako Foru Aldundia, 2009). Beraz, galdetegian estilo zein hizkuntza nahiko informalak erabili dira, nerabeen ulermena bermatzeko. Amaitzeko, konstruktoa balioztatzeko protokoloa diseinatu da; honako galderek osatzen dute protokoloa:

- a) Galdetegiaren itxura egokia da hartzailearentzat?
- b) Galdetegiaren luzera egokia da hartzailearentzat?
- c) Galdetegiaren egitura egokia da?
- d) Galderak argiak dira?
- e) Hizkuntza-maila egokia al da hartzailearentzat?
- f) Erantzun-aukerak ondo egokitu zaizkie galderei?

Protokolo horren arabera, gaian aditu diren Mondragon Unibertsitateko Iñaki García eta Txema Egaña doktoreek aztertu eta ontzat eman dute aparatu metodologikoa.

4.2.3 Laginaren diseinua

Gure ikerketaren lagina osatzeko ondorengo irizpideak jarraitu dira:

a) Ikerketaren eremua Gipuzkoa izanik, kontuan hartu dira probintzia osatzen duten zazpi eskualdeak, Eustatek (2009) izendatzen dituenaren arabera; populazioaren banaketa erabakigarria izan da laginaren sailkapenerako. Bestalde, ikerketaren adin-tartea 12-16 urtekoa dela kontuan hartuta, 1995etik 1998ra jaiotako biztanle-kopuruaren datuak hartu dira aintzat. 2010 erreferentzia-urtetzat hartuta urte horietan jaiotako pertsonak osatzen dute gure ikerketaren populazioa; guztira, 22.258 pertsona dira urte horietan jaiotakoak (Eustat, 2008). Bestalde, Gipuzkoan Derrigorrezko Bigarren Hezkuntzan 2010-2011 ikasturtean 24.339 ikasle matrikulatu ziren. Lehenengo populazio-kopurua kontuan hartuta, %95eko konfiantza-mailarekin eta $\pm\%3,3$ ko laginketa-errorea onartuta, 852 galdeketa egin dira. Eskualde bakoitzaren biztanleria kontuan izanik, **30. taulan** deskribatzen da jasotako galdetegi-kopurua. Eustaten datuak konparatu ditugu lortu dugun laginarekin *chisq.test* konparaketa bidez eta desberdintasuna ez da esanguratsua.

30. taula. Gipuzkoako 2008ko biztanleriaren banaketa eta horren arabera laginketa (2011)

	Biztanleriaren banaketa (Eustat, 2008)	Ikerketa-lagina Maiztasun erlatiboa (%)	Ikerketa-lagina Maiztasun absolutua
Bidasoa Behea	%11,1	%11,6	99
Deba Behea	%7,8	%9,3	79
Deba Garaia	%8,9	%8,6	73
Donostialdea	%46,1	%45,9	391
Goierri	%9,4	%10,6	90
Tolosaldea	%6,6	%4,8	41
Urola Kosta	%10,1	%9,3	79
GUZTIRA	%100	%100	852

Iturria: lanketa propioa

b) Kontuan hartu da, halaber, Gipuzkoako herrien tamaina-desberdintasuna; horren arabera, banatu egin dira herriak bi multzo nagusitan: landa-eremua, batetik (10.000 biztanle baino gutxiagoko herriek osatua), eta hirialdea, bestetik (beste denak). Hori horrela izanik, **31. taulan** deskribatu da laginaren banaketa landa-eremuaren eta hirialdearen artean.

c) Hirugarren aldagai bat ere hartu da kontuan; Gipuzkoako ikastetxe-ereduak, hain zuzen. Ikastetxe-motari dagokionez, hezkuntza publikoan matrikulatuta dago ikasleen %47, eta ikastetxe publikoak ez diren pribatuetan, kontzertatuetan eta ikastoletan dago ikasleen %53⁶. Guztira 12 ikastetxe hautatu dira laginerako, eta aurreko datuen arabera banaketari jarraituz, 5 izan dira publikoak eta 7 ez-publikoak.

d) Amaitzeko, ikastetxeen hezkuntza-eredua ere aintzat hartu da (ikus **32. taula**). Eustaten datuen arabera, Gipuzkoa osoan, DBHko ikasleen %4k A eremuan ikasten du, %25ek B eremuan eta %71k D eremuan; horrenbestez, Eustaten ehunekoi jarraiki banatu da lagina.

Orotara, beraz, **33. taulan** batu da lagina osatzen duen gaztetxoaren izaera, eskualdeari, herriari, ikastetxeari eta hezkuntza-ereduari dagokienez.

31. taula. Gipuzkoako 2008ko biztanleriaren banaketa eta horren arabera laginketa, landa-eremuan eta hirialdean (2011)			
	Biztanleriaren banaketa (Eustat, 2008)	Ikerketa-lagina Maiztasun erlatiboa (%)	Ikerketa-lagina Maiztasun absolutua
Landa-eremua (10.000 biztanle baino gutxiago)	%37	%33	283
Hirialdea (10.000 biztanle baino gehiago)	%63	%66,8	569
GUZTIRA	%100	%100	852

Iturria: lanketa propioa

⁶ Hezkuntza, Unibertsitatea eta Ikerketa saila. Eusko Jaurlaritza. Irakaskuntzaren estatistika. 2010/2011 ikasturtea.

**32. taula. Gipuzkoako 2008ko biztanleriaren banaketa eta horren arabera
laginketa ikastetxe-motaren eta ikaste-ereduaren arabera (2011)**

		Biztanleriaren banaketa (Eustat, 2008)	Ikerketa-lagina Maiztasun erlatiboa (%)	Ikerketa-lagina Maiztasun absolutua
Ikastetxe publikoa	A	%0,5	%0,0	0
	B	%4,8	%6,8	92
	D	%41,6	%38,5	373
Ikastexe ez- publikoa	A	%2,8	%2,3	19
	B	%20,8	%21,1	180
	D	%29,5	%31,3	188
GUZTIRA		%100	%100	852

Iturria: lanketa propioa

33. taula. Galdetegiko laginaren banaketa				
Eskualdea	Herria (Populazioa)	Ikastetxea (ikastetxe mota)	Hezkuntza- eredua	Lagina
Bidasoa Behea	Irun (60.416)	La Salle Ikastetxea (ez-publikoa)	B	99
Deba Behea	Deba (5.330)	Mendata Institutua (publikoa)	D	79
Deba Garaia	Aretxabaleta (6.524)	Kurtzebarri Institutua (publikoa)	D	73
Donostialdea	Donostia (180.657)	Altza Institutua (publikoa)	D, B	39, 30
		San Ignacio de Loyola Ikastetxea (ez-publikoa)	B	81
		The English School (ez-publikoa)	A	19
		Santo Tomas Lizeoa ikastola (ez-publikoa)	D	64
	Lasarte (17.432)	Landaberri Institutua (publikoa)	D	75
	Orereta (39.020)	Orereta Ikastola (ez-publikoa)	D	83
Goierri	Urretxu (6.761)	Iparragirre Institutua (publikoa)	D, B	28, 62
Tolosaldea	Ibarra (4.273)	Uzturpe Ikastola (ez-publikoa)	D	41
Urola Kosta	Zarautz (22.652)	La Salle Ikastetxea (ez-publikoa)	D	79
GUZTIRA				852
<i>Iturria: lanketa propioa</i>				

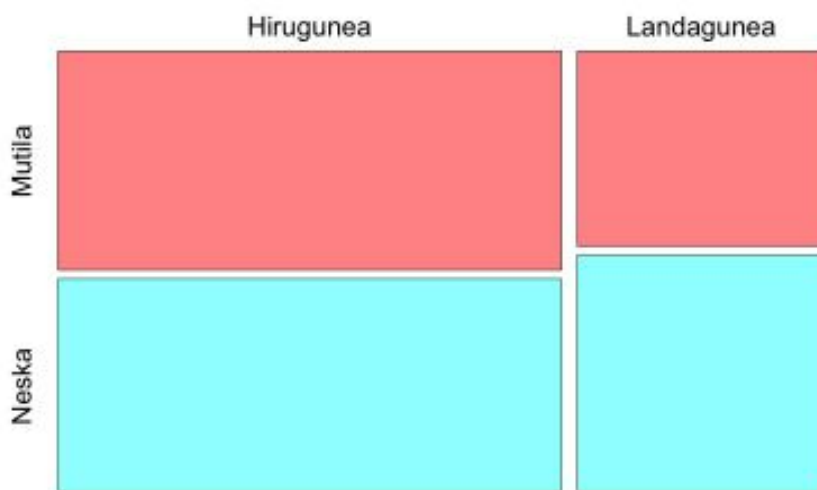
Behin galdetegiak batuta, eurretako 13 baliogabetu egin dira, galdetegiak osatzerako orduan galdera asko ez dituztelako bete (10 galdetegiren kasuan), informazioa bikoiztuta agertu delako (galdetegi baten kasua) eta 18 urteko bi pertsona zeudelako (bi galdetegiren kasua). Ondorioz, behin betiko lagina 839 pertsonakoa da.

4.2.4 Laginaren izaera

Ikerketaren lehenengo fase hau 2011ko maiatzan burutu da, eta 852 pertsonen galdetegiak batu dira. Analisi-fasera iritsi dira 839 galdetegi, eta horietatik 409 mutilenak dira, 429 neskenak eta bakar batek ez du horren gaineko informaziorik eman. Lagina, beraz, ez dago desorekatuik, neskak zein mutilak era beretsuan banatzen direlako (ikus **1. grafikoa**). Galdetegia betetzeko diseinatutako lagin-aukeraketa erabat bete da, horrez gain, generoaren banaketaren arabera landagune eta hiriguneetan (284 mutil eta 277 neska hirigunean eta 125 mutil eta 152 neska landagunean), eta beraz, hor ere ez da desorekarik nabari.

Gaztetxoan jaiotza-datari erreparatuta (ikus **2. grafikoa**), eta kontuan hartuta ikerketaren fase kuantitatiboa 2010-2011 ikasturtearen erdian egin zela, 13 eta 17 urte bitarteko nerabeek osatzen dute lagina⁷.

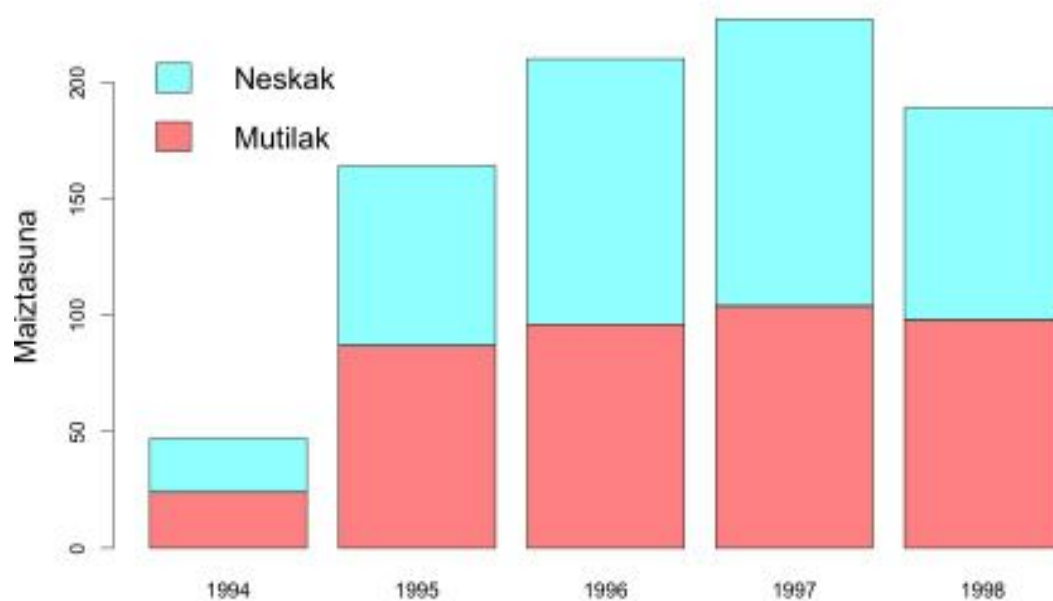
1. grafikoa. Laginaren banaketa, generoaren eta herrien tamainaren arabera



Iturria: lanketa propioa

⁷ Ikerketan ez dago 12 urteko pertsonarik, DBHko 1. eta 4.maila bitartean egin zelako ikerketa, 2010-2011 ikasturtearen erdian. Beraz, ordurako ikasle denek beteta zituzten 13 urte. 47 errepikatzaile ere badaude laginean, 17 urte dituztenak.

2. grafikoa. Laginaren banaketa jaiotza-urtearen eta generoaren arabera



Iturria: lanketa propioa

Horrenbestez, 13 eta 16 urte bitarteko gaztetxo kopuru beretsuak osatzen du lagina (ikus **34. taula**); nahiz eta 16 urtekoak zertxobait gutxiago diren, ez dago desberdintasun esanguratsurik. Horrekin batera, 17 urteko 47 pertsona daude, ustez, errepikatzaileak direnak.

34. taula. Laginaren adina (2011)		
Adina	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
13 urte	188	%22,4
14 urte	228	%27,2
15 urte	209	%24,9
16 urte	164	%19,5
17 urte	47	%5,6
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	3	%0,4
GUZTIRA	839	%100

Iturria: lanketa propioa

Laginaren jaiotza-lekuari dagokionez, %90 Euskal Herrian jaioa da; besteak, Espainian eta nazioartean jaioak dira, horietako asko, gainera, Hego Ameriketara (ikus **35. taula**). Gurasoen jaiotza-lekuarekin konparatuta (ikus **36. taula**), ordea, gehiago dira atzerrian jaio eta Euskal Herrira etorri diren gurasoak.

35. taula. Laginaren jaiotza-lekua (2011)		
Herrialdea	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Euskal Herria	755	%90,0
Espainia	21	%2,5
Europa	16	%1,8
Hego Amerika	25	%2,9
Ipar Amerika	2	%0,2
Asia	1	%0,2
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	19	%2,4
GUZTIRA	839	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

36. taula. Laginaren gurasoen jaiotza-lekua (2011)		
Herrialdea	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Biak Euskal Herrian	554	%66,0
Bietako bat Espainian	131	%15,6
Biak Espainian	53	%6,3
Bietako bat atzerrian	38	%4,5
Biak atzerrian	34	%4,1
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	29	%3,5
GUZTIRA	839	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

Lagun-taldeen izaerari erreparatuta, bost eta hamar lagun bitarteko kuadrillak dira hedatuena (%35,8). Hortik aurrera, kuadrilla handiagoak daude, txikiak baino gehiago, eta oso nerabe gutxi aipatu du (%4,3) ez duela lagun-talde finkorik.

Desberdintasun esanguratsuak daude landagune eta hirigunean ($\chi^2 = 40.206$, $ag = 4$, $p < 0.001$)⁸; horrela bada, landagunean kuadrillak dira, edo oso handiak, edo oso txikiak, eta hirigunean, ordea, 11 eta 20 lagun bitarteko talde ertainak dira orokortuenak (ikus **37. taula**).

37. taula. Laginaren lagun-taldearen tamaina, landagunean eta hirigunean (2011)			
	Landagunea	Hirigunea	Gipuzkoan
21 edo gehiago	82 %29,6	77 %13,7	159 %18,9
11 eta 20 bitartean	67 %24,2	214 %38,1	281 %33,5
6 eta 10 bitartean	105 %37,9	195 %34,8	300 %35,8
5 baino gutxiago	13 %4,7	48 %8,6	61 %7,3
Kuadrilla finkorik ez	9 %3,2	27 %4,8	36 %4,3
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	1 %0,4	0 %0,0	2 %0,2
GUZTIRA	277 %100	561 %100	839 %100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>			

Hizkuntza-profilari dagokionez (ikus **38. taula**), laginaren ehuneko handiena errazago moldatzen da gaztelaniaz euskaraz baino; izan ere, ia laginaren erdiak aitortu du errazago moldatzen dela gaztelaniaz.

⁸ χ^2 = Chi karratuaren balioa; ag = askatasun-gradua; p = esangura-maila

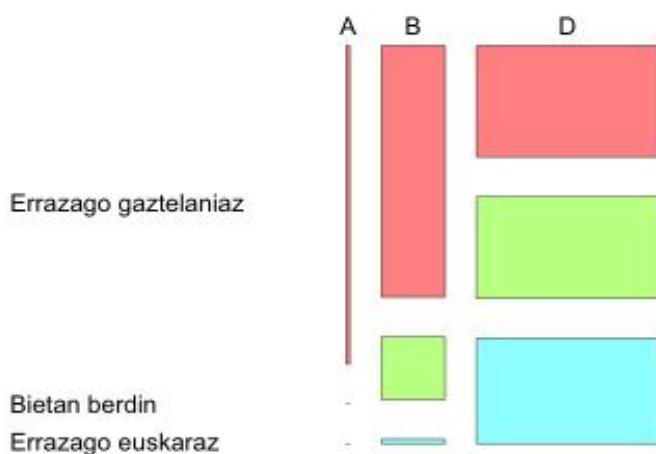
38. taula. Laginaren hizkuntza-profila (2011)		
Hizkuntza-profila	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Errazago euskaraz	200	%23,8
Berdin, euskaraz zein gaztelaniaz	230	%27,4
Errazago gaztelaniaz	387	%46,1
Beste batzuk	17	%2,1
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	5	%0,6
GUZTIRA	839	%100

Iturria: lanketa propioa

Beraz, ikerketako lagina oro har nahiko erdalduna da, euskaraz errazago moldatzen direnak herena baino gutxiago dira-eta (%23,8); gaztelaniaz errazago moldatzen direnek, ia laginaren erdia osatzen dute (%46,1).

Hizkuntza-profila nabarmen da desberdina ikaste-eredu desberdinen artean ($\chi^2 = 201.44$, $ag = 6$, $p < 0.001$), **4. grafikoan** irudikatzen den moduan. Horrela bada, A ereduko ikasle denek aipatu dute errazago moldatzen direla gaztelaniaz, edo euskara ez den beste hizkuntza batean. B ereduko ikasle gehienek (%75,7) ere aipatu dute errazago moldatzen direla gaztelaniaz, eta %18,8k aipatu du berdin moldatzen dela, gaztelaniaz zein euskaraz. D ereduaren kasuan, ordea, hizkuntza-profilak orekatuago daude: gaztelaniaz errazago moldatzen direnak gehiago diren arren (%34,5), nahiko parekide daude bai euskaraz errazago moldatzen direnak (%32,7), bai bi hizkuntzak era beretsuan menderatzen dituztenak (%31,5).

4. grafikoa. Galdetegiko laginaren hizkuntza-profila, ikaste-ereduaren arabera (2011)

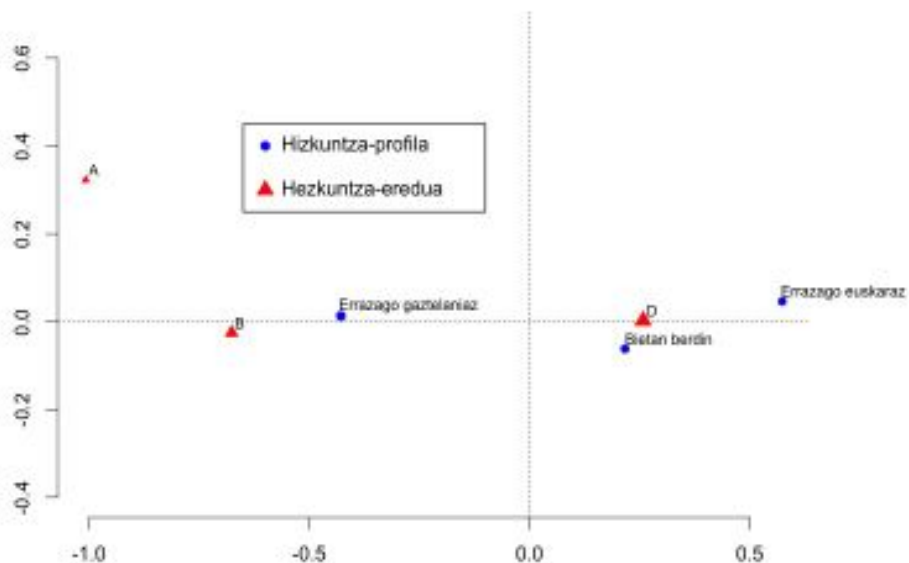


Iturria: lanketa propioa

Korrespondentzia-analisia burutu da ikusteko zein harreman duten nerabearen hizkuntza-profilak eta hezkuntza-ereduak. Lehenengo ardatzak datuen inertiaren %99,1 azalduta ($\lambda_1=0.18$), baieztatu da hezkuntza-ereduak lotura estua duela gaztetxoek menderatzen duten hizkuntzarekin. Horrela bada, **5. grafikoan** azaltzen dira bi aldagaiak bata bestearekin harremanetan, eta kategorien arteko hurbiltasunak erakusten du haien arteko harremana nolakoa den. Adierazgarria da, grafikoan ikusten den bezala, euskara zein gaztelania menderatzea bermatzen duen hezkuntza-eredu bakarra dela D eredu.

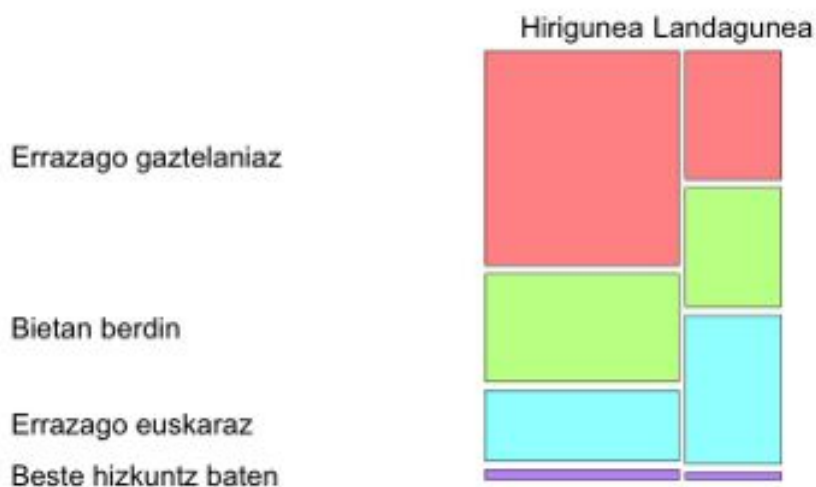
Landagune eta hirigunean ere desberdintasun esanguratsuak daude nerabeen hizkuntza-profilari dagokionez ($\chi^2= 47.613$, $ag = 3$, $p < 0.001$); izan ere, **6. grafikoak** erakusten duen moduan, landagunean gaztetxo gehiago dira euskaraz errazago moldatzen direnak (%36,8), gaztelaniaz moldatzen direnak baino (%31,8). Hirigunean, ordea, gaztetxo gehienak dira aipatu dutenak errazago moldatzen direla gaztelaniaz (%53,0), euskaraz moldatzen direnak baino dezente gehiago (%17,5).

5. grafikoa. Galdetegiko laginaren hizkuntza-profila eta hezkuntza-eredua (2011)



Iturria: lanketa propioa

6. grafikoa. Galdetegiko laginaren hizkuntza-profila, hirigunearen eta landagunearen arabera (2011)



Iturria: lanketa propioa

Laginaren hizkuntza-profila ezagututa, haien hizkuntza-erabilera ezagutzea da hurrengo lerroen helburua, bai etxean burutzen dutena, baita lagun-taldean burutzen dutena ere. Etxeko hizkuntza-erabilerari dagokionez, **39. taulan** batu dira Gipuzkoako nerabeek familiarekin erabiltzen duten hizkuntzaren edo hizkuntzen gaineko informazioa. Horren arabera, familia gehienetan hitz egiten da gaztelaniaz bakarrik (%37,2), edo gaztelaniaz gehienbat (%20); oso gutxi dira, beraz, euskaraz bakarrik hitz egiten duten nerabeen familiak Gipuzkoan (%12,2).

39. taula. Laginaren hizkuntza-erabilera familian (2011)		
	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Euskaraz bakarrik	102	%12,2
Euskaraz gehienbat (baina gaztelaniaz ere bai)	120	%14,3
Antzera, euskaraz zein gaztelaniaz	109	%13,0
Gaztelaniaz gehienbat (baina euskaraz ere bai)	168	%20
Gaztelaniaz bakarrik	312	%37,2
Beste batzuk	24	%2,9
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	4	%0,4
GUZTIRA	839	%100

Iturria: lanketa propioa

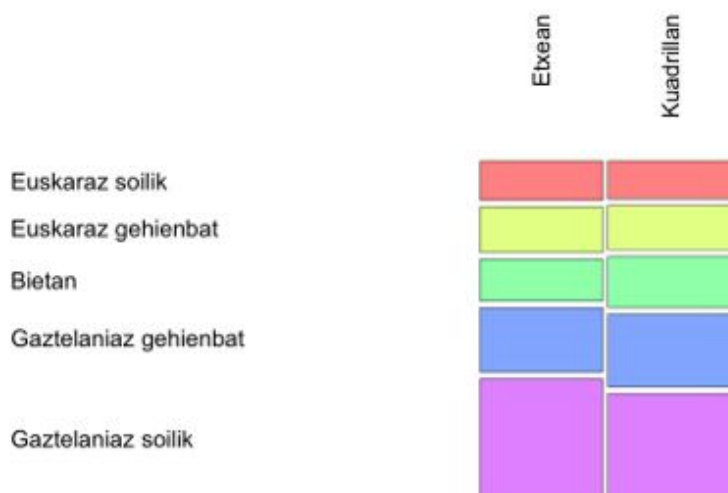
Kuadrillako hizkuntza-erabilerari erreparatuz (ikus **40. taula**), gaztetxo gehienek aitortzen dute gaztelaniaz bakarrik hitz egiten dutela lagunekin (%33,4), edo gaztelaniaz gehienbat (%23,1).

40. taula. Laginaren hizkuntza-erabilera lagun-taldean (2011)		
	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Euskaraz bakarrik	101	%12,0
Euskaraz gehienbat (baina gaztelaniaz ere bai)	120	%14,3
Antzera, euskaraz zein gaztelaniaz	137	%16,3
Gaztelaniaz gehienbat (baina euskaraz ere bai)	194	%23,1
Gaztelaniaz bakarrik	280	%33,4
Beste batzuk	3	%0,4
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	4	%0,5
GUZTIRA	839	%100

Iturria: lanketa propioa

Horrenbestez, hizkuntza-erabileraren konparazioa egiten bada kuadrillaren eta familiaren artean, lehen begiratuan esan genezake ez dagoela desberdintasun esanguratsurik (ikus **7. grafikoa**); emaitza estatistikoak ere, gainera, hala baieztatzen du ($\chi^2 = 6.51$, $ag = 4$, $p = 0.164$).

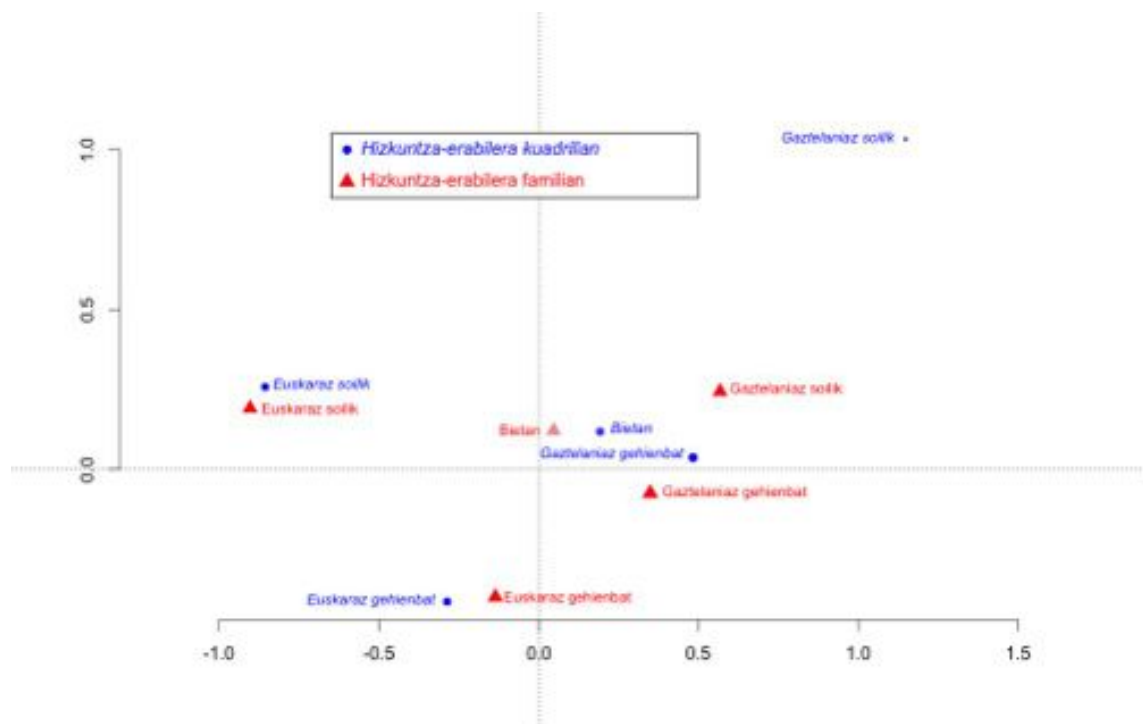
7. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) hizkuntza-erabilera etxean eta lagun-taldean (2011)



Iturria: lanketa propioa

Analisia beste ikuspegi batetik abiatu da, ikusteko etxean hizkuntza-erabilera konkretu bat duenak zein erabilera egiten duen lagun-taldean. Horretarako, korrespondentzia-analisia egin da, eta, lehenengo bi ardatzek datuen inertiaren %95,5 azalduz ($\lambda_1 = 0.244$, $\lambda_2 = 0.055$), baieztatu da oso erlazio zuzena dagoela bi esparruen artean, hots, familian burutzen den hizkuntza-erabilerak erabat baldintzatzen duela lagunarteko hizkuntza-erabilera; **8. grafikoak** erakusten du gorritz familiako hizkuntza-erabilera, eta urdinez kuadrillakoa, eta erabat nabarmena da etxean hizkuntza-erabilera zehatz bat dutenek, berdin jokatzen dutela kalean ere. Familian hitz egiten den hizkuntzak, beraz, eragina du nerabeak kuadrillarekin egingo duen erabileran. Gaztelaniaz bakarrik aritzen diren familien eta kuadrillen artean dago, ordea, desberdintasuna; izan ere, etxean gaztelaniaz bakarrik aritzen diren gaztetxo askok gaztelaniaz eta euskaraz ere egiten dute lagunekin (horregatik daude bi aldagiak bata bestearengandik urruti).

8. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) familiako hizkuntza-erabileraren eta lagun-taldeko hizkuntza-erabileraren arteko harremana (2011)



berean, gaztelaniaz errazago mintzatzen den %46,1arekin konparatuta, %57,2k familian eta %56,5ek kuadrillan hitz egiten du gaztelaniaz, edo gaztelaniaz gehienbat. Beraz, alderaketak garbi erakusten du gaztelaniarako joera handiagoa dagoela elebidunen artean, euskararako baino.

Generoaren arabera aztertu da hizkuntza-erabilera ere, eta, etxean egiten duten hizkuntza-hautua beretsua den arren neska eta mutilen artean ($\chi^2 = 13.238$, $ag = 10$, $p = 0.211$), desberdintasun esanguratsua daude kuadrillako hizkuntza-erabilerari dagokionez ($\chi^2 = 29.571$, $ag = 10$, $p < 0.001$). **41. taula** zerrendatu dira neskato eta mutikoen hizkuntza-hautuak, eta nabarmen ikusten da neskek baino bi bider gehiago direla kuadrillan euskaraz soilik egiten dutela dioten mutilak. Orokorrean, antzematen da neskek joera handiagoa dutela gaztelania euskararekin batera erabiltzeko. Hala ere, mutil gehiagok ematen diote lehentasuna gaztelaniari, neskekin alderatuta.

41. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) lagun-taldearen hizkuntza-erabilera, generoaren arabera (2011)			
	Generoa		Gipuzkoan
	Neska	Mutila	
Euskaraz soilik	35 %8,2	66 %16,1	101 %12,0
Euskaraz gehienbat	70 %16,3	50 %12,2	120 %14,3
Bietan berdin	88 %20,5	48 %11,7	136 %16,2
Gaztelaniaz gehienbat	97 %22,6	97 %23,7	194 %23,1
Gaztelaniaz soilik	137 %31,9	143 %35,0	280 %33,4
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	2 %0,5	5 %1,3	8 %1
GUZTIRA	429 %100	409 %100	839 %100

Iturria: lanketa propioa

Hizkuntza-portaerak ere desberdinak dira aztertu diren tamaina desberdineko lagun-taldeetan ($\chi^2 = 55.426$, $ag = 25$, $p = 0.000$), baina ez dago joera edo harreman nabarmenik kuadrilla osatzen duen pertsona-kopuruaren eta hizkuntza-erabileraren aldaketaren artean. Hala eta guztiz ere, euskaraz aritzen diren gaztetxo gehiago daude lagun-talde handietan eta alderantziz, gaztelaniarako joera handiagoa dago talde txikietan. Dena dela, eta aurretik esan bezala, ez dago joera argirik.

4.3. Sakoneko elkarrizketak: zehaztasun metodologikoak

Burututako ikerketaren abiapuntua eta ardatz nagusia audientzia-ikerketak kuantitatiboa izan bada ere, metodologia kualitatiboaren beharra sentitu da ikerketak kuantitatiboan landu diren hainbat alderditan sakondu ahal izateko. Era honetan hitz egiten du Jensen-ek (1987:30) metodologia kualitatiboaren helburuez: "The various forms of qualitative research may supply some necessary complements and correctives to quantitative forms of audience research".

Sakoneko elkarrizketen bitartez landu nahi izan dira, beraz, inkesta bidez jorrazteko zailak diren bi esparru, eta biak ere ikus-entzunezkoen kontsumoa dute aztergai nagusi. Horrenbestez, burutu diren elkarrizketak fokatuak izan dira (Juaristi, 2003), nerabeen ikus-entzunezko kontsumoaren inguruan diseinatu da-eta elkarrizketa-gidoia.

Sakoneko elkarrizketen azterketa eta interpretaziorako, lehenik eta behin, elkarrizketak transkribatu dira. Transkripzioak behin eta berriz irakurri dira, nerabearen erantzunak interpretatu ahal izateko, eta elkarrizketen testuingurua egoki ulertzeko. NVivo software-a erabili da, elkarrizketetan interesgarriak diren aipuak azpimarratzeko eta sailkatzeko. Amaitzeko, elkarrizketa-gidoiaren arabera antolatu dira aipuak, testigantza desberdinen artean parekidetasunak edota desberdintasunak identifikatu ahal izateko.

Sakoneko elkarrizketetan informazio ugari eskuratu den arren, elkarrizketatuek, oro har, erantzun laburrak eman dituzte; hori dela-eta, erabaki da elkarrizketa zatiak bere horretan txertatzea emaitzetan, nerabeen aipuak bakarrik sartu beharrean. Ikerlariaren galderek laguntzen dute elkarrizketaren ildo argia izaten, eta, beraz, ikerlariaren eta elkarrizketatuaren aipuak txertatu dira hurrenez hurren, emaitzen analisian.

4.3.1 Elkarrizketa-gidoiaren diseinua

Ikerketa honetan burutu diren sakoneko elkarrizketa fokatuaren helburua izan da sakontzea galdetegian proposatu diren hainbat galderatan, tesiaren abiapuntu eta helburu nagusi diren ikerketa-galderei erantzun osatuagoa eman ahal izateko. Inkestaren bidez, beraz, Gipuzkoako nerabeen ikus-entzunezko kontsumoaren nolakotasunaren argazki orokorra atera ahal izan da; hala ere, ez da gehiegi sakondu gaztetxoaren pertzepzioetan, honako bi alderditan gehienbat: a) bakarkako ikus-entzunezko kontsumoaren eta lagun-taldeko ikus-entzunezko kontsumoaren arteko harremanak eta b) ikus-entzunezkoetan kontsumitutakoak lagun-taldean duen eragina. Alderdi horietan sakontzeko, elkarrizketa-gidoi bat diseinatu da (ikus **4. eranskina**). **42. taulan** definitzen dira elkarrizketa-ereduaren atal bakoitzaren helburu nagusiak.

42. taula. Sakoneko elkarrizketa-gidoiaren atalak eta helburuak (2011)		
Atala	Azpigaia	Helburua
1	a	Ezagutzea aisialdian telebistak betetzen duen denbora
	b	Ezagutzea zein ikus-entzunezko kontsumitzen duen
	c	Jakitea zeintzuk diren ikus-entzunezkoak kontsumitzeko motibazioak
2	a	Jakitea nolakoa den bere lagun-taldearen izaera
	b	Ezagutzea zein den bere lagun-taldearen ikus-entzunezko kontsumoa
3	a	Bakarkako ikus-entzunezko kontsumoaren eta lagun-taldeko ikus-entzunezko kontsumoaren arteko alderaketa egitea
4	a	Ezagutzea ikus-entzunezkoen esperientzia partekatzearen sentsazioak
5	a	Hausnartzea ikus-entzunezkoek lagun-taldean duten eraginaren inguruan
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

- **1. atala: bakarkako kontsumo-ohiturak eta kontsumoaren motibazioak (telebista, Youtube eta Tuenti).** Lehenengo atala galdera oinarriko bezain errazekin osatua dago. Informazio interesgarria lortuko den arren lehenengo atal honetan, helburu nagusia da elkarrizketatuak lasaitasuna eta konfiantza hartzea, gero, aurrera egin ahala, galdera sakonagoetara bideratzeko. Atal honetan ezagutuko dira, lehenik eta behin, elkarrizketatuaren aisialdi-ekintzak, telebistan zein Internet bidez kontsumitzen dituen ikus-entzunezkoak, eta ikus-entzunezko horiek kontsumitzeko motibazioak, hots, jakitea zer den gustatzen zaiona ikus-entzunezko horietan.

- **2. atala: lagun-taldeko kontsumoa.** Lehenengo atalean lortutako informazioa kontrastatuko da bigarren atal honekin; izan ere, galdetu zaio elkarrizketatuari ea ezagutzen duen bere lagun-taldeak zein ikus-entzunezko kontsumitzen dituen. Horretarako, lehenik eta behin, lagun-taldearen gaineko informazioa ezagutuko da, hala nola, taldearen lagun-kopurua, generoa eta adina. Horrekin batera, galdetuko zaio gaztetxoari izenda ditzan lagunek ikusten dituzten saioak, eta denek ikusten duten saiorik balego, izenda ditzan eskatuko zaio.

- **3. atala: bakarkako kontsumoaren eta lagun-taldeko kontsumoaren arteko harremana.** Sakontasun-maila altuagoa duen atala da, eskatzen baitzaio elkarrizketatuari

hausnar dezan lagun-taldearen baitan gertatzen diren interakzioei buruz, ikus-entzunezkoekin lotuta. Horrenbestez, elkarrizketatuak honako kontuen inguruan duen pertzepzioa batu da: nork animatu ditu taldean arrakastatsu diren saioak ikustera? Zein garrantzia dauka taldearen ikus-entzunezko aukeraketak hautu propioan? Uste al da taldean botere-harremanak daudela, eta horrek eragina izan dezakeela ikus-entzunezkoen kontsumoan?

- **4. atala: esperientzia partekatzea eta honekiko sentsazioak.** Atal honen helburua da ezagutzea zer-nolako partekatzea gertatzen den lagun-taldean, ikus-entzunezkoen dagokienez. Hori dela-eta, galdetu zaie elkarrizketatuei ea bideoak partekatzen dituzten lagun-taldean, ea hitz egiten duten ikus-entzunezkoen inguruan, eta ea batera ikusten dituzten ikus-entzunezkoak. Horrekin batera, elkarrizketatuen sentsazioak batu nahi izan dira, partekatze horretan beraiek duten parte-hartze mailaren inguruan.

- **5. atala: ikus-entzunezkoen eragina lagun-taldearen izaeran.** Amaitzeko, azken atal bat osatu da, jakiteko zein den elkarrizketatuen iritzia, ikus-entzunezkoen eraginaren inguruan. Horrenbestez, galdetu zaie ea ikus-entzunezkoetan ikusitako pertsonaiek, musikek, portaerek edota hizkuntzek eragina duten beren lagun-taldearen izaeran eta jokabideetan.

4.3.2 Elkarrizketa-gidoiaren balioztatzea

Elkarrizketaren gidoia eta galderen egokitasuna balioztatzeko bi sakoneko elkarrizketa burutu dira, 16 urteko bi neskaekin. Elkarrizketen audioak grabatu egin dira eta aztertu da nola erantzun dioten galdera bakoitzari. Elkarrizketa amaitzerako orduan iritzia eskatu zaie gidoiaren inguruan, denboraren inguruan eta galderen formulazioaren inguruan. Haien ekarpenak ere batu dira behin betiko elkarrizketa-gidoirako.

4.3.3 Elkarrizketatuen aukeraketa

26 pertsona elkarrizketatu dira, eta aukeraketa egiterako orduan hainbat irizpide hartu dira kontuan, ahalik eta profilik pluralena edukitzeko eta denetariko testigantzak batu ahal izateko. Horrenbestez, honako irizpideak hartu dira kontuan elkarrizketatuen aukeraketan:

a) Generoa: neska- eta mutil-kopuru berdina edukitze aldera, 13 neska eta 12 mutil aukeratu dira elkarrizketetarako. Horien adina era beretsuan banatzen da 12 eta 15 urte bitartean; izan ere, 12 urteko zazpi, 13 urteko lau, 14 urteko zazpi eta 15 urteko sei gaztetxo dira elkarrizketatuak. 16 urteko errepikatzaile bat ere badago elkarrizketatuen artean.

Gipuzkoako eskualdeen populazioa ere kontuan hartu da 26 elkarrizketatuak aukeratzean, **43. taulan** zehazten den moduan.

Aztertu da, halaber, Gipuzkoako populazioa nola banatzen den hirigune eta landaguneetan, eta horren arabera, elkarrizketatuak ere tamaina desberdinetako herri eta hirietakoak aukeratu dira; horrela bada, landa-eremuko herrietatik (10.000 biztanle baino gutxiagokoak) hamar pertsonak hartu dute parte, eta hiriguneetatik, berriz, hamaseik.

43. taula. Gipuzkoako 2008ko biztanleriaren banaketa eta horren araberako elkarrizketatuen aukeraketa (2011)			
	Biztanleriaren banaketa (Eustat, 2008)	Elkarrizketatuak Maiztasun erlatiboa (%)	Elkarrizketatuak Maiztasun absolutua
Bidasoa Behea	%11,1	%11,5	3
Deba Behea	%7,8	%7,7	2
Deba Garaia	%8,9	%7,7	2
Donostialdea	%46,1	%42,3	11
Goierri	%9,4	%11,5	3
Tolosaldea	%6,6	%7,7	2
Urola Kosta	%10,1	%11,5	3
GUZTIRA	%100	%100	26
<i>Iturria: lanketa propioa</i>			

Aurreko elementu horiek guztiak kontuan hartuta, **44. taulan** batu da gure ikerketako bigarren fasean parte hartuko duten pertsonen profila.

Bigarren fase honetarako egin dugun pertsonen aukeraketan ziurtatu da gutxienez elkarrizketatuen %50ak (13 pertsonak) baduela profil propioa Tuenti sare sozial birtualean; izan ere, ikerketaren fase kuantitatiboan %49,64k aipatu du Tuentin nabigatzen duela telebista ikusi bitartean, eta beraz, ikerketaren hirugarren faserako ziurtatu egin dugu elkarrizketatuek erabiltzen dutela sare sozial birtual hori.

44. taula. Sakoneko elkarrizketen banaketa				
Eskualdea	Herria (Populazioa)	Ikastetxea (ikastetxe-mota)	Neska	Mutila
Bidasoa Behea	Hondarribia (16.464)	IES Talaia (publikoa)	2	1
Deba Behea	Soraluze (4.062)	IES Soraluze (publikoa)	1	1
Deba Garaia	Arrasate (22.011)	Arizmendi Ikastola (ez-publikoa)	1	1
Donostialdea	Donostia (180.657)	María Reina Eskola (ez-publikoa)	2	1
		Antigua-Luberri (publikoa)	1	1
	Andoain (14.215)	IES Leizaran (publikoa)	2	1
	Orereta (39.020)	Orereta Ikastola (ez-publikoa)	2	1
Goierri	Ordizia (9.758)	Jakintza Ikastola (ez-publikoa)	3	0
Tolosaldea	Villabona (5.750)	Jesusen Bihotza (ez-publikoa)	1	1
Urola Kosta	Zumaia (8.976)	IES Zumaia (publikoa)	1	2
GUZTIRA			26	
<i>Iturria: lanketa propioa</i>				

4.3.4 Elkarrizketatuen izaera

Sakoneko elkarrizketak eta Tuenti sare sozial birtualeko ikerketa 2011ko iraila eta azaroa bitartean burutu da, eta parte hartu du 26 pertsonak; horietatik 16 (%61,5) dira neskak eta 10 (%38,5) mutilak. Adinari dagokionez (ikus **45. taula**), 12 eta 16 urte bitartean dituzte denek⁹ eta 12 eta 14 urteko gaztetxoak izan dira ikerketa-fase honetan parte hartu duten gehienak.

45. taula. Elkarrizketatuen adina (2011)		
Adina	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
12 urte	7	%26,9
13 urte	4	%15,4
14 urte	8	%30,8
15 urte	5	%19,2
16 urte	2	%7,7
GUZTIRA	26	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

Euskal Herrian jaio dira elkarrizketatu denak (%96,2), bat izan ezik (%3,8), Mexiko DF hirian jaiotakoa berau. Gurasoen jaiotza-lekuarekin alderatuta, baiezta dezakegu bigarren mailako beste etorkin bat dagoela, Senegaldik etorritakoak baititu gurasoak.

Elkarrizketatuen hizkuntza-profilari dagokionez (ikus **46. taula**), eta galdetegiko laginarekin konparatuta, profil euskaldunagoa dute elkarrizketatuak, galdetegia bete duen laginak baino.

⁹ Sakoneko elkarrizketak 2011-2012 ikasturte hasieran egin ziren; beraz, galdetegian ez bezala, 12 urteko elkarrizketatuak daude. 16 urteko bi pertsonak errepikatzaileak dira.

46. taula. Elkarrizketatuen hizkuntza-profila (2011)		
Hizkuntza-profila	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Errazago euskaraz	10	%38,5
Berdin, euskaraz zein gaztelaniaz	9	%34,6
Errazago gaztelaniaz	5	%19,3
Beste batzuk	1	%3,8
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	1	%3,8
GUZTIRA	26	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

Deskribatu dugun profilak, beraz, osatzen du ikerketaren fase kualitatiboa, eta beraiekin burutuko dira sakoneko elkarrizketak eta aztertuko dira Tuenti sare sozialaren profilak.

4.4 Tuenti sare sozial birtualaren analisia: zehaztasun metodologikoak

Ikerketaren hirugarren fasean Tuenti sare sozial birtualaren gainean sakondu da. Ikerketaren lehenengo fasean baieztatu izan den moduan, Tuentik berebiziko garrantzia du gaztetxoek *media multitasking* jardueran, eta beraz, ezagutu nahi izan da nerabeek Tuentiri ematen dioten erabileran zein presentzia duten ikus-entzunezkoek. Tuenti profilak aztertzea erabaki da, fase kuantitatiboan jasotako emaitzetatik abiatuta; izan ere, galdetu zaienean zer egiten duten ordenagailuan telebista ikusi bitartean, gaztetxoek erdiak baino gehiagok aitortu du Tuentin aritzen dela. Hori ikusirik, erabaki da Tuenti profilen eduki-analisia burutzea, ikusteko ea Tuentin burutzen dituzten ekintzek baduten harremana ikus-entzunezkoekin. Ikerketa-aurrekaririk ezean, Tuentirekin burutu den ikerlana hurbilpen metodologikoa izan da, sare sozialen ikerketarako.

Ikerketa burutzeko teknika desberdinak erabili dira, korrante desberdinetakoak: batetik, inkesta erabili da gaztetxoek kontsumo-ohiturak ezagutzeko Tuentiren inguruan; eta, bestetik, Tuenti profilak aztertu dira eduki-analisiaren bitartez, nerabeek Tuenti hormak zehatzago ezagutzeko, eta ezagutzeko zein presentzia duten ikus-entzunezkoek eta haiekin zerikusia duten edukiek horma horietan. Beraz, metodologia bikoitzetik, kuantitatibo eta kualitatibotik, egin da hurbilpena Tuenti sare sozial birtualaren analisira.

Eduki-analisia metodologia kualitatiboan baitan sailkatzen den ikerketa-metodo bat da, helburu gisa duena inferentzia esanguratsuak burutzea corpus baten azterketatik (Krippendorff, 2004). Eduki-analisia testuak (idatzizkoak zein ikus-entzunezkoak) interpretatzeko metodoa dela esan daiteke, testuan dagoen edukia mailakatu eta kuantifikatu ahal izateko, aurrez zehaztutako helburuen arabera. Kuantifikazio hori ez da, ordea, prozesuaren amaiera (Krippendorff, 2004: 60): "Researchers must distinguish between quantifications that lead to the testing of a statistical hypothesis and quantifications that indicate something other than what is counted".

Eduki-analisiaren oinarria era honetan laburbiltzen du Krippendorff-ek (2004: xvii): "First, content analysis is an empirically grounded method, exploratory in process, and predictive or inferential in intent." Horrela bada, eduki-analisiak eskatzen du corpus-aren (testuak, irudiak zein ikus-entzunezkoak izan daitezke) irakurketa sistematikoa burutzea, eta beraz, eduki-analisi bakoitza desberdina izan daitekeen arren, denek prozedura logiko bera jarraitu behar dute; horrekin batera, eta ikerketa kuantitatiboan aipatu den legez, balioztatze adostua behar du metodoak, hots, sozialki onartutako irizpide batzuk jarraitu behar ditu (Krippendorff, 2004).

Hortaz, metodologia kualitatiboa aukeratu da ikerketaren bigarren faserako; zehatzago esateko, eduki-analisiaren metodoa; analisi horretan behar den corpusa osatzeko, ordea, sakoneko elkarrizketaren teknika erabili da.

4.4.1 Metodologiaren diseinua eta balioztatzea

Tuentiren kontsumo-ohiturak ezagutzeko burutu den galdetegiak honako bi atal nagusi ditu (ikus informazio gehiagorako **5. eranskina**):

a) Lehenengo atala 14 galderaz osatuta dago, eta horien helburua da informazio kuantitatiboa jasotzea Tuentiren erabileraren inguruan. Honako helburuak betetzeko osatu da galdetegiaren atal hau:

- 1- Tuentira konektatuta dauden denbora-tartea ezagutzeko.
- 2- Telebista ikusi bitartean Tuentiren erabileraren gaineko informazioa jasotzeko. Besteak beste, galdetu zaie ea zer egiten duten Tuentin telebista ikusi bitartean.
- 3- Gaztetxoek balorazioa jasotzeko (Likert eskalan jaso da) Tuentiren erabileraren inguruan telebista ikusi bitartean. Besteak beste, galdetu zaie zenbateraino den garrantzitsua berentzat Tuentin konektatuta egotea telebista ikusi bitartean.

b) Bigarren atalean gaztetxoek informazio pertsonala jaso da; horretarako, ikerketaren lehenengo fasean erabili den galdetegiaren diseinu bera erabili da.

Ondoren, Tuenti profilak aztertzeko irizpide batzuk zehaztu dira, eta horien arabera antolatu da datu-bilketarako protokoloa, informazioa ahalik eta era ordenatuenean jasotzeko. Erabaki da gaztetxoek Tuenti jarrikoen azkenengo bost hilabeteak aztertzea: 2011ako maiatzean burutu da ikerketaren fase kuantitatiboa, eta urte bereko irailan kualitatiboa. Ikerketaren hasiera-data abiapuntu izanik, maiatza eta iraila bitarteko Tuenti jarria hartu da kontuan eduki-analirako.

Eduki-analisi honetan, ondorengo inferentziak burutu dira:

a) Aztertu da zenbat ikus-entzunezko dauden gaztetxoek Tuentiko hormetan, beraiek zintzilikatutakoak edo lagunek zintzilikatutakoak gaztetxoek guneetan; horrez gain, jakin nahi izan da zein den bideoen jatorria (Youtube, Vimeo,...); amaitzeko, zeren inguruko bideoak diren eta bideoak jaso dituzten iruzkinen gaineko informazioa ere jaso da.

b) Aztertu dira telebistako edukiekin zerikusia duten argazkiak, eta ikus-entzunezkoekin erabili diren irizpide berak jarraitu dira.

c) Ikertu da telebistako edukiekin zerikusia duen bideo-jokorik existitzen ote den Tuentin, eta existituz gero, gaztetxoek parte-hartzea zelakoa den aztertu da: zeren inguruko jokoa den, nola jokatzeko den, zenbatero jokatzeko duten gaztetxoek eta norekin.

d) Aztertu da ea gaztetxoek parte hartu duten edo ez ikus-entzunezkoekin eta bertako edukiekin zerikusia duen ekimenen batean; horrekin batera, aztertu da zeren inguruko ekimena den, eta nork gonbidatu dituen ekimenera gaztetxoak.

Irizpide horiek guztiak kontuan hartuta batu da profilen gaineko informazioa eta eduki-analisiaren bitartez sailkatu dira aurkitutako elementuak.

Aparatu metodologikoa balioztatzeko Estefanía Jiménez EHuko irakasle eta adituarekin partekatu eta testatu da aparatuen egokitasuna. Estefanía Jiménez doktorea da ikus-entzunezko komunikazioan eta aditua telebista eta ikus-entzunezko teknologia berrietan; horrez gain, lanean dihardu eskuartearen dugun gaian, ikertzaile eta aholkulari gisa¹⁰.

4.4.2 Ikerketaren parte-hartzaileak

Ikerketaren fase honetan parte hartu duten pertsonak sakoneko elkarrizketetako berberak dira. Pertsonen aukeraketan ziurtatu da gutxienez elkarrizketatuen %50ak (13 pertsonak) baduela profil propioa Tuenti sare sozial birtualean; izan ere, ikerketaren fase kuantitatiboan %49,64k aipatu du Tuentin nabigatzeko duela telebista ikusi bitartean, eta beraz, ikerketaren hirugarren faserako ziurtatu egin dugu elkarrizketatuek erabiltzen dutela sare sozial birtual hori.

26 elkarrizketatutik bakarrak aipatu du ez daukala Tuentin profilik, beraz, 25 pertsonak bete dute Tuentiren erabileraren inguruko galdetegia.

Tuentin profila sortua duten 25 gaztetxoetatik 16k prestutasuna erakutsi dute haien profila ikertzeko eta, beraz, ikerketa fase honetan ezarritako gutxienekoak bete dira Tuenti profilen azterketari dagokionez.

¹⁰ Estefanía Jiménez gaineko informazio gehiago hemen: <http://www.linkedin.com/in/estefaniajimenez>

5. kapitulua. Emaizak: Gipuzkoako nerabearen eta lagun-taldearen ikus-entzunezko kontsumoa 2011. urtean

- 5.1 Gipuzkoako nerabeen aisialdi-ekintzak eta teknologia-ahalmena
 - 5.1.1 Aisialdi-ekintzak, aste barruan eta asteburuan
 - 5.1.1.1 Aparatu metodologiko desberdinen arteko alderaketa: Tolosaldeko datuak
 - 5.1.2 Teknologia-ahalmena
- 5.2 Zein ikus-entzunezko produktu kontsumitzen dute Gipuzkoako nerabeek (12-16 urte bitarteko gaztetxoek)?
 - 5.2.1 Ohiko telebistako ikus-entzunezkoak
 - 5.2.2 Satelite bidezko telebistaren kontsumoa
 - 5.2.3 Ohiko telebistako edukien kontsumoa Interneten
 - 5.2.4 Interneteko ikus-entzunezkoak
 - 5.2.5 Ikus-entzunezkoak euskarri mugikorretan
- 5.3 Zeintzuk dira Gipuzkoako nerabeen ikus-entzunezko kontsumo-ohiturak?
 - 5.3.1 Ikus-entzunezkoek aisialdian betetzen duten lekua
 - 5.3.2 Ikus-entzunezkoak zein euskarritan eta norekin kontsumitzen diren
 - 5.3.3 Gipuzkoako gaztetxoek *prosumer* izaera
 - 5.3.4 Gipuzkoako nerabeak eta *media multitasking* fenomenoak: *Tuenti* sare sozial birtualaren azterketa
 - 5.3.4.1 Tuenti sare sozial birtualaren erabilerari buruzko datu batzuk
 - 5.3.4.2 Tuenti profilen azterketa
- 5.4 Zeintzuk dira Gipuzkoako nerabeen motibazioak ikus-entzunezko kontsumo-ohitura horiek izateko?

5.5. Badago harremanik ikus-entzunezko kontsumoaren eta lagun taldearen artean?

- 5.5.1. Ikus-entzunezkoak partekatzea aurrez aurreko komunikazioan
- 5.5.2. Ikus-entzunezkoak partekatzea Internet bidezko komunikazioan
- 5.5.3. Ohiko telebista-kontsumoa eta lagun taldea
- 5.5.4. Interneteko bideo-kontsumoa eta lagun taldea
- 5.5.5. Ikus-entzunezkoen eragina lagun taldearen izaeran

5.6. Badago harremanik generoaren eta ikus-entzunezko kontsumoaren izaeraren artean?

- 5.6.1. Ikus-entzunezko kontsumoa generoaren arabera
- 5.6.2. Ikus-entzunezko kontsumo-ohiturak, generoaren arabera
- 5.6.3. Ikus-entzunezko motibazioak, generoaren arabera
- 5.6.4. Neska eta mutilen lagun taldeak eta ikus-entzunezko kontsumoa

5.7. Badago harremanik ikus-entzunezko kontsumoaren eta lagun-taldearen hizkuntza-portaeraren artean?

- 5.7.1. Ikus-entzunezko kontsumoa hizkuntza-profilaren eta hizkuntza-erabileraren arabera
- 5.7.2. Euskarazko ikus-entzunezkoen kontsumoa ohiko telebistan
- 5.7.3. Ikus-entzunezkoen kontsumoa eta hizkuntza-hautua
- 5.7.4. Ikus-entzunezkoen eragina hizkuntza-hautuan

Ondorengo lerroetan Gipuzkoan burututako ikerketaren emaitzak azalduko dira; inkesten, sakoneko elkarrizketen zein Tuenti sare sozial birtualaren eduki-analisiaren bidez azaleratu diren emaitzak, hain zuzen. Emaitzak ikerketaren abiapuntuan zehaztutako ikerketa-galderen arabera antolatu dira; beraz, helburua izango da ikerketa-galderei erantzuna ematea, ikerketan erabili diren teknika desberdinetako datuak uztartuz.

5.1 Gipuzkoako nerabeen aisialdi-ekintzak eta teknologia-ahalmena

Ikerketa-galderei heldu aurretik, ikerketako laginaren profila deskribatuko da, teknologia-ahalmenari eta aisialdiko jardueri dagokienez; izan ere, eta aurreko lerroetan aipatu bezala, ezinbestekoa da gaztetxoek ikus-entzunezko kontsumoa haien egunerokotasunean kokatzea, batetik, eta, bestetik, teknologia-ahalmena ezagutzeak lagunduko digu ulertzen haien kontsumoaren nolakotasuna.

5.1.1 Aisialdi-ekintzak, aste barruan eta asteburuan

Gipuzkoako gaztetxoek aste barruko aisialdian garrantzi handia duten hiru jarduerak dira kirola egitea, lagunekin egotea eta telebista ikustea (ikus **47. taula**); hiru jarduera horiek osatzen dute haien aste barruko aisialdiaren erdia baino gehiago (%66,4).

Gure ikerketaren ardatz diren hedabideek eta lagun-taldeak betetzen dute, beraz, Gipuzkoako gaztetxoek aisialdiaren parte handiena; bistan da, hortaz, ikerketaren inportantzia.

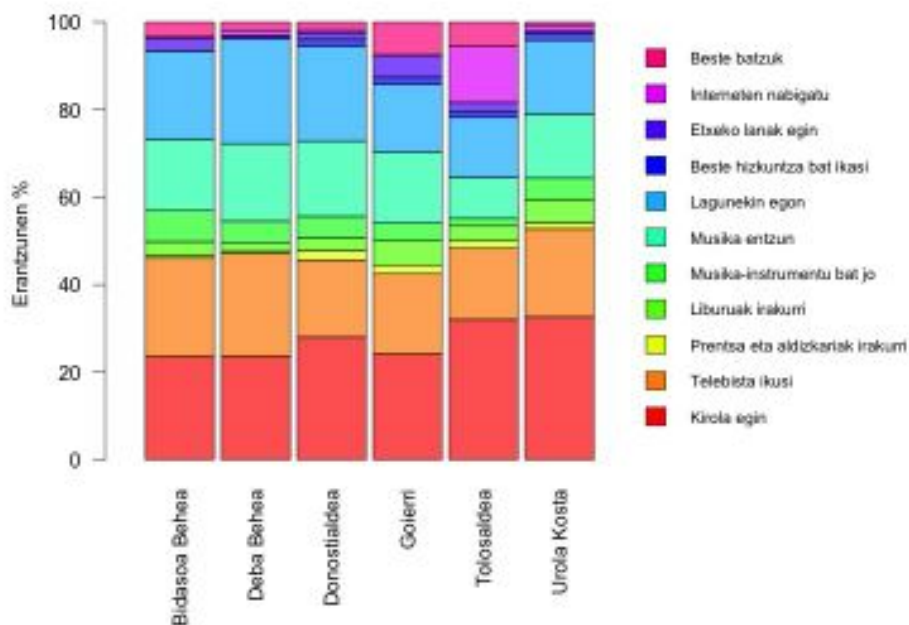
Aisialdi-ekintzetan desberdintasun esanguratsuak existitzen dira eskualdeen artean ($\chi^2 = 10023.36$, $ag = 77$, $p < 0.001$)¹¹; beraz, jarduerak garrantzia desberdina hartzen dute eskualdearen arabera, **9. grafikoan** irudikatu den bezala (Deba Garaian ez da aisialdiaren gaineko daturik batu, laginketa-arazoak tarteko). Azpimarragarrienen artean aipa genezake lagunekin egotea dela ekintzarik arrakastatsuen Deba Behean (%23,9), beste edozein ekintza baino gehiago; telebista gehien ere Deba Behean ikusten da (%23,5), beste eskualdeekin alderatuta.

¹¹ χ^2 = Chi karratuaren balioa; ag = askatasun-gradua; p = esangura-maila

47. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aisialdi-jarduerak, astebarruan (2011)	
Jarduera	Maiztasun erlatiboa (%)
Kirola egin	%27,2
Lagunekin egon	%20,1
Telebista ikusi	%19,1
Musika entzun	%16,3
Musika-instrumentu bat jo	%4,9
Liburuak irakurri	%3,4
Etxeko lanak egin	%1,9
Prentsa eta aldizkariak irakurri	%1,8
Interneten nabigatu	%1,3
Beste hizkuntza bat ikasi	%1,3
Beste batzuk	%2,7
GUZTIRA	%100

Iturria: lanketa propioa

9. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aste barruko aisialdi-jarduerak, eskualdeka (2011)

*Iturria: lanketa propioa*

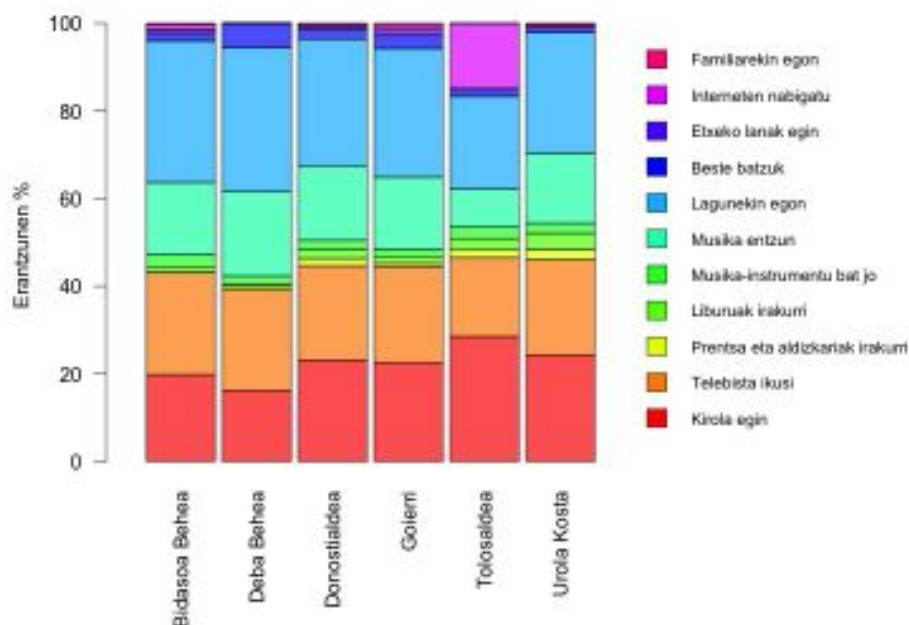
Asteburuko ekintzei erreparatuta (ikus **48. taula**), aste barruko jarduera berak dira gehien burutzen direnak, hots, kirola egin, telebista ikusi eta lagunekin egon. Hala ere, lagunekin egoteak hartzen du garrantzi handiagoa larunbat eta igandetan (%29,4 asteburuan eta %20,1 aste barruan).

48. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aisialdi-jarduerak, asteburuan (2011)	
Jarduera	Maiztasun erlatiboa (%)
Lagunekin egon	%29,4
Kirola egin	%22,4
Telebista ikusi	%21,8
Musika entzun	%16,5
Musika-instrumentu bat jo	%2,2
Liburuak irakurri	%1,9
Prentsa eta aldizkariak irakurri	%1,4
Interneten nabigatu	%1,3
Etxeko lanak egin	%0,5
Familiarekin egon	%0,3
Beste batzuk	%2,3
GUZTIRA	%100

Iturria: lanketa propioa

Aste barruko aisialdi-ekintzekin gertatzen den bezala, asteburuan ere desberdintasun esanguratsuak daude eskualdeen artean ($\chi^2 = 7429.505$, $ag = 50$, $p < 0.001$), **10. grafikoan** irudikatzen den bezala. Tolosaldean izan ezik (%21,1), beste eskualde denetan lagunekin egotearen ekintza da garrantzitsuena asteburuan; eskualde honetan, ordea, kirola egiteak du garrantzi handiena (%28,5). Horrez gain, aste barruan agertu ez den erantzun errepikatu bat jaso da asteburuan, hots, familiarekin egotearen ekintza (%0,3), eta Goierrin aipatu da beste eskualdeetan baino gehiago (%0,6). Hala eta guztiz ere, bazterreko aisialdi-ekintza da.

10. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) asteburuko aisialdia, eskualdeka (2011)



Iturria: lanketa propioa

Hurrengo kapituluari landuko dira Tolosaldean dauden desberdintasunak, Interneten nabigatzearen ekintzaren inguruan, aste berru zein asteburuan.

Aste berru zein asteburuko ekintzei dagokienez, desberdintasun esanguratsuak daude adinaren arabera ($\chi^2 = 1922.366$, $ag = 40$, $p < 0.001$ eta $\chi^2 = 1506.848$, $ag = 40$, $p < 0.001$, hurrenez hurren). Aipatu diren lau ekintza arrakastatsuenak aztertu dira **49. eta 50. tauletan**, hots, telebista ikustea, kirola egitea, lagunekin egotea eta musika entzutea. Lagunekin egotea, adin guztietan oro har, garrantzitsuagoa da aste buruan, astebarruan baino, eta ez da adinaren araberrako joerarik antzematen. Kirolaren kasuan, joera nabarmena da, aste berruan zein asteburuan gaztetxoek egiten baitute nagusiagoek baino kirol gehiago; horren kontrara, nagusiagoek entzuten dute musika gehiago gaztetxoek baino. Telebistaren kasuan, ordea, joera aldatu egiten da aste berruan eta asteburuan; izan ere, aste berruan nagusiagoek ikusten dute gaztetxoek baino telebista gehiago, baina asteburua heltzean, irauli egiten da joera hori eta gaztetxoek dira telebista gehiago ikusten dutenak, lagunekin denbora gehiago igarotzen baitute nagusienek.

49. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aisialdiko ekintza arrakastatsuenak adinaren arabera, aste barruan(2011)					
Aisialdiko ekintza	13 urte	14 urte	15 urte	16 urte	17 urte
Kirola egin	%31,3	%29,1	%23,9	%25,4	%24,1
Lagunekin egon	%20,3	%19,6	%19,8	%21,4	%19,3
Telebista ikusi	%17,5	%19,7	%19,5	%18,5	%21,9
Musika entzun	%12,8	%14,6	%18,1	%19,7	%20,6
Beste batzuk	%18,1	%17	%18,7	%15	%14,1
GUZTIRA	%100	%100	%100	%100	%100

Iturria: lanketa propioa

50. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aisialdiko ekintza arrakastatsuenak adinaren arabera, asteburuan (2011)					
Aisialdiko ekintza	13 urte	14 urte	15 urte	16 urte	17 urte
Kirola egin	%23,8	%24,2	%20,6	%21,5	%18,4
Lagunekin egon	%30,2	%28,8	%28,8	%28,8	%33,3
Telebista ikusi	%20,8	%22,0	%23,1	%21,7	%18,0
Musika entzun	%13,7	%15,0	%17,7	%18,3	%23,3
Beste batzuk	%11,5	%10	%9,8	%9,7	%7
GUZTIRA	%100	%100	%100	%100	%100

Iturria: lanketa propioa

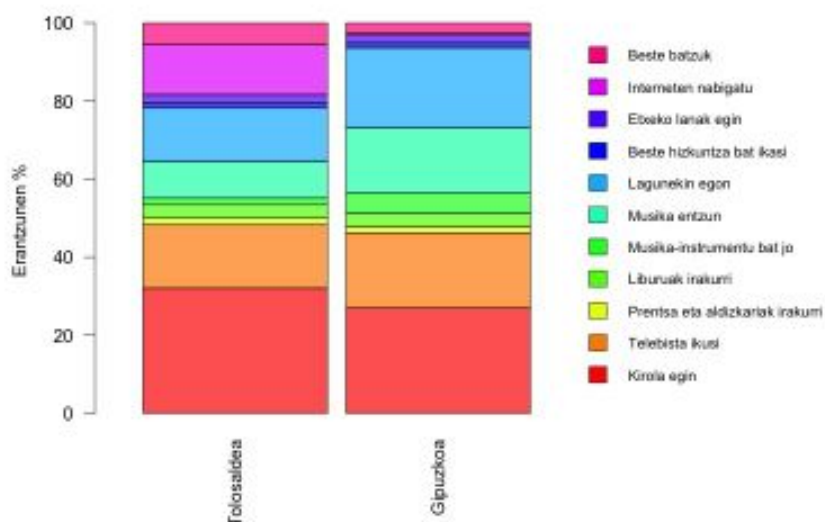
Ondorengo kapituluetan era sakonagoan aztertuko den arren, sakoneko elkarrizketetan baieztatu da ordenagailuak, eta zehatzago, Tuenti sare sozial birtualak arrakasta nabarmena duela gaztetxoek aisialdian. Izan ere, eta ikerlariak galdera zuzenik egin barik, 26 elkarrizketatuetatik hamaikak aipatu du Tuentin egoten dela, Tuenti zabaltzen duela, edo Tuentira konektatzen dela bere aisialdian.

5.1.1.1 Aparatu metodologiko desberdinen arteko alderaketa: Tolosaldeko datuak

Aisialdi-ekintza arrakastasuenen artean, ez aste barruan ez asteburuan, ez da ageri ordenagailuan edo Interneten igarotako denbora; baina, **11. eta 12. grafikoei** erreparatuta, Tolosaldean Interneten nabigatzearen ekintza nabarmen handiagoa da, beste eskualdeekin konparatuz gero. Horren arrazoia da, galdetegiaren diseinua zehazterakoan beste eskualdeetan, ez zela aisialdi-aukeren artean zerrendatu 'Interneten nabigatu' ekintza, eta beraz, galdetegia bete zutenek 'Beste batzuk' atala erabili behar izan zuten adierazteko Interneten nabigatzen ibiltzen direla. Tolosaldean egin zen galdeketa (41 pertsonak parte hartu zuten), ordea, galdetegia bete zuten gaztetxoek aisialdi-jardueren artean bai izan zuten 'Interneten nabigatu' aukera, eta hor emaitzak erabat bestelakoak dira. Beraz, Tolosaldeko eta Gipuzkoako aisialdi-datuen artean dagoen desberdintasuna esanguratsua da ($\chi^2 = 4484.182$, $ag = 10$, $p < 0.001$).

Ondorengo grafikoan (ikus **11. grafikoa**) argi ikusten da Tolosaldean jende gehiagok aipatu duela Interneten nabigatzen duela bere aisialdian; izan ere, Gipuzkoako batez bestekoa, Tolosaldekoa izan ezik, %0,7 da; Tolosaldekoa, ordea, %12,8. Beste jarduera batzuek Tolosaldean, berriz, ez dute hainbesteko garrantzirik hartzen, Interneten mesedetan, hala nola, telebista ikusi (%16,2 Tolosaldean, %19,2 Gipuzkoan), lagunekin egon (%13,7 Tolosaldean, %20,5 Gipuzkoan) edo musika-instrumentu bat jo (%1,7 Tolosaldean, %5,1 Gipuzkoan). Kirola egitea, ordea, Tolosaldean da ekintza orokortuagoa beste eskualdeetan baino (%32,1 Tolosaldean, %27,0 Gipuzkoan).

11. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aste barruko aisialdia: Gipuzkoaren eta Tolosaldearen arteko desberdintasunak (2011)

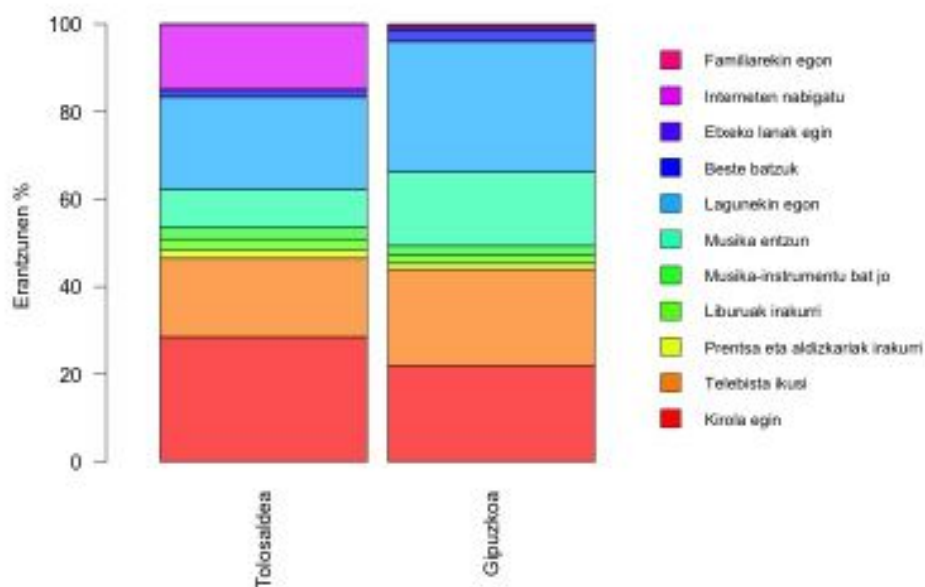


Iturria: lanketa propioa

Asteburuko aisialdiaren kasuan ere, nabarmena da Tolosaldeko datuen desberdintasuna ($\chi^2 = 5988.623$, $ag = 10$, $p < 0.001$), **12. grafikoan** ikus daitekeen moduan. Emaitzen arabera, asteburuan ere, Interneten nabigatzea jardura arrakastatsua da Tolosaldean, ia telebista ikustea bezain garrantzitsua (%14,9k Interneten nabigatzen du eta %18,0k telebista ikusi). Asteburuan ere, era berean, kirol jarduerak garrantzi handiagoa dute eskualde horretan, Gipuzkoako beste eskualdeekin alderatuz gero, eta beste jardura denek, oro har, garrantzi txikiagoa dute.

Kapitulu honetan burututako alderaketak, beraz, erakusten du ezinbestekoa dela galdeketa egoki diseinatzea, emaitzen egokitasuna eta esangura bermatu ahal izateko. Nerabeei errazago egin zaie aurrez planteatutako aisialdiko jardura bat aukeratzea, 'Beste batzuk' atala erabili eta azaltzea baino, eta, beraz, 'Interneten nabigatu' aukeratzeko izan dutenek erabili egin dute askoz gehiago (Tolosaldean) 'Beste batzuk' atala baino (Gipuzkoan, Interneten aritzen direla azaltzeko).

12. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) asteburuko aisialdia: Gipuzkoaren eta Tolosaldearen arteko desberdintasunak (2011)



Iturria: lanketa propioa

5.1.2 Teknologia-ahalmena

Gipuzkoako gaztetxoek teknologia-ahalmena zer nolakoa den jakin nahi izan da. Horretarako, hainbat teknologia zerrendatu dira, harremana dutenak ikus-entzunezkoekin, eta eskatu zaie erantzuteko ea teknologia horiek zenbateraino dituzten eskura. Oro har, Gipuzkoako gaztetxoek teknologia-ahalmena altua da; izan ere, batez beste %80,3k baditu zerrendatutako teknologia denak (berak bakarrik erabiltzeko, edo beste norbaitekin partekatzeko). Teknologiarik orokortuenak dira telefono mugikorra, telebista eta mp3 erreproduzitzaila; kontrara, bideo-kamera digitala da eskuragarritasun txikiena duen teknologia (ikus **51. eta 52. taulak**).

Analisi faktorialaren bitartez multzokatu dira teknologia desberdinak, gaztetxoek eskuragarritasunaren eta erabileraren arabera (*varimax rotation*, KMO = 0.662); horrenbestez, multzokatze honek laguntzen digu ulertzen, batetik, zein teknologia dagoen presenteago gaztetxoek bizitzan, eta, bestetik, zein erabilera ematen zaion bakoitzari. Lau faktorek azaltzen dute bariantzaren %69,1a. Lehenengo faktoreari **a) teknologia partekatuak** (bariantzaren %16,7 azaltzen du) izena eman diogu, eta izango lirateke mahai gaineko ordenagailua ($\beta = 0.787$) eta telebista ($\beta = 0.727$). Bi teknologia horiek, argi eta garbi, etxeko espazio komunean kokatuta daude, gaztetxo gehienek partekatu egin behar dituztelako beste batzuekin, kasu honetan, etxeokoen. Bigarren faktorea **b) teknologia propioa** (bariantzaren %15,7 azaltzen du) deitzen da; ordenagailu eramangarriak ($\beta = 0.880$) osatzen du faktore hau, eta aurreko faktorea ez bezala, bakarkako erabilera gailentzen da teknologia-mota honetan. Teknologiaren eskuragarritasun-maila, haatik, oso muturrekoa da: lagina era beretsuan dago banatuta bi muturretan, 'bai, nik bakarrik erabiltzen dut' eta 'ez daukat' aukeren artean. Hirugarren faktorean, **c) teknologia eskuragarrietan** (bariantzaren %12,3 azaltzen du), kameradun telefono mugikorra ($\beta = 0.983$) eta mp3 erreproduzitzaila kokatzen dira ($\beta = 0.652$); beste teknologiek gertatzen ez den bezala, eskuragarritasun-maila bereziki altua da Gipuzkoako nerabeen artean. Amaitzeko, **d) teknologia ez-eskuragarrietan** (bariantzaren %22,3 azaltzen du), kokatzen dira bideo-kamera ($\beta = 0.672$) eta argazki-kamera ($\beta = 0.777$). Faktore hau osatzen duten teknologiak, oro har, ez dituzte eskuragarri eta baldin badituzte, partekatua da haien erabilera.

51. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) teknologia-ahalmena (2011)			
Eskura al duzu teknologia hau?	Teknologia partekatua		Teknologia propioa
	Mahai gaineko ordenagailua, Internetarako sarbidearekin	Telebista	Ordenagailu eramangarria, Internetarako sarbidearekin
Bai, neuk bakarrik erabiltzen dut	156 %18,6	146 %17,4	237 %28,2
Bai, baina beste norbaitekin partekatu behar dut	536 %63,9	667 %79,5	335 %39,9
Ez, baina beste toki batzuetan lor dezaket	52 %6,2	9 %1,1	55 %6,6
Ez daukat	85 %10,1	4 %0,5	208 %24,8
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	10 %1,2	13 %1,5	4 %0,5
GUZTIRA	839 %100	839 %100	839 %100

Iturria: lanketa propioa

52. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) teknologia-ahalmena (2011)				
Eskura al duzu teknologia hau?	Teknologia eskuragarria		Teknologia ez-eskuragarria	
	Kameradun telefono mugikorra	Mp3 erreproduzitailea	Argazki-kamera digitala	Bideo-kamera digitala
Bai, neuk bakarrik erabiltzen dut	755 %90,0	616 %73,4	327 %39,0	108 %12,9
Bai, baina beste norbaitekin partekatu behar dut	36 %4,3	98 %11,7	361 %43,0	340 %40,5
Ez, baina beste toki batzuetan lor dezaket	8 %1,0	15 %1,8	49 %5,8	84 %10,0
Ez daukat	40 %4,8	106 %12,6	98 %11,7	304 %36,2
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	0 %0,0	4 %0,5	4 %0,5	3 %0,4
GUZTIRA	839 %100	839 %100	839 %100	839 %100

Iturria: lanketa propioa

Hirigune eta landagunearen arteko desberdintasunak antzematen dira bai mp3 erreproduzitailearen eskuragarritasunari dagokionez ($\chi^2 = 13.559$, ag =4, $p < 0.05$), bai kameradun telefono mugikorrari dagokionez ($\chi^2 = 10.736$, ag =3, $p < 0.05$). Nahiz eta orokorrean teknologia horien eskuragarritasun-maila altua den, hirigunean landagunean baino gaztetxo gehiagok dute erabilgarri teknologia hori beraiantzat bakarrik (%76,7k hirigunean eta %67,9 landagunean, mp3 erreproduzitailearen kasuan; %92,0k hirigunean eta %86,0 landagunean, kameradun telefono mugikorrari dagokionez). Landagunean, ordea, gehiagok partekatu behar dituzte teknologia horiek besteekin, hirigunearekin konparatuz gero (mp3 erreproduzitailea %17,3k partekatu behar du landagunean, eta %9k hirigunean; kameradun telefono mugikorrari dagokionez, %7,2k partekatu behar du landagunean, eta %2,9k hirigunean). Joera hau ulergarria da, kontuan hartuta gaztetxoek hiriguneetan etxetik distantzia luzeagoetara joan behar dutela; hori dela-eta, bidaietarako mp3 erreproduzitailearen beharra eta telefono mugikorraren erabilera handiagoa izan daiteke hirigunean, landagunean baino.

Eskualdeen arteko alderaketa eginez gero ere, desberdintasun esanguratsuak antzematen dira ia teknologia guztietan: mahai gaineko ordenagailuan ($\chi^2 = 45.457$, ag = 24, $p = 0.005$), ordenagailu eramangarrian ($\chi^2 = 58.988$, ag = 24, $p = 0.000$), telebistan ($\chi^2 = 44.199$, ag = 24, $p < 0.01$), argazki-kamera digitalean ($\chi^2 = 43.172$, ag = 24, $p < 0.05$), bideo-kameran ($\chi^2 = 46.302$, ag = 24, $p < 0.005$) eta kameradun mugikorrean ($\chi^2 = 38.856$, ag = 18, $p < 0.005$). Beraz, mp3 erreproduzitailea da desberdintasun esanguratsurik antzematen ez den teknologia bakarra. Aipagarria da, horri gagozkiola, Deba Garaiko gaztetxoek teknologia-ahalmena, oro har, handiagoa delako, Gipuzkoako beste eskualdeekin alderatuz gero. **53. taulan** azaltzen den moduan, Deba Garaiko gaztetxo gehiagok dituzte teknologia guztiak beraienez bakarrik erabilgarri, Gipuzkoako datu orokorrekin konparatuta. Bereziki esanguratsuak dira mahai gaineko ordenagailuaren, ordenagailu eramangarriaren eta bideo-kamera digitalaren kasua, ia bikoiztu egiten baita Deba Garaiko ahalmen teknologikoa Gipuzkoakoarekin alderatuta. Errealitate horrek zuzen-zuzenean du harremana Eustatek¹² ematen dituen datuekin; izan ere, Gipuzkoako familia-errentei erreparatuta, 2009an Deba Garaikoa zen Gipuzkoako familia-errentarik altuena.

¹² Familia-errenta batezbestekoa, lurralde-eremu eta errenta-motaren arabera (2009): http://www.eustat.es/elementos/ele0005700/tbl0005791_e.html#axzz2ZrUVwLy8

53. taula. Deba Garaiko nerabeen (12-16 urte) teknologia-ahalmena, Gipuzkoako datuekin alderatuta (2011)		
'Neuk bakarrik erabiltzen dut honako teknologia'	Deba Garaian	Gipuzkoan
Mahai gaineko ordenagailua, Interneterako sarbidearekin	23 %32,4	156 %18,6
Ordenagailu eramangarria, Interneterako sarbidearekin	29 %40,8	237 %28,2
Telebista	15 %21,1	146 %17,4
Argazki-kamera digitala	37 %52,1	327 %39,0
Bideo-kamera digitala	18 %25,4	108 %12,9
Kameradun sakelako telefonoa	65 %91,5	755 %90,0
GUZTIRA	71 %100	839 %100
<i>Iturria: lanketa propioa%100</i>		

Adin-tarteari dagokionez ere, desberdintasun esanguratsuak daude gaztetxoaren artean: kameradun sakelako telefonoan ez beste teknologia guztietan adin desberdinetako nerabeek eskuragarritasun desberdina dute; mahai gaineko ordenagailuan ($\chi^2 = 27.095$, $ag = 16$, $p < 0.05$), ordenagailu eramangarrian ($\chi^2 = 29.240$, $ag = 16$, $p < 0.05$), telebistan ($\chi^2 = 39.415$, $ag = 16$, $p = 0.001$), mp3 erreproduzitzailan ($\chi^2 = 26.693$, $ag = 16$, $p < 0.05$), argazki-kamera digitalean ($\chi^2 = 27.732$, $ag = 16$, $p < 0.05$) eta bideo-kamera digitalean ($\chi^2 = 29.393$, $ag = 16$, $p < 0.05$) antzematen dira diferentziak. Oro har, adinean geroz eta aurrerago, teknologia-ahalmena handiagoa da. Adibide gisa, **54. taulan** batu dira ordenagailu eramangarriaren eta telebistaren kasuak, ikusteko nola aldatzen den ahalmen teknologikoa gaztetxoaren eta nagusien artean: geroz eta nagusiagoek dituzte teknologia horiek beraientzat bakarrik erabilgarriago, eta joera hori mantentzen da teknologia guztietan.

54. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) teknologia-ahalmena eta adinaren araberako desberdintasunak: ordenagailu eramangarriaren eta telebistaren kasua (2011)

'Neuk bakarrik erabiltzen dut honako teknologia'	Adina					Gipuzkoan
	13 urte	14 urte	15 urte	16 urte	17 urte	
Ordenagailu eramangarria, Internetarako sarbidearekin	41 %21,8	56 %24,6	60 %28,7	61 %37,2	18 %38,3	237 %28,2
Telebista	19 %10,1	43 %18,9	38 %18,2	34 %20,7	11 %23,4	146 %17,4

Iturria: lanketa propioa

5.2 Zein ikus-entzunezko produktu kontsumitzen dute Gipuzkoako nerabeek (12-16 urte bitarteko gaztetxoek)?

Ondorengo lerroetan aztertuko da zeintzuk diren gaztetxoek saiorik eta Interneteko ikus-entzunezkoak gustukoak. Lehenik eta behin, ohiko telebistako emaitzak landuko dira, satellite bidezko telebistarekin eta Interneteko emaitzekin batera. Eta bigarrenik, aztertuko da Interneteko ikus-entzunezkoen aukeraketan zeintzuk diren bideorik arrakastatsuenak. Oro har, fikzioaren eta musikaren garrantzia da azpimarragarria landutako emaitzetan.

5.2.1 Ohiko telebistako ikus-entzunezkoak

Gaztetxoei galdetu zaie aipatzeko haien hiru saiorik gustukoak eta jaso diren emaitzen artean gailendu diren saioak aurkezten dira **55. taulan**. Ikerketan 183 saio desberdin aipatu dira, eta 12 saio biltzen dute Gipuzkoako nerabeen kontsumoaren erdia baino gehiago (%50,6).

Oro har, saiorik arrakastatsuenak dira Espainian ekoizitakoak, abentura-usainekoak, umorezkoak eta intrigazkoak; fikzioarekin lotuta, jatorri estatubatuarra duten umorezko marrazki bizidunak gailentzen dira, eta baita informazioa umore eta ikuskizunarekin lantzen duten saio espainiarrak ere. Amaitzeko, Euskal Irrati Telebistak gaztelaniaz ekoizten duen *reality show*-a ere aipa genezake saio arrakastatsuenen artean. Ez dago euskarazko saiorik ikusien artean, ezta tokiko telebistetan ekoizten den saiorik ere. Gordilloren (2009) irizpideei jarraiki, formatu eta generotan sailkatu dira saioak **55. taulan**.

55. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ohiko telebistako saio ikusienak (2011)					
Saioaren izena	Maiztasuna	Ehuneko	Ehuneko metatua	Formatua	Generoa
<i>Física o Química</i>	242	%9,6	%9,6	Telesaila	Fikzioa
<i>Los Simpson</i>	199	%7,9	%17,5	Marrazki bizidunak	Fikzioa
<i>El Barco</i>	156	%6,2	%23,7	Telesaila	Fikzioa
<i>Los Protegidos</i>	125	%5,0	%28,7	Telesaila	Fikzioa
<i>La que se Avecina</i>	103	%4,1	%32,8	<i>Sitcom-a</i>	Fikzioa
<i>El Hormiguero</i>	95	%3,8	%36,6	<i>Late night show</i>	Entretanimendua
<i>Tonterías las Justas</i>	71	%2,8	%39,4	Infomorea	Informazioa
<i>Mujeres y Hombres y Viceversa</i>	66	%2,6	%42,0	<i>Dating Show</i>	Dokudrama
<i>Deportes Cuatro</i>	62	%2,5	%44,5	Albistegia	Informazioa
<i>El Conquistador del Fin del Mundo</i>	60	%2,4	%46,9	Dokulehiaketa	Dokudrama
<i>Padre Made in USA</i>	51	%2,0	%48,9	Marrazki bizidunak	Fikzioa
<i>Cómo Conocí a Vuestra Madre</i>	42	%1,5	%50,5	<i>Sitcom-a</i>	Fikzioa
Beste batzuk	1245	%49,5	%100	-	-
GUZTIRA	2517	%100	%100	-	-

Iturria: lanketa propioa

Segidan, saio ikusienak deskribatuko dira:

- ***Física o Química*** jatorri espainiarreko fikziozko telesaila da, *Ida y Vuelta* ekoiztetxearena. Galdetegia pasatu zen momentuan (2011ko maiatza) Antena 3 telebista-katean igortzen zuten, asteazkenetan, urrezko ordutegian edo *prime-time* orduan; zazpigarren denboraldia igortzen ari ziren momentu hartan.

Telesail honetan Zurbarán institutu madrildarrean gertatzen diren kontakizunak azaltzen dituzte drama kutsuarekin, 15 eta 16 urteko nerabeenak eta haien ikasleenak; besteak beste, honako gaiak lantzen ditu: sexua, drogak, homosexualitatea eta arrazakeria. Esan genezake, beraz, nerabe espainiarrentzat propio egindako telesaila dela *Física o Química*.

17. irudia. *Física o Química* telesailaren protagonistak



Iturria: abrelaboca.com

- ***Los Simpson (The Simpsons)*** Ameriketako Estatu Batuetako (AEB) marrazki bizidun arrakastatsuak dira, eta 1989 urteaz geroztik ikus daiteke Espainian. Ikerketa egin zen momentuan Antena 3 telebista-katean botatzen zuten, astelehenetik ostiralera, eguerdiko ordutartean, eta kapitulu berriak emititzen ziren korporazio bereko Neox katean, larunbat eta igandeetan, urrezko ordutegian.

The Simpsons saioan AEBetako Springfield hirian bizi den familia baten egunerokotasuna islatzen da, beti ere, umore eta satiraren ikuspuntutik jorratuta. Saioak AEBetako bizitza-estiloaren kritika bilatzen duela esan genezake: pertsonaien eta egoeren komikotasuna bilatzen du, askotan, gainera, haiek gutxiesteraino.

18. irudia. *The Simpsons* marrazki bizidunak



Iturria: *taringa.net*

- **El Barco** jatorri espainiarreko fikziozko telesaila da, Globomedia ekoiztetxearen produktua. Galdetegia pasatu baino hilabete lehenago amaitu zen lehenengo denboraldia, 2011ko apirilean, eta Antena 3 telebista katean bota zuten, astelehenetan, *prime-time* ordutegian.

El Barco telesaila fikziozko egoera batetik abiatzen da; izan ere, ezbehar baten ondorioz, planeta dena urpean geratzen da eta ikasle gaztez osaturiko itsasontzia noraezean dabil itsasoan, jakin barik uraz beste ezer existitzen den. Egoera honetatik abiatuta, itsasontziko ikasleek eta langileek aurre egin beharko diote hainbat eta hainbat egoerari. Abentura eta intrigadun gertaera horiekin batera pertsonaien arteko harremanak kontatzen dira, drama kutsuarekin.

19. irudia. *El Barco* telesailaren protagonistak

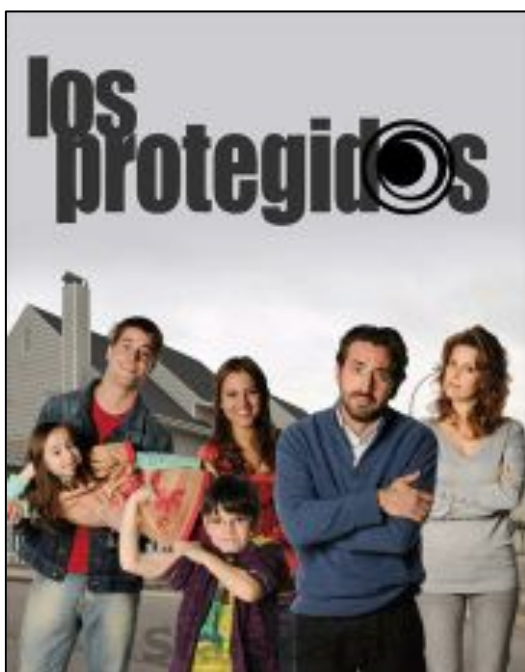


Iturria: *antena3.com*

- **Los Protegidos** jatorri espainiarreko fikziozko telesaila da, Boomerang TV ekoiztetxeak ekoiztutakoa. Galdetegia pasatu baino hilabete lehenago (2011ko apirila) amaitu zen bigarren denboraldia, eta Antena 3 telebista katean igorri zen, igandeetan, *prime-time* ordutegian.

Telesail honek ere fikziozko egoera bat irudikatzen du: haien atzetik dabilen erakunde bati iheska dabil ustezko familia bat; izan ere, Castillo Rey familia faltsua osatzen duten pertsonak naturaz gaindiko botereak dituzte. Ezkutuan, egunerokotasun arrunta jarraitzen saiatuko dira. Abenturaz eta intrigaz jositako gertaerak jazotzen dira *Los Protegidos* telesailean.

20. irudia. *Los Protegidos* telesailaren protagonistak



Iturria: starscafe.com

- **La que se Avecina** jatorri espainiarreko fikziozko *sitcom*-a da, Mediaset Españak ekoiztutakoa. Saioaren aurrekaria da *Aquí no hay quien viva sitcom*-a, eta ekoiztetxeak Antena 3 telebista-katearekin kontratua eteteen sortu zuen saioaren bertsio berria. Galdetegia pasatu zen momentuan bosgarren denboraldia botatzen ari ziren, Telecinco katean, igandeetan, *prime-time* ordutegian.

La que se Avecina saioak Mirador del Montepinar urbanizazioko bizilagunen istorioak kontatzen ditu, *sitcom* formatuan ohikoa den estilo eta umorearekin.

21. irudia. *La que se Avecina* sitcom-aren protagonistak



Iturria: latelevisionprontollegara.blogspot.com

- **El Hormiguero** Espainian ekoiztako *late night show*-a da. Galdetgia pasa zen momentuan 7 y Acción ekoiztetxeak ekoizten zuen Cuatro telebista-katearentzat, eta astelehenetik ostiralera botatzen zuten, *prime-time* ordutegian. 2011ko maiatz amaieran Cuatro-rekin kontratua eten zuten ekoiztetxeak eta Antena 3 katearentzat ekoizten hasi zen saio bera.

El Hormiguero saioa plato batean garatzen da eta Pablo Motos aurkezleak pertsona famatu bat elkarrizketatzen du aldiro, gezurrezko bi inurriren laguntzarekin. Elkarrizketak irauten duen bitartean hainbat ekintza tartekatzen dira, hala nola, esperimendu-saioa edo lehiaketa-saioa, eta beti ere, eguneko gonbidatuak parte hartzen du. Umorez eta akzioz betetako entretenimendu-saioa da.

22. irudia. *El Hormiguero* saioaren protagonistak



Iturria: lavozlibre.com

- **Tonterías las Justas** Espainian ekoiztako infomore saioa da. *El Hormiguero*-ren antzera, 2011ko maiatz amaierara arte ekoitzi zuen 7 y Acción ekoiztetxeak Cuatrorentzat; ondoren, Neox telebista-katean bota zuten (Antena 3en korporazio bereko katea). Ikerketa burutu zen momentuan Cuatron programatzen zen, astelehenetik ostiralera, arratsaldeko ordu-tartean.

Tonterías las Justas saioa ere platoan kokatzen da, eta Florentino Fernández da aurkezle nagusia. Bertan gaurkotasuna duten gaiak lantzen dira umore-kutsuarekin, eta, horrekin batera, *sketch*-ak, imitazioak eta umorezko bideo-muntaketak tartekatzen dira saioan zehar.

23. irudia. *Tonterías las Justas* saioaren aurkezleak



Iturria: formulatv.com

- **Mujeres y Hombres y Viceversa (MYHYV)** Espainian ekoizten den *dating show*-a da, Magnolia TV ekoiztetxearena. Saio hau oinarrituta dago Italiako Mediaset-ek ekoiztako *Uomini e donne* saioan. Ikerketaren momentuan Telecinco katean programatzen zen, astelehenetik ostiralera, eguerdiko ordu-tartean.

Dating show hau bi espaziotan garatzen da: batetik, platoan daude neska eta mutil protagonistak, eta haien bikote izateko lehiatuko diren lehiakideak; bestetik, espazio desberdinetan grabatuko diren lehiakideen arteko hitzorduak daude. Platoan daudela ikusiko dituzte hitzordu desberdinak, eta eztabaidatuko dute denen artean, bikote irabazlea nor den asmatu arte. Eztabaidaz osatutako saioa da *Mujeres y Hombres y Viceversa*.

24. irudia. *Mujeres y Hombres y Viceversa* saioaren platoa



Iturria: formulatv.com

- **Deportes Cuatro** Espainian ekoiztako informazio-saioa da, Mediaset Españiak ekoiztako Cuatro katearentzat. *Noticias Cuatro* eguerdiko albistegiaren azken atalean aurkezten dira kirolak, *Deportes Cuatro* izenpean, astelehenetik igandera bitartean.

Informazio-saio honen helburua kirol-emaizten gaineko informazioa ematea den arren, ohiko albistegietan ez bezala, estilo informalagoarekin jorratzen dituzte kirol-gaiak. Informazioa tartekatzen dute musika duten bideo-muntaketekin, kirolaren ingurukoak denak ere.

25. irudia. *Deportes Cuatro* saioaren aurkezleak



Iturria: ezunzo.com

- **El Conquistador del Fin del Mundo (El Conquis)** Euskal Irrati Telebistarako ekoiztako *reality show* saioa da; Globomediak ekoizten du gaztelaniazko Etb2 telebista-katerako. Galdetegia pasatu zenean, 2011ko maiatzean, zazpigarren edizioaren azkenengo kapituluak botatzen ari ziren, igandetan, *prime-time* ordutegian.

El Conquistador del Fin del Mundo bizirauteko lehiaketa da. Argentinako Patagonian daude lehiakideak, eta helburua da bertan irautea, hainbat probari aurre egiten dieten bitartean.

26. irudia. *El Conquistador del Fin del Mundo*, 7.edizioaren irabazlea



Iturria: noticiasdenavarra.com

- **Padre Made in USA (American Dad)** jatorri estatubatuarra duten marrazki bizidunak dira. Seth MacFarlane-k, Mike Barker-ek eta Matt Weitzman-ek sortutako saioa da Fox Broadcasting

Company korporaziorako. Espainian FOX katean programatu zen 2007ra arte, gaztelaniazko tituluarekin, baina hortik aurrera Antena 3ek erosi zituen saioaren eskubideak eta ingelesezko tituluari eutsi zion. Galdetegia pasatu zen momentuan Neox katean botatzen zuten, astelehenetik igandera, urrezko ordutegian.

AEBetako familia batean oinarritzen da fikziozko saioa, eta protagonista familiako aita da: CIAan lan egiten du eta errepublikanoa, kontserbadorea eta oso aberkoia da. Familiaren parte dira, halaber, emaztea, alaba, estralurtar bat eta arrain bat. Umore satirikoarekin lantzen dituzte familia estatubatuarren gorabeherak.

27. irudia. *American Dad* marrazki bizidunak

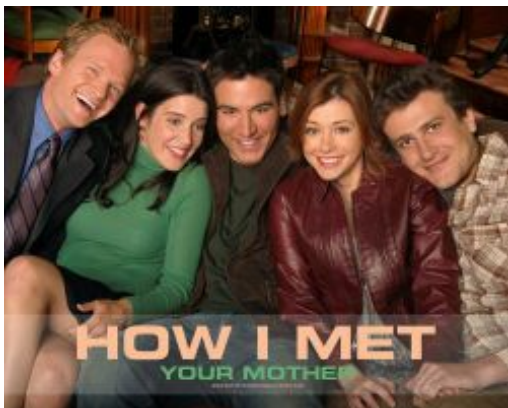


Iturria: elviraelvira.blogspot.com

- ***Cómo Conocí a Vuestra Madre (How I Met you Mother)*** jatorri estatubatuarra duen *sitcom*-a da. Craig Thomas-ek eta Carter Bays-ek ekoiztako lana da, CBS korporazioarentzat. Espainian Grupo Antena 3ek ditu telesaila ustiatzeko eskubideak. Galdetegia pasatu zenean bosgarren denboraldia programatzen ziharduten Neox katean, astelehenetik ostiralera, arratsaldeko ordu-tartean.

Sitcom honetan ere familia estatubatuar bat da protagonista, eta, *flashback* bat eginez, familiako aitak kontatzen die seme-alabei nola ezagutu zuen haien ama. *Sitcom*-aren estiloarekin garatzen dute kontakizuna.

28. irudia. *How I met your Mother* sitcom-aren protagonistak



Iturria: taringa.net

Esan genezake, beraz, Gipuzkoako nerabeek fikziozko formatuak dituztela gustukoen; azpimarragarria da, era berean, Antena 3 telebista-kateak emititzen dituen fikziozko produktuak direla Gipuzkoako nerabeek gehien kontsumitzen dituztenak.

Gaztetxoei, beraz, eskatu zaie hiru telebista-saio izendatzeko, eta aipatutako telebista saio denak (183 saio desberdin agertu dira orotara) multzokatu dira **56. taulan**, formatuaren eta telebista-generoaren arabera (Gordillo, 2009), gaztetxoek aipatutako hiru aukeren ordena berbera mantenduta. Emaiza hauek aurretik aipatutakoak indartzera datoz; izan ere, **56. taulak** argi erakusten du fikziozko produktuak direla garrantzitsuenak nerabeen artean. Gaztetxoek aipatu dituzten hiru saioetatik gehienak dira fikziozkoak (nerabeen %59,9k aipatu du fikziozko saio bat lehenengo aukera gisa, %59,9k bigarren aukera gisa eta %50ek hirugarren aukera gisa). Oro har, gainera, telebista formatuak era beretsuan aipatu dira hiru aukeretan.

56. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) genero eta formatu arrakastatsuenak (2011)				
Generoa	Formatua¹³	1. aukera	2. aukera	3. aukera
Informazioa	Albistegia	%4,4	%3,6	%3,9
	Erreportajea	%0,4	%0,4	%0,5
	Dokumentala	%0,1	%0,4	%0,1
	Hezitzailea	%0,2	%0,2	%0,2
	<i>Infoshow</i>	%0,7	%0,5	%0,7
	Infomorea	%4,8	%3,9	%3,7
Entretanimendua	Lehiaketa	%1,1	%2,9	%3
	Magazina	%0,4	%1	%1,7
	<i>Late night show</i>	%6,2	%3,3	%3,7
	Zuzeneko emankizuna-Kirola	%2,7	%3,4	%4,4
	Zuzeneko emankizuna-Umorea	%0,1	%0,7	%0,4
	Musika-saioak	%0,1	%0,0	%0,4
	Bideo-collagea	%0,4	%0,2	%0,1
	Etxeko bideoak	%0,1	%0,0	%0,2
	<i>Sketch</i> saioak	%0,7	%1,3	%0,5
Dokudrama	<i>Docushow-a</i>	%1,5	%1,7	%1,5
	Dokulehiaketa	%5	%5,2	%6,9
	<i>Talk Show-a</i>	%0,2	%0,0	%0,4
	<i>Dating Show-a</i>	%2,9	%2,5	%2,4
	<i>Coaching Show-a</i>	%1,9	%1,8	%2,9
Fikzioa	<i>Sitcom-a</i>	%11,3	%12,5	%12,6
	<i>Soap Opera</i>	%1,5	%1,5	%0,5
	Telesaila	%32,2	%31,4	%26,2
	Marrazki bizidunak	%14,9	%14,5	%10,7
Ezezaguna		%0,1	%0,1	%0,4
Erantzunik ez/ erantzun okerra		%5,8	%6,7	%12,1
GUZTIRA		%100	%100	%100

Iturria: lanketa propioa

¹³ Gordilloren (2009) sailkapenaren arabera.

Adinen arteko desberdintasunak aztertzeko, nerabeek aipatutako lehenengo aukeraren formatua aztertu da, eta ageri dira adinaren arabera desberdintasun esanguratsuak ($\chi^2 = 125.511$, $ag = 96$, $p < 0.05$). Horri gagozkiola, aipagarria da marrazki bizidunak gehien aipatu dituztenak gaztetxoek izan direla (13 urteko gaztetxoek %22,9k aukeratu du formatu hau lehenengo aukera gisa; nagusiagoek, ordea, batez beste %12,4k). Nagusiagoek, ordea, lehiaketa eta *docushow* formatuko saio gehiago aipatu dituzte, gaztetxoek aldean.

Eskualdeen artean konparaketa egin da, ezagutzeko ea telebista-genero eta formatu gustukoek era beretsuan ikusten diren edo ez Gipuzkoan. Emaitzen arabera, desberdintasun esanguratsuak daude bai telebista-generoari ($\chi^2 = 39.338$, $ag = 24$, $p < 0.05$), bai formatuei dagokienez ($\chi^2 = 215.016$, $ag = 144$, $p = 0.000$). Berriz ere, nerabeek aipatu duten lehenengo telebista-genero kontuan hartu da eskualdeen arteko desberdintasunak aztertzeko; horrela bada, telebista-genero desberdinak dituzte gustuko eskualde desberdinetan. Informazioaren generoa Urola Kostan da gustukoena, entretenimenduaren generoa Deba Behean, dokudrama Deba Garaian, eta fikzioa Bidasoa Behean (ikus **57. taula**).

Telebista-formatuei dagokionez, arrakastatsueni erreparatu zaie bakarrik, hots, gutxienez %5ak aipatu dituen formatuei; horiek dira *late night show*-ak, dokulehiaketak, *sitcom*-ak, telesailak eta marrazki bizidunak. **58. taulan** zerrendatu dira formatu horiek eta beraien arrakasta-maila, eskualdearen arabera; horrela bada, antzeman daiteke formatu gustukoek desberdinak direla eskualdeetan: besteak beste, *late night show* saioak arrakastatsuak dira Deba Behean eta Donostialdean (*El Hormiguero* ikusten dute, gehienbat), dokulehiaketak Deba Garaian (*El Conquistador del Fin del Mundo* da aipagarria) eta Urola Kostan (*Supervivientes* ikusten dute, gehienbat), *sitcom*-ak Deba Garaian (*La que se Avecina* saioa da arrakastatsua), telesailak Bidasoa Behean (*El Barco* nabarmen da esanguratsua) eta Tolosaldean, eta marrazki bizidunak Donostialdean (*Los Simpson* saioak du bereziki esangura).

57. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) telebista-genero gustukoak, eskualdearen arabera (2011)								
	Bidasoa Behea	Deba Behea	Deba Garaia	Donostialdea	Goierrri	Tolosalde	Urola Kosta	Gipuzkoan
Informazioa	8 %8,1	9 %11,5	3 %4,2	41 %10,7	13 %14,4	3 %7,7	12 %15,2	49 %10,6
Entretene- mendua	13 %13,1	13 %16,7	5 %7,0	45 %11,7	10 %11,1	3 %11,1	10 %7,7	89 %11,8
Dokudrama	7 %7,1	11 %14,1	13 %18,3	45 %11,7	5 %5,6	2 %5,1	14 %17,7	97 %11,6
Fikzioa	69 %69,7	44 %56,4	43 %60,6	227 %59,3	52 %57,8	29 %74,4	41 %51,9	505 %60,2
<i>Iturria: lanketa propioa</i>								

58. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) telebista-formatu gustukoak, eskualdearen arabera (2011)								
	Bidasoa Behea	Deba Behea	Deba Garaia	Donostialdea	Goierrri	Tolosalde	Urola Kosta	Gipuzkoan
<i>Late night show-a</i>	4 %4,2	6 %7,8	2 %3,1	29 %8,1	4 %5,0	2 %5,4	5 %6,5	52 %6,6
Dokulehia- keta	1 %1,0	7 %9,1	6 %9,4	17 %4,7	2 %2,5	1 %2,7	8 %10,4	42 %5,3
<i>Sitcom-a</i>	14 %14,6	10 %13,0	10 %15,6	39 %10,9	11 %13,8	5 %13,5	6 %7,8	95 %12
Telesaila	41 %42,7	30 %39,0	24 %37,5	109 %30,4	28 %35,0	15 %40,5	24 %31,2	271 %34,3
Marrazki bizidunak	13 %13,5	2 %2,6	6 %9,4	76 %21,2	13 %16,2	5 %13,5	10 %13,0	125 %15,8
<i>Iturria: lanketa propioa</i>								

Teknologia-ahalmenak ez du eraginik telebista aukeraketan; hau da, telebista propioa dutenek, zein partekatu behar dutenek, saio beretsuak ikusten dituzte. Hala ere, desberdintasunak antzematen dira telebista aurrean igarotako denboraren eta kontsumitutako saioen artean ($\chi^2 = 1211.077$, $ag = 980$, $p = 0.000$). Gaztetxoek lehenengo aukera-sortari erreparatu zaio, eta horietatik, hamar arrakastatsuenak aztertu dira; horiek horrela, aipagarria da 10 telebista arrakastatsuenen audientziaren zati handienak ikusten duela telebista egunero ordu bat eta bi bitartean (ikus **59. eta 60. taulak**). Joera hau nabarmena da bereziki *Física o Química*, *Mujeres y Hombres y Viceversa* eta *El Conquistador del Fin del Mundo* saioen kasuan; hau da, saio horien audientziaren zati handienak egunero ordubete eta bi ordu bitartean pasatzen dituela ikus-entzunezkoen aurrean.

Laburbilduz, eskualdeen artean desberdintasunak badaude ere, fikziozko telebista arrakasta nabarmena da oro har, ikerketa hauetan, bereziki Espainian ekoizitakoa. Horrekin batera, entretenimendura bideratuta dauden genero eta formatuak dira famatuagoak, informazio-generoaren kaltetan.

59. taula. Gipuzkoako gaztetxoek (12-16 urte) ikusten dituzten saio arrakastatsuenen kontsumo-denbora (2011) I					
	<i>Física o Química</i>	<i>Los Simpson</i>	<i>El Barco</i>	<i>Los Protegidos</i>	<i>La que se avecina</i>
3 ordu edo gehiago	4 %4,3	6 %6,1	1 %1,8	7 %20,0	6 %14,0
2-3 ordu	12 %12,8	12 %12,1	15 %26,8	6 %17,1	9 %20,9
1-2 ordu	43 %45,7	36 %36,4	15 %26,8	9 %25,7	13 %30,2
31 min. - ordu 1	12 %12,8	29 %29,3	14 %25,0	5 %14,3	6 %14,0
30-16 min	10 %10,6	8 %8,1	8 %14,3	4 %11,4	4 %9,3
15 minutu edo gutxiago	10 %10,6	7 %7,1	3 %5,4	4 %11,4	5 %11,6
Ezer ez /Ez du erantzun	3 %3,2	1 %1,0	0 %0,0	0 %0,0	0 %0,0
GUZTIRA	92 %100	99 %100	56 %100	35 %100	43 %100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>					

60. taula. Gipuzkoako gaztetxoek (12-16 urte) ikusten dituzten saio arrakastatsuenen kontsumo-denbora (2011) II					
	<i>El Hormiguero</i>	<i>Tonterías las justas</i>	<i>MYHYV</i>	<i>Deportes Cuatro</i>	<i>El Conquis</i>
Hiru ordu baino gehiago	1 %2,3	3 %9,7	2 %8,3	3 %9,7	1 %4,2
Bi ordutik hirura	5 %11,6	6 %19,4	2 %8,3	6 %19,4	4 %16,7
Ordubetetik bira	16 %37,2	9 %29,0	12 %50,0	8 %25,8	13 %54,2
31 minututik ordubetera	11 %25,6	6 %19,4	4 %16,7	5 %16,1	1 %4,2
16 minututik ordu erdira	1 %2,3	1 %3,2	3 %12,5	2 %6,5	1 %4,2
15 minutu baino gutxiago	7 %16,3	4 %12,9	1 %4,2	7 %22,6	2 %8,3
Batere ez/ Erantzun okerra	2 %4,7	2 %6,4	0 %0,0	0 %0,0	2 %8,3
GUZTIRA	41 %100	30 %100	24 %100	31 %100	24 %100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>					

5.2.2 Satellite bidezko telebistaren kontsumoa

Gipuzkoako gaztetxoek %42,9k ez du satellite bidezko eskaintzarik etxean, eta %26,6k badauka; aipagarria da, ordea, gaztetxoetako askok (%29,8) ez dakiela satellite bidezko telebista-eskaintzarik jasotzen duen edo ez etxean.

Ezjakintasun horren adierazgarri da **61. taula** ere; bertan agertzen dira jaso diren erantzun errepikatuenak, satellite bidez ikusten dutenaren inguruan. Satellite bidezko eskaintza duten 206 nerabeen erantzunak aztertuta, ikus daiteke erantzun errepikatuenak direla telebista-kateen izenenak, saioenak beharrean; gainera, horietako asko ez dira satellite bidezko telebistan eskaintzen (Paramount Comedy da satellite bidezko telebista-eskaintzako kate bakarra). Horrez gain, erantzuna ematerako orduan ziurgabetasuna erakusten dute 'denetik' ikusten dutela aipatu duten %10,2k; eta horiekin batera, kirolak ikusten dituztela aipatu dute 16 pertsonak (%1,9), katearen edo saioaren izenik zehaztu gabe.

61. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) satellite bidezko kontsumoa, eskaintza erabilgarri dutenen artean (2011)		
Zer ikusten duzu satellite bidez?	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Gol TV	25	%12,1
MTV	14	%6,8
Neox	14	%6,8
Disney Channel	10	%4,9
Paramount Comedy	9	%4,4
Marca TV	5	%2,9
FDF	3	%2,4
Denetik	21	%10,2
Beste batzuk	105	%49,5
GUZTIRA	206	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

Beraz, satellite bidezko eskaintza ez da oso ezaguna Gipuzkoako gaztetxoek artean, eskaintza hori dutenek ere zalantza asko erakusten baitituzte satellite bidezko edukien nolakotasuna deskribatzerako orduan.

5.2.3 Ohiko telebistako edukien kontsumoa Interneten

Gipuzkoako nerabeen %53,5ek ikusten du telebista Internet bidez, beraz, gehiengoa da ohiko telebistako edukiak Interneten ikusten dituen segmentua. Hala ere, ondorengo kapitulueta aztertuko den moduan, ordenagailuan egiten duten kontsumoa ez da telebistan egiten dutena bezain garrantzitsua, hots, telebistak jarraitzen duela euskarririk arrakastatsuen izaten; izan ere, Internetera jotzen dute gaztetxoek telebistako ordutegian ikusi ezin dituzten edukiak ikusteko.

Internet erabiltzaileak era beretsuan banatzen dira landagune eta hirigunean, baita eskualdeetan ere, eta ez dago adinaren arabera desberdintasunik.

Ohiko telebista ikusteko Internetera jotzen duten 451 pertsoneri eskatu zaie aipa dezatela saio bat, Interneten ikusten dutena. Aipatu diren 96 saioetatik zazpi biltzen dute Interneten egiten den telebista-kontsumoaren erdia (ikus **62. taula**). Emaizak ikusita, azpimarratzekoa da erantzun errepikatuena izan dela *Física o Química* telesaila (%22,4). Joera edo aukera hori uler daiteke, batetik, telebistako saio arrakastatsuen delako, eta bestetik, eta jasotako informazioaren arabera (6.3.2. kapitulu landuko da), gaztetxoek saioa bere ordutegian ikusteko zailtasunak dituztela eta jotzen dutelako Internetera. Kontuan izanik *Física o Química* telesaila asteazkenetan gaueko 22:45ean programatzen zela ikerketa egin zen momentuan¹⁴, ulergarria da erantzun horren zergatia, emisio-ordua berandu baita. Beste saioei dagokienez, oro har, Interneten egiten den aukeraketa eta telebistan egiten dena antzekoa da, besteak beste, *El Barco* edo *Los Protegidos* bezalakoak aipatu direlako; hala ere, honako desberdintasunak nabari dira ohiko telebistako edukiak telebistan eta Interneten kontsumitzearekin:

- a) *Los Simpson* animazio-saioa ez da aipaturako saioen artean ageri; izan ere, Antena 3 webguneak ez du saio hori Internet bidez eskaintzen.
- b) Gaztetxo askok aipatu dituzte kirolak ikusten dituztela Interneten, baina ez dute zehaztu ez saioaren izenik, ezta telebista-katearen webgunerik ere.
- c) Fikzioa gailentzen da Interneteko telebista-kontsumoan; izan ere, *El Hormiguero* eta *Tonterías las Justas* bezalako saioak ez dituzte Sarean ikusten.

¹⁴ 2011ko maiatzaren 20an hasi ginen galdetegiak pasatzen eta lau egun lehenago aldatu zen *Física y Química* saioaren orduategia, ostegunetik asteazkenera, Telecinco katean emititzen zen *Supervivientes* saioarekin ez lehiatzeko. Aldaketa horrek eragin zuen saioa beranduago hasia: <http://www.bravoporti.com/fisica-o-quimica-cambia-de-horario/>

d) Jende gehiagok jotzen du Internetera *Mujeres y Hombres y Viceversa* ikustera, *La que se Avecina* sitcom-a ikustera baino (ohiko telebistan azken honek aurrekoaren ikusle-kopurua bikoizten du).

62. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ohiko telebistako saio ikusienak Interneten (2011)		
Saioaren izena	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
<i>Física o Química</i>	101	%22,4
<i>El Barco</i>	31	%6,9
<i>Kirolak</i>	28	%6,2
<i>Los Protegidos</i>	25	%5,5
<i>Mujeres y Hombres y Viceversa</i>	12	%2,7
<i>La que se Avecina</i>	8	%1,8
<i>Prison Break</i>	8	%1,8
Beste batzuk	215	%47,7
Erantzunik ez/ erantzun okerra	23	%5,0
GUZTIRA	451	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

Laburbilduz, Internet bidez egiten den telesaioen kontsumoa erabat lotuta dago ohiko telebistan burutzen denarekin; esan liteke, Internet telebistaren luzapena dela, programazioan eskaintzen diren saio arrakastatsuenak kontsumitzeko bigarren alternatiba, hain zuzen.

5.2.4 Interneteko ikus-entzunezkoak

Ikerketa honen aurretik burututako azterlanean (Pavón eta Zuberogoitia, 2011) ondorioztatu zen Youtube zela eskaintzen den bideo-plataformarik arrakastatsuen, eta Vimeo, Euskaltube zein Bliptv bezalako plataformak ezezagunak zirela gaztetxoentzat. Hori dela-eta, galderaren formulazioan Youtuberen inguruan galdetu bazen ere, beste bideo-plataformen inguruan ere itaundu zen. Horrekin batera, ikus-entzunezkoak eskaintzen zituen beste webgunerik ea kontsumitzen zuten galdetu zitzairen aurreko ikerlanean, eta baieztatu zen horien kontsumoa

oso marjinala zela. Hori dela-eta, ikerketa honetan, Interneteko ikus-entzunezkoen kontsumoaren azterketa Youtubera eta antzeko bideo-plataformetara mugatu da.

Horiek horrela, ikerketan baieztatu ahal izan da Gipuzkoako gaztetxoek gehiengo zabal batek erabiltzen duela Youtube (%93,4). Galdetu zaie zein bideo-mota duten gustuko Youtuben ikustea (ikus **63. taula**) eta horretarako, zerrenda bat eskaini zaie, aukera ditzaten hiru bideo-motarik gustukoena. Aipagarria da musikaren bideoak ikusten dituela nerabeen erdiak baino gehiagok, eta musikaren inguruko eta kirolaren inguruko bideoek lagin ia osoa batzen dute (%83,2). Esanguratsua da, halaber, ikustea umorezko bideoak ez zeudela zerrendan, eta gaztetxoek 'beste batzuk' aukera erabili dutela umorezkoak edo barregarriak diren bideoak ikusten dituztela esateko. Aisialdian ordenagailuaren erabilerarekin gertatu den antzera, uste da umorezko bideoek arrakasta handiagoa izango luketela, baldin eta erantzun posibleen artean aukera gisa aurkeztuko balira. Hori baieztatzeko, elkarrizketetan gaztetxoek esanikoak aipatu behar dira; izan ere, Interneteko bideo-kontsumoaren inguruan hitz egiterakoan (26 elkarrizketatutik 22k ikusten ditu bideoak Youtuben), gehien aipatu dira musikaren eta umorearen inguruko bideoak.

63. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) bideo-mota gustukoena, Youtube eta tankerako plataformetan (2011)	
Bideo-mota	Maiztasun erlatiboa (%)
Musikaren inguruko bideoak	%69,0
Kirolaren inguruko bideoak	%14,1
Telesaioetatik ateratako bideoak	%5,1
Ezezagunek grabatutako etxeko bideoak	%4,8
Umorezkoak	%3,2
Ezagunek grabatutako etxeko bideoak	%1,2
Kuadrillan grabatutako bideoak	%1,7
Beste batzuk	%0,9
GUZTIRA	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>	

Era honetan azaltzen du Anderrek [D, M:2]¹⁵ Youtubera jotzerakoan lagunek gomendatutako umorezko bideoak ikusten dituela:

¹⁵ D= Donostialdea (eskualdea) / M= mutila (sexua) / 2= 2.mutil elkarrizketatua

Ikertzailea: *Zenbatetan sartzan zara Internetera bideoak ikustera?*

Ander: *Ez dakit, lagunak batek ikastolan esaten badit: 'Gaur ikusi dut bideo bat kriston barregura eman didana! Ikusi behar duzu!' Horrelakoetan sartu egiten naiz, baina, bestela, ni nire kabuz bideoak baino gehiago jartzen dut musika.*

Itsasok aipatzen duenaren arabera [UK, N:12], hautu propioa egiterakoan Youtuben musikara jotzen du, baina lagunak gomendatutakoak umorezkoak izan ohi dira:

Ikertzailea: *Zein bideo-mota ikusten duzu Youtuben?*

Itsaso: *Bideoklipak eta horrela... eta lagunak batek esanda 'Begira ezazu hau ze...', barre egiteko.*

Era beretsuan mintzo da Martin [D, M:5], Youtuberaren umorezko bideoen inguruan:

Ikertzailea: *Beste bideo-motarik ikusten duzu Youtuben?*

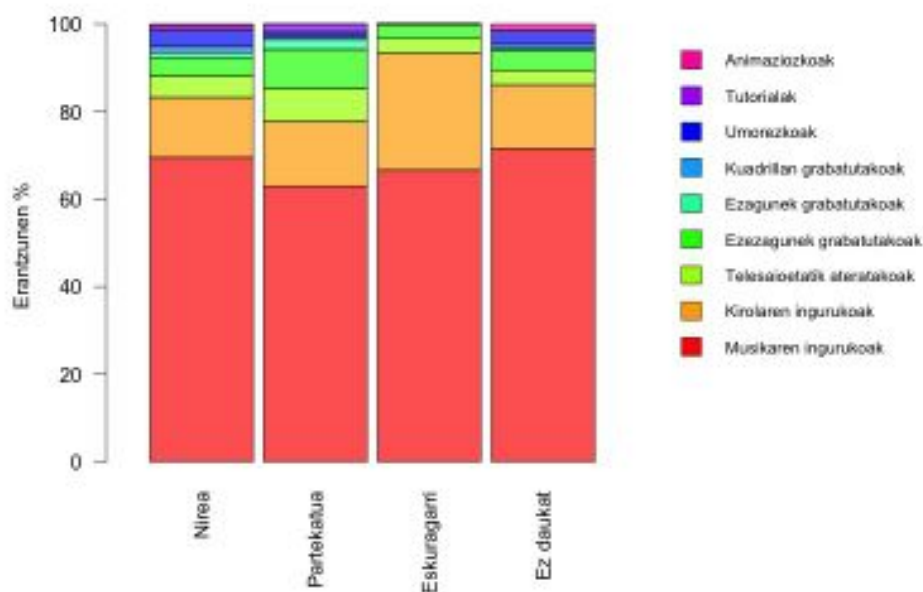
Martin: *Musikaz aparte? Igual lagun batek gomendatu baldin badit: 'Begira zer egiten duen honek' edo barregarria, ona edo interesgarria bada jartzen dut, baina bestela gutxi.*

Ikertzailea: *Eta normalean zein bideo-mota gomendatzen dizute lagunak?*

Martin: *Komikoak. Monologoak.*

Interneten musikak duen arrakastaz ohartuta, jakin nahi izan da mp3 erreproduzitailea edukitzeak zerikusirik duen musikaren inguruko bideo gehiago kontsumitzearekin, hau da, musika-erreproduzitailea edukitzeak musika gehiago kontsumitzera, eta beraz, horren inguruko bideoak aukeratzera bultzatzen ote duen nerabea. Datuek, baina, ez dute erakusten bien arteko harremana dagoenik, eta **13. grafikoak** ere ondo irudikatzen du musika-bideoak ikusten dituztela musika erreproduzitzeko gailua dutenek zein ez dutenek.

13. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Mp3 artxiboak erreproduzitzeko gailuaren eta Interneteko bideo-moten arteko harremana (2011)



Iturria: lanketa propioa

Youtube plataformakoak, eta bereziki, musikaren inguruko ikus-entzunezkoak dira, beraz, Gipuzkoako nerabeen bideorik gustukoena, Internet bidez kontsumitzen dituztenak. Musika-kontsumoan joera-aldaketa garbia erakusten dute datuek, Sarea eta musika Sarean entzutea bihurtzen ari delako ohiturarik hedatuena gaztetxoaren artean.

5.2.5 Ikus-entzunezkoak euskarri mugikorretan

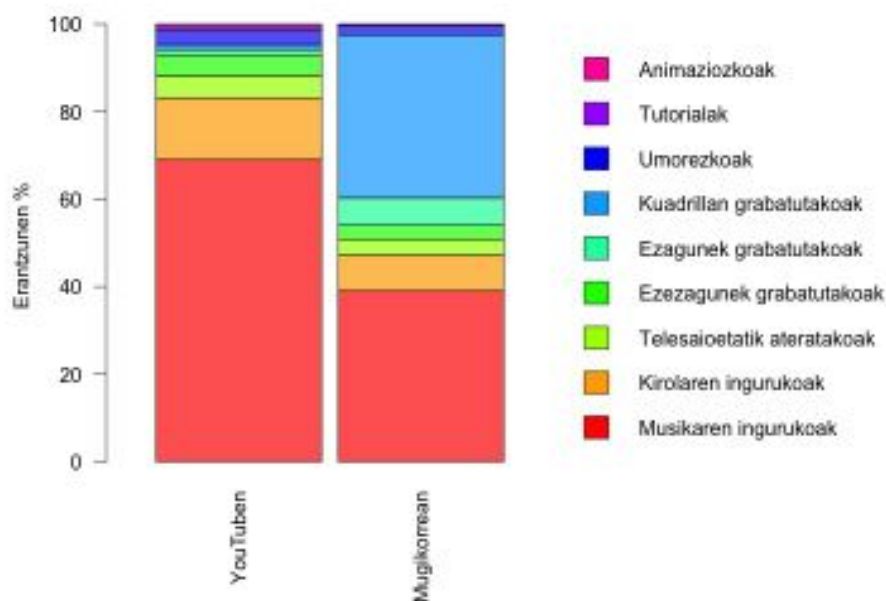
Ikus-entzunezkoen kontsumoa aztertu ondoren telebistan eta ordenagailuan (Interneterako sarbidearekin), jakin nahi izan da ere kontsumitzen ote den euskarri mugikorretan, eta kontsumitzekotan, zein bideo-mota kontsumitzen duten gaztetxoek. Haien erantzunak aztertuta baieztatu daitezke gaztetxo gehienek ez dutela bideorik ikusten euskarri mugikorretan (%61,1); kontrara, 839 erantzunetatik 319 pertsonak bakarrik aipatu dute ikusten dituztela bideoak mugikorretan (%38). Horrez gain, ez dago adinen arteko desberdintasun esanguratsurik.

Ikusten dituzten bideo-motei dagokienez (ikus **64. taula**), musikaren ingurukoak dira euskarri mugikorretan ere arrakastatsuenak (%39,0), eta ondoren, kuadrillon grabatutako bideoak (%37,2).

64. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) bideo-mota gustukoenak, mugikorrean (2011)	
Bideo-mota	Maiztasun erlatiboa (%)
Musikaren inguruko bideoak	%39,0
Kuadrillan grabatutako bideoak	%37,2
Kirolaren inguruko bideoak	%8,2
Ezagunek grabatutako etxeko bideoak	%6,3
Telesaietatik ateratako bideoak	%3,7
Ezegunek grabatutako etxeko bideoak	%3,2
Umorezkoak	%2,2
Beste batzuk (tutorialak, animaziozkoak...)	%0,2
GUZTIRA	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>	

Ordenagailuan Internet bidezko kontsumoan gertatzen ez den bezala, euskarri mugikorretan kuadrillan grabatutako bideoek duten garrantzia nabarmena da, eta beraz, desberdintasunak esanguratsuak dira, ordenagailuko kontsumoarekin alderatuz gero ($\chi^2 = 48.9328$, $ag = 8$, $p < 0.001$). **14. grafikoan** irudikatu den moduan, euskarri mugikorretako bideo-kontsumoa askoz ere apalagoa izan arren, lagun-taldean grabatutako bideo gehiago kontsumitzen dira: ordenagailuan %1,2k aipatu du ikusten dituela lagun-taldean grabatu eta Sarera igotako bideoak; mugikorrean, ordea %37,3k aipatu du hori. Ezagunek grabatutako bideoak ere sei aldiz gehiago ikusten dira mugikorrean (%6,3), ordenagailuarekin alderatuta (%1,2). Kontsumo altu horren ondotik, musikaren eta kirolaren inguruko bideoak Interneten ikusitakoen erdira jaisten dira.

14. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ordenagailuko eta euskarri mugikorretako bideo-kontsumoa (2011)



Iturria: lanketa propioa

Ordenagailuaren eta euskarri mugikorren artean dagoen bideo-aukeraketaren desberdintasuna ulertzeko, ezinbestekoa da aipatzea ordenagailuari erreferentzia egin zaionean galdetegian, Interneti egin zaiola zuzenean erreferentzia; hau da, mahai gaineko eta ordenagailu eramangarriko kontsumoa zuzenean irudikatu da Internet bidez burutzen dela. Hala ere, euskarri mugikorrez ari garela, galdetegian ez da ondo zehaztu bideoak Internetera igota dauden edo ez, eta horregatik uste da daudela hainbeste erantzun aipatzen dutenak kuadrillako edo ezagunen inguruko bideoak kontsumitzen dituztela; baliteke horietako asko Internetera igota ez egotea, eta beraz, aurreko lerroetan burututako alderaketa guztiz erreala ez izatea.

5.3 Zeintzuk dira Gipuzkoako nerabeen ikus-entzunezko kontsumo-ohiturak?

Bigarren ikerketa-galderari helduko zaio atal honetan, jakiteko zer-nolako ohiturak dituzten Gipuzkoako nerabeek ikus-entzunezkoen aurrean jartzen direnean. Aztertuko da, besteak beste, zenbat denbora pasatzen duten gaztetxoek telebistako eta Interneteko bideoak ikusten, eguneko zein momentutan egiten duten, norekin burutzen duten kontsumo hori eta zein euskarritan egiten duten. Amaitzeko, sakondu nahi izan da telebistaren eta ordenagailuaren arteko harremanean, jakiteko ea bi euskarriak erabiltzen dituzten aldi berean; nerabeen *multitasking* profila nolakoa den ezagutu nahi izan dela, alegia.

5.3.1 Ikus-entzunezkoek aisialdian betetzen duten lekua

Gipuzkoako nerabeak, oro har, ikus-entzule handiak dira, gehiago baitira egunero ikus-entzunezkoak gutxienez ordubetez kontsumitzen dituzten gaztetxoak, besteak baino (ikus **65 taula**).

65. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumo-denbora (2011)			
	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)	Maiztasun erlatibo metatua (%)
Hiru ordu baino gehiago	58	%6,9	%6,9
Bi ordutik hirura	128	%15,3	%22,2
Ordubetetik bira	285	%34,0	%56,2
31 minututik ordubetera	164	%19,5	%75,7
16 minututik ordu erdira	78	%9,3	%85
15 minutu baino gutxiago	96	%11,4	%96,4
Batere ez	20	%2,4	%98,8
Erantzunik ez/ erantzun okerra	10	%1,2	%100
GUZTIRA	839	%100	%100

Iturria: lanketa propioa

Adinaren arabera desberdintasunak antzematen dira kontsumo-denboran ($\chi^2 = 55.178$, $ag = 28$, $p < 0.01$), nagusiagoek ikusten baitituzte ikus-entzunezko gehiago gaztetxoagoek baino; izan ere, 13 eta 14 urteko gaztetxo gehienek ikusten dute telebista 31 minutu eta bi ordu bitartean. Ordubetetik hasi eta hortik aurrerako kontsumoan, 15, 16 eta 17 urteko nerabeak dira ikus-entzunezko kontsumitzaile handiagoak (ikus **66. taula**).

66. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumo-denbora, adinaren arabera (2011)						
	Adina					Gipuzkoan
	13 urte	14 urte	15 urte	16 urte	17 urte	
Batere ez	8 %4,3	3 %1,3	5 %2,4	3 %1,8	1 %1,2	20 %2,4
15 minutu baino gutxiago	31 %16,5	31 %13,6	19 %9,1	14 %8,5	1 %2,1	96 %11,4
16 minututik ordu erdira	22 %11,7	25 %11,0	16 %7,7	13 %7,9	2 %4,3	78 %9,3
31 minututik ordubetera	44 %23,4	43 %18,9	39 %18,7	25 %15,2	12 %25,5	163 %19,5
Ordubetetik bira	45 %23,9	84 %36,8	73 %34,9	69 %42,1	14 %29,8	285 %34,0
Bi ordutik hirura	23 %12,2	26 %11,4	40 %19,1	27 %16,5	11 %23,4	127 %15,3
Hiru ordu baino gehiago	9 %4,8	14 %6,1	16 %7,7	13 %7,9	6 %12,8	58 %6,9

Iturria: lanketa propioa

Eskualdeen artean ere badaude desberdintasun esanguratsuak ($\chi^2 = 82.649$, $ag = 42$, $p = 0.000$), hau da, eskualde batzuetako nerabeak ikus-entzunezkoen kontsumitzaile handiagoak direla, beste batzuetakoak baino. Aurretik aipatu bezala, Gipuzkoan gaztetxoek erdiak baino gehiagok (%56,2) ikusten ditu ikus-entzunezkoak egunean ordubetez edo gehiagoz. Hori kontuan hartuta, **67. taulan** banatu da ikus-entzunezkoen kontsumoa ordu bat baino gehiagoren eta gutxiagoren artean, eta eskualdeka ere banatu da. Emaitez erakusten dute Deba Beheko eta Bidasoa Beheko gaztetxoak direla bereziki kontsumitzaile handienak, eta Deba Garaikoak eta Donostialdekoak ere Gipuzkoako batez bestekoaren gainetik daude. Kurioski,

landaguneetako gaztetxoak dira hiriguneetakoak baino kontsumitzaile txikiagoak; Goierri eta Tolosaldean herri txikietan bete dira galdetegiak (Urretxun eta Ibarra, hurrenez hurren), eta bi horiek dira ikus-entzunezko kontsumitzaile txikiak, Urola Kostako Zarautzekin batera.

67. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezko kontsumoa eskualdeka, Gipuzkoako kontsumo orokorrarekin alderatuta (2011)

Kontsumo- denbora	Eskualdea							Gipuz- koan
	Bidasoa Behea	Deba Behea	Deba Garaia	Donos- tiaidea	Goierri	Tolo- saldea	Urola	
1h >	%35,4	%29,5	%40,3	%41,9	%55,2	%56,3	%55,7	%43,2
1h <	%64,6	%70,5	%59,7	%58,1	%44,8	%43,7	%44,3	%56,8

Iturria: lanketa propioa

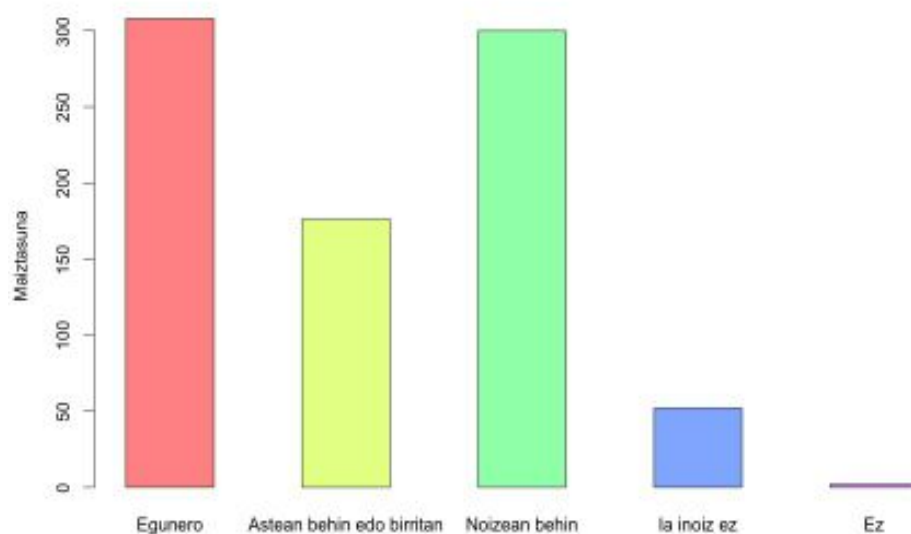
Teknologia-ahalmenak ez du baldintzatzen ikus-entzunezkoen kontsumo-denbora; beraz, telebista bakarrik dutenek, ez dute ikus-entzunezko gehiago kontsumitzen, ezta ordenagailu eramangarria dutenek, ezta mahai gainekoa dutenek ere.

Ezagutu nahi izan da, horrez gain, ea ikus-entzunezkoen aurrean denbora gehiago edo gutxiago egoteak eragina duen telebista-edukien aukeraketan, eta baieztatu da telebista-genero batzuk direla arrakastatsuagoak kontsumitzaile gogorrenen artean ($\chi^2 = 42.925$, $ag = 24$, $p = 0.01$). Horrela bada, aipatzen dutenak egunero ordubete edo gehiagok kontsumitzen dituztela ikus-entzunezkoak, dokudrama saioen jarraitzaileak dira batez ere; ordu erditik ordubetera bitarteko kontsumitzaileek entretenimendu-saioak eta fikzioa dituzte gustukoak, eta ikus-entzunezkoak denbora gutxien kontsumitzen dituzten horiek informazio-generoko saioak dituzte gustukuago.

Aurreko lerroetan azaldu den bezala, Youtube eta tankerako plataformen¹⁶ erabiltzaileak dira Gipuzkoako gaztetxoak %93,4. Haien burutzen duten ikus-entzunezko kontsumoaren zenbatekoa dago errepresentatuta **15. grafikoan**, eta horren arabera, Gipuzkoako gaztetxoak hein handienak egunero erabiltzen du Youtube (%36,7); %20,9k astean behin edo birritan erabiltzen du, eta %35,8k noizean behin. Oso nerabe gutxi dira aitortzen dutenak ez dutela ia inoiz erabiltzen Youtube (%6,2) eta bi pertsonak bakarrik aipatu dute ez dutela Youtube ezagutzen (%0,2).

¹⁶ Galdetegiaren zuzenean Youtuberaren inguruan galdetu zen arren, galderaren azpiztituluan jarri zen oharra, aipatuz, Youtube bezala balio zutela Vimeo, BlipTV edo Dailymotion bezalako plataformek.

15. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Youtubeko ikus-entzunezko kontsumoa (2011)



Iturria: lanketa propioa

Adinaren arabera desberdintasun esanguratsurik ez dagoen arren, bai antzematen da desberdintasuna eskualdeen artean ($\chi^2 = 61.946$, $ag = 30$, $p = 0.001$); izan ere, Deba Garaian gaztetxoek egiten duten bideo-kontsumoa askoz altuagoa da Gipuzkoako batez bestekoarekin alderatzen bada (%60,6k ikusten dituen bideoak egunero Interneten Deba Garaian; kopuru hori Gipuzkoako batez bestekoaren ia bikoitza da). Tolosaldearen kasuan, alderantziz gertatzen da, hots, ohikoa baino txikiagoa dela kontsumoa (%61,5ek esan du egunero beharrean, noizean behin ikusten dituela bideoak, Gipuzkoako batez bestekoaren ia bikoitzak). Eskualdeen arteko desberdintasun hau ulertzen laguntzen digu bakoitzaren teknologia-ahalmenak; izan ere, eta aurreko lerroetan aipatu den moduan, Deba Garaian oro har teknologia-ahalmena handiagoa da beste eskualdeetan baino, eta Tolosaldekoa, bereziki da baxuagoa.

Ikus-entzunezkoak eguneko zein momentutan kontsumitzen dituzten baieztatzeko, lehenik, telebista arrakastatsuenen ordutegiak erregistratu zaie, eta bigarrenik, sakoneko elkarrizketetan batutako informazioa aztertu da, gaztetxoek aisialdian ordenagailuak eta telebista betetzen duten lekua ezagutzeko.

68. taulan batu dira nerabeen saio gustukoak (gogoratu saio horiek bakarrik osatzen dutela Gipuzkoako nerabeen aukeraren %50,6), eta, emaitzen arabera, *prime-time* ordu-tartea da arrakastatsuen, 20:30etik 24:00etara bitartekoa, hor kokatzen baitira 12 saio gustukoenetatik 7; beste hiru saio eguerdian emititzen dituzte, eta bi arratsaldean. Bi multzo nagusi bereiz daitezke 12 saioz osaturiko zerrenda horretan. Batetik, asteroko emisioa duten saioak daude, fikziozkoak gehienak, bat izan ezik (*El Conquistador del Fin del Mundo reality*-a). Saio horiek iraupen luzeagoa dute egunero emititzen direnek baino, eta aipagarria da igandeetan kokatzen

direla saio arrakastatsu gehienak (5 saiotik 3). Lehen multzo horretako ikuslea, beraz, behin eguna amaitu dela jartzen da telebistaren aurrean, eta denbora luzez geratzen da hari begira. Bigarren multzoan egongo lirateke eguneroko maiztasuna duten saioak, iraupenez laburragoak direnak, eta ez direnak hainbeste kokatzen urrezko ordutegian. Multzo horretako saioen kontsumoa beste ekintza batzuen ordu-tarteetan eta denbora laburrez egiten da, beraz.

68. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ohiko telebistako saio ikusien ordutegiak (2011)		
Saioaren izena	Ordu-tartea	Emisio-eguna
<i>Física o Química</i>	<i>Prime-time / 20:30-24:00</i>	Asteazkena
<i>Los Simpson</i>	Eguerdia/ 14:00-17:00 <i>Prime-time / 20:30-24:00</i>	Astelehenetik ostiralera Larunbat eta igandetan
<i>El Barco</i>	<i>Prime-time / 20:30-24:00</i>	Astelehena
<i>Los Protegidos</i>	<i>Prime-time / 20:30-24:00</i>	Igandea
<i>La que se Avecina</i>	<i>Prime-time / 20:30-24:00</i>	Igandea
<i>El Hormiguero</i>	<i>Prime-time / 20:30-24:00</i>	Astelehenetik ostiralera
<i>Tonterías las Justas</i>	Arratsaldea/ 17:00-20:30	Astelehenetik ostiralera
<i>Mujeres y Hombres y Viceversa</i>	Eguerdia/ 14:00-17:00	Astelehenetik ostiralera
<i>Deportes Cuatro</i>	Eguerdia/ 14:00-17:00	Astelehenetik ostiralera
<i>El Conquistador del Fin del Mundo</i>	<i>Prime-time / 20:30-24:00</i>	Igandea
<i>Padre Made in USA</i>	<i>Prime-time / 20:30-24:00</i>	Astelehenetik igandera
<i>Cómo Conocí a Vuestra Madre</i>	Arratsaldea/ 17:00-20:30	Astelehenetik ostiralera

Iturria: lanketa propioa

Aurreko lerroetan aipatu diren ohiturak ikus-entzunezkoak ikusteko ondo islatzen dira sakoneko elkarrizketetatik ateratako pasarteetan, elkarrizketetan argi ikusten baita nerabeen egunerokotasunean erabat errotuta daudela hedabideak. Adibide gisa, hiru gaztetxoren aipuak ekarri dira ondorengo lerroetara, horiek ongi deskribatzen dute-eta zeintzuk diren hedabideak kontsumitzeko ohiko ordu-tarteak. Lehenik eta behin, Sararen [D, N:13] kasua da aipatzekoa, berak azaltzen duen ohitura baita errepikatuena (telebista eta ordenagailua gaez kontsumitzea, hain zuzen):

Ikertzailea: Zer egiten duzu eskolatik ateratzen zarenean?

Sara: Egoten gara jolasten zazpiak arte, gero etxera joaten naiz, etxeko lanak egin, dutxatu eta ordenagailua. Gero, afaltzen dut eta telebista ikusten dut.

Enekoren aipuak [T, M:3] deskribatzen du beste hainbat gaztetxoren kasua, telebista bazkalorduan ikustearena:

Ikertzailea: Zer egiten duzu eskolatik ateratzen zarenean Eneko?

Eneko: Astean bi aldiz futboleko entrenamendua daukat, beste bi egunetan pilotako entrenamendua eta beste egun librean, astelehenean, lagunekin atera, baina lanak baldin badaude, etxean geratu, ikasi...

Ikertzailea: Eta zer heltzen zara, afalordurako etxera?

Eneko: Bai, zortzi eta erdiak aldera, etxera.

Ikertzailea: Ikusten duzu zuk telebistarik?

Eneko: Bai.

Ikertzailea: Eguneko zein momentutan?

Eneko: Eguerdian, gehienbat.

Amaitzeko, beste adibide bat da Sambourena [UK, M:7]; horren arabera, eskola-orduak eta eskolaz kanpoko jarduerak baldintzatzen dute hedabideen kontsumoa.

Ikertzailea: Zer egiten duzu eskolatik ateratzen zarenean?

Sambou: Klasetik ateratzerakoan, batzuetan entrenamendua edukitzen dut, futbolarena, eta bestela etxera joaten naiz eta Tuentira konektatzen naiz.

Ikertzailea: Eta zenbat egunetan daukazu entrenamendua?

Sambou: Astean hiru aldiz.

Ikertzailea: Orduan nahiko denbora pasatzen duzu etxetik kanpo, ezta?

Sambou: Bai.

Ikertzailea: Telebista eguneko zein momentutan ikusten duzu? Ikusten baduzu, behintzat.

Sambou: Entrenamendutik etorri eta gero.

Ikertzailea: Afalurrean al da hori?

Sambou: Bai.

Ordenagailuaren erabilera ohiko telebistari aurre hartzen ari zaiola ongi erakusten du Iraideren [BB, N:9] aisialdiak; izan ere, lagunekin egotearen eta Tuentira konektatzearen ekintzak parez pare jartzen ditu. Telebistak, ordea, tarte txikiagoa betetzen du bere aisialdian:

Ikertzailea: Zer egiten duzu eskolatik ateratzen zarenean?

Iraide: Gelditu lagunekin edo konektatu Tuentian eta horrela.

Ikertzailea: Ez daukazu aisialdiko jarduerarik?

Iraide: Ez.

Ikertzailea: Telebista noiz ikusten duzu, Iraide?

Iraide: Gauetan batez ere.

Ikertzailea: Astelehenetik igandera?

Iraide: Beno, ez. Igandeetan ikusten dut, baina bestela ez. Astelehenetik ostiralera ez dut ikusten, zeren azterketekin eta horrela, ez. Bestela, asteburuetan bai.

Ikerketaren emaitzen arabera, beraz, Gipuzkoako nerabe gehienek kontsumitzen dituzte hedabideak egunero, ordubate edo gehiago. Kontsumo-denbora hori, ordea, ordu-tarte desberdinetan izan ohi da; batetik, telebista programatuta dagoen orduak berak baldintzatzen du kontsumo-denbora edo kontsumo-tartea, eta, bestetik, eskolaz barruko eta eskolaz kanpoko jarduerak ere baldintzatzen dute ere kontsumo hori.

5.3.2 Ikus-entzunezkoak zein euskarritan eta norekin kontsumitzen diren

Ikus-entzunezkoen digitalizazioaren garaian, oraindik ere, Gipuzkoako nerabeek nahiago dute telebistan ikusi ikus-entzunezkoak, ordenagailuan baino, eta familiarekin, gainera (ikus **69. taula**). Horrela bada, telebistan familiarekin ikusten dituzte nerabeek gehien ikus-entzunezkoak (%29,7), eta beste askok ere telebistan, baina bakarrik (%20,2). Ordenagailua geroz eta euskarri garrantzitsuagoa bihurtzen ari da, baina gehienbat bakarkako kontsumoa egiterakoan (%18,7), eta aipagarria da, era berean, ordenagailuan burutzen duten kontsumoa nahiago dutela lagunekin egin (%10,1), familiarekin baino (%3,8). Euskarri mugikorretan burutzen den ikus-entzunezko kontsumoak oraindik oso txikia izaten jarraitzen du (%5,8).

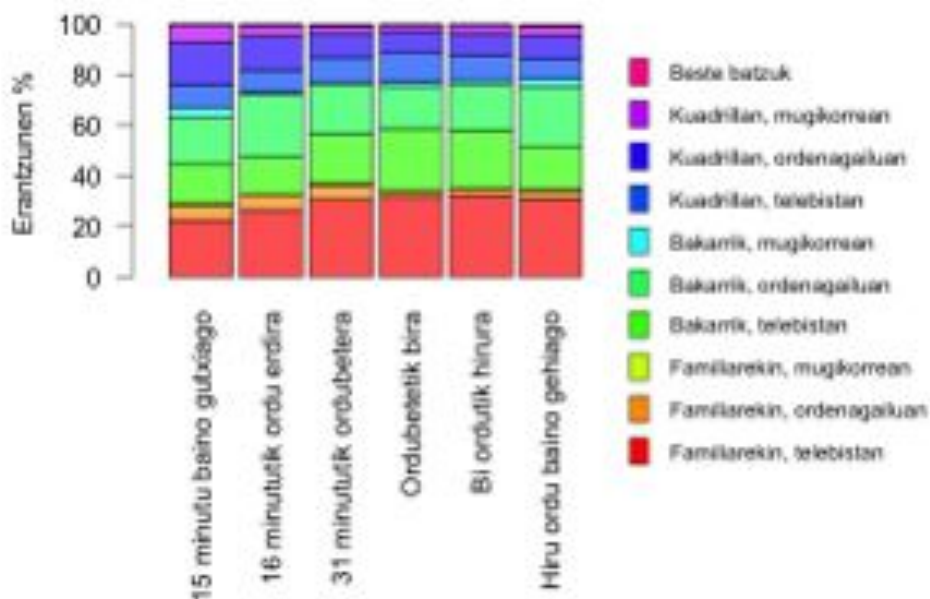
Teknologia-ahalmenak ez du esangurarik kontsumoaren nolakotasunean; esan nahi da, telebista edo ordenagailua beraiantzat bakarrik duten gaztetxoek zein berauek partekatu behar dituztenek, berdin aukeratzen dutela familian, bakarrik edo lagunartean kontsumitu ikus-entzunezkoak. Hortaz, aurreikuspenen kontrara, teknologiak eskura edukitzeak ez du kontsumo bakartuagora bideratzen Gipuzkoako gaztetxoak.

69. taula. Gipuzkoako nerabeek (12-16 urte) non eta norekin ikusten dituzten ikus-entzunezkoak (2011)				
	Telebistan	Ordenagailuan	Euskarri mugikorretan	GUZTI-RA
Bakarrik	%20,2	%18,7	%1,7	%40,6
Familiarekin	%29,4	%3,8	%0,4	%33,6
Lagun-taldearekin	%10,0	%10,1	%3,7	%23,8
Beste batzuk				%0,3
Erantzunik ez/ erantzun okerra				%1,7
GUZTIRA	%59,6	%32,6	%5,8	%100

Iturria: lanketa propioa

Ikus-entzunezkoen aurrean igarotako denboraren arabera banatzen bada lagina, desberdintasun esanguratsuak daude ikus-entzunezkoak kontsumitzeko ohituretan ($\chi^2 = 4375.451$, $ag = 60$, $p < 0.001$). **16. grafikoan** irudikatzen da progresio zuzena dagoela, aukeratzeko orduan zein euskarritan eta norekin ikusten diren ikus-entzunezkoak. Nerabe denen aukerarik gustukoena da familiarekin eta telebistan ikustea ikus-entzunezkoak (%29,4), baina hurrengo aukerei erreparatzen badiegu, ikus-entzunezkoak kontsumitzen denbora gutxi ematen dutenek, nahiago dituzte ikusi ordenagailuan, eta bakarrik edo lagunekin. Hala, 15 minutu baino gutxiagoko kontsumoa egiten dutenen aukera gustukoena (familian eta telebistan ikusteaz gain, beti ere) dira ordenagailuan bakarrik (%18,8) edo ordenagailuan kuadrillarekin (%16,7). Berdin gertatzen da ordu laurden eta ordu erdi bitarteko kontsumoa egiten dutenen artean; are gehiago, ordenagailuan bakarrik ikustearen praktika (%24,7) ia parekatu egiten da telebistan familiarekin aipatu dutenekin (%26,4). Ordu erditik ordubetara bitarteko kontsumoa egiten dutenen artean jaitsi egiten da lagun-taldearekin ikustearen praktika eta bakarkako kontsumoa da arrakastatsua, bai telebistan (%19,5), bai ordenagailuan (%19,8). Amaitzeko, ikus-entzunezkoak ordubetatik gora ikusten dituztenen kasuan, ordenagailua ez da euskarri garrantzitsua eta telebistak hartzen du protagonismoa, (familiekin, bakarka eta gutxiago kuadrillarekin). Kontsumo-denbora aztertuta ere, pentsa liteke denbora gutxi kontsumitzen dutenek (15 minutu baino gutxiago, edo 16 eta 30 minutu bitartean) Interneteko bideo laburrak ikusten dituztela, eta denbora luzeagoz daudenek (ordu erditik gora) telebistako ohiko edukiak ikusten dituztela (ikus **16. grafikoa**). Edukien aukeraketa dena delakoa izanda ere, desberdintasun nabarmenak ageri dira kontsumo-ohituren inguruan.

16. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezko ohitura desberdinen arteko harremana (2011)



Iturria: lanketa propioa

Aurreko lerroetan aipatu da, halaber, Gipuzkoako nerabeen %53,5ek ikusten dituela ohiko telebistako edukiak Interneten. Datuak ikusita, pentsa genezake nerabeek nahiago dutela ohiko telebista Interneten ikusi, erdia baino gehiagok esan duelako ikusten dituela ohiko telesaiokak Sarean. Hala eta guztiz ere, **69. taulako** emaitzek erakusten dute telebista dela euskarriak arrakastatsuen.

Nerabeek Internetera jotzeko aipatu dituzten arrazoiak aztertzeak (**70. taula**) laguntzen du hobeto ulertzen telebista eta Interneten arteko harremana zein den, ohiko telebista-edukiei dagokienez. Izan ere, gaztetxo gehienek arrazoiu dute Internetera jotzen dutela, telebistan beren ordutegian ezin dutelako saioa ikusi; horrek, beraz, argi eta garbi mailakatzen du Interneten erabilera bigarren postuan, ohiko telebistako edukiak ikusterako orduan. Oso nerabe gutxi dira, beraz, Internet lehenengo euskarri bezala aukeratzen dutenak telebistan igortzen diren programak kontsumitzeko.

70. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) arrazoiak ohiko telebistako edukiak Interneten ikusteko (2011)		
	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Telebistan ezin ditut ikusi beren emanaldi-orduan eta gero jotzen dut Internetera	311	%69,0
Telebistan ikusi ondoren, berriz ikusi gura izaten ditut	36	%7,9
Nahiago dudalako ordenagailuan ikusi, bakarrik	13	%2,9
Nahiago dudalako ordenagailuan ikusi, lagunartean	5	%1,1
Interneten aukera ematen didalako ikus-entzunezkoei buruzko iruzkinak egiteko foro eta sare sozial birtualetan	9	%2,0
Beste batzuk	73	%16,2
Erantzunik ez/ erantzun okerra	4	%0,9
GUZTIRA	451	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

Sakoneko elkarrizketetan jasotako informazioak indartu egiten ditu aurretik aipatutakoak; izan ere, ohiko telebista Interneten ikusteko ohitura duten elkarrizketatuak gutxi diren arren, denek esan dute nahiago dutela telebistan ikusi, baina noizbait ala noizbait saioa ezin izan badute ikusi, Internetera jotzen dutela aipatzen dute. Era honetan azaltzen du auzia Manexek [BB, M:4]:

Ikertzailea: Adibidez, ez daukazu ohiturarik Internetera sartu eta telebistako saioak bertan ikusteko?

Manex: Batzuetan bai. Hori egiten dut gehienbat asteburuetan. Gustatzen zaidanean ikustea serieren bat faltatu dudana astean zehar, sartzen naiz webgunean eta ikusten dut hor.

Ikertzailea: Eta zein serie, adibidez?

Manex: Aurreko urtean zegoen bigarren denboraldia Los Protegidosena eta nik ez nuen hartu haria lehenengo denboraldiarekin, eta orduan ikusi nuen bi asteburutan denboraldi guztia.

Era beretsuan hitz egiten du ere Itsasok [UK, N:12] telebista-saioak Interneten ikustearen inguruan:

Ikertzailea: *Ohiturarik badaukazu Interneten telebistako programak ikusteko?*

Itsaso: *Bai, agian, gauean nekatuta nagoelako ez dut ikusi eta hurrengo egunean sartu eta hor ikusten dut.*

Ikertzailea: *Eta orduan, ikusten dituzu Antena 3en webgunean?*

Itsaso: *Bai*

Ikertzailea: *Eta askotan egiten al duzu hori?*

Itsaso: *Ez, lehen gehiago, Física o Químicarekin¹⁷. El Barco normalean telebistan ikusten dut.*

Jakin nahi izan da ohiko telebista Interneten ikustearen praktikak baduen zerikusirik teknologia-ahalmenarekin, eta, mahai gaineko ordenagailuaren kasuan harremanik ez dagoen arren, badago ordenagailu eramangarriaren kasuan ($\chi^2 = 11.960$, $ag = 4$, $p = 0.018$). Horrenbestez, Interneten ikus-entzunezko eduki gehiago ikusten dute teknologia eskuragarriago dutenek, eta kontsumoa gutxitzen doa teknologia-ahalmena gutxitu ahala (ikus **71. taula**).

Ohiko telebistako edukiak Interneten ikusterakoan gertatzen den bezala, Youtuberaren kontsumoan teknologia-ahalmenak esangura nabarmena du. Horrela bada, mahai gaineko ordenagailua ($\chi^2 = 31.922$, $ag = 16$, $p < 0.05$) eta ordenagailu eramangarria ($\chi^2 = 67.589$, $ag = 16$, $p = 0.000$) edukitzeak desberdintasunak markatzen ditu Interneteko bideo-kontsumoan. Mahai gaineko ordenagailuaren kasuan, antzeman da ordenagailu propioa duten gaztetxoek bideo gehiago kontsumitzen dituztela Interneten: erdiak baino gehiagok (%54,2) ikusten ditu egunero bideoak, ordenagailu propioa baldin badute (teknologia kontuan hartu barik, %36,7koa da eguneroko bideo-kontsumoa). Eta berdin, geroz eta eskuragarritasun txikiagoa izan teknologiarena, Youtuberaren kontsumoa jaitsi egiten da (ikus **72. taula**).

¹⁷ Sakoneko elkarrizketak 2011ko azaroan egin ziren, eta ordurako, *Física o Química* saioaren denboraldia amaitua zegoen.

71. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ohiko telebista-kontsumoa Interneten eta ordenagailu eramangarriaren eskuragarritasuna (2011)

Ordenagailu eramangarriak baduzu?	Ikusten duzu telebista Interneten?		GUZT.
	Bai	Ez	
Bai, neuk bakarrik erabiltzen dut	137 %58,1	99 %41,9	236 %100
Bai, baina beste batzuekin partekatu behar dut	186 %56,2	145 %43,8	331 %100
Ez, baina beste toki batzuetan lor dezaket	28 %50,9	27 %49,1	55 %100
Ez daukat	94 %45,4	113 %54,6	207 %100
Gipuzkoan	451 %54,0	384 %46,0	835 %100

Iturria: lanketa propioa

72. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Interneteko bideo-kontsumoan mahai gaineko ordenagailua edukitzearen eragina (2011)

Badaukazu mahai gaineko ordenagailurik?	Zenbatero ikusten dituzu ikus-entzunezkoak Interneten?					GUZT.
	Egunero	Astean behin edo birritan	Noizean behin	Ia inoiz ez	Ez dut Youtube ezagutzen	
Bai, neuk bakarrik erabiltzen dut	83 %53,2	22 %14,1	41 %26,3	10 %6,4	0 %0,0	156 %100
Bai, baina beste batzuekin partekatu behar dut	181 %33,8	116 %21,7	207 %38,7	29 %5,4	2 %0,4	535 %100
Ez, baina beste toki batzuetan lor dezaket	18 %34,6	10 %19,2	18 %34,6	6 %11,6	0 %0,0	52 %100
Ez daukat	22 %26,2	25 %29,8	31 %36,9	6 %7,1	0 %0,0	84 %100
Gipuzkoan	308 %36,8	174 %20,9	297 %35,8	52 %6,3	2 %0,2	833 %100

Iturria: lanketa propioa

Berdin gertatzen da ordenagailu eramangarriaren kasuan; joera, gainera, oso argia da (ikus **73. taula**): geroz eta ahalmen teknologiko handiagoa izan, geroz eta handiagoa Interneteko bideo-kontsumoa. Horrela bada, egunero Interneten bideoak ikusten duen gaztetxo-kopurua nabarmen da handiagoa ordenagailu eramangarria beraiantzat bakarrik dutenen artean (ordenagailu eramangarri propioa duen %54,4k ikusten ditu egunero bideoak Youtuben, eta teknologia kontuan hartu barik, Gipuzkoan %36,7koa da batez bestekoa). Alderantziz ere, ordenagailu eramangarriak ez dutenak dira gehien aipatzen dutenak ez dutela ia inoiz bideorik ikusten Youtuben (%7,7k, eta teknologia kontuan hartu barik, %6,2k ez du ia inoiz bideorik ikusten).

73. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Interneteko bideo-kontsumoan ordenagailu eramangarria edukitzearen eragina (2011)

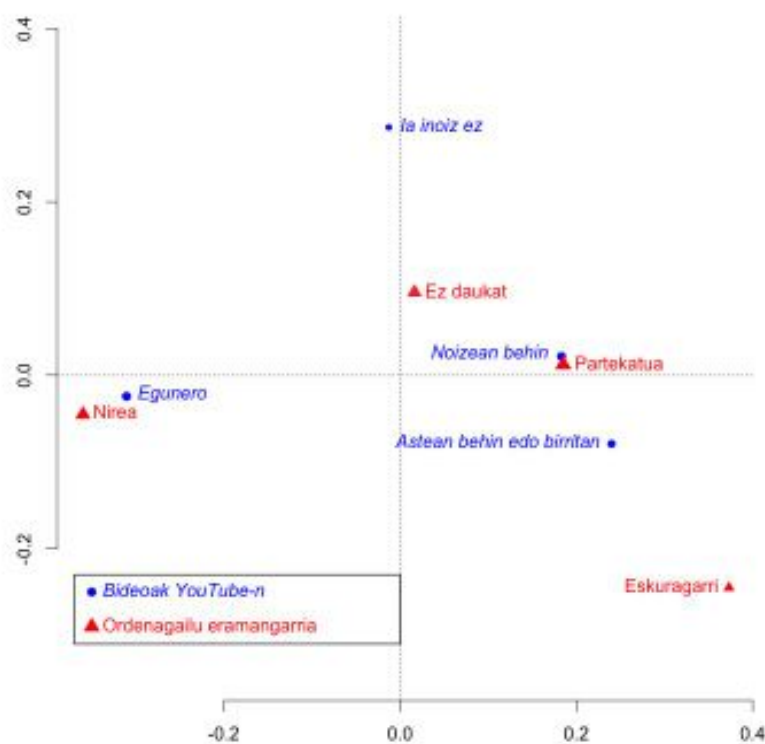
Badaukazu ordenagailu eramangarriak?	Zenbatero ikusten dituzu ikus-entzunezkoak Interneten?					GUZT.
	Egunero	Astean behin edo birritan	Noizean behin	Ia inoiz ez	Ez dut Youtube ezagutzen	
Bai, neuk bakarrik erabiltzen dut	129 %54,4	35 %14,8	60 %25,3	13 %5,5	0 %0,0	237 %100
Bai, baina beste batzuekin partekatu behar dut	94 %28,2	85 %25,5	131 %39,4	23 %6,9	0 %0,0	333 %100
Ez, baina beste toki batzuetan lor dezaket	12 %21,8	17 %30,9	25 %45,5	0 %0,0	1 %1,8	55 %100
Ez daukat	73 %35,1	37 %17,8	81 %38,9	16 %7,7	1 %0,5	208 %100
Gipuzkoan	308 %36,8	174 %20,9	297 %35,8	52 %6,3	2 %0,2	833 %100

Iturria: lanketa propioa

Korrespondentzia-analisia burutu da, bi aldagaien artean dagoen joera edo harremana hobeto irudikatzeko. Anlisiaren egokitasunerako, Youtube ezagutzen ez duten bi pertsonen erantzunak kendu dira, bazterreko erantzunak baitira; eta beraz, horiek kenduta, lehenengo bi dimentsioekin datuen inertiaren %97,4 azal daiteke ($\lambda_1 = 0.060$, $\lambda_2 = 0.007$). **17. grafikoan** irudikatzen den gisara, harreman estua dago ordenagailu eramangarriaren

eskuragarritasunaren eta Youtubeko bideo-kontsumoaren artean. Horrenbestez, ordenagailu propioa duten gaztetxoek gehiago aitortu du egunero erabiltzen duela Youtube; eta berdin, nahiz eta harremana ez den hain bistakoa, ordenagailu eramangarriaren eskuragarritasun-maila txikitzen doan heinean, Youtuberen kontsumoa ere gutxitu egiten da.

17. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte), ordenagailu eramangarrien eta Youtubeko kontsumoaren arteko harremana (2011)



Iturria: lanketa propioa

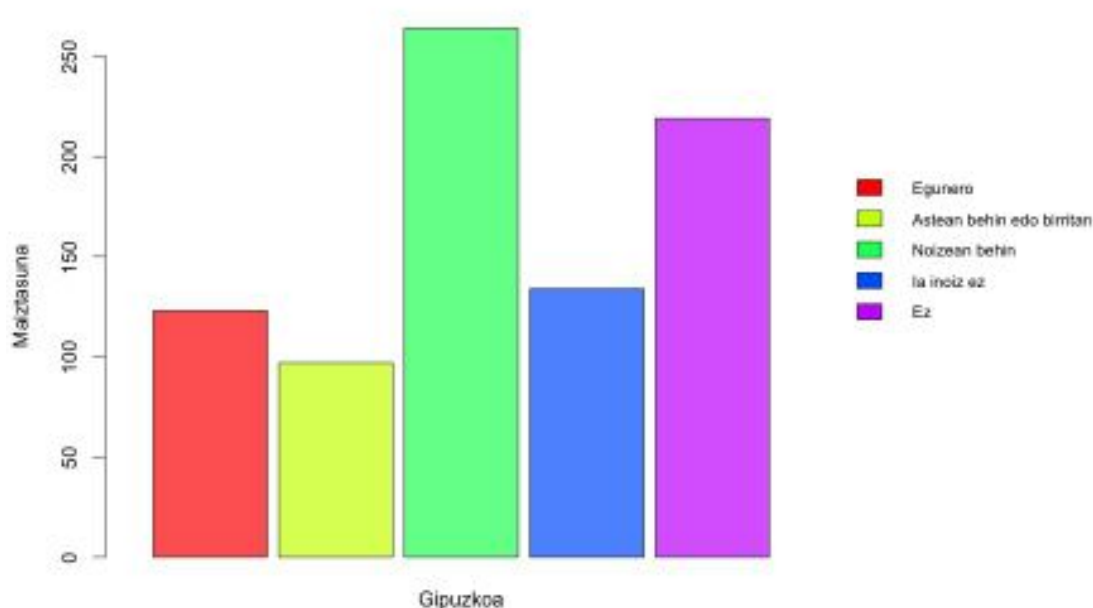
Gipuzkoako nerabeek ikus-entzunezkoak bakarrik kontsumitzea nahiago duten arren, oraindik ere ohiturarik hedatuena da berauek telebistan familiarekin ikustearena. Haatik, ikus-entzunezkoak ordenagailuan kontsumitzearen ohitura ari da poliki-poliki hedatzen, eta nabarmena da, horri gagozkiola, Youtube eta antzeko plataformen erabilera altua; beti ere, teknologia-ahalmenak baldintzatutako kontsumoa da berau.

5.3.3 Gipuzkoako gaztetxoek *prosumer* izaera

Orain arte landutako emaitzetan Gipuzkoako nerabeen ikusle-profilaren inguruan hitz egin da; ikus-entzunezkoen digitalizazioak ekarri duen testuinguru berria kontuan hartuta, aurrekoarekin batera, ezagutu nahi da Gipuzkoan gaztetxoek ea baduten izaera aktiborik ikus-entzunezkoen aurrean, hots, nerabeek ba ote duten *prosumer* profilik ezagutu nahi dela. Hori ezagutzeko, lehenik eta behin, jakin nahi izan da ea ikus-entzunezkoak ikusi ondoren, partekatzen dituzten

sare sozial birtualetan. Emaitzek erakusten dute (ikus **18. grafikoa**) gaztetxoek ez dutela oso jarrera aktiborik bideoak partekatzerako orduan; izan ere, gaztetxoek gehiengoak (%31,3) noizean behin partekatzen dituzte bideoak; beste askok, gainera, ez dute inoiz bideoak partekatzen (%26,1). Txikiagoa da, beraz, egunero (%14,7) eta astean behin edo birritan (%11,6) partekatzen dituztenen proportzioa.

18. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen partekatzea sare sozial birtualetan (2011)



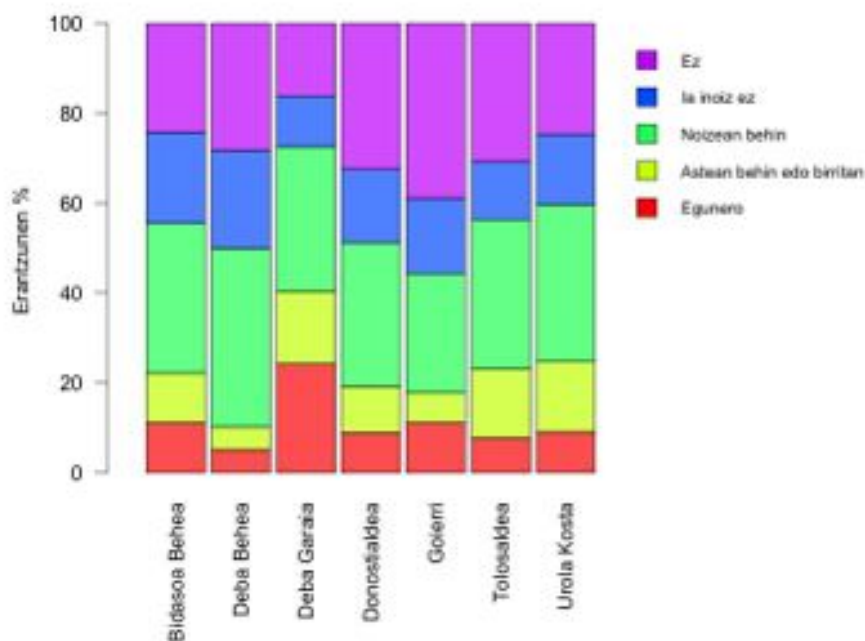
Iturria: lanketa propioa

Adinari dagokionez, nabaritzen dira ezberdintasunak ($\chi^2 = 77.836$, $ag = 20$, $p = 0.000$); izan ere, gaztetxoek (13 urtekoek) askoz bideo gutxiago partekatzen dituzte nagusiagoekin alderatuta; hain da desberdintasuna nabarmena, ezen bideoak inoiz partekatzen ez dituzten gaztetxoek Gipuzkoako nerabeen batez besteko orokorra ia bikoiztu egiten baitute (13 urtekoen %42k ez du inoiz partekatzen ikus-entzunezkoak Interneten, eta, adina kontuan hartu barik, %26,1ek ez du inoiz partekatzen). Bideoak partekatzeko ohitura dutenen artean ez dago hainbesteko alderik, adin-desberdintasunei erreparatuz gero.

Desberdintasun esanguratsuak daude, halaber, eskualdearen arabera bideoen partekatzeari dagokionez ($\chi^2 = 56.752$, $ag = 30$, $p < 0.005$) (ikus **19. grafikoa**), eta bereziki nabaritzen da desberdintasuna Deba Garaian, eskualde horretan bikoiztu egiten baita jarduera Gipuzkoari dagokionez; hau da, nerabeek egunero burutzen duten bideo-partekatzea, Gipuzkoako orokorraren ia halako bi dela (%28,6 Deba Garaian, %14,7 Gipuzkoan). Astean behin edo birritan ikus-entzunezkoak partekatzen dituztenen kopurua ere nabarmen da handiagoa Deba Garaian (%21,4 Deba Garaian, eta %11,6 Gipuzkoan). Emaitza horien zergatia ulertzen

laguntzen digu aurreko lerroetan aztertutakoak, hots, Deba Garaian teknologia-ahalmena Gipuzkoan baino handiagoa dela ordenagailu eramangarriari eta bideo-kamerari dagokienez.

19. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen partekatzea sare sozial birtualetan, eskualdearen arabera (2011)



Iturria: lanketa propioa

Teknologiari gagozkiola, eta ordenagailu eramangarriaren kasuan zehazki ($\chi^2 = 46.952$, $ag = 16$, $p = 0.000$), harreman zuzena eta esanguratsua dago teknologia hori eskura edukitzearen eta bideoak partekatzearen artean; izan ere, egunero bideoak partekatzen dituzten gaztetxo gehienek dute ordenagailua beraientzat bakarrik (%43,1) edo partekatuta (%32,5). Alderantziz, ordea, ez da berdin gertatzen; hau da, bideoak ia inoiz edo inoiz partekatzen ez dituzten gaztetxoen teknologia-ahalmenak altua izaten jarraitzen duela. Era berean, teknologia-ahalmen altuena dutenek partekatzen dute bideo gehien, eta, logikoaenez, eskuragarritasun teknologikoa geroz eta txikiagoa izan, bideo-partekatzea ere jaitsi egiten da (ikus **74. taula**).

74. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ordenagailu eramangarriaren eskuragarritasunak duen eragina bideoak partekatzean (2011)

Badakazu ordenagailu eramangarririk?	Partekatzen duzu bideorik sare sozial birtualetan?					GUZT.
	Bai, egunero	Bai, astean behin edo birritan	Bai, noizean behin	Ia inoiz ez	Inoiz ez	
Bai, neuk bakarrik erabiltzen dut	53 %22,5	28 %11,8	81 %34,3	41 %17,4	33 %14,0	236 %100
Bai, baina partekatu behar dut	40 %12,1	44 %13,2	98 %29,4	58 %17,4	93 %27,9	333 %100
Ez, baina beste toki batzuetan lor dezaket	7 %12,7	4 %7,3	18 %32,7	10 %18,2	16 %29,1	55 %100
Ez daukat	23 %11,1	21 %10,1	65 %31,2	23 %11,1	76 %36,5	208 %100
Gipuzkoan	123 %14,8	97 %11,7	262 %31,4	132 %15,9	218 %26,2	832 %100

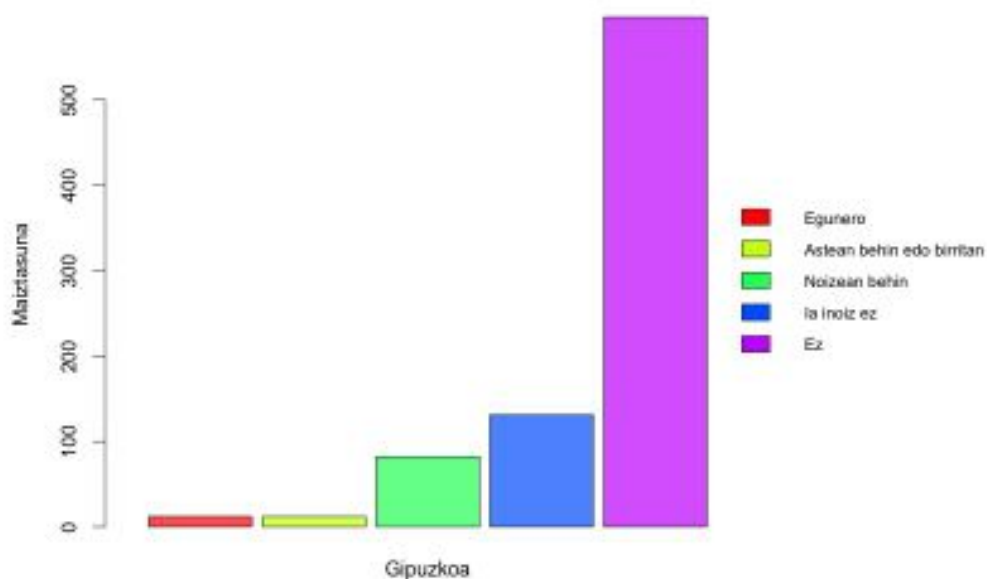
Iturria: lanketa propioa

Ez da berdin gertatzen, ordea, mahai gaineko ordenagailuarekin, partekatze-mailak ez dauka-eta teknologia horren eskuragarritasunarekin harremanik.

Amaitzeko, aipatu beharrekoa da, era berean, ikus-entzunezkoak kontsumitzen igarotako denborak ez duela baldintzatzen bideoen partekatzea handiagoa edo txikiagoa izatea.

Behin partekatzea aztertuta, Gipuzkoako nerabeen bideo propioen ekoizpen-maila ezagutu nahi izan da, eta jakin nahi izan da ea eskegitzen dituzten bideo propioak Interneten (Youtube eta antzeko plataformetan, edo sare sozial birtualetan). Aurreko adibidearen oso bestelakoa da **20. grafikoa**, oso argi erakusten baitu Gipuzkoako nerabeek oso bideo gutxi ekoizten dituztela Interneten eskegitzeko. Hain da ekoizpena txikia, non gaztetxo ia denek aipatzen baitute ez dutela ia inoiz (%15,6) edo inoiz (%71) eskegitzen haiek ekoiztiko ikus-entzunezko sarean.

20. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) bideo-ekoizpen propioak Internetera igotzea (2011)



Iturria: lanketa propioa

Bideo-partekatzean ez bezala, ez dago eskualdeen artean desberdintasunik, baina bai antzematen dira adinaren arabeko desberdintasunak ($\chi^2 = 32.304$, $ag = 20$, $p < 0.05$), eta, bideo-partekatzearekin gertatzen den bezala, gaztetxoek (13 urtekoak) dira inoiz bideoak grabatu ez eta Internetera igotzen ez dituztenak; izan ere, %71,2k aipatu du ez duela inoiz bideo propioak Sarera igotzen, eta 13 urtekoen kasuan hazi egiten da %79,3raino.

Ikus-entzunezkoak ekoizteko teknologiarri dagokionez, horiek eskuragarri izateak ez du eragiten desberdina izatea nerabeen bideo-ekoizpena (Internetera igotzeko), ez argazki-kamerari dagokionez, ez bideo kamerari-dagokionez, ezta kameradun telefono mugikorrari dagokionez ere.

Bideo propioak ekoitzi eta Sarera igotzen dituzten 106 gaztetxoei (laginaren %12,6 osatzen dute bakarrik) galdera ireki baten bidez eskatu zaie aipa dezatela zein bideo-mota grabatzen eta igotzen duten Internetera. Erantzunak **75. taulan** multzokatu dira, eta erantzun errepikatuenen artean agertzen dira lagunekin grabatutako bideoak eta umorezko bideoak.

75. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) bideo-ekoizpena (2011)		
Zeren inguruko bideoak eskegitzen dituzu?	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Kuadrillako bideoak	23	%21,7
Umorezkoak	23	%21,7
Musikaren ingurukoak: kontzertuak, instrumentua jotzen, abesten...	22	%20,8
Kirolaren ingurukoak: <i>skate</i> -an, futbolean, saskibaloian... jokatzen.	18	%16,9
Denetik	6	%5,7
Ikasketekin zerikusia dutenak	4	%3,8
Bideo-jokoetatik ateratakoak	3	%2,8
Argazki-muntaketak	2	%1,9
Erantzunik ez/ erantzun okerra	5	%4,7
GUZTIRA	106	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

Oro har, beraz, Gipuzkoako gaztetxoek ez dute jarrera aktiborik ikus-entzunezkoak partekatzerako orduan; are gutxiago, ikus-entzunezko ekoizpen propioak Sarera igotzerako orduan.

5.3.4 Gipuzkoako nerabeak eta *media multitasking* fenomenoak

Gipuzkoako nerabeen ikus-entzunezko kontsumo-ohituretan sakontzen jarraitzeko, euskarri desberdin biren arteko harremana aztertuko da, hots, telebistaren eta ordenagailuaren erabilera nolakoa den, ezagutzeko ea nerabeek bi euskarriok batera erabiltzeko ohiturarik duten ala ez, eta baldin badute, jakiteko zein jarduera burutzen duten euskarri bakoitzean. Horrela bada, erdiak baino zertxobait gehiago (%52,3) aritzen dira ordenagailuan telebista ikusi bitartean; hasteko, beraz, esanguratsua da ikustea Gipuzkoako nerabeen erdiak bi euskarriak aldi berean erabiltzen dituela. Era beretsuan ageri da *media multitasking* praktika adin zein eskualde desberdinetako gaztetxoetan.

Kasu honetan ere, aurreko aldietan bezala, ordenagailu eramangarria edukitzeak harreman zuzena du *media multitasking* praktikarekin ($\chi^2 = 55.192$, $ag = 4$, $p = 0.000$). Esanguratsua da

ikustea zelan teknologia geroz eta eskuragarriago izan, ordenagailuan aritzen diren gaztetxoak orduan eta gehiago direla (ikus **76. taula**); era horretan, emaitza orokorrekin konparatuz gero (%52,3), *media multitasking*-a askoz handiagoa da ordenagailu eramangarria beraiantzat propio dutenen kasuan (%67,8), eta, alderantziz, askoz txikiagoa da ordenagailu eramangarria eskuragarri ez dutenen kasuan (%35,7).

76. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ordenagailu eramangarriaren eskuragarritasunak duen eragina bideoen partekatzean (2011)			
Badaukazu ordenagailu eramangarririk?	Aritzen al zara ordenagailuan, telebista ikusi bitartean?		GUZTIRA
	Bai	Ez	
Bai, neuk bakarrik erabiltzen dut	160 %67,8	76 %32,2	236 %100
Bai, baina partekatu behar dut	180 %54,2	152 %45,8	332 %100
Ez, baina beste toki batzuetan lor dezaket	20 %36,4	35 %63,6	55 %100
Ez daukat	74 %35,7	133 %64,3	207 %100
Gipuzkoan	438 %52,5	396 %47,5	834 %100

Iturria: lanketa propioa

Esanguratsua da, horrez gain, ikustea bideoak partekatzeko ohitura handiagoa duten gaztetxoak gehiago aritzen direla ordenagailuan, telebista ikusi bitartean ($\chi^2 = 32.342$, $ag = 5$, $p = 0.000$); horrenbestez, era estuan lotuta dago gaztetxoaren *media multitasking*-a Interneteko beste jardura batzuekin (ikus **77. taula**). Era berean, bideoak Interneten eskegitzeko ohitura handiagoa duenak ere gehiago erabiltzen ditu ordenagailua eta telebista batera ($\chi^2 = 18.229$, $ag = 5$, $p < 0.005$). Horrela bada, bideoak egunero eskegitzen dituen %66,7k aitortzen du ordenagailua erabiltzen duela telebista ikusi bitartean; %52,5eko batez bestekoarekin konparatuz, beraz, altuagoa da. Alderantziz ere, bideo gutxiago eskegitzen duenak ohitura txikiagoa du ordenagailuarekin aritzeko telebista ikusi bitartean. Hala, bideoak inoiz eskegitzen ez dituen %51,9k ez dauka *media multitasking* profilik. Laburbilduz, *media*

multitasking profila hedatuagoa dago ordenagailuan burutzen diren beste jardueretan ere trebeak diren nerabeengan.

77. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) bideo partekatzearen eta <i>media multitasking</i>-aren arteko harremana (2011)			
Partekatzen duzu bideorik sare sozial birtualetan?	Aritzen al zara ordenagailuan, telebista ikusi bitartean?		GUZTIRA
	Bai	Ez	
Bai, egunero	74 %60,2	49 %39,8	123 %100
Bai, astean behin edo birritan	61 %62,9	36 %37,1	97 %100
Bai, noizean behin	153 %58,6	108 %41,4	261 %100
Ia inoiz ez	69 %51,5	65 %48,5	134 %100
Inoiz ez	80 %36,9	137 %63,1	217 %100
Gipuzkoan	438 %52,5	396 %47,5	834 %100

Iturria: lanketa propioa

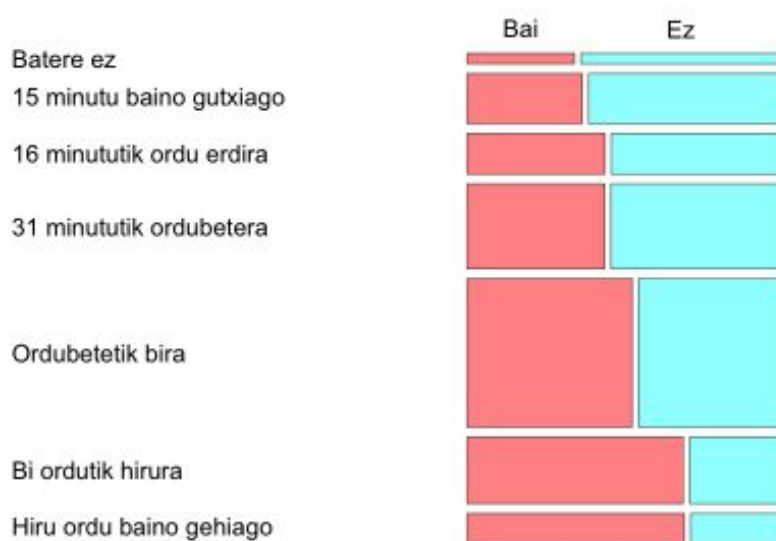
Atentziona eman digu ordenagailua eta telebista batera erabiltzea ez dagoela bakarrik ordenagailuko beste praktikekin lotuta; izan ere, datuek erakusten dute nola harreman esanguratsua dagoen jarduera horren eta ikus-entzunezkoen inguruan aurrez aurre lagunekin burutzen diren elkarrizketen artean ($\chi^2 = 22.259$, $ag = 5$, $p = 0.000$). **78. taulako** datuen arabera, *media multitasking*-a hazi egiten da lagun-taldearekin ikus-entzunezkoen hitz egiten dutela aitortu dutenen artean, eta alderantziz ere gertatzen da: geroz eta gutxiago hitz egin ikus-entzunezkoen inguruan, hedabideak aldi berean erabiltzearen praktika gutxitu egiten da.

78. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aurrez aurreko komunikazioaren eta <i>media multitasking</i>-aren arteko harremana (2011)			
Hitz egiten duzue lagun-taldean ikus-entzunezkoen inguruan?	Aritzen al zara ordenagailuan, telebista ikusi bitartean?		GUZTIRA
	Bai	Ez	
Bai, egunero	139 %61,2	88 %38,8	227 %100
Bai, astean behin edo birritan	102 %51,0	98 %49,0	200 %100
Bai, noizean behin	156 %53,2	137 %46,8	293 %100
Ia inoiz ez	23 %31,1	51 %68,9	74 %100
Inoiz ez	12 %41,4	17 %58,6	29 %100
Gipuzkoan	438 %52,5	396 %47,5	834 %100

Iturria: lanketa propioa

Telebista eta ordenagailua aldi berean erabiltzeak harreman zuzena du nerabeek ikus-entzunezkoak kontsumitzen igarotzen duten denborarekin ere; beraz, desberdintasunak esanguratsuak dira ikus-entzunezkoen aurrean tarte laburrez edo luzez daudenen artean ($\chi^2 = 41.709$, $ag = 7$, $p = 0.000$). **21. grafikoa** ikusita, konturatzen gara harremana zuzena dela bi aldagaien artean, hau da, geroz eta ikus-entzule handiagoak izan, euskarri desberdinak aldi berean erabiltzearen praktika hazi egiten dela, eta alderantziz, ikus-entzule txiki direnek ez dutela apenas burutzen *media multitasking* praktika.

21. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumo-denbora eta media multitasking praktika (2011)



Iturria: lanketa propioa

Azaldu diren datu horiek guztiek erakusten dute ikus-entzunezkoen inguruko ekintza edo praktika desberdinak elkarrekin harremanetan daudela etengabe; teknologia-ahalmenak, esate baterako, eragiten du ikus-entzunezkoen inguruko ekintza gehiago burutzea; are gehiago, ikus-entzunezko kontsumitzaile handiek ohitura handiagoa baitute euskarri desberdinak aldi berean erabiltzeko.

Telebista eta ordenagailua batera erabiltzen dituzten nerabeei galdetu zaie zer egiten duten ordenagailuan telebista ikusi bitartean, eta galdera ireki baten bitartez jaso dira haiek eman dituzten erantzunak. Informazioa sailkatu da nerabeek emaniko datuen arabera (ikus **79. taula**). Horrela, bada, batzuek esan dute txatean jarduten dutela; beste batzuek, berriz, xehetasun gehiagorekin azaldu dute ekintza, eta esplikatu dute zein webgunetan jarduten duten txatean. Beraz, sailkapeneko maila desberdinak bateragarriak izan daitezke hainbat kasutan, jarduera berbera agertzen delako, baina informazio ezak eragin digu emaitzak banatuta ematea. 423tik 210 pertsonak (%49,6) aipatu dute Tuentin nabigatzen dutela ('Tuentin ibiltzen naiz' edo 'Tuentin egoten naiz' izan dira erantzunik errepikatuenak).

79. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ordenagailuko ekintzak, telebista ikusi bitartean (2011)		
Zer egiten duzu ordenagailuan, telebista ikusi bitartean?	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Nabigatu, Tuentin	210	%49,6
Txatean jardun lagunekin (ez da zehazten non)	56	%13,2
Txatean jardun lagunekin, Tuentin	48	%11,4
Jokatu, bideo-jokoetan	21	%4,9
Nabigatu, sare sozialetan (ez da zehazten zeintzuetan)	16	%3,8
Musika entzun	12	%2,8
Beste batzuk	60	%14,3
GUZTIRA	423	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

Ordenagailua eta telebista aldi berean erabiltzeko praktika aztertu da, beraz, aurreko lerroetan, eta emaitzek garbi erakusten dute Tuenti sare sozialaren erabilera dela arrakastatsuen, telebista ikusi bitartean. Hala ere, elkarrizketetan parte hartu duten nerabeek azaldu dute Youtube zelan erabiltzen duten, eta atentzioa eman digu Youtube erabiltzen duten 22 gaztetxoek erdiak aipatu duela bideoklipak jartzen dituela plataforma horretan, eta bitartean beste zerbait egiten duela. Beraz, Youtube zuzenean lotzen dute musika entzutearen ekintzarekin; hau da, musika-errepuzitzaile gisa erabiltzen dutela, bideoak ikusteko baino gehiago. Kasurako, hala hitz egiten du Ainhoak [D, N:5], Youtuberaren erabileraren gainean galdetzerakoan:

Ikertzailea: *Eta esan didazu ordenagailuan ez duzula ohiturarik bideoak ikusteko?*

Ainhoa: *Ez.*

Ikertzailea: *Youtubera sartzeko ere ez orduan?*

Ainhoa: *bai, Youtuben igual, musikaren bat entzun, baina bideoak ez.*

Alejandraren [DB, N:16] kasuak ere argi erakusten du bideoak ez dituztela ikusten, entzun egiten dituztela baizik:

Ikertzailea: Interneten badaukazu ohiturarik bideoak ikusteko?

Alejandra: Ez.

Ikertzailea: Youtuben ere ez? Antena 3en ere ez...?

Alejandra: Ez, nik Youtuben jartzen dudana igual abestiak bakarrik.

Ikertzailea: Baina entzuteko?

Alejandra: Bai.

Mattinek [DG, M:9] azaldu egiten du nola erabiltzen duen Youtube, musika entzuteko:

Ikertzailea: Youtuben badaukazu ohiturarik bideoak ikusteko?

Mattin: Bai. Normalean, musika entzuteko.

Ikertzailea: Musika entzun egiten duzu?

Mattin: Bai.

Ikertzailea: Hau da, zer egiten duzu, bideo bat ipini musikala, baina entzun egiten duzu eta ez duzu ikusten?

Mattin: Hori da. Batzuetan ikusten dut, baina normalean musika entzuteko gehiago.

Luze hitz egiten du Itsasok ere [UK, N:12] jarduera honen inguruan:

Ikertzailea: Ohiturarik badaukazu bideoak ikusteko Interneten?

Itsaso: Bai, musika jartzen dut.

Ikertzailea: Eta non jartzen duzu?

Itsaso: Youtuben.

Ikertzailea: Eta zer da egiten duzuna? Zelan egiten duzu?

Itsaso: Sartzen naiz Youtuben eta hor jartzen dut musika. Batzuetan jartzen duzu zuk gura duzun musika eta, gero, atzetik dauzkazu gehiago eta zoaz begiratzeko ea politak diren edo ez.

Ikertzailea: Hau da, zuk aukeratzen duzu bat eta berak gomendatzen dizkizu beste posible batzuk?

Itsaso: Bai, sartzen zara eta hori bukatzen denean gehiago dauzkazu eta zuk aukeratu egiten duzu. Edo, nahi baduzu, berriro beste batzuk nahi duzuna. Nik normalean begiratu egiten dut ea zein musika dagoen.

Ikertzailea: Eta zer egiten duzu, musika entzuten duzun bitartean Tuentin aritzen zara edo bideoklipak ikusten dituzu?

Itsaso: Ez, musika jarri eta Tuentin egoten naiz.

Ondorioz, Gipuzkoako nerabeen *media multitasking* jarduera bi esparrutan aztertu da eta baieztatu da ohikoa dela fenomeno hau gaztetxoaren artean. Batetik, ikusi da nola gaztetxoek gustuko duten ordenagailuan nabigatzea, telebista ikusten duten bitartean; jarduera hau, halaber, era estuan lotuta dago teknologia-ahalmenarekin. Bestetik, ordenagailuan bertan ere,

jarduera bat baino gehiago burutzen dute aldi berean, eta horien artean esanguratsua da Youtube plataformaren erabilera musika entzuteko, beste jarduera batzuk burutzen dituzten bitartean (etxeko lanak, txateatu,...).

5.3.4.1 Tuenti sare sozial birtualaren erabilerari buruzko datu batzuk

Tuenti sare sozial birtualaren erabilerak deskribatzen du Gipuzkoako gaztetxoek *media multitasking* jardueraren hein handiena. Hori ikusita, sakoneko elkarrizketak aprobetxatu dira elkarrizketatuei galdetegi bat betearazteko Tuentin egiten duten erabileraren inguruan, eta, horrez gain, haien profilak aztertu dira, jakiteko ea badagoen harremanik Tuentin egiten dutenaren eta beraien ikus-entzunezko kontsumoaren artean. 26 elkarrizketatutik 24k bete dute Tuentiren inguruko galdetegia eta 18ren profilak aztertu dira.

80. taula erakutsi da 26 gaztetxoek Tuentin batez beste ematen duten denbora; horren arabera, gehienak (%69,2) ordubete edo gutxiago aritzen dira Tuentin egunero (gutxiago dira, beraz, ordubete baino gehiago aritzen direnak).

80. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16) kontsumo-denbora Tuentin (2011)			
	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)	Maiztasun erlatibo metatua (%)
Hiru ordu baino gehiago	1	%3,8	%3,8
Bi ordutik hirura	2	%7,7	%11,5
Ordubetetik bira	3	%11,5	%23
31 minututik ordubetera	8	%30,8	%53,8
16 minututik ordu erdira	9	%34,6	%88,4
15 minutu baino gutxiago	1	%3,8	%92,2
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	2	%7,8	%100
GUZTIRA	26	%100	%100

Iturria: lanketa propioa

Nerabe gehienek (26tik 15, %57,7), gainera, aipatzen dute gauean konektatzen direla gehienbat, sare sozial birtualera, 20:30etik 24:00etara bitartean. Beste sei (%23,1), aldez, arratsaldean konektatzen dira gehienbat, klasetik ateratzerakoan, 17:00ak eta 20:30ak bitartean. Gutxiago dira, beraz, goizean edo eguerdian konektatzen diren nerabeak.

Elkarrizketak burutzerakoan ere, 26 pertsonatik 11k aipatu du Tuentin egoten dela, Tuenti zabaltzen duela edota Tuentira "konektatu" egiten dela aisialdian; hau da, ikertzaileak galdetu barik ea konektatzen diren edo ez, beraiek eman dute informazio hori. Adibide gisa, hona hemen Pabloren [D, M:1] aipua:

Ikertzailea: *Zer egiten duzu eskolatik ateratzen zarenean?*

Pablo: *Ba ez daukat denbora asko. Egoten naiz igual inglesen edo musika eta entrenamenduan eta pixka bat Tuentin, ordenagailuan [...] eta nire eskolako gauzak egin.*

Ikertzailea: *Orduan, irteten zara eskolatik, imajinatu gaur, astelehena...*

Pablo: *Gaur joan behar naiz inglesera, gaur, astelehena, joaten naizela, eta zazpitan ateratzen naiz. Gero, bihar examina daukat eta...*

Ikertzailea: *Ikasi behar duzu?*

Pablo: *Bai, eta ez naiz sartuko Tuentin.*

Ainhoaren [DG, N:11] kasua ere aipatu denaren adibide garbia da:

Ikertzailea: *Zer egiten duzu eskolatik ateratzen zarenean?*

Ainhoa: *Lehenengo, etxera heldutakoan, meriendatu, Tuentia zabaldu eta, gero, extraeskolarrak; edukitzen dut edo ingelesa edo futbola. Hori egindakoan, etxera heldu, etxeko lanak, dutxatu eta, bukatzeko, Tuentia.*

Tuentiri ematen dioten erabilera nagusiari dagokionez, jaso diren 24 erantzunetatik 23k azaldu dute Tuentin konektatzen direla lagunekin txatean jarduteko; beste batek aipatu du eskolako lanak komentatzeko erabiltzen duela, eta beraz, erabat bateragarria da aurrekoekin, hots, guztiek erabiltzen dute Tuenti lagunekin hitz egiteko. Zein beste jarduera burutzen duten galdetu zaie, eta 14 pertsonak aipatu dute lagunaren argazkiak ikusi eta komentatzen dituztela. Horiez gain, aipatu dira beste honakoak: argazkiak igo, lagunaren argazkiak igo, Tuentik eskaintzen dituen jokoetan aritu eta lagunek igotako musika entzun.

Telebista ikusi bitartean Tuenti erabiltzen duten jakin nahi izan da, eta hogeita bi pertsonatik hamarrek esan dute baietz, aritzen direla sare sozial birtualean telebista ikusi bitartean. Tuentin egiten duten erabilerari dagokionez, erabilera beretsua ematen diote Tuentiri, ikus-entzunezkoak ikusten dauden bitartean, hau da, ez dute bestelako ekintzarik burutzen Tuentin telebistaren aurrean daudela, hots, lagunekin txatean jarduten dute, gehienbat.

Galdetu zaie ea momentuan ikusten ari direnaz hitz egiten duten lagunekin Tuentiko elkarrizketetan, eta jaso diren 12 erantzunak **81. taulan** multzokatu dira.

81. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Tuentiko elkarrizketak, ikus-entzunezkoen inguruan (2011)		
Zer komentatzen duzue Tuentin ikus-entzunezkoen inguruan?	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Berdina ari bagara ikusten, komentatzen dugu zer gertatzen ari den	5	%19,2
Programazioaren inguruan hitz egiten dugu: zer egon den, eta zer datorren orain.	3	%11,6
Hipotesiak egiten ditugu jakiteko ea zer gertatuko den	2	%7,8
Aurreko kapituluak komentatu, eta hurrengoaren inguruan hitz egiten dugu	1	%3,8
<i>Los Protegidos</i> -en inguruan hitz egiten dugu	1	%3,8
Erantzunik ez/ erantzun okerra	14	%53,8
GUZTIRA	26	%100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

Jakin izan nahi da, era berean, Tuenti bidez hitz egiten ote duten gehiago ikus-entzunezkoek, edo aurrez aurreko komunikazioan burutzen ote den elkarrizketa gehiago. 24tik 19k esan dute gehiago hitz egiten dutela ikus-entzunezkoek aurrez aurreko komunikazioan; hiruk diote berdin, Tuentin zein aurrez aurre, eta bik diote gehiago hitz egiten dutela Tuenti bidez. Esanguratsua da bi elkarrizketatu hauen jarrera, esaten dutenean, gaia edozein dela ere, gehiago hitz egiten dutela Tuenti bidez aurrez aurre baino. Hona hemen Alejandraren lekukotza [DB, N:16]:

Ikertzailea: *Non hitz egiten duzue gehiago ikus-entzunezkoek, Tuentin edo batera zaudetenean?*

Alejandra: *Gehiago hitz egiten da denaren inguruan Tuentin.*

Ikertzailea: *Zer dela-eta aipatzen duzu gehiago hitz egiten dela denaren inguruan Tuentin?*

Alejandra: *Bada, batzuetan ez garelako ausartzen gauzak esatera aurpegira, eta etxera zoazenean eta Tuenti pizten duzunean esaten diozu. Gero haserretzen gara Tuentin eta ez dugu hitz egiten hurrengo egunean. Nire ama haserretzen da, esaten didalako ez dakigula Tuenti gabe hitz egiten.*

Aurreko galderarekin lotuta, galdetu zaie ea euren ustez Tuentira konektatzen ez dena lagun-taldean, galduta sentitzen den, ikus-entzunezkoek hitz egiten dutenean; eta aurreko kasuan bezala, 24tik 21ek erantzun dute ezetz.

Amaitzeko, eskatu zaie azal dezatela zenbateraino diren garrantzitsuak Tuentin burutzen diren hainbat praktika; bi mailatan banatu dira galderak: batetik, eskatu zaie azal dezatela haiek egozten dieten garrantzia, eta bestetik, eskatu zaie, horrez gain, aipatzeko haien lagun-taldeak egozten diena. **82. taulan** batu dira baieztapenak eta elkarrizketatuek eman dieten garrantzia-maila.

82. taula. Gipuzkoako nerabeek (12-16 urte) Tuentin burutzen dituzten ekintzei ematen dieten garrantzia (2011)				
Zenbateraino da garrantzitsua zuretzat...	Zenbateraino da zuretzat garrantzitsua...		Zenbateraino da garrantzitsua zure lagun taldearentzat...	
	Tuentin konektatuta egotea telebista ikusi bitartean?	bideoak partekatzea Tuentin?	Tuentin konektatuta egotea telebista ikusi bitartean?	bideoak partekatzea Tuentin?
Oso garrantzitsua	0 %0,0	0 %0,0	0 %0,0	0 %0,0
Garrantzitsua	0 %0,0	1 %3,8	0 %0,0	1 %3,8
Nahiko garrantzitsua	0 %0,0	3 %11,5	7 %26,9	4 %15,4
Ez oso garrantzitsua	6 %23,1	14 %53,9	8 %30,8	17 %65,4
Batere garrantzitsua	18 %69,2	6 %23,1	9 %34,6	2 %7,7
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	2 %7,7	2 %7,7	2 %7,7	2 %7,7
GUZTIRA	26 %100	26 %100	26 %100	26 %100

Iturria: lanketa propioa

Laburbilduz, era indibidualean ematen dioten garrantzia alderatzen bada lagun-taldearen inguruan hitz egiten dutenarekin, ikus daiteke lagun-taldeari ematen diotela garrantzi handiagoa Tuentiren eta ikus-entzunezkoen arteko jarduerak aipatzerako orduan.

5.3.4.2. Tuenti-profilen azterketa

26 elkarrizketatutatik 24k bete badute ere Tuentiren gaineko galdetegia, 16 pertsonarekin burutu da analisiaren azken fase hau, gaztetxo horien gurasoen baimena lortu da-eta beraien Tuenti-profiletara sartu eta bertako ikus-entzunezko jarioa aztertzeko. Ikerketaren atal honen helburua da, batetik, aztertzea ea Tuenti-profiletan partekatzen den ikus-entzunezko; hala bada, jakin nahi izan da zenbat bideo partekatu diren, zeren ingurukoak diren, iruzkinik duten edo ez, eta zer nolako iruzkinak dituzten. Horrekin batera, aztertu da ea argazkirik, jokorik edo ekitaldirik existitzen den nerabeen profiletan, ikus-entzunezkoetako edukiekin zerikusia dutenak.

Tuenti-profilak aztertzeko irizpide batzuk zehaztu diren arren, ez da aurrekaririk aurkitu aparailu metodologikoa diseinatzeko, eta beraz, ikerlanaren fase hau erabat esperimentalta bezain berritzailea da. Tuenti-profilen azterketan muga bat ezarri da eduki horiek guztiak denbora-tarte batean kokatzeko. Ikerketaren fase kuantitatiboa 2011ko maiatzean burutu zenez eta kualitatiboa azaroan, maiatzetik azarora bitarteko jarioa aztertu da. Ikerketaren izaera anonimoa mantentze aldera, ez da aipatu norenak diren irudietan ageri diren Tuenti-profilak; horrez gain, nerabeen eta haien lagunen izen-abizenak ezabatu egin dira.

Tuenti sare sozialak, Facebookek ez bezala, profil pertsonalak eratzeaz gain, eskaintzen du *Bideoak* izena duen gune bat (ikus **29. irudia**). Bertan, hainbat bideo gomendatzen dira, eta banatuta daude hiru multzo nagusitan: musika, telebista-programak, kirolak eta ikusienak. Bideoen bilaketak ere egin daitezke gune honetan, eta bilatzaileak bideoak aurkitzen ditu Tuentik berak duen plataforman eta baita Youtuben ere. Horrela bada, Tuentiren gunetik Youtuben eskegita dauden bideoetara sarbide zuzena dago. Ikerketa honetan ez da aztertu *Bideoak* gunean gaztetxoek burutzen duten ikus-entzunezko kontsumoa; partekatzen dituzten bideo-kopurua zenbatu da, ez, ordea, ikusten dituzenena.

Hasteko, 16 gaztetxoen Tuenti-profiletako ikus-entzunezko jarioa aztertu da, horiek guztiek aitortu baitute bideoak dituztela haien profiletan. Tuentiko profilak bi gune desberdin ditu, bata *Nire gunea* deitzen da (ikus **30. irudia**) eta bertan ageri dira nerabeak bere profilean partekatu dituen elementuak (iruzkinak, argazkiak, bideoak,...); bestea *Nire Arbela* deitzen da, eta lagunek partekatutako elementuak batzen dira bertan (ikus **30. irudia**). Horrez gain, Tuentik aukera eskaintzen du ikus-entzunezkoak erreproduzitzeko, eskuinaldean irekitzen den pantailatxoari esker (ikus **30. eta 31. irudiak**).

31. irudia. Tuentin bideoak erreproduzitzea (2011)



Iturria: lanketa propioa

Gipuzkoako gaztetxoek Tuenti-profiletan partekatzen diren ikus-entzunezkoen kopurua erakusten du **83. taulak**, eta horren arabera, ikus-entzunezko gehiago partekatzen ditu nerabeak bere profilean, lagunenean baino; izan ere, bideo-kopuru handiagoa dute gaztetxoek *Nire gunea* atalean, *Nire Arbela* atalean baino. Oro har, alabaina, bideo-partekatzea oso urria da gaztetxoek artean, gehienek, 10 bideo edo gutxiago partekatu dituztelako maiatzetik azarora bitartean.

83. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16) bideo-partekatzea Tuentin (2011)		
Bideo-kopurua	Nire Gunea	Nire Arbela
Batere ez	3 %18,8	7 %43,8
5 >	5 %31,2	7 %43,8
6-10	5 %31,2	2 %12,5
11-20	1 %6,3	0 %0,0
20 <	2 %12,5	0 %0,0
GUZTIRA	16 %100	16 %100
<i>Iturria: lanketa propioa</i>		

Ikus-entzunezkoak zein gunetatik partekatzen dituzten galdetu zaie, eta 10 nerabek (%62,5) aitortu dute ez dutela Tuentiko *Bideoak* atala erabiltzen; horren ordez, Youtube erabiltzen dute eta bertako estekak kopiatu eta Tuentin partekatzen dituzte. Beste 4k (%25) Tuentin bertan aurkitzen dituzte partekatu nahi dituzten bideoak. Amaitzeko, bi pertsonak (%12) dituzten bideoak beraiek lagunekin grabatutakoak dira: Youtubera igo dituzte bideoak eta azkenik, Tuentin partekatu dituzte. Jarduera horiek guztiak erakusten dute Youtube eta Tuentiren arteko harreman estua.

Aurkitu diren ikus-entzunezkoen %56 dira musikaren ingurukoak, bideoklipak, hain zuzen (ikus **32. eta 33. irudiak**); beste %20 dira ezezagunek grabatutako umorezko bideoak (ikus **34. irudia**); %12 dira telebista-saietatik ateratako ikus-entzunezkoak, eta horietatik gehienak, gainera, telebistako spot-ak dira (ikus **35. irudia**); beste %8 dira kirolaren inguruko bideoak, eta horietako askok ere, umorezko momentuak batzen dituzte (ikus **36. irudia**); amaitzeko, aztertutako bideoen %4 dira beraiek edo lagunek grabatutakoak.

Aztertu diren 16 Tuenti-profiletako hirutan (%18,8) bakarrik aurkitu dira bideoei egindako iruzkinak, eta hiruretan ere, iruzkin bakarra du bideoak (ikus, adibidez, **37. irudia**). Laburbilduz, umorea duten bideoak dira arrakastatsuenak: ezezagunek grabatutakoak, spot-ak

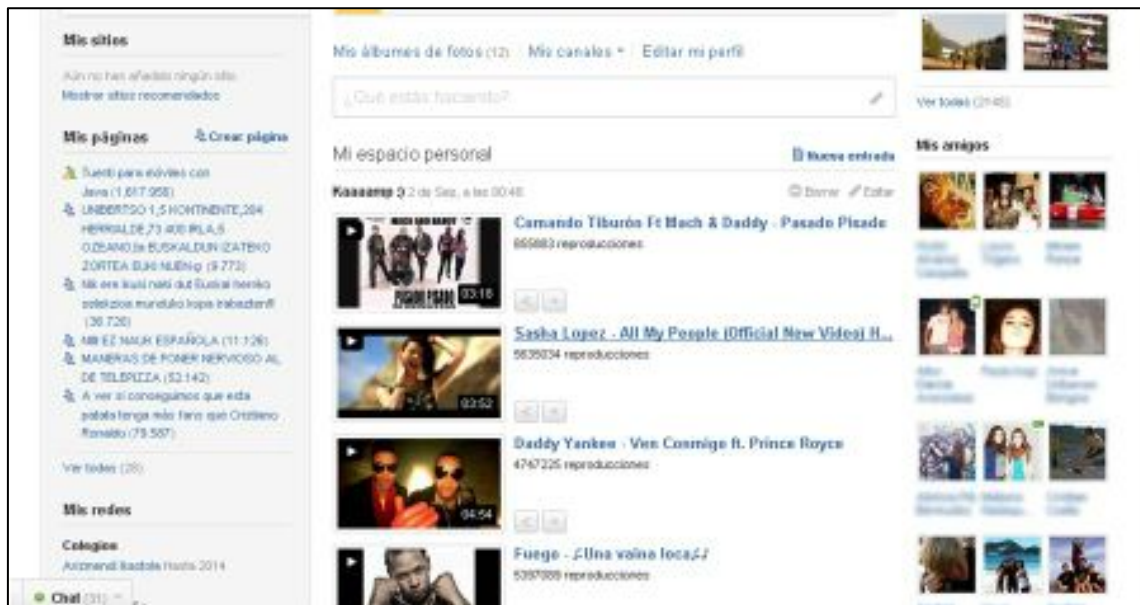
edo kirol-bideoekin egindako muntaketak izan, denak dira barre egitekoak. Horrekin batera, bideo-partekatze txikia bada ere, urriagoak dira bideoetan egiten dituzten iruzkinak.

32. irudia. Musikaren inguruko bideoak Tuentin (2011)



Iturria: lanketa propioa

33. irudia. Musikaren inguruko bideoak Tuentin (2011)



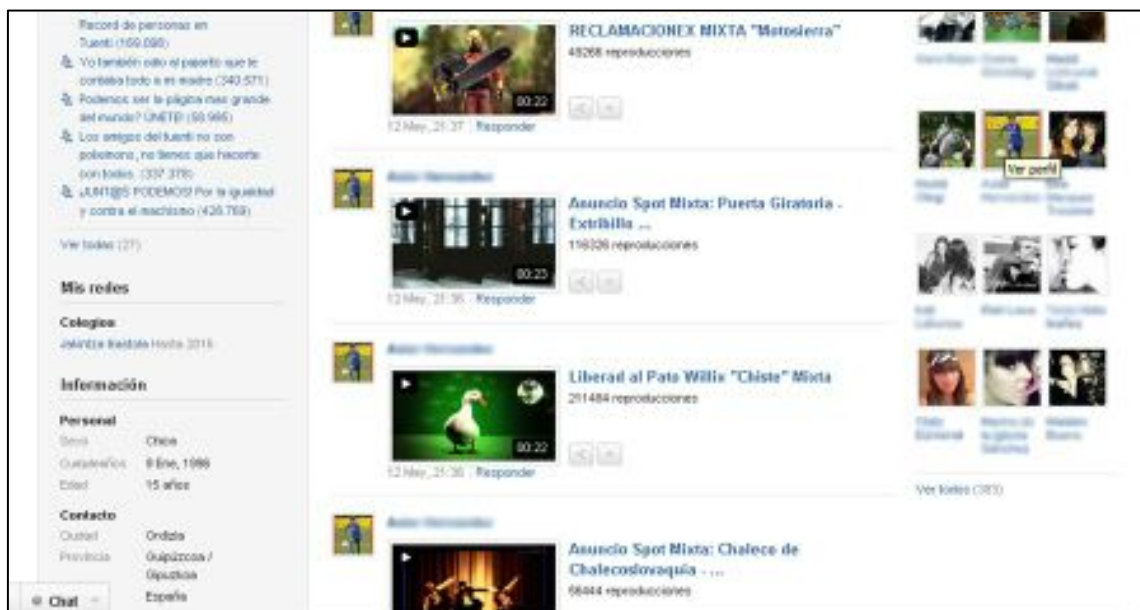
Iturria: lanketa propioa

34. irudia. Ezezagunek grabatutako umorezko bideoak



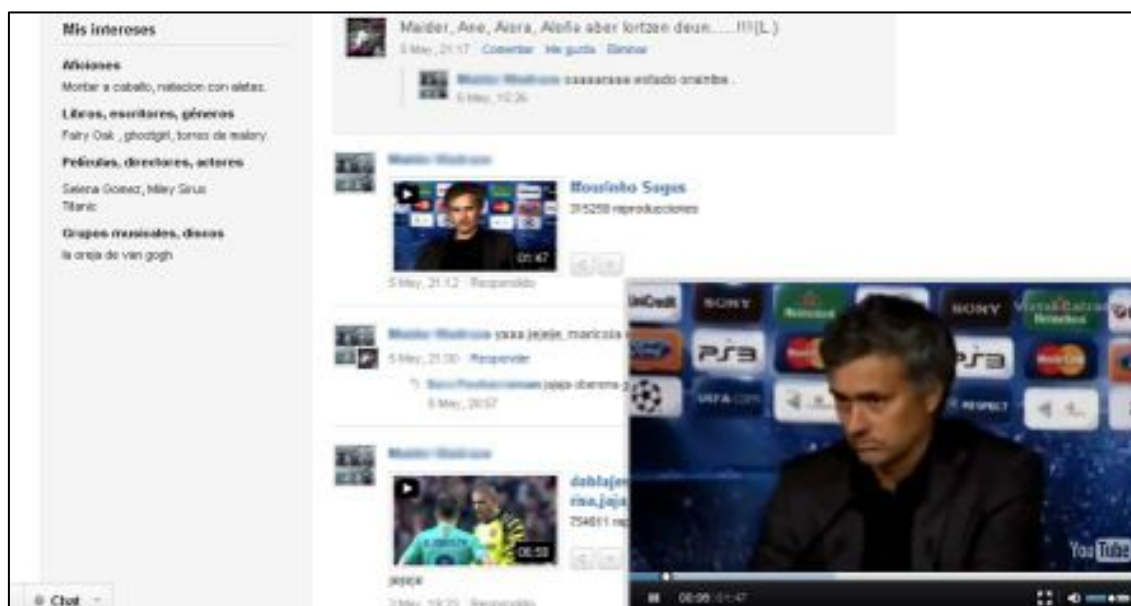
Iturria: lanketa propioa

35. irudia. Telebistako ikus-entzunezkoak Tuentin (2011)



Iturria: lanketa propioa

36. irudia. Kirolaren inguruko bideoak Tuentin (2011)



Iturria: lanketa propioa

37. irudia. Tuenti-profiletako bideoetan iruzkinak (2011)



Iturria: lanketa propioa

Analisiaren bigarren zatian aztertu da ea badagoen Tuenti-profiletan argazkirik zerikusirik duenik ikus-entzunezkoetako edukiekin. Gipuzkoako 16 gaztetxoren Tuenti-profiletan *Albumak* deituriko gunean denetarik argazkiak daude (ikus **38. irudia**), baina bost profiletan bakarrik aurkitu dira argazkiak zerikusia dutenak ikus-entzunezkoetako edukiekin. Lau gaztetxok bost argazki baino gutxiago dituzte, eta bakarrik dauka bost argazki baino gehiago partekatuta. Argazki denak dira lagunek haien arbelean partekatutakoak, eta beraz, *Etiketatuta nagoen argazkiak* atalean aurkitu dira edukiak (ikus **38. irudia**).

38. irudia. Tuenti-profileko Albumak atala (2011)



Iturria: lanketa propioa

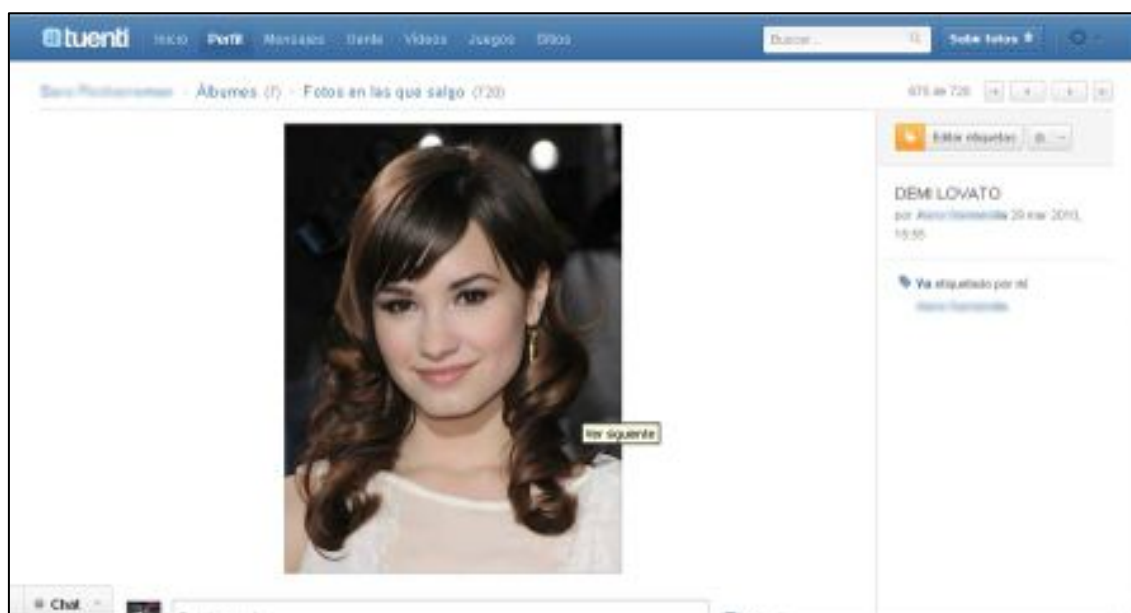
Nerabeek haien profiletan dituzten argazkiak multzokatu dira honako taldeetan: multzorik txikiena osatzen dute telesaiotako argazkiak; haien artean, *Mujeres y Hombres y Viceversa* saioko argazkia partekatu dute bi gaztetxok (ikus **38. irudia**); hurrengo multzoa osatuko lukete aktore famatuena argazkiek, eta besteak beste, Taylor Lautner eta Demi Lovatoren argazkiak azaltzen dira (ikus **39. eta 40. irudiak**); hirugarren multzoa, eta denetan handiena, osatuko lukete kirolarien argazkiek, denak ere, futbolariak dira (ikus **41., 42. eta 43. irudiak**).

39. irudia. Aktore famatuen argazkiak Tuentin I (2011)



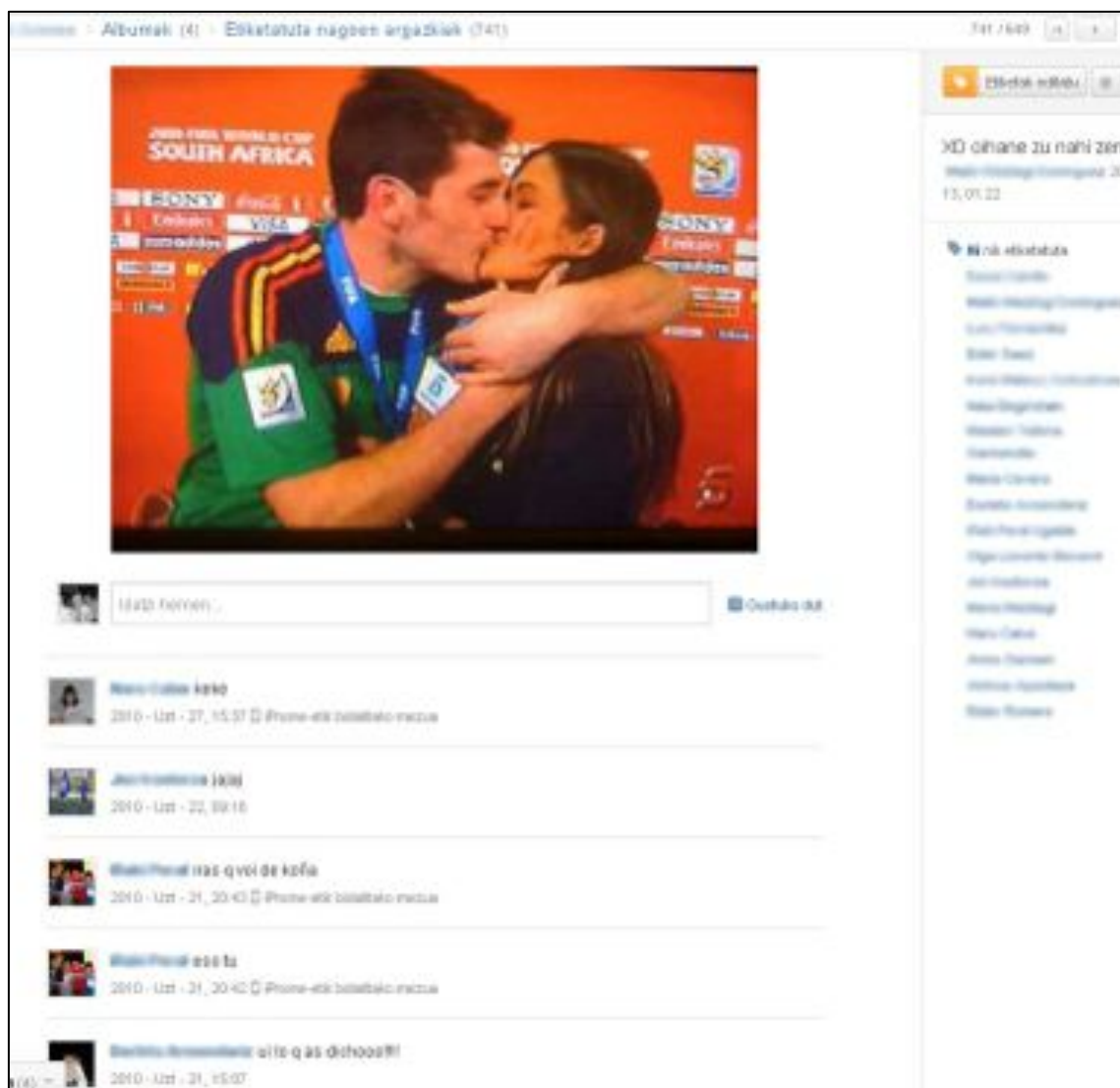
Iturria: lanketa propioa

40. irudia. Aktore famatuen argazkiak Tuentin II (2011)



Iturria: lanketa propioa

41. irudia. Kirolarien argazkiak Tuentin I (2011)



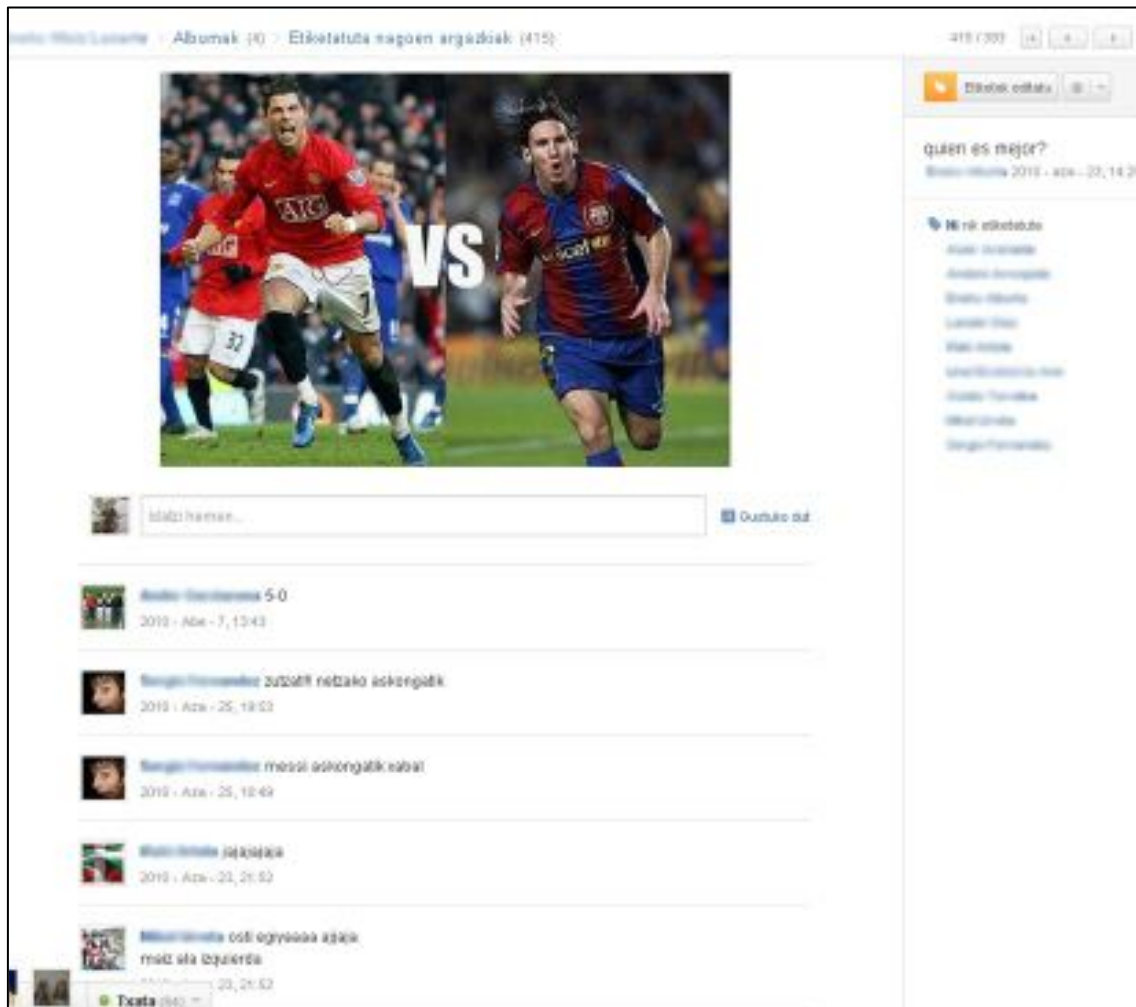
Iturria: lanketa propioa

42. irudia. Kirolarien argazkiak Tuentin II (2011)

The image is a screenshot of a Tuentin social media profile page. At the top, the Tuentin logo and navigation menu are visible. The profile picture shows a young man with curly hair, smiling, wearing a black and white striped shirt. Below the profile picture, there is a search bar and a list of comments. The comments are in Spanish and include phrases like "¡WAAAAA!", "¿Cómo sabes cómo son antes al partido los chicos de la...", "¡WAAAAA!", "¡WAAAAA!", "¡WAAAAA!", "¡WAAAAA!", "¡WAAAAA!", "¡WAAAAA!", "¡WAAAAA!", "¡WAAAAA!", "¡WAAAAA!". The comments are dated from 11/11/11 to 11/12/11. The right side of the page shows a sidebar with the user's name "DUMAAAAA" and a list of friends or followers.

Iturria: lanketa propioa

43. irudia. Kirolarien argazkiak Tuentin III (2011)



Iturria: lanketa propioa

Bideoetan ez bezala, Tuentiko argazkiek iruzkin ugari dituzte, eta batzuetan zerikusia dute argazkiarekin, baina beste batzuetan ez, **39., 41., 42. eta 43. irudietan** antzeman daitekeen moduan.

Azterlanaren hirugarren fasean aztertu da ea Tuentin badagoen bideojokorik zerikusia duenik telebistako edukiekin, eta baieztatu da ez dagoela horrelakorik sare sozialean.

Laugarrenez, Tuentiko ekitaldiak ikertu dira. Tuentiko hasiera orrian egutegi itxurarekin eskaintzen dira *Ekitaldiak* deituriko hitzordu desberdinak (ikus **44. irudia**). Ekitaldi horiek Tuentiko erabiltzaileek sortzen dituzte, eta nahi adina lagun gonbida daitezke ekitaldi horietan parte hartzera. Gaztetxoek, beraz, ekitaldietan parte hartzeko gonbita jasotzen dutenean, onartu edo baztertu egin behar dute.

44. irudia. Tuentiko ekitaldi batzuk (2011)

The screenshot displays a list of events on the Tuenti platform. Each event entry includes a small icon or image, a title, a date and time, and a brief description. The events are as follows:

- ¿A quien prefieres? Belén Esteban(50) vs. Campanario(QUÉÁS) (153)**
Astelehena, 2010 - Mai - 31, 19:00
Belén Esteban dadle a si o Campanario dadle a quizás---Perla reemplazo es...
- DANI BETI GOGOAN! (321)**
Igandea, 2010 - Mai - 30, egun osoan zehar, Lazaro
Inoiz ez deulako azuko, DANI BETI GOGOAN! Mikel animoooooooooooooooo emen gar...
- HABER CUANTOS CULES HAY (814)**
Osteguna, 2010 - Mai - 27, egun osoan zehar, Nerea
pasar el evento, para ver cuantos cules hay, el barça es el mejor equipo de...
- ESPAÑA GANARA EL MUNDIAL PAGARLORE QUE NO LO PASE NO ES ESPAÑOL (10,000+)**
Astelehena, 2010 - Eka - 7, egun osoan zehar
PAGARLORE AYER SI KONTESTAN MAS DE 10.000 ANTES DEL MUNDIAL! ¡PODEMOS!!
- El Internado II La Laguna Negra (44)**
Astelehena, 2010 - Eka - 7, 19:00
Si te gusta EL INTERNADO DA A SI Y si no te gusta DA A NOI ENMAR A TODOS...
- ¡Si no lo necesitas, no tires CORAZÓN! (10,000+)**
Astelehena, 2010 - Eka - 7, egun osoan zehar
No es necesario ver el video entero pero con los 10 seg. del comienzo sabrá...
- SI ERES VASCO... ¿DÓNDE SABER? (10,000+)**
Astelehena, 2010 - Eka - 7, egun osoan zehar
¿QUE ACMB LB VASCOS??... Un vasco no llama x ff. thace perdida ga k le L...
- La mujer más fuerte del mundo: MARULLA (10,000+)**
Astelehena, 2010 - Mai - 21, egun osoan zehar, En los espña si es posible
Mirad este video, nunca podria imaginar que una mujer podria ser así de fuerte...

Iturria: lanketa propioa

16 gaztetxoetatik 5ek parte hartu dute ekitaldiren batean, zerikusia duena ikus-entzunezkoetan agertzen den edukiarekin, eta denek ere parte hartu dute, ekitaldi batean, bitan eta hirutan. Lau ekitaldi-mota bereiztu dira aurkitu direnen artean: ohiko telebistako saioekin zerikusia duten ekitaldiek osatzen dute multzorik handiena; besteak beste, *Física o Química* eta *El Internado* teleaioen jarraitzaileek sortutako ekitaldiak aurkitu dira (ikus **45. irudia**), eta Veo7 telebista-kanalak botatako albiste baten ingurukoak (ikus **46. irudia**).

45. irudia. *Física o Química* teleaioaren jarraitzaileek sortutako ekitaldia (2011)



Iturria: lanketa propioa

46. irudia. Veo7 kanalaren inguruan (2011)



Iturria: lanketa propioa

Bigarren multzo bat osatuko lukete ohiko telebistan agertzen diren pertsonaiek, eta argazkietan bezala, aktore famatuen eta kirolarien jarraitzaileak sortutako ekitaldiak dira (ikus **47. irudia**). Ekitaldi hauetan parte hartzen dute gaztetxoek, haien jarraitzaileak direla erakusteko Tuentin. Horrez gain, aktore guapoena, jokalaria hoberena, zein den esateko aukera ere ematen dute tankera honetako ekitaldiek.

47. irudia. Kirolarien jarraitzaileek sortutako ekitaldia Tuentin (2011)



Iturria: lanketa propioa

Hirugarren multzo bat osatuko lukete ezezagunek Youtubera igotako bideoen ekitaldiek; gainera, aurkitu diren ekitaldi denek dute umore kutsua (ikus, adibidez, **48. irudia**). Ekitaldi-mota hauen helburua da bideoa ahalik eta gehien zabaltzea sarea.

48. irudia. Youtubeko umorezko bideoak Tuentiko ekitaldietan (2011)



Iturria: lanketa propioa

Azkenik, laugarren multzo batean kokatuko lirateke, nerabeek zuzen-zuzenean parte hartzen duteneko ekitaldiak. Adibide gisa, Gaztea irratora aurkeztutako bideo-lehiaketa baten ekitaldia aurkitu da; bertan, Tuentiko erabiltzaileen botua eskatzen da, lehiaketa irabazi ahal izateko (ikus **49. irudia**).

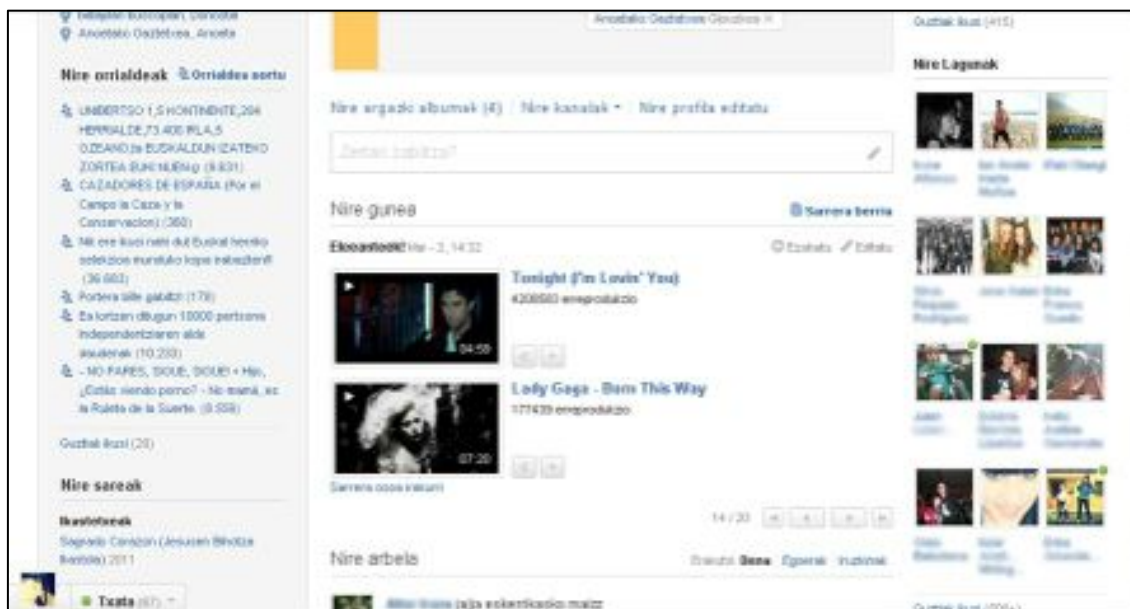
49. irudia. Tuentiko ekitaldiak, nerabeek parte hartzen dutenak (2011)



Iturria: lanketa propioa

Tuenti-profilen ikerketa amaitzeko, *Orrialdeak* deituriko atala aztertu da. Erabiltzaileek aukera dute hainbat orrialderen jarraitzaile egiteko, baita orrialde berriak eratzeko ere (ikus **50. irudia**). Era horretan, orrialdeek, profileko informazioaz gain, erabiltzailearen interesak eta gustuak ezagutzeko balio dute.

50. irudia. Tuentiko orrialdeak (2011)



Iturria: lanketa propioa

Burutu den azterlanean, bi pertsonarekin aurkitu dira orrialdeak, zerikusia dutenak hedabideekin. Ondorengo hiru orrialdeak aurkitu dira gaztetxoaren profiletan: Gaztea irratiko orrialdea, *El Barco* teleaioaren orrialdea eta *Sálvame* teleaioiko pertsonaiekin zerikusia duen orrialdea (ikus, **51., 52. eta 53. irudiak**).

51. irudia. Gaztea irratiazen orrialdea Tuentin (2011)



Iturria: lanketa propioa

52. irudia. El Barco teleaioaren orrialdea Tuentin (2011)



Iturria: lanketa propioa

53. irudia. *Sálvame* tele saioko pertsonaien orrialdea Tuentin (2011)

The screenshot shows a Tuenti profile page. At the top, the navigation bar includes 'Inicio', 'Perfil', 'Mensajes', 'Canta', 'Videos', 'Juegos', and 'Séss'. The profile name is 'Desde que Jorge Javier insultó a Aida Nizar, a mi también me cae mejor :)' with 2,638 likes. Below the profile name, there is a video titled 'Jorge Javier insulta a Aida Nizar' with the text 'Se dispone en Youtube'. To the right, there are buttons for 'Añadir', 'Foto', and 'Video'. Below the video, there is a 'Tablón de la página' section with a text input field 'Escribe aquí...'. At the bottom, there is a poll titled 'Javier Rodríguez últimas horas para votar SALIR ANOLES AL 27211 gran lluvia de votos a las 22:00 SALIR ANOLES AL 27211 recordad la lluvia de votos 22:00 SALIR ANOLES AL 27211'. The poll options are 'SALIR ANOLES AL 27211' and 'SALIR ANOLES AL 27211 recordad la lluvia de votos 22:00'. There is also a 'Chat' button and a 'Ver todas (7)' link for photos. A video thumbnail for 'Jorge Javier insulta a Aida Nizar' is visible in the 'Videos' section.

Iturria: lanketa propioa

Gipuzkoako Tuentiko profilek, beraz, erakusten dute ikus-entzunezkoen kontsumoak baduela Sarean jarraipena, edukien partekatzearen bitartez audientzia zabalago batera heltzeko ahalmena baitute edukiek. Horrez gain, ikus-entzunezkoen inguruan sortzen diren bestelako edukiei esker (argazkiak, orrialdeak, ekitaldiak...), audientzia produktu horiekin identifikatu eta *fan* fenomenoak indartu egiten da.

Hala ere, eta kontuan hartuta Gipuzkoako nerabeen Tuentiko erabilera eta eduki-partekatze altua, ikus-entzunezkoen presentzia urria da gaztetxoaren profiletan.

5.4 Zeintzuk dira nerabeen motibazioak ikus-entzunezko kontsumo-ohitura horiek izateko?

Gipuzkoako nerabeekin burututako ikerketa kuantitatiboan baieztapen-zerrenda bat eskaini zaie (ikus 2. eranskinen E atala), eta haiekiko adostasun-maila zehazteko eskatu zaie. Anlisi faktoriala burutu da ezagutzeko nola multzokatzen diren baieztapenak (*varimax rotation*, KMO = 0.805), eta faktore bat osatu dute 'Ikus-entzunezkoen balorazio orokorra' modura izendatu ditugun hiru baieztapenek (bariantzaren %18,0 azaltzen du faktore honek) (ikus **84. taula**). Hirurek ere, adostasun-maila altua izan dute Gipuzkoako gaztetxoaren artean.

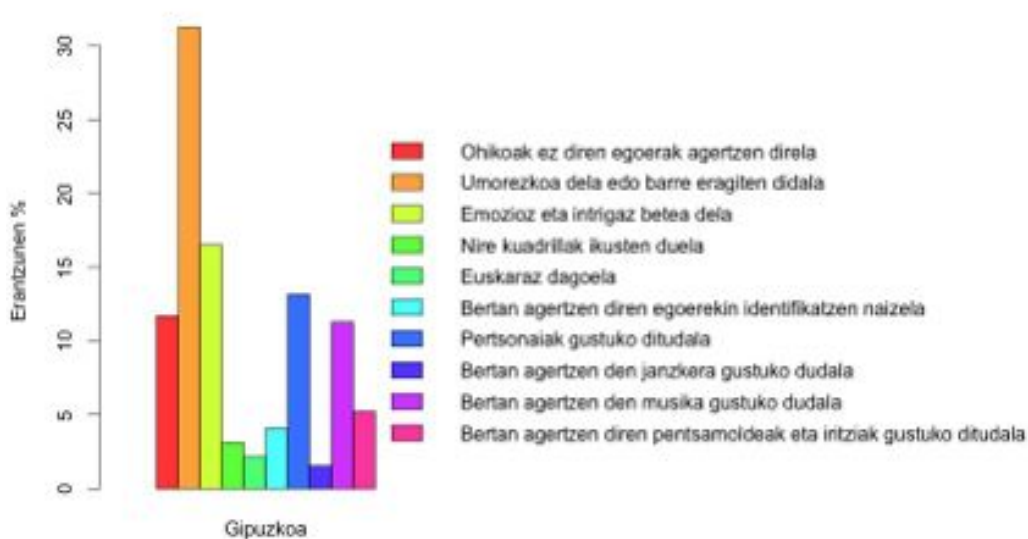
Korrelazio-analisiak ere baieztatzen du faktorea osatzen duten baieztapenen arteko harremana esanguratsua dela (ikus **85. taula**).

84. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen balorazio orokorra (2011)

	Oro har, gustatzen zaizkit ikusten ditudan ikus-entzunezkoak ($\beta=0,755$)	Ikus-entzunezkoak oso garrantzitsuak dira nire bizitzan ($\beta=0,758$)	Ikus-entzunezkoak oso garrantzitsuak dira nire lagun-taldean ($\beta=0,755$)
Erabat ados	277 %33,0	69 %8,2	38 %4,5
Ados	359 %42,8	156 %18,6	109 %13,0
Nahiko ados	131 %15,6	247 %29,4	221 %26,3
Ez oso ados	29 %3,5	250 %29,8	295 %35,2
Batere ados	30 %3,6	104 %12,5	156 %18,6
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	13 %1,5	13 %1,5	20 %2,4
GUZTIRA	839 %100	839 %100	839 %100

Iturria: lanketa propioa

22. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) motibazioak ikus-entzunezkoak kontsumitzeko (2011)



Iturria: lanketa propioa

Umoreak, beraz, aparteko garrantzia dauka Gipuzkoako nerabeen gustuetan, hau da, era positiboan baloratzen dituztela umorezkoak diren ikus-entzunezkoak (%30,7); horrez gain, emozioa eta intriga edukitzea ere oso garrantzitsua da nerabeen gustukoa izan dadin (%16,3), eta, horrekin batera, pertsonaiak gustuko izatea ere motibazio garrantzitsua da, ikus-entzunezkoak aukeratzeko orduan (%12,9).

Sakoneko elkarrizketetan jasotako informazioak ere galdetegiak ondorioztatutako berbera baieztatzen du. **54. irudian** hitz-hodeia osatu da, nerabeek aipatu dituzten adjektiboekin, gustuko ikus-entzunezkoak definitzeko. Tamainaz handiagoak diren hitzak dira elkarrizketetan gehien errepikatu direnak, eta, ikus daitekeen moduan, barregarri izateari bereziki garrantzitsu iritzi diote elkarrizketatuek; horrekin batera ageri da, besteak beste, ikus-entzunezkoak *grazioso*, interesgarri edo misteriosu izatea baloratzen dutela.

54. irudia. Hitz-hodeia, gustuko ikus-entzunezkoak definitzeko



Iturria: lanketa propioa

Hitz-hodeiak, beraz, indartzen du inkestatik ondorioztatutakoa: umorea eta intriga ezinbesteko ezaugarriak dira ikus-entzunezko edukiak arrakastatsuak izan daitezen nerabeentzat.

Motibazioen artean aipatu da ere pertsonaiek duten garrantzia, ikus-entzunezko bat aukeratzeko orduan; garrantzia hori ulertzeko, sakoneko elkarrizketetako pasarte batzuk ekarri dira ondorengo lerroetara. Horien artean, *El Barco* telesaila gustuko duten elkarrizketatuek behin eta berriz aipatu dute gustuko dutela Mario Casas aktorea, Ulises-en pertsonaia antzezten duena. Hona hemen Ainhoaren [DG, N:11] kasua:

Ikertzailea: *Zer esango zenuke dela gehien gustatzen zaizuna saio horietatik? Saio gustukoaren moduan aipatu dituzu El Barco eta Mujeres y Hombres y Viceversa, ezta?*

Ainhoa: *El Barco, Mario Casasengatik eta Mujeres y hombres noa bastante denbora asko ikusten eta, azkenean, engantxatu egiten zara. Jende berria sartzen dela... Baina ere ezta ez daukat beti ikusten dudala eta horrela.*

Alejandrak ere [DB, N:16] motibazio bera du *El Barco* ikusteko:

Ikertzailea: *Eta orduan zer esango zenuke gustatzen zaizuela El Barcorena?*

Alejandra: *Mario Casas.*

Ikertzailea: *Orduan, zuen elkarrizketak ostiralean Mario Casasen inguruan izaten dira edo orokorrean?*

Alejandra: *Ez, Mario Casas 'y nada más'.*

Ikertzailea: *Mario Casasen inguruan hitz egiten duzue?*

Alejandra: *Ia gehiena bai, eta norbaitek ez badu ikusi dena, kontatu egiten diogu.*

Ikertzailea: *Eta Mario Casasek zer egin duen komentatzen duzue?*

Alejandra: *Bai, 'y de lo bueno que está. Estoy de eso ya...'*

Ikertzailea: *Nekatuta zaude?*

Alejandra: *Bai. 'Son unas pesadas'.*

Pertsonaiak haien adinekoak edo gazteak izatearen garrantzia ere nabari da nerabeen motibazioetan; elkarrizketatu batzuek aipatu dutenez, gustuko dituzten saioak dira haien adineko jendea erakusten dutenak. Iratik [D, N:4] horrela azaltzen du:

Ikertzailea: *Zergatik ikusten dituzu telesailak? Zer da gehien gustatzen zaizuna?*

Irati: *Ez dakit, bertan gertatzen diren istorioak. Batzuetan, gazteak direnez aktoreak, identifikatuta sentitzen zara. Igual hogeit edo hogeita piko urte dituzte, baina identifikatuta sentitzen zara.*

Ikertzailea: *Gustatzen zaizu gazteak agertzea?*

Irati: *Bai.*

Pertsonaia gazteek, beraz, nerabeek bizi dituzten egoerekin identifikatzeko balio dute, Julenek [D, M:6] azaltzen duen bezala:

Ikertzailea: *Eta zer da gustatzen zaizuna aipatu dituzun saio horietatik? Zergatik aukeratzen dituzu saio horiek?*

Julen: *Bereziki daudela guretzako eginda eta errepresentatzen dutela pixka bat gure bizitza. Baina segun zein telesailetan, batzuek gure bizitza akzioarekin, baina beste batzuek gure bizitza normala.*

Ikertzailea: *Adibidez?*

Julen: *Adibidez, Goenkale. Ia-ia ezin dituzula fikzioa eta errealitatea banatu, zeren oso errealak iruditzen zait. Eta, gero, aparte, iCarly, direlako gure adineko pertsonak daukatela página web bat, eta ostiralero bideo batzuk partekatzen dituzte.*

Gipuzkoako nerabeek, beraz, gustura ikusten dituzte ikus-entzunezkoak, eta nola-halako garrantzia aitortzen diote eguneroko kontsumoari. Umorea da ezaugarri garrantzitsuena ikus-entzunezkoak gaztetxoentzat erakargarri bihurtzeko, eta horrekin batera, akzioa, emozioa eta pertsonaia erakargarriak elementu esanguratsuak dira, ikus-entzunezkoak kontsumitzerako orduan gaztetxoentzat motibagarriak direnak.

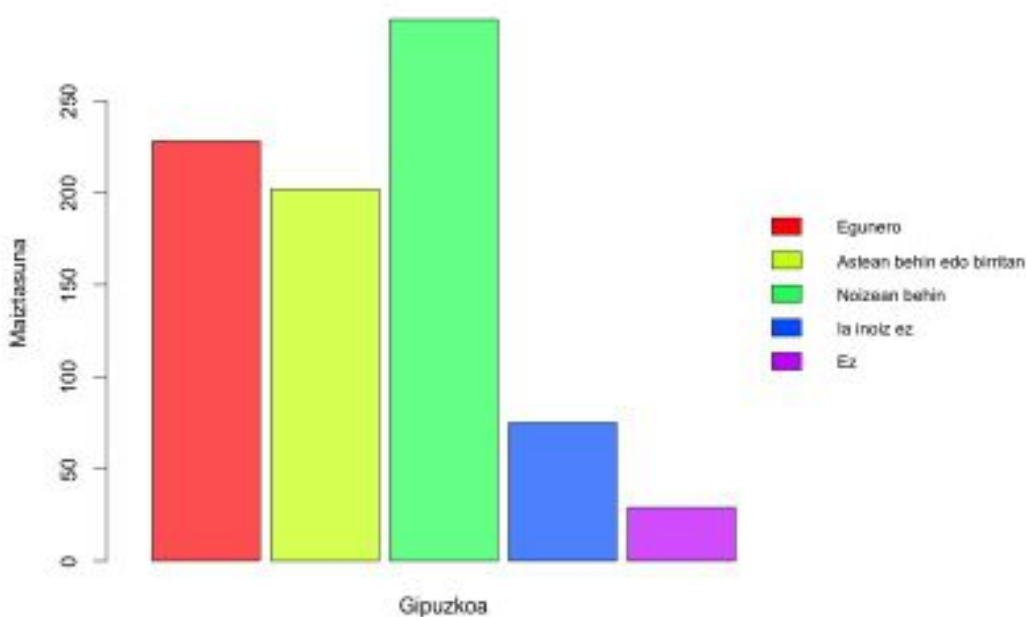
5.5 Badago harremanik ikus-entzunezko kontsumoaren eta lagun-taldearen artean?

Ondorengo kapituluetan aztertuko dira ikus-entzunezkoen eta lagun-taldearen arteko harremanak, ezagutzeko lagun-taldearen eraginik egon daitekeen gaztetxoek egiten duten bakarkako ikus-entzunezko aukeraketan, eta oro har, jakiteko lagun-taldeak eraginik ba ote duen nerabearen ikus-entzunezko kontsumoan. Aurreko kapituluetan aipatu den moduan, bost eta hamar lagun bitarteko kuadrillak dira hedatuena (%35,8), eta oro har, horiek baino kuadrilla handiagoak existitzen dira, txikiagoak baino gehiago. Aipatu da, halaber, landagunean kuadrilla handiagoak existitzen direla, hirigunean baino.

5.5.1 Ikus-entzunezkoak partekatzea aurrez aurreko komunikazioan

Gipuzkoako gaztetxoek gustuko dute lagunekin hitz egitea ikus-entzunezkoek; izan ere, gehienek aitortu dute noizean behin hitz egiten dutela lagun-taldean ikus-entzunezkoen inguruan (%35); eta **23. grafikoan** irudikatzen den moduan, hurrengo bi talderik handienek aipatzen dute edo egunero hitz egiten dutela kuadrillan (%27,2), edo astean behin edo birritan (%24,1). Gehiago dira, beraz, ikus-entzunezkoen inguruan hitz egiten dutenak lagun-taldean, apenas hitz egiten dutenak baino.

23 grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen partekatzea, aurrez aurreko komunikazioan (2011)



Iturria: lanketa propioa

Eskualdeen artean desberdintasun nabarmenak daude ($\chi^2 = 146.830$, $ag = 30$, $p = 0.000$). Berriz ere, Urola Kostako eta Deba Garaiko gaztetxoak dira aktiboagoak, ikus-entzunezkoen inguruan hitz egiterakoan, beste eskualdeetan baino dezente gehiagok aipatu baitute egunero hitz egiten dutela lagun-taldean ikus-entzunezkoen inguruan (%52,5 Deba Garaian eta %39,2 Urola Kostan; aldiz, %27,6 Gipuzkoa osoa kontuan hartzen bada). Horren kontrara, Tolosaldeko eta Goierriko nerabeek gutxiago hitz egiten dute, oro har, Gipuzkoako batez bestekoarekin alderatuz gero.

Adin desberdinetako gaztetxoek artean ere aldeak antzematen dira ikus-entzunezkoen inguruan hitz egiterakoan ($\chi^2 = 36.613$, $ag = 16$, $p < 0.01$). Kasu honetan ere gaztetxoek dira gutxien hitz egiten dutenak lagun-taldean ikus-entzunezkoen inguruan; izan ere, adin guztietako batez besteko orokorrarekin alderatuta, 13 urtekoen kasuan ia bikoztu egiten da inoiz ikus-entzunezkoen inguruan hitz egiten ez dutela diotenen kopurua (%6, 13 urtekoak bakarrik kontuan hartuta; aldiz, %3,5, adin guztiak kontuan hartuta). Datu horiez aparte, ez da antzematen bestelako joera orokorrik.

Lagun-taldearen tamainak eragina du gehiago edo gutxiago hitz egiterako orduan ($\chi^2 = 33.151$, $ag = 20$, $p < 0.05$). Horrela, bada, ikus-entzunezkoen inguruan inoiz edo ia inoiz hitz egiten ez dutenek ez dute lagun-talde finkorik, edo lagun-talde txikia dute (Gipuzkoan %3,5ek ez du sekula hitz egiten ikus-entzunezkoen inguruan lagunekin, eta %8,9k ia sekula ere ez; lagun-talde finkorik ez duten gaztetxoek kasuan ehuneko horiek hazi egiten dira %11,1era eta %13,9ra, hurrenez hurren). Alderantziz, ikus-entzunezkoek gehiago hitz egiten dute lagun-talde handietako kide diren nerabeek: Gipuzkoako gaztetxoek %27,6k egunero hitz egiten du ikus-entzunezkoek lagunekin, eta zenbateko hori hazi egiten da 11 eta 20 pertsonako lagun-taldeetan (%31,2) eta 21 edo gehiagokoetan (%30,1).

Jakin nahi izan da zein telebista saio diren komentatuena lagun-taldean, eta emaitzek erakusten dute saio arrakastatsuenak eta komentatuena bat datozela (**86. taula**). 688 pertsonak azaldu dute zeren inguruan hitz egiten duten lagun-taldean, eta horien artean ageri dira *Física o Química*, *El Barco* eta *El Conquistador del Fin del Mundo* saioak. Hala ere, gaztetxo askok ez du eman saio zehatz baten inguruko informaziorik: azaldu dute zein gaiez hitz egiten duten kuadrillan, ikus-entzunezkoekin zerikusia dutenak. Horrela bada, oro har kirolaren, musikaren eta umorearen inguruko ikus-entzunezkoek hitz egiten dute Gipuzkoako nerabeek.

86. taula. Gipuzkoako nerabeeek (12-16 urte) zertaz hitz egiten duten kuadrillan, aurrez aurreko elkarrizketetan (2011)		
Zertaz hitz egiten duzue laguntaldean?	Maiztasun absolutua	Maiztasun erlatiboa (%)
Kirolak	87	%12,6
<i>Física o Química</i>	83	%12,1
<i>Musikaren ingurukoak</i>	47	%6,8
<i>El Barco</i>	46	%6,7
<i>El Conquistador del Fin del Mundo</i>	38	%5,6
Denetik	34	%4,9
<i>Los Protegidos</i>	34	%4,9
Umorezkoak	33	%4,8
Telesailak	23	%3,4
<i>Tonterías las Justas</i>	20	%2,9
Beste batzuk	243	%35,3
GUZTIRA	688	%100

Iturria: lanketa

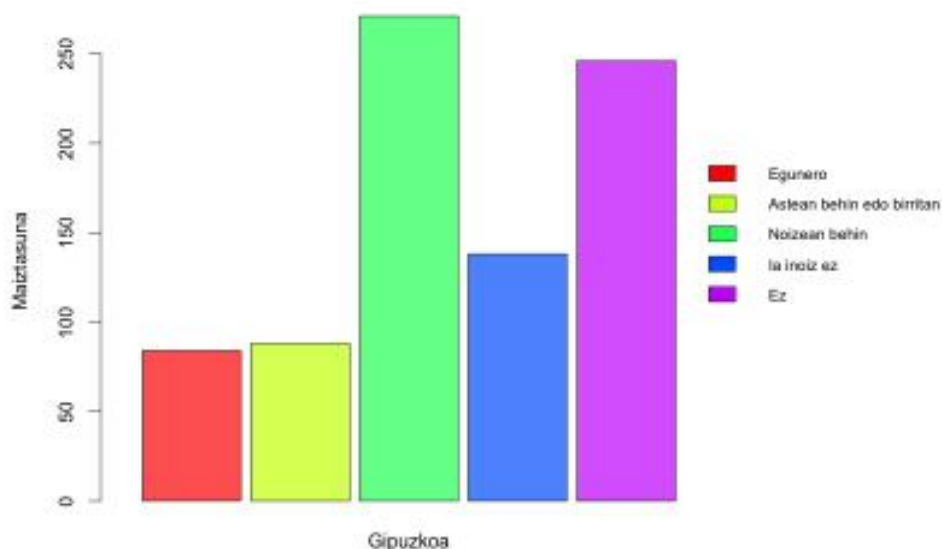
5.5.2 Ikus-entzunezkoak partekatzea Internet bidezko komunikazioan

Gipuzkoako gaztetxoek ez dituzte ikus-entzunezko asko partekatzen kuadrillan (ikus **24. grafikoa**), nahiz eta gehienek aipatu duten noizean behin partekatzen dituztela (%32,2). Hala eta guztiz ere, asko dira, halaber, aipatzen dutenak ez dutela inoiz ikus-entzunezkoarik partekatzen kuadrillan (%29,3), eta oso gutxi dira egunero (%10) edo astean behin edo birritan (%10,5) egiten dutenak.

Kasu honetan ere antzematen dira desberdintasunak eskualdeen artean ($\chi^2 = 101.417$, $ag = 30$, $p = 0.000$), eta aurrekoetan bezala, atentzia ematen dute Deba Garaian jasotako datuek; izan ere, Gipuzkoako batez bestekoarekin alderatuta, eskualde horretan bi bider gehiago dira aipatu dutenak egunero partekatzen dituztela ikus-entzunezkoak kuadrillan (%10 Gipuzkoan eta %21,1 Deba Garaian). Nabarmena da, era berean, Goierri partekatzea askoz txikiagoa dela,

Gipuzkoako datuekin alderatuta (Gipuzkoako nerabeen %29,3k ez dute inoiz ikus-entzunezko partekatzen lagun-taldean, eta %38,9koa da ehuneko Goierriren kasuan).

24. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen partekatzea lagun-taldean, Internet bidez (2011)



Iturria: lanketa propioa

Adin desberdinetan ere, era esanguratsuan aldatzen da interakzioa ($\chi^2 = 67.576$, $ag = 20$, $p = 0.000$); joera garbia ikusten da, gainera, adinean aurrera egin ahala, bideo-partekatzea hazi egiten baita lagun-taldean (ikus **87. taula**). Ulergarria da datu hau, konparatzen baldin bada nerabeen teknologia-ahalmenarekin; izan ere, eta aurreko lerroetan aipatu den bezala, adinean aurrera egin ahala, handituz doa gaztetxoek teknologia-ahalmena. Beraz, partekatzean badu zuzeneko eragina teknologiak, bai mahai gaineko ordenagailuaren kasuan ($\chi^2 = 28.036$, $ag = 16$, $p < 0.05$), baita ordenagailu eramangarriarenean ere ($\chi^2 = 34.588$, $ag = 16$, $p = 0.005$). Bideo gehiago partekatzen dituzte teknologia hori beraientzat bakarrik dutenak, besteekin alderatuz gero. Hala, egunero lagun-taldearekin bideoak partekatzen dituzten nerabeen %10a hazi egiten da %15,6ra mahai gaineko ordenagailua haienentzat bakarrik duten gaztetxoek kasuan, eta berdina, %15era ordenagailu eramangarri propioa dutenentzen kasuan. Alderantziz ere, bideoak sekula partekatzen ez dituzten nerabeen %29,3tik %39,3ra (mahai gaineko ordenagailurik ez dutenak) eta %37,3ra (ordenagailu eramangarririk ez dutenak) igotzen dira ehunekoak, kontuan hartzen baditugu bi teknologia horiek ez dituzten gaztetxoak.

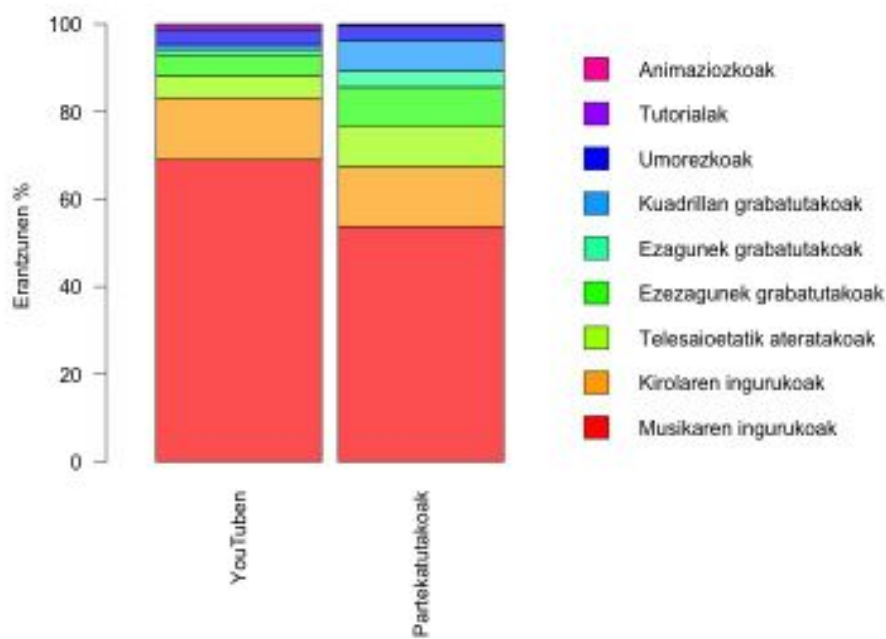
87. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) lagun-taldean ikus-entzunezkoen partekatzea, adinaren arabera (2011)						
Partekatzen duzue bideorik kuadrillan?	Adina					Gipuzkoan
	13 urte	14 urte	15 urte	16 urte	17 urte	
Bai, egunero	12 %6,4	30 %13,2	15 %7,2	22 %13,4	6 %12,8	85 %10,2
Bai, astean behin edo birritan	18 %9,6	20 %8,8	21 %10,0	21 %12,8	8 %17,0	88 %10,5
Bai, noizean behin	43 %22,9	67 %29,4	87 %41,6	53 %32,3	19 %40,4	269 %32,2
Ia inoiz ez	21 %11,2	42 %18,4	38 %18,2	29 %17,7	7 %14,9	137 %16,4
Inoiz ez	88 %46,8	67 %29,4	48 %23,0	35 %21,3	7 %14,9	245 %29,3
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	6 %3,1	2 %0,8	0 %0	4 %2,5	0 %0	12 %1,4
GUZTIRA	188 %100	228 %100	209 %100	164 %100	47 %100	836 %100

Iturria: lanketa propioa

Desberdintasun esanguratsua dago lagun-taldearen tamaina kontuan hartzen bada ($\chi^2 = 26.579$, $ag = 16$, $p < 0.05$); izan ere, eta normala den moduan, lagun-talde finkorik ez duten gatzetxoek nabarmen gutxiago partekatzen dituzte ikus-entzunezkoak lagun-taldean. Hala, bideoak sekula partekatzen ez dituzten nerabeen ehunekoa %29,7koa bada Gipuzkoan, ehuneko hori %50era igotzen da lagun-talde finkorik ez duten nerabeen kasuan. Horrez gain, desberdintasun txikiak antzematen diren arren, ez dago joera esanguratsurik.

Lagunartean partekatzen dituzten bideo-motei erreparatuz gero (**ikus 25. grafikoa**), berriz ere, musikaren inguruko bideoak dira arrakastatsuenak, nabarmen gainera (%53,9), eta ondoren kirolaren ingurukoak (%13,5). Partekatzen dituzten bideo-motak konparatzen badira Youtuben bakarka egiten den kontsumoarekin, baieztatu daiteke ez dagoela desberdintasun esanguratsurik bien artean, hots, ikus-entzunezko kontsumo indibiduala eta taldeko bideo-partekatzea beretsua dela.

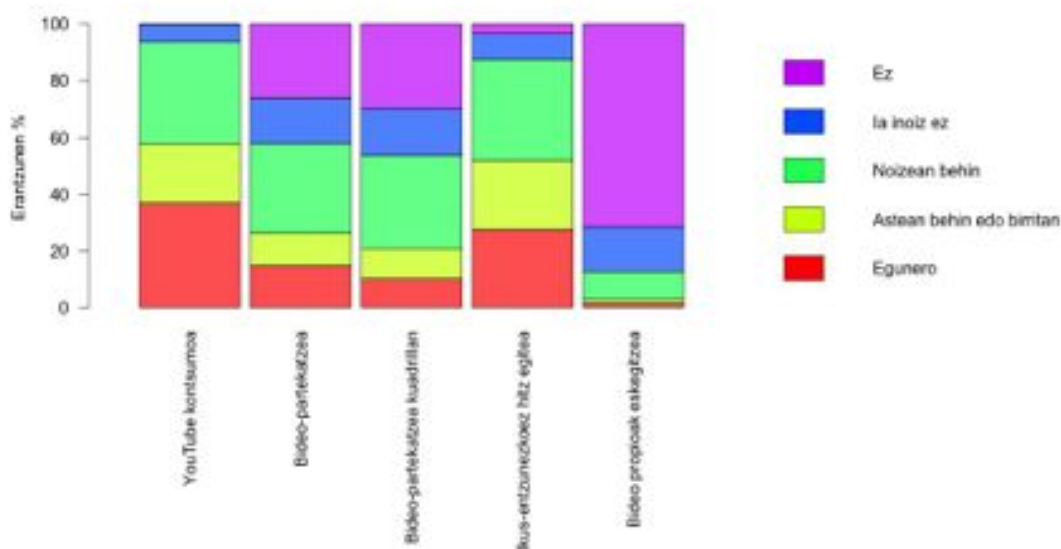
25. grafikoa. Gipuzkoako nerabeek (12-16 urte) lagun-taldean partekatzen dituzten bideo-motak, kontsumo indibidualarekin alderatuta (2011)



Iturria: lanketa propioa

Kapitularekin amaitzeko, ikus-entzunezkoen inguruko kontsumoaren, partekatzearen eta ekoizpenaren arteko harremanak laburbildu dira **23. grafikoan**, ikusteko, desberdintasun esanguratsuak daudela jardueren artean ($\chi^2 = 1795.842$, $ag = 16$, $p < 0.001$). Era horretan, grafikoak erakusten du Gipuzkoako nerabeak ikus-entzunezkoen kontsumitzaile handiak direla Youtube bezalako webguneetan. Horrekin batera, asko gustatzen zaie ikus-entzunezkoen inguruan hitz egitea lagunekin, aurrez aurreko komunikazioan. Hala ere, ez dituzte sarri partekatzen Internet bidez, nahiz eta prozedura hori ezezaguna izan ez gatzetxoentzat, askok aipatu baitute noizean behin igotzen dituztela bideoak beren sare sozial birtualetara (ikus **23. grafikoan** bideo-partekatzea), edo lagunaren artean partekatzen dituztela (ikus **26. grafikoan** bideo-partekatzea kuadrillan). Nerabeen ikus-entzunezko Interneterako ekoizpena, baina, oso apala da oraindik ere, gehienek aipatu baitute ez dutela inoiz burutu horrelakorik.

26. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumo-praktikak (2011)



Iturria: lanketa propioa

Laburbilduz, Gipuzkoako gaztetxoak abilak dira Internet bidezko ikus-entzunezko kontsumoan; izan ere, teknologia eskura dutenek ikusi eta partekatzen dituzte edukiak Sarean lagunekin. Hala ere, aurrez aurreko komunikazioak jarraitzen du interakzio- eta partekatze-bide arrakastatsuen izaten, lagunekin elkarrekin daudenean partekatzen dituzte-eta haien iritzi eta inpresioak ikus-entzunezkoekiko.

5.5.3 Ohiko telebista-kontsumoa eta lagun-taldea

Gipuzkoako gaztetxoek ikus-entzunezko saio gustukoenen inguruan hitz egin denean aipatu da nerabeen aukeraketa oso homogeneoa dela; aurreko kapituluetan landutako taula bergogoratzuz (ikus **55. taula**), aipatu diren 183 saio desberdinetatik 12rekin bakarrik azal daiteke Gipuzkoako nerabeen telebista-kontsumoaren erdia baino gehiago. Datu horrek, beraz, informazio esanguratsua ematen digu baieztatzen gaztetxoek saio-aukeraketa beretsua dela.

Kontsumo-patroi beretsuak izanik ere, eta aurreko kapituluaz aztertu bezala, ez diote garrantzirik ematen lagun-taldeari ikus-entzunezkoak aukeratzeko orduan, hots, ez dituztela ikus-entzunezkoak aukeratzeko lagunek ikusten dituztelako (%3,1ak baino ez dio kontrakoa), eta beraz, pentsa daiteke nerabeek egiten duten aukeraketa autonomoa dela. Beraz, jaso diren bi errealitate horiek nahiko kontrajarriak dira.

Horren harira, lagunek ikus-entzunezko aukeraketa indibidualean duten eraginaz jabetzen laguntzen du sakoneko elkarrizketetan batu den informazioak. Izan ere, 26 elkarrizketatutik 24k badakite zer ikusten duten haien lagunek ohiko telebistan; horietatik 13k, gainera, aipatu dute

haien lagun-taldean denek saio beretsuak ikusten dituztela ohiko telebistan. Honakoa da Anderren [D, M:2] kasua:

Ikertzailea: *Badakizu zure lagunek zer ikusten duten telebistan Ander?*

Ander: *Bai. Normalean ikusten dute baita ere El Conquistador del Fin del Mundo eta lagun bat amorratua da tenisari eta ikusten ditu Teledeporte eta horrelako gauzak. Baina, normalean, denok berdintsu ikusten dugu, eta gero komentatzen dugu.*

Ainhoak ere [D, N:5] ez du zalantzarik izan aitortzeko lagunek bere kontsumo bera egiten dutela:

Ikertzailea: *Eta badakizu zure kuadrillakoek zer ikusten duten?*

Ainhoa: *Nire berdina, zeren da egunero hitz egiten duguna, eta beraiek gehiago Física o Química eta programa horiek ere bai, baina nik ez. Tienes un Minuto-z asko hitz egiten dugu eta El Hormiguero-taz ere.*

Enekok [T, M:3] azaltzen duenez, lagun-taldean hitz egiten da ikus-entzunezkoen inguruan, eta beraz, ezagutzen ditu lagunaren gustuak, denak ere, beretsuak:

Ikertzailea: *Badakizu zure kuadrillan zer ikusten den telebistan?*

Eneko: *Física o Química, Los Protegidos, gauetan. Goenkale ere asko ikusten dute. Mujeres y Hombres y Viceversa ere bai.*

Ikertzailea: *Eta zelan dakizu hori ikusten dutela?*

Eneko: *Komentatzen dutelako elkarren artean.*

Gipuzkoako nerabeek, beraz, ezagutzen dute haien lagunek zer ikusten duten, eta baieztatzen dute, gainera, saio beretsuak ikusten dituztela denek. Galdetu diegu elkarrizketatuei ea uste duten lagun-taldeak eragina duen haien hautu pertsonalean, eta inkestan gertatu den bezala, 26 elkarrizketatutik seik bakarrik aitortu dute baietz. Eragin horren nolakotasuna beti dago lotuta aurrez aurre izaten dituzten elkarrizketekin, ikus-entzunezkoen inguruan. Gaztetxoek aitortzen dute garrantzitsua dela ikus-entzunezkoak ikustea, elkarrizketa horien parte izateko, eta baztertuta ez sentitzeko. Uxue [D, N:2] da eragina aitortu duen gaztetxoetako bat:

Ikertzailea: *Imajinatu zuk ez duzula ikusten saio bat; uste duzu kuadrillak horretaz hitz egiteak baduela eragina zuk hori ere ikusteko?*

Uxue: *Bai, ze bestela ez zara enteratzen ezertaz.*

Iratik [D, N:4] dioenez, kuadrillan ikus-entzunezkoen hitz egitea erabakigarria da, horien gaineko interesa pizteko eta kontsumitzeko:

Ikertzailea: *Uste al duzu eragina duela, adibidez, baldin badaude lagun batzuk bideo gehiago ikusten dituztenak Youtuben eta horretaz hitz egiten dutenak?*

Irati: *Igual batzuetan bai. Hainbeste errepikatu eta sortzen zaizu kuxkuxeo puntu bat ea nolakoa den eta, azkenean, bai, jotzen duzu ikustera zeri buruz den.*

Enekok ere [T, M:3] kuadrillan parte izateari ematen dio garrantzia, ikus-entzunezkoak dira-eta, beste batzuren artean, lagunekin partekatzen diren elementuetako batzuk. Taldearen parte izateak, beraz, ikus-entzunezko beretsuak partekatzea esan nahi du:

Ikertzailea: *Orduan Eneko, ez duzu uste lagunarteak eragina eduki ahal duenik zure aukeraketan?*

Eneko: *Igual pixka bat eduki dezake, baina ez zait iruditzen asko.*

Ikertzailea: *Pixka bat esaten duzunean zein zentzutan esan nahi duzu?*

Eneko: *Ez dakit, denek ikusten badute, zuk bakarrik ez, eta denbora guztian hortaz ari badira hizketan, pixka bat kanpora geratzen zara.*

Elkarrizketatu gehienek, ordea, esan dute ikus-entzunezkoen kontsumoan lagun-taldearen eragin zuzenik ez dagoela. Hala ere, modu batera edo bestera, aitortzen diote nolabaiteko eragina kuadrillari. Hona hemen Itsasok [UK, N:12] dioena:

Ikertzailea: *Esan didazu, beraz, egiten duzun aukeraketa nahiko libre dela, eta bakoitzak bere gustuak dauzkala?*

Itsaso: *Bai. Igual lagun batek esaten dizu "Kriston polita da, ikus ezazu" eta zuk ikusi egiten duzu, behintzat esaten dizulako polita dela. Baina gero igual ez zaizu gustatu eta ez duzu ikusten.*

Anderrek [D, M:2] Itsasoren antzera azaltzen du kontua:

Ikertzailea: *Orduan, uste duzu kuadrillan norbaiten iritziak garrantzi berezia izan dezakeela besteengan?*

Ander: *Ez, denak maila berdinean gaude eta denek iritzi berdina daukagu, baina batek komentatzen badu, besteak askotan joaten gara horra.*

Horrenbestez, nahiz eta aukeraketa autonomia dela baieztatzen duten, hor dago beti lagun-taldearen presentzia, gomendioak edo iradokizunak ematen ikus-entzunezko batzuk ala beste batzuk aukeratzeko. Lagun-taldean gertatzen den harreman horretan, gainera, aurrez aurreko komunikazioak du berebiziko garrantzia, Internet bidezko komunikazioak baino gehiago.

Gipuzkoako nerabeekin izandako elkarrizketetan hitz egin da, era berean, lagun-taldean gertatu ahal diren egoera gatazkatsuen inguruan. Ikusi da garrantzitsua dela nerabearentzat taldearen

ikus-entzunezko aukeraketak ezagutzea, elkarrizketetan parte hartu ahal izateko; horrekin lotuta, ezagutu nahi izan da ea gatazkarik sortzen den taldean partekatze elkarriketarik ez dutenean, ikus-entzunezkoen inguruan. Oro har, elkarrizketatuek ez diote garrantzirik ematen horri, elkarrizketetan bertan hitz egiten dutelako saioaren nondik norakoan inguruan, eta, beraz, ez da sekula gauzatzen nerabeek baztertuta geratzeko duten beldur hori. Leireren [BB, N:10] aipua argigarria da:

Ikertzailea: *Eta uste duzu gehienek ikusten duten saio bat ez ikusteak, izan dezakeela eraginik?*

Leire: *Egun batean gelditzen bagara, adibidez, nik ez dudala ikusten eta beste hainbat pertsonen ikusten dutela, agian hor bai ahal zarela sentitu pixka bat baztertuta, zeren, denek ikusten badute, agian bai ahal zara gelditu aparte, zeren ez dakizu zertaz ari diren hitz egiten. Baina normalean ez, zeren ikusten dutenek hitz egiten dute beraien artean, eta orduan ez dutenek ikusten beste edozein gauzaz hitz egin dezakete.*

Irati [D, N:4] ez da ikus-entzule handia, eta berak dioenez, ez da baztertuta sentitzen horiek ez kontsumitzeagatik, lagunek azaltzen dizkiotelako gertatutakoak:

Ikertzailea: *Eta nola sentitzen zara zu hasten direnean horren inguruan hitz egiten?*

Irati: *Ni, egia esan, ez naiz... Gehiago enteratzen naiz beraiek hitz egiten duten bitartean esateagatik: "Hau zer da?" "Hau da ez-dakit-zer, badakit-zer."*

Itsasoren [UK, N:12] lagun-taldean ere Iratirenean antzera gertatzen da:

Ikertzailea: *Eta zelan sentitzen zara zu hitz egiten dutenean saio horren inguruan? Zeren ez duzu ikusten, ezta?*

Itsaso: *Beno, igual nola pixka bat batzuetan ikusten dudana, galdetu egiten dut: "Eta hori nola, ba? Hori pasatzeko zer pasa da?" Eta beraiek niri esplikatu egiten didate.*

Lagun-taldeko botere-harremanen inguruan hitz egin ahal izan da hamar elkarrizketarekin, eta galdetu zaie ea lagun-taldeko norbaiten iritziak baduen bereziki garrantzirik kuadrillan, beste batzuenak baino gehiago. Bost elkarrizketatuk aitortu dute badaudela botere-harreman begi-bistakoak kuadrillan, baina ikus-entzunezkoen aukeraketan horrek ez duela bereziki eraginik. Era honetan mintzo da Leire [BB, N:10]:

Ikertzailea: *Uste duzu pertsona baten edo batzuen iritziak garrantzi berezia izan dezakeela momentu batzuetan?*

Leire: *Agian bai. Nik uste dut lagun batzuek esaten badute zerbait beste batzuek pentsatzen dutela dela inportanteagoa beraiek esaten dutena beste edozein kuadrillakoak esaten duena baino.*

Ikertzailea: *Eta buruan daukazun pertsona horiek, imajinatu, saio bat ikusten hasten direla. Horrek zein eragin dauka besteengan?*

Leire: *Nik uste dut baten batek ere ikusiko zuela beraiek ikusten dutelako, baina denek ez. Nik uste dut gehienek ez dutela ikusiko; ez badutela nahi beraiek, ez dutela ikusiko.*

Gipuzkoako nerabeek, beraz, ikus-entzunezkoetan kontsumitzen dituzten edukien ingurukoak partekatu egiten dituzte kuadrillan, eta horrek eragiten du, modu batera edo bestera, ikus-entzunezko horiek kontsumitzea. Lagun-taldean gertatzen den partekatzearen ondorioz, kuadrilletan ikusten diren edukiak beretsuak izaten dira.

5.5.4 Interneteko bideo-kontsumoa eta lagun-taldea

Gipuzkoako gaztetxoek Interneteko ikus-entzunezko kontsumoa era sakonagoan ezagutzeko, arreta jarri zaio, berriz ere, lagun-taldeari, jakiteko ea harremanik dagoen gaztetxoek bakarka egiten duten aukeraketaren eta lagun-taldearen aukeraketaren artean. Hori argitze aldera, sakoneko elkarrizketetan jasotako informazioa batu da, 26 elkarrizketatuei galdetu baitzaie ea ezagutzen duten lagunen Interneteko ikus-entzunezko kontsumoa; horiek horrela, aurreko erretean azaldu bezala, 18 pertsonak esan dute lagun-taldeko denek antzeko erabilera ematen diotela Interneti.

Lagun-taldeak duen esangura baieztatzen dute ondorengo aipuek; izan ere, Internet bidez ikusten diren bideoetan lagunek gomendatutako horiek dute berebiziko garrantzia. Hona hemen Anderren [D, M:2] kasua:

Ikertzailea: *Esan duzu ordenagailuan bideoak ikusten dituzula. Zenbatetan sartzen zara bideoak ikustera?*

Ander: *Ez dakit, lagunen batek ikastolan esaten badit: "Gaur ikusi dut bideo bat kriston barregura eman didana! Ikusi behar duzu!" Horrelakoetan sartu egiten naiz, baina, bestela, nik nire kabuz bideoak baino gehiago jartzen dut musika.*

Sarak [G, N:8] Anderren antzera azaltzen du kontua:

Ikertzailea: *Eta bideoak ikusteko badaukazu ohitura, ordenagailuan?*

Sara: *Gutxi.*

Ikertzailea: *Zenbat da gutxi? Astean behin...?*

Sara: *Abesti berriren bat esaten badidate ikusten dut edo entzuten dut.*

Ikertzailea: *Nork esaten dizu?*

Sara: *Lagunek.*

Ikertzailea: *Lagunek komentatzen dute abesti berri bat atera dela?*

Sara: *Bai, eta polita dela-eta ikusi egiten dut*

Aitorrek [DB, M:10] ere zalantza barik dio, lagunek esanda aukeratzen dituela Youtubeko bideoak:

Ikertzailea: *Non ikusten dituzu bideoak?*

Aitor: *Youtuben eta horrela gehiago.*

Ikertzailea: *Eta zein bideo-mota ikusten duzu Youtuben?*

Aitor: *Denetatik. Txorradak eta futbola ere bai.*

Ikertzailea: *Eta zelan bilatzen dituzu bideo horiek Youtuben?*

Aitor: *Igual lagun batek esanda: "Ipini hau eta ikusi."*

Elkarrizketetan esandakoak ikusita, baieztatu daiteke lagun-taldearen eragina presente dagoela Youtube edo antzeko plataformetan bideoak aukeratzeko orduan, ohiko telebistan baino presentetago.

5.5.5 Ikus-entzunezkoen eragina lagun-taldearen izaeran

Aurreko lerroetan aipatu den bezala, galdetegiaren E atalean (ikus **2. eranskina**) zerrendatu dira hainbat baieztapen, eta horiekin analisi faktoriala burutu da (*varimax rotation*, KMO = 0.805); hala, hiru faktorek azaltzen dute bariantzaren %56,1. Lehenengo faktorea aurreko kapituluari aipatu da; hiru baieztapenek osatzen dute faktore hori, 'Ikus-entzunezkoen balorazio orokorra' izendatutako faktorea berau (bariantzaren %18,0 azaltzen du); hiru baieztapenek ere, ikus-entzunezkoak ikusteko motibazioei egiten diete erreferentzia, eta oro har, gaztetxoek adostasun-maila altua da baieztapen horiekiko (ikus **84. taula**).

Bigarren faktore bat osatuko lukete 'bakarkako ikus-entzunezko kontsumoaren eta lagun-taldekoaren arteko harremana' azaltzen dutenek (bariantzaren %16,8 azaltzen du faktore honek). Hiru baieztapenek osatuko lukete faktore hori (ikus **88. taula**), eta hiruretan ere, desadostasuna erakutsi dute nerabeek. Horrela bada, faktore honek azaltzen duen errealitatea nahiko kontraesankorra da: batetik, gaztetxoek aitortzen dute garrantzitsua dela talde-izaera ikus-entzunezko kontsumoari dagokionez, esaten dutenean ez daudela ados baieztapen honekin: "Ikus-entzunezkoak bakarrik ikustea gustatzen zait eta ez dut esperientzia inorekin partekatu nahi". Bestetik, halaber, aipatzen dute taldeko ikus-entzunezko hautuak ez duela eraginik haien hautu indibidualean; izan ere, ez dute taldearen eraginik sentitzen ikus-entzunezkoak aukeratu behar dituztenean, eta ez dute uste inor baztertzeko denik taldeko ereduari jarraitzen ez diolako. Beraz, kontraesana agerikoa da, esaten dutelako ikus-

entzunezkoen ingurukoak partekatzea gustuko dutela, baina partekatze horrek ez duela inolako eraginik.

88. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) baieztapen batzuei buruzko iritziak (2011): bakarkako ikus-entzunezko kontsumoaren eta lagun-taldekoaren arteko harremana

	Ikus-entzunezkoak bakarrrik ikustea gustatzen zait eta ez dut esperientzia inorekin partekatu nahi ($\beta=0.750$)	Lagunekin hitz egindakoak eragina dauka nire ikus-entzunezko hautuan ($\beta=0.431$)	Ikus-entzunezkoak ikusten ez dituenaz baztertuta sentitzen da lagun-taldean ($\beta=0.691$)
Erabat ados	22 %2,6	33 %3,9	27 %3,2
Ados	42 %5,0	150 %17,9	25 %3,0
Nahiko ados	88 %10,5	235 %28,0	54 %6,4
Ez oso ados	264 %31,5	223 %26,6	147 %17,5
Batere ados	407 %48,5	178 %21,2	568 %67,7
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	16 %1,9	20 %2,4	18 %2,2
GUZTIRA	839 %100	839 %100	839 %100

Iturria: lanketa propioa

Hirugarren faktore batean multzokatuko lirateke azken lau baieztapenak, hitz egiten dutenak 'ikus-entzunezko edukietan ikusten dutenaren inguruan, eta horrek lagun-taldean duen eraginaren inguruan' (bariantzaren %21,3 azaltzen du faktore honek). Orokorrean, aurreko faktorean bezala, baieztapenekiko desadostasuna erakutsi dute gaztetxoek (ikus **89. taula**). Oso desadostasun handia agertu dute ikus-entzunezkoek janzkeran eta pentsaeran duten eragina aipatu zaienean; adostasun-maila handiagoa erakutsi dute, ordea, ikus-entzunezkoek gustu musikaletan eta hizkuntza-hautuan duten eragina aitortzerakoan. Hala ere, esan bezala, desadostasuna da nagusi, eta beraz, nerabeak oro har ez daude ados baieztatzerakoan ikus-entzunezkoek eragina dutela haien lagun-taldearen egunerokotasunean.

89. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) baieztapen batzuei buruzko iritziak (2011): ikus-entzunezko edukietan ikusten dutenaren, eta horrek lagun-taldean duen eraginaren inguruan

	Ikus-entzunezkoetan ikusten ditugun pertsonaien itxurak eragina du lagun-taldearen janzkeran ($\beta=0.570$)	Ikus-entzunezkoetan ikusten dugunak eragina du lagun-taldearen gustu musikaletan ($\beta=0.687$)	Ikus-entzunezkoetan ikusten dugunak eragina du lagun-taldearen pentsaeran eta jarreran ($\beta=0.783$)	Ikus-entzunezkoetan erabiltzen den hizkuntzak eragina du lagun-taldearen hizkuntza-hautuan ($\beta=0.729$)
Erabat ados	25 %3,0	58 %6,9	31 %3,7	53 %6,3
Ados	45 %5,4	120 %14,3	55 %6,6	94 %11,3
Nahiko ados	132 %15,7	221 %26,3	162 %19,3	188 %22,4
Ez oso ados	218 %26,0	218 %26,0	268 %31,9	211 %25,1
Batere ados	403 %48,0	205 %24,5	314 %37,4	288 %34,3
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	16 %1,9	17 %2,0	9 %1,1	5 %0,6
GUZTIRA	839 %100	839 %100	839 %100	839 %100

Iturria: lanketa propioa

Sakoneko elkarrizketetan, ikerketaren fase kuantitatiboan gertatu den bezala, gehienek baieztatu dute ikus-entzunezkoetako edukiak ez duela kuadrillan eraginik; sei lagunek bakarrik azaldu dute ikus-entzunezkoetan ikusten dituztenek badutela nola-halako eragina haiengan eta haien lagun-taldean. Horiek horrela, sei gaztetxoetako gehienek aipatu dute telebistan agertzen diren pertsonaien janzkera gustuko dutela, Uxuek [D, N:2] azaltzen duen moduan:

Ikertzailea: *Imajinatu Priscilaren janzkera gustatzen zaizula. Oso neskatila txikia da, baina beno, imajinatu. Eta, orduan, Priscilaren janzkera gustatzen zaizulako uste*

duzu zu ere antzera jantziko zinatekeela?

Uxue: *Ez. Gustatzen zait, baina ez naiz berdin janzten.*

Ikertzailea: *Uste duzu, orduan, telebistan ikusten duzun modak ez duela eragina zuregan?*

Uxue: *Hombre, bai, badauka, modara doazelako.*

Beste gaztetxo batzuek erreferentzia egiten diote musika-estilo bakoitzaren atzean dagoen modari [D, N:4]:

Ikertzailea: *Amaitzeko, gustatuko litzaidake pentsatzea pixkatxo bat ea zuk uste duzun telebistan ikusten dituzun edukiek eragina izan dezaketela zure janzteko eran, edo zure portaeran, edo baliteke umore-estilo bat agertzea telebistan edo txiste batzuk eta zuri hori gustatzea.*

Irati: *Ez dakit, igual bai, ez? Ikusten duzunarekin ez, baina musika-taldeekin, igual heavyak, musika heavya entzuten dutenak beste modu batera janzten dira. Telesailekin nik ez dut notatu. Badaude batzuk gure lagun-taldean heavyak direnak, beste batzuk pijoagoak. Baditugu gure gauzak katalogatuak, baina gehiago musikarekin zerikusia dutenak.*

Ikertzailea: *Eta ez duzu uste, adibidez, arropa gustatze hori etorri ahal dela telebistan jantzita doazen moduagatik?*

Irati: *Badaude batzuetan telesailetan, esan dizudan bezala, Física o Química... Badaude batzuk esaten duzuna: "Hori gustatzen zait nola janzten den. Begira ze polita, hau da berdina" eta probatzen duzu. Orain gogoeta egiten duzu eta batzuetan bai, ez? Horrelakoak batez ere gazteak ikusten dituzunean, zure antzekotasun hori bilatzen duzulako.*

Aurreko lerroetan azaldu den moduan, pertsonaia gazteek errepresentatzen dituzten egoerekin identifikatzen dira gaztetxoak, eta egoera horiekin ikasten eta hausnartzen dute eragiten dieten gaien inguruan, Itsasok [UK, N:12] aipatzen duen moduan:

Itsaso: *Adibidez, Física o Químican, ateratzen zen.... Reflejatzen zen ere bai gu nolakoak garen, zeren zu zaude laugarren DBHn eta igual neska bat bulimika zela, beste batek porroak erretzen zituela... Dena horrela zen, eta zu asko errelejatzen zinen ea bera nola ikusten zen. Eta gero ere bai egiten zuen: "Hori ez da egin behar edo txarra dela." Igual zuk ere bai pentsatzen duzu: "Jesus, ez da horrenbesterako..." Zuk ere errekapazitatu egiten zenuen hori ikusita.*

Pertsonaia famatuekin jarraituz, Julenek [D, M:6] futbolarien eraginaz hitz egiten du:

Ikertzailea: *uste duzu zure lagunak janzten direla haien moduan?*

Julen: *Bai, uste dut baietz. Ez dituzte eramaten 'exactamente' berdinak, baina, telebistan hasten direnean agertzen arropa horiek justu, beraiek eramaten dituzte. Adibidez, praka motzak, gero DCko zapatila horiek, kamiseta bat alkandora batekin gainetik eta horrela.*

Ikertzailea: *Eta horiek telebistan agertzen dira?*

Julen: *Bai.*

Ikertzailea: *Eta uste duzu telebistan agertzen delako janzten direla horrela?*

Julen: *Bai, uste dut baietz.*

Danelek [UK, M:8] ere, Julenen antzera hitz egiten du:

Ikertzailea: *Uste duzu eragina izan ahal duela modu batera edo bestera zure izateko moduan ikusten duzunak telebistan, edo pertsonaiak zelan janzten diren, edo zein umore daukaten...?*

Danel: *Beno, bai, gustatzen zait hori ere bai. Niri jugadoreak Cristiano Ronaldo eta horiek... Madrilekoa naiz; Barça ez zait asko gustatzen. Eta ni ere bai futbolean aritzen naiz eta gustatzen zait nola jolasten duten.*

Nerabeei, beraz, zuzenean galdetzen zaienean ea uste duten ikus-entzunezkoek eragina dutela haien izaeran, janzkeran, musika-gustuetan... ezetz esatea da haien lehenengo jarrera. Hala ere, auzia beste era batera planteatzerakoan, gaztetxo batzuek aitortzen dute ikus-entzunezkoek izan dezaketela eragina haien egunerokotasunean.

5.6 Badago harremanik generoaren eta ikus-entzunezko kontsumoaren izaeraren artean?

Azpiatal honen helburua da ikus-entzunezkoen digitalizazioan nerabeek burutzen duten kontsumoa genero ikuspegitik aztertzea. Genero-ikuspegiak ikerketaren ardatz nagusia osatzen ez duen arren, ez ditugu alde batera utzi izan nahi neska eta mutilen artean dauden desberdintasunak, ikus-entzunezkoen erabilerari dagokionez. Genero-ikuspegiaren izaera zeharkakoa kontuan izanik, ikerketa-galdera nagusien arabera ordenatu da azpiatala, aztertzeo aurreko lerroetako emaitzak nola aldatzen diren neska eta mutilen kasuan. Horrela, bada, aisialdiaren eta teknologia-ahalmenaren inguruko datuak eman ondoren, lehenik eta behin, zein ikus-entzunezko aukeratzeko dituzten aztertuko da, bai ohiko telebistan, baita Interneten ere. Bigarrenez, landuko da ea ikus-entzunezko kontsumo-ohiturak aldatzen diren generoen artean. Hirugarrenez, ikus-entzunezkoak kontsumitzeko motibazioen inguruan hitz egingo da, aztertzeo nola aldatzen diren neska eta mutilen artean. Amaitzeko, neska eta mutilen lagun-taldeez eta haien ikus-entzunezkoen aukerez jardungo gara.

Neska eta mutilen aisialdia aztertzerakoan (ikus **90. taula**), desberdintasun esanguratsuak antzeman daitezke, bai aste barruan ($\chi^2 = 1698.008$, $ag = 10$, $p < 0.001$) eta baita asteburuan ere ($\chi^2 = 2831.577$, $ag = 10$, $p < 0.001$). Nabarmen da desberdina nesken eta mutilen kirola egiteko zaletasuna, mutilek praktikatzeko baitute askoz gehiago neskek baino. Kontrara, neskek musikarekiko zaletasun handiagoa dute, baita lagunekin egoteko ere. Telebistaren kontsumoa, ordea, era beretsuan banatzen da neska zein mutiletan.

Teknologia-ahalmenari dagokionez, oro har, neskek eta mutilek duten teknologia-ahalmena beretsua da; hala ere, argazki-kamerari dagokionez desberdintasun esanguratsuak daude ($\chi^2 = 72.308$, $ag = 4$, $p = 0.000$), mutilena halako bi baita argazki-kamera propioa duten nesken kopurua (ikus **27 grafikoa**).

90. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) aisialdiko ekintza arrakastatsuenak generoaren arabera, aste barruan zein asteburuan (2011)				
Aisialdiko ekintza	Neska		Mutila	
	Aste barruan	Asteburuan	Aste barruan	Asteburuan
Kirola egin	%22,0	%15,7	%32,4	%28,8
Lagunekin egon	%20,7	%30,8	%19,6	%28,0
Telebista ikusi	%18,3	%21,6	%19,7	%22,0
Musika entzun	%19,4	%20,7	%13,4	%12,3
Beste batzuk	%19,6	%11,2	%14,9	%8,9
GUZTIRA	%100	%100	%100	%100

Iturria: lanketa propioa

27 grafikoa: Argazki-kameraren eskuragarritasuna, generoaren arabera

*Iturria: lanketa propioa*

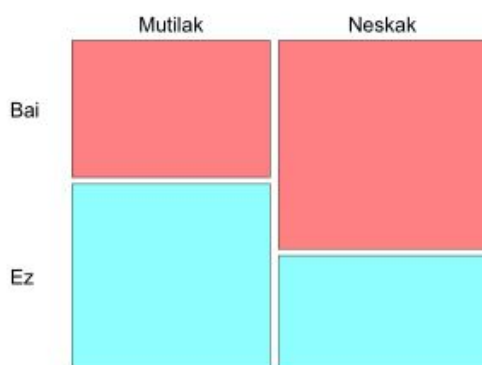
Pentsa genezake, beraz, neskek mutilek baino argazki gehiago ateratzen eta partekatzen dituztela lagun-taldean, beste teknologia batzuekin gertatu den bezala, ahalmenak era zuzenean eragiten baitu erabileran; horiek horrela, neskek argazki-kamera eskuragarriago dutenez, erabilera ere handiagoa egingo dute.

5.6.1 Ikus-entzunezko kontsumoa generoaren arabera

Ohiko telebistako edukiak aukeratzeko orduan, oso esanguratsua da neskek eta mutilek saio desberdinak ikusten dituztela ($\chi^2 = 403.476$, $ag = 140$, $p = 0.000$); gaztetxoek aipatu duten lehenengo aukera kontuan hartuta, **91. taulan** zerrendatu dira saio arrakastatsuenak, eta generoaren araberrako audientzia. Era horretan, saio arrakastatsuen audientzia oso homogeneoa da, generoa kontuan hartzen bada, neskak eta mutilak oso multzokatuta baitaude saio desberdinetan. Bereziki esanguratsua da telesailen kasuan, ikusle gehienak neskak baitira, eta *Mujeres y Hombres y Viceversa dating show*-ean ere neskak dira ikusle gehienak. Azken saio horri gagozkiola, inkestan ez bezala, sakoneko elkarrizketetan neskak zein mutilek era beretsuan hitz egin dute saioaren inguruan, hau da, neskek zein mutilek dutela gustuko saioa. Kirol-saioen kasuan, ordea, mutilak dira ikusle fidelenak. Umorezko telesail eta *infoshow*-etan, eta *El Conquistador del Fin del Mundo* saioan, ordea, ez dago generoen arteko desberdintasun nabarmenik.

Desberdintasunak antzematen dira, halaber, ohiko telebista ikusteko Internetera jotzen dutenean ($\chi^2 = 41.388$, $ag = 2$, $p = 0.000$). Nabarmena da neskek gehiago jotzen dutela Internetera ohiko telebista saioak ikustera: nesken %61,4k aipatu du ikusten dituela gustuko telebista-saioak Interneten, eta mutilen kasuan, ordea, %38,6k bakarrik aipatu du erabiltzen duela Internet ohiko telebistako saioak ikusteko (ikus **28. grafikoa**).

28. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ohiko telebista-kontsumoa Interneten, generoaren arabera (2011)



Iturria: lanketa propioa

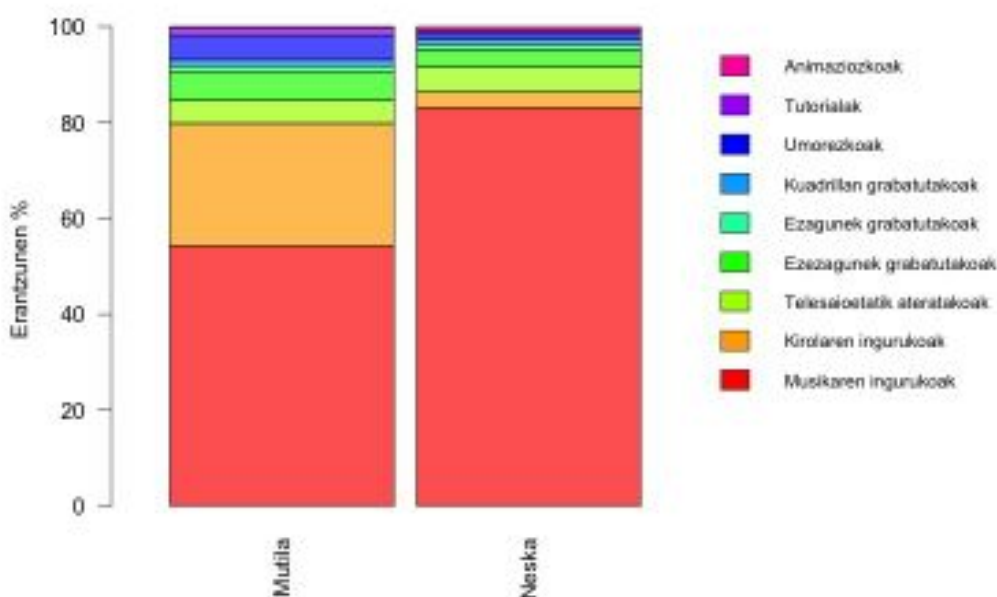
91. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) telebista-saio arrakastatsuenak, generoaren arabera (2011)			
Telesaio arrakastatsuenak	Generoa		GUZTIRA
	Neska	Mutila	
<i>Física o Química</i>	58 %78,4	16 %21,6	74 %100
<i>Los Simpson</i>	24 %41,4	34 %58,6	58 %100
<i>El Barco</i>	47 %94,0	3 %6,0	50 %100
<i>Los Protegidos</i>	38 %86,4	6 %13,6	44 %100
<i>La que se Avecina</i>	10 %33,3	20 %66,7	30 %100
<i>El Hormiguero</i>	12 %48,0	13 %52,0	25 %100
<i>Tonterías las Justas</i>	9 %47,4	10 %52,6	19 %100
<i>Mujeres y Hombres y Viceversa</i>	19 %90,5	2 %9,5	21 %100
<i>Deportes Cuatro</i>	3 %20,0	12 %80,0	15 %100
<i>El Conquistador del Fin del Mundo</i>	9 %50,0	9 %50,0	18 %100
<i>Padre Made in USA</i>	5 %21,7	18 %78,3	23 %100
<i>Cómo Conocí a Vuestra Madre</i>	5 %41,7	7 %58,3	12 %100

Iturria: Ianketa propioa

Telebistaren euskarrian gertatzen den era beretsuan, Interneten ohiko saioak ikusten dituzten neskek eta mutilek oso saio desberdinak aukeratzen dituzte ($\chi^2 = 260.338$, $ag = 127$, $p = 0.000$). Horrela bada, saio arrakastatsuenak aztertuz gero, *Física o Química* saioari dagokionez, beronen ikusleen %83,2 neskek dira Interneten, *El Barco* saioaren ikusleen %74,2 ere neskek dira eta %84 dira sexu horretako ikusleak *Los Protegidos*-en kasuan. Eta alderantziz, %85,2 dira mutilak aipatu dutenak kirolaren ingurukoak ikusten dituztela Interneten, zehaztu barik telebistaren izena.

Neskek zein mutilek, bestalde, aipatu dute Youtuben bideoak ikusten dituztela, eta tankera horretako plataformetan burutzen duten kontsumo-denboran ez dago desberdintasunik generoen artean. Hala ere, alde nabarmenak daude galdetzen diegunean zein bideo-mota ikusten duten Youtuben ($\chi^2 = 10791.93$, $ag = 8$, $p < 0.001$). **29. grafikoak** erakusten duen moduan, neskek (%83,0), mutilek baino (%54,2) nahiago dituzte musikaren inguruko bideoak; eta mutilek, era berean, nahiago dituzte kirolaren ingurukoak (%25,7), neskekin alderatuta (%3,3). Umorezko bideoak ere mutilek dituzte gustukoago (%5,1), nesken aldean (%1,4). Beste bideo-motei dagokienez, ez dago desberdintasun esanguratsurik.

29. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) Interneteko bideo-mota gustukoak, generoaren arabera (2011)



Iturria: lanketa propioa

Datuak aztertuta, baieztatu dezakegu neskek eta mutilek oso desberdinetan bizi direla ikus-entzunezko kontsumoari dagokionez; bereizketa oso nabaria da ohiko telesaiotetan, eta Internet bidezko kontsumoan xumeagoa den arren, hor ere argiak dira ezberdintasunak.

5.6.2 Ikus-entzunezko kontsumo-ohiturak, generoaren arabera

Neskek zein mutilek denbora beretsua igarotzen dute ikus-entzunezkoak kontsumitzen, eta batzuk zein besteek berdin aukeratzen dute zein euskarritan eta norekin kontsumitu nahi dituzten ikus-entzunezkoak; beraz, ez dago desberdintasun esanguratsurik. Gaztetxoen *prosumer* profilari dagokionez ere, ez dago desberdintasun esanguratsurik neska eta mutilen artean bideoak partekatzerako orduan; hau da, neskek zein mutilek antzera partekatzen dituztela ikus-entzunezkoak sare sozial birtualetan. Bideo propioak ekoizterakoan eta Internetera igotzerakoan ere, ez da nabari ezberdintasunik.

Hedabide desberdinak aldi berean erabiltzerakoan, ordea, desberdintasun esanguratsuak daude ($\chi^2 = 16.432$, $ag = 2$, $p = 0.000$). **92. taulak** argi erakusten du mutilekin alderatuta, neska gehiago aritzen direla ordenagailuan telebista ikusi bitartean.

92. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) media multitasking-a, generoaren arabera (2011)			
Aritzen al zara ordenagailuan, telebista ikusi bitartean?	Generoa		GUZTIRA
	Neska	Mutila	
Bai	248 %56,8	189 %43,2	437 %100
Ez	176 %44,4	220 %55,6	396 %100
Gipuzkoan	428 %51,1	409 %48,9	837 %100

Iturria: lanketa propioa

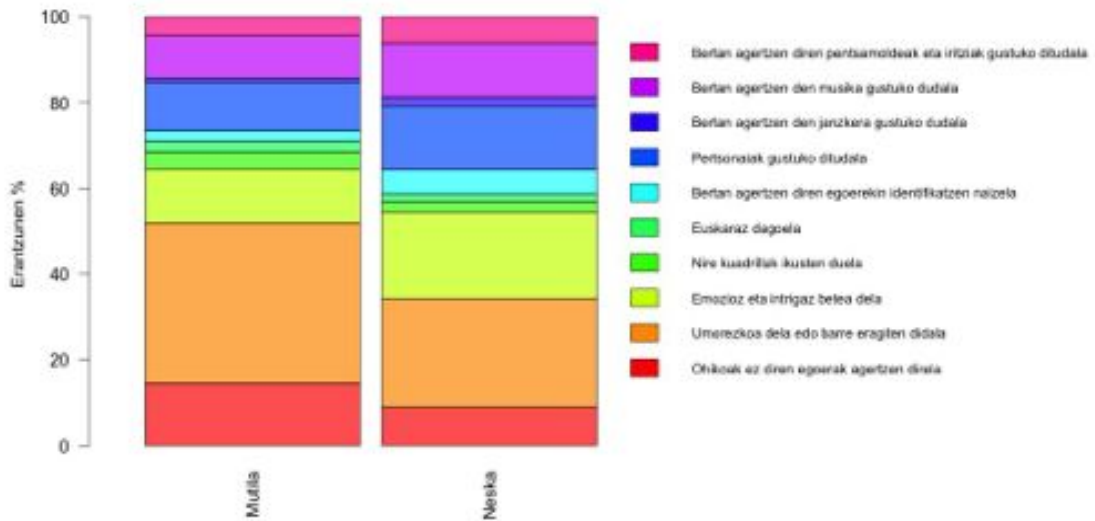
Gaztetxoen *multitasking* izaera, beraz, ohikoagoa da nesketan, mutiletan baino.

5.6.3 Ikus-entzunezko motibazioak, generoaren arabera

Ikus-entzunezkoak aukeratzeko orduan desberdintasun esanguratsuak daude nesken eta mutilen artean ($\chi^2 = 3518.89$, $df = 9$, $P < 0.001$). Umoreak berebiziko garrantzia du Gipuzkoako gaztetxoengan (ikus **30. grafikoa**), motibazio hori baita errepikatuena nesketan (%25,4) zein mutiletan (%37,4), azken horientzat garrantzi handiagoa duen arren. Umoreaz gain, neskek

gustuko dituzte emoziodun eta intrigadun ikus-entzunezkoak (%20,1), eta baita pertsonaiak ere (%14,9). Mutilen kasuan, ohikoak ez diren egoerak agertzea dute gustuko (%14,5) eta baita emozioa eta intriga ere (%12,7). Neska zein mutilentzat ez da garrantzitsua kontsumitzen dituzten ikus-entzunezkoak haien lagunek ere ikusten dituztela jakitea (mutilen %3,9 eta nesken %2,4k baino ez dio hori), ezta ikus-entzunezkoak euskaraz izatea ere (mutilen %2,5 eta nesken %1,9).

30. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16) motibazioak ikus-entzunezkoak kontsumitzeko, generoaren arabera

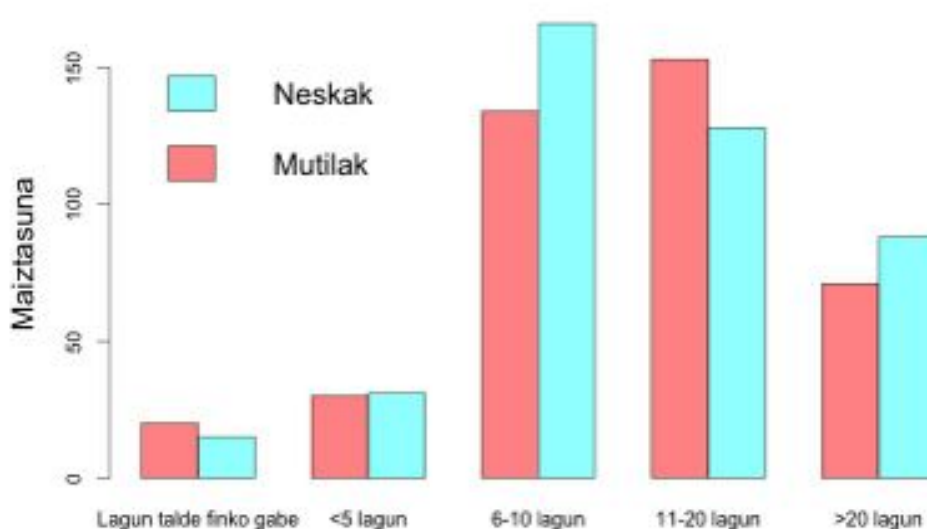


Iturria: lanketa propioa

5.6.4 Neska eta mutilen lagun-taldeak eta ikus-entzunezko kontsumoa

Neska eta mutilen lagun-taldeak aztertuz gero, ez dago ezberdintasun esanguratsurik lagun-taldeen tamainan, nahiz eta **31. grafikoan** antzematen den neskek talde txikiagoak dituztela mutilek baino.

31. grafikoa. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) lagun-taldeen tamaina, generoaren arabera (2011)



Iturria: lanketa propioa

Aztertu da generoen artean badagoen desberdintasunik ikus-entzunezkoak partekatzerako orduan, eta ez da antzeman alderik bideoak Internet bidez partekatzerako orduan, ezta ikus-entzunezkoek aurrez aurre hitz egiterakoan. Ikus-entzunezkoek lagun-taldean duten eraginaz hitz egiterakoan ere ez da desberdintasun esanguratsurik aurkitu neska eta mutilen artean.

Laburbilduz, ondoriozta daiteke nahiz eta kontsumitzen dituzten edukiak izaera desberdinekoak izan, neska eta mutil taldeen dinamikak antzekoak direla ikus-entzunezkoen inguruan, bai horiez hitz egiterako eta berauek partekatzerako orduan, eta baita horien eraginaren inguruan berba egiterakoan ere. Neska gehiagok dute joera euskarri desberdinak aldi berean erabiltzeko, baina *prosumer* profila aztertzerakoan, neskak zein mutilak, era beretsuan, ekoizle txikiak dira.

5.7 Badago harremanik ikus-entzunezko kontsumoaren eta lagun-taldearen hizkuntza-portaeraren artean?

Gipuzkoako gaztetxoek ikus-entzunezko kontsumoan euskarazko produktuek duten presentzia aztertzea da azpiatal honen helburua. Horretarako, lehenik eta behin, nerabeen hizkuntza-profilaren eta hizkuntza-erabileraren gaineko datuak emango dira. Behin horiek ezagututa, aztertuko da euskaraz zein toki betetzen duen gaztetxoek aisialdian, hauek ikus-entzunezkoekin aritzen direnean; besteak beste, ohiko telebistan ikusten dituzten saioak izendatuko dira, eta ondoren, gaztetxoek iritziak batuko dira, euskarazko ikus-entzunezko horien ingurukoak. Amaitzeko, euskaraz Interneteko bideoetan zein presentzia duen aztertuko da..

5.7.1 Ikus-entzunezko kontsumoa hizkuntza-profilaren eta hizkuntza-erabileraren arabera

Gipuzkoako gaztetxoek ikus-entzunezko kontsumoaren nolakotasunean ez dago desberdintasunik, hizkuntza-profila eta hizkuntza-erabilera kontuan hartzen badira. Esan nahi da, hizkuntzaren ezagutza eta erabilera dena delakoa izanda ere, eduki beretsuak kontsumitzen dituztela nerabeek, bai telebistan, bai ordenagailu eta euskarri mugikorretan.

Horrez gain, ikus-entzunezko kontsumo-ohituretan ere ez dago desberdintasunik Gipuzkoako hizkuntza-eremu desberdinetan, eta, beraz, baieztatu daitezke hizkuntza-profila eta hizkuntza-erabilera ez direla erabakigarriak ikus-entzunezko kontsumoaren nolakotasunean.

5.7.2 Euskarazko ikus-entzunezkoen kontsumoa ohiko telebistan

Gipuzkoako nerabeen ohiko telebistako saio gustukoak aztertzerakoan, azpimarratzekoa da ez dela euskarazko saiorik aipatu arrakastatsuen artean, ez euskarazko kate autonomikoarenak, ezta tokiko telebistenak ere. Bai, ordea, aipatu da ETB-2 kateko *El Conquistador del Fin del Mundo reality-a*, arrakastatsuen artean; Globomediak ekoizten duen saio hori oso arrakastatsua da Gipuzkoako nerabeen artean, baina gaztelaniaz ekoizten dute saioa ETBentzat.

Ohiko telebistako euskarazko saio aipatuak izan dira *Goenkale* eta *Finlandia*, biak ere, ETB-1 telebista-katean programatzen direnak.

-**Goenkale** euskarazko *soap opera* da eta Pausokak ekoizten du EITBrentzat. Ikerketa egin zen momentuan astelehen eta astearteetan botatzen zuten, *prime-time* ordutegian. *Goenkale* Arralde deituriko kostaldeko herrian girotuta dago eta bertako herritarren eta familien arteko gorabeherak kontatzen ditu *soap opera* honek. Trama korapilatsuak eta misteriodunak gertatzen dira arraldetarren artean, eta haien arteko ika-mikak kontatzen dira bertan.

55. irudia. *Goenkale* saioko pertsonaiak



Iturria: Deia.com

-**Finlandia** umorezko *late night show* saioa da, On Time ekoiztetxeak EITBrentzat ekoiztitako saioa berau. Ikerketa egin zen momentuan larunbatetan programatzen zen, *prime-time* ordutegian. *Late night show* honetan aurkezle gidari batzuk zeuden, eta horiek paso ematen zieten umorezko *sketch*-ei, zeintzuetan gai desberdinak lantzen baitziren, beti ere, umorearekin. Zuzeneko elkarrizketak ere burutzen ziren platoan, baita musika-emankizunak ere. Era horretan, formatu desberdinez osatutako gaueko magazina zen *Finlandia*.

56. irudia. *Finlandia* saioko platoa, pertsonaia eta aurkezleekin



Iturria: kapukoaldizkaria.blogspot.com

Goenkale saioa 12 neska eta 8 mutilek aipatu dute; horietatik 4 dira Deba Garaikoak, 6 Donostialdekoak, 5 Tolosaldekoak, 3 Urola Kostakoak eta 2 Deba Behekoak. Denek batek ezik aitortu dute errazago moldatzen direla euskaraz; denek ere euskaraz bakarrik edo euskaraz gehienbat hitz egiten dute kuadrillan, batek izan ezik, horrek aipatzen baitu euskaraz zein gaztelaniaz hitz egiten dutela lagun-taldean.

Finlandia saioa 4 neska eta 3 mutilek aipatu dute, Donostialdeko bik, Tolosaldeko bik eta bakarrak Deba Behean, Goierrin eta Deba Garaian. Denek ere euskaraz errazago aritzen direla aipatu dute; kuadrillan hizkuntza-erabilerari dagokionez, ordea, denetariko profilak daude, baina gehienek aipatu dute euskaraz eta gaztelaniaz berdina hitz egiten dutela lagun-taldean.

Aurreko azpiatalean ikusi bezala (ikus **22. grafikoa**) nerabearentzat ez da motibazio garrantzitsua euskaraz egotea saioa. Ez dakigu euskarazko saiorik kontsumitzen ez dutelako aipatzen duten hori, edo, ikus-entzunezkoak euskaraz kontsumitzea garrantzitsua ez denez gaztetxoentzat, horregatik ez duten euskarazko saiorik aukeratzeko.

Elkarrizketei dagokienez, 26 gaztetxotik 12k ez du euskarazko saiorik ikusten, eta beste zazpirek aipatu dituzte *Goenkale* eta *Gaur Egun* saioak.

Goenkale saioa ikusteko motibazioei dagokienez, gertaerekin identifikatuta sentitzearen beharra azpimarratzen du Julenek [D, M:6]:

Ikertzailea: Zein iritzi daukazu Goenkaleren inguruan, Julen?

Julen: Urte pila bat daramat ikusten eta iruditzen zait oso telesaila ona. Gero eta hobeto egiten dute eta gustatzen zait delako telesaila euskaldun bat fama handia duena, eta beste batzuek gustuko dituzte telesaila amerikanoak, baina Goenkalerekin sentitzen naiz identifikatuagoa nire bizitzarekin.

Ikertzailea: Hurbilagokoa delako?

Julen: Bai.

Gaur egun saioa aipatu duen gaztetxoaren kasuan, Manexen [BB, M:4] kasuan, aipagarria da azaltzea zeintzuk diren bere motibazioak saio hori ikusteko. Euskaraz dagoen gutxi horren artean aukeratu beharra aitortu du gaztetxoak, hau da, antzematen da ohiko telebista euskaraz ikustearen aukera egin duela, baina aukera horren mugak azaltzen ditu:

Ikertzailea: Zein iritzi daukazu Gaur egunen inguruan?

Manex: Ona. Gustatzen zait.

Ikertzailea: Euskaraz delako bereziki?

Manex: Bai. Ez daudelako ezta gauza asko. Nire adinean, nik uste dut, ez dagoela ia

ezer nire adinekoek ikusteko.

Ikertzailea: *Euskaraz esan nahi duzu?*

Manex: *Bai. Orduan, Gaur egun: dagoen gauza bakarra.*

Elkarrizketatutako beste sei pertsonak aipatu dute lehen ikusten zituztela euskarazko saioak; besteak beste, *Goenkale*, *GoJazen* eta *Finlandia* aipatu dira. Saioak ikusteari uzteko arrazoi errepikatuenak izan dira, batetik, programazioan ordutegi-aldaketak medio, saioa noiz den ez jakitea, eta bestetik, pertsonaia-aldaketek eragiten duten berritasuna ez gustatzea.

Euskarazko saioak ez kontsumitzearen arrazoiaren artean errepikatuenetakoa izan da ohitura edukitzearen kontua, elkarrizketatuek baitiote ohitura-kontua dela telebista euskaraz ikustea, eta beraz, ohiturarik ezean, ez dutela euskarazkorik ikusten. Hona hemen Leirek [BB, N:10] esandakoa:

Ikertzailea: *Zein iritzi daukazu zuk euskarazko telebistaren inguruan?*

Leire: *Niri gustatzen zait, baina nahiago dut gaztelaniaz ikusi telebista. Baina iruditzen zait ondo egotea euskarazko kateak.*

Ikertzailea: *Baina zuretzat ez?*

Leire: *Ez.*

Ikertzailea: *Gaztelaniazkoa nahiago duzu?*

Leire: *Bai.*

Ikertzailea: *Zergatik nahiago duzu gaztelaniazkoa?*

Leire: *Ez dakit. Txikitatik ikusi dut telebista horrela, eta iruditzen zait pixka bat arraroa ikustea euskaraz.*

Maiderekin ere [D, N:15] antzera azaltzen du auzia:

Ikertzailea: *Zein iritzi daukazu euskarazko saioen inguruan?*

Maiderekin: *Nik uste dut ohituta bazaude interesgarria izango litzatekeela, baina nik ez daukat ohitura euskaraz hitz egiteko eta gustatuko litzaidake, baina asko kostatzen zait, eta, orduan, ez dakit... Arraroa egiten zait.*

Laburbilduz, urria da nerabeek ohiko telebistan euskaraz egiten duten kontsumoa; kontsumitzaileek, gainera, oso profil zehatza dute, hizkuntza-profilari eta hizkuntza-erabilerari dagokienez. Horrez gain, programazioaren eta saioen desegonkortasunak eraginda, gaztetxoek motibazio eza erakutsi dute. Amaitzeko, aipatu da, era berean, ohitura-kontua dela euskarazko saioak ikustea.

5.7.3 Ikus-entzunezkoen kontsumoa eta hizkuntza-hautua

Gipuzkoako nerabeek aukeratzen dituzten ikus-entzunezko edukien (ohiko telebistakoak zein Internetekoak) hizkuntza aztertu da ondorengo azpiatalean; horretarako, **93. taulan** datuak batu dira, azaltzen dutenak zein maiztasunez kontsumitzen dituzten ikus-entzunezkoak euskaraz, gaztelaniaz eta ingelesez. Emaitzek garbi erakusten dute nerabeen aukera nagusia direla gaztelaniazko ikus-entzunezkoak; izan ere, %69k aipatu du egunero ikusten dituela gaztelaniaz, eta %0,2k inoiz ez. Euskararen eta ingelesaren kasua bestelakoa da, askoz ere ikus-entzunezko gutxiago ikusten baitituzte hizkuntza horietan. Euskarazkoen kasuan, %14,2k aipatu du egunero ikusten dituela euskaraz, baina %20,5ek esan du inoiz ez dituela euskaraz ikusten. Ingelesezkoen kasuan are gutxiago dira egunero ikusten dituztenak (%8,8), eta asko dira ingelesezko ikus-entzunezkoen inoiz ere ikusten ez dutenak (%42,2).

93. taula. Gipuzkoako nerabeen (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumoa hizkuntzaren arabera (2011)			
Zenbatero ikusten dituzu ikus-entzunezkoak?	Euskaraz	Gaztelaniaz	Ingelesez
Egunero	119 %14,2	579 %69,0	74 %8,8
Astean behin edo birritan	86 %10,3	137 %16,3	86 %10,3
Noizean behin	204 %24,3	72 %8,6	100 %11,9
Ia inoiz ez	222 %26,5	20 %2,4	171 %20,4
Inoiz ez	172 %20,4	2 %0,2	354 %42,2
Erantzunik ez/ Erantzun okerra	36 %4,3	29 %3,5	54 %6,4
GUZTIRA	839 %100	839 %100	839 %100

Iturria: lanketa propioa

Ikus-entzunezkoen hizkuntza-hautuan ez da nabari ez genero ez adin desberdintasunik. Desberdintasun nabarmenak daude, ordea, eskualdearen arabera, bai euskarazko ikus-entzunezkoiei dagokienez ($\chi^2= 195.486$, $ag = 24$, $p = 0.000$), bai gaztelaniazkoiei dagokienez ($\chi^2= 118.245$, $ag = 24$, $p = 0.000$), bai ingelesezkoiei gagozkiela ($\chi^2= 71.529$, $ag = 24$, $p = 0.000$). Era horretan, euskarazko bideo gehiago kontsumitzen dira Deba Behean, Deba Garaian, Goierri eta Urola Kostan. Donostialdean eta Bidasoa Behean, ordea, joera nabarmena da gaztelaniazko bideoetarantz (ikus **94. taula**). Joera orokorra, hala ere, gaztelaniazko ikus-entzunezkoen aukeraketa da, besteen aurretik.

94. taula. Gipuzkoako nerabean (12-16 urte) ikus-entzunezkoen kontsumoa, eskualdearen eta hizkuntzaren arabera (2011)						
		Zenbatero ikusten dituzu ikus-entzunezkoak?				
		Egunero	Astean behin edo birritan	Noizean behin	Ia inoiz ez	Inoiz ez
Bidasoa Behea	Euskaraz	%1,1	%4,2	%16,8	%27,4	%50,5
	Gaztelaniaz	%94,7	%2,1	%1,1	%2,1	%0,0
	Ingelesez	%8,4	%8,4	%11,6	%22,1	%49,5
Deba Behea	Euskaraz	%21,4	%15,7	%27,1	%31,4	%4,3
	Gaztelaniaz	%76,7	%12,3	%8,2	%2,7	%0,0
	Ingelesez	%4,4	%7,4	%8,8	%29,4	%50,0
Deba Garaia	Euskaraz	%39,4	%12,1	%33,3	%10,6	%4,5
	Gaztelaniaz	%82,4	%8,8	%8,8	%0,0	%0,0
	Ingelesez	%31,6	%8,8	%14,0	%17,5	%28,1
Donostialdea	Euskaraz	%8,3	%9,9	%22,0	%33,5	%26,3
	Gaztelaniaz	%69,1	%20,5	%8,5	%1,6	%0,3
	Ingelesez	%9,4	%10,5	%13,5	%21,6	%45,0
Goierrri	Euskaraz	%31,0	%10,7	%25,0	%19,0	%14,3
	Gaztelaniaz	%72,3	%19,3	%4,8	%3,6	%0,0
	Ingelesez	%10,8	%22,1	%7,2	%20,5	%39,8
Tolosaldea	Euskaraz	%0,0	%20,5	%51,3	%17,9	%10,3
	Gaztelaniaz	%15,4	%35,9	%38,5	%10,3	%0,0
	Ingelesez	%0,0	%7,7	%25,6	%10,3	%56,4
Urola Kosta	Euskaraz	%26,0	%13,0	%31,2	%24,7	%5,2
	Gaztelaniaz	%67,5	%16,9	%10,4	%3,9	%1,3
	Ingelesez	%2,8	%9,7	%12,5	%26,4	%48,6
GUZTIRA	Euskaraz	%14,2	%10,3	%24,3	%26,5	%20,5
	Gaztelaniaz	%69,0	%16,3	%8,6	%2,4	%0,2
	Ingelesez	%8,8	%10,3	%11,9	%20,4	%42,2

Iturria: lanketa propioa

Ikus-entzunezko kontsumoa gaztelaniaz egitearen hautua ulergarria da, kontuan hartzen bada euskaraz eta gaztelaniaz dauden ikus-entzunezkoen proportzioa desberdina dela, gaztelaniaz dagoelako, batetik, ohiko telebistako edukien hein handiena, eta bestetik, Interneten ere gaztelaniaz euskarak baino presentzia handiagoa duelako. Ingelesaren kasuan, hala ere, atentzioa ematen du gaztetxoek ez dutela hizkuntza horretan dauden edukiak aukeratzeko ohiturarik, kontuan hartuta Sarean eduki gehientsuak hizkuntza horretan aurki daitezkeela. Ingelesa, halaber, ez dute ama hizkuntza gisa, eta beraz, ingelesezko edukiak haien egunerokotasuneko ohituretatik urruti geratzen dira.

5.7.4 Ikus-entzunezkoen eragina hizkuntza-hautuan

Ikus-entzunezkoen eraginaren inguruan hitz egin da aurreko lerroetan, eta galdetegietan batutako emaitzak aipatu dira **89. taulan**; emaitza horiek azaltzen dute, besteak beste, nerabeen adostasuna ondorengo aipuekin: "Ikus-entzunezkoetan erabiltzen den hizkuntzak eragina du lagun-taldearen hizkuntza-hautuan". Gaztetxo gehienek *batere ados* (%34,3) edo *ez oso ados* (%25,1) aukerak hobetsi dituzte; horren aurrean, baina, beste askok ere *nahiko ados* (%22,4) daudela aipatu dute. Dena delakoaz ere, adostasun-maila txikia erakutsi dute Gipuzkoako nerabeek.

17 elkarriketaturekin hitz egin ahal izan da haien hizkuntza-portaeren inguruan. Horietatik bederatzik aipatu dute modu batera edo bestera baduela eragina kontsumitzen dituzten ikus-entzunezkoak gaztelaniaz izateak, haiek ere gaztelaniaz egiteko.

Amaitzeko, ondorengo aipuetan jaso dira gaztetxo batzuen pertzepzioak, hizkuntzaren eraginaz ikus-entzunezkoetan. Denek ere, aitortzen dute gaztelaniarantzko joera dutela lagun-taldean, eta, gehiago ala gutxiago, ikus-entzunezkoak gaztelaniaz izatearen eraginaz aritu dira. Honela mintzo da Ainhoa [DG, N:11]:

Ikertzailea: *Gustatuko litzaidake jakitea ea pentsatu duzun noizbait zuk telebistan ikusten dituzun saio horiek eduki ahal dutela eragina zuregan, edo zure kuadrillarengan, eta zein modutan.*

Ainhoa: *Kasu batzuetan ahal da pasatu hizkuntza aldatzea. Ikusten dugun programa izaten bada erdaraz, igual hitz egiterakoan zer edo zer erdaraz, baina... Gure kuadrillan daukagu ohitura euskaraz hitz egiteko eta beti hitz egiten dugu euskaraz, baina... Gero, euskarazko saioak egoten badira ere, euskaraz hitz egiten dugu.*

Leirek ere [BB, N:10], zalantza barik baieztatzen du ikus-entzunezkoak gaztelaniaz izateak lagun-taldearen hizkuntza-erabileran duen eragina:

Leire: Adibidez, hitz egiten badugu noizbait saio bati buruz, baldin bada gainera gaztelaniaz, hitz egiten dugu gaztelaniaz, eta nire lagunek ere ikusten dute normalean telebista gaztelaniaz. Nik uste dut badaukala eragina gure artean hitz egiteko gaztelaniaz.

Manexek [BB, M:4] bere txikitako hizkuntza-ohiturak konparatzen ditu egungoekin, eta hausnartzen du ikus-entzunezkoekin izan dezakeen loturaren inguruan:

Manex: Txikitan nik gaztelaniaz ikusten nuen oso gutxi, eta nik txikitan ez daukat oroitzapenik hitz egiten erdaraz. Orain, dena ikusten dudala gazteleraz, hitz egiten dut gazteleraz gehiago txikitan baino.

Amaitzeko, Mattinek [DG, M:9] gaztelania duen ospearen inguruan hitz egiten du, eta aipatzen du gaztelania gehienbat telebistatik jasotzen dutela lagun-taldean:

Ikertzailea: Uste duzu saioa gaztelaniaz egoteak eragina daukala zuen hizkuntza -joeran?

Mattin: Nik uste dut baietz. Orain ez dakit zein izango den arrazoia denak gabiltzala erdaraz.

Ikertzailea: Pentsatu duzu noizbait zergatik zabiltzaten gaztelaniaz hitz egiten?

Mattin: Uste dugulako dela guay edo horrela. Ya automatikoki irteten zaizu. Nola entzuten diezun zure lagunei erdaraz, ere zu hasten zara erdaraz. Erdara gehienbat telebistan ikusten da, zeren telebistan programa-aukera handiena dagoena da erdaraz.

Ikus-entzunezkoek nerabearen eta lagun-taldearen hizkuntza-hautu eta -erabileran duen eraginaz jabetzea eta hori aitortzea ariketa konplikatu bezain sakona den arren, gaztetxo batzuk ausartu dira gaia plazaratzen eta horren inguruan hausnartzen, eta aipatu duten moduan, gaztelaniaz duten input garrantzitsuenak dira ikus-entzunezkoak, eta hortik jasotzen dituzte hizkuntza-jokamolde erakargarriak gaztelaniaz aritzeko lagun-taldean.

Chapter 6. Discussion and Conclusions

6.1 The Presence of Audiovisuals in Adolescents' Daily Life of Adolescents

6.2 Primary Research Questions

6.2.1 Which Audiovisual Products are Consumed by Adolescents (12-16) in Gipuzkoa?

6.2.2 How do Adolescents (12-16) in Gipuzkoa Consume Audiovisuals?

6.2.3 What Attracts Adolescents (12-16) in Gipuzkoa to Consume Audiovisual Products?

6.2.4 Are Adolescent (12-16) Individuals' Audiovisual Consumption Patterns and Those of Their Peer Groups Related?

6.3 Secondary Research Questions

6.3.1 Do Audiovisual Consumption Patterns in Adolescents (12-16) Vary Between Genders?

6.3.2 Are Adolescent Peer Group (12-16) Audiovisual Consumption and Their Linguistic Habits Related?

6.4 Overall Conclusions

6.5 Limitations

6.6 Contributions

6.7 Further Research

The present work examined how audiovisual products are consumed by adolescents in Gipuzkoa, not only through conventional TV, but also by paralleling the new media context, extending research to different audiovisual broadcasting devices such as computers and mobile phones. Furthermore, the aim was to find out if there were relationships between individual adolescent use and consumption and those of their peer groups.

Our results demonstrate that teens in Gipuzkoa follow similar patterns to young people in a diverse set of countries, as published in previous works; however, there are some distinctive features that will be presented in answer to the research questions that we set ourselves at the beginning of our work.

6.1 The Presence of Audiovisuals in Adolescents' Daily Life of Adolescents

We should focus first on two aspects that may help us contextualize the importance of audiovisual products and the peer group in adolescence. As mentioned by several authors, media consumption must be understood as part of the daily activities that young people develop (Livingstone, 2001; Morimoto and Friedland, 2011; Milner, 2005, Vera, 2005). In these daily activities adolescents "interpret, organize, and use information from the environment and with that they come to construct conceptions (known as mental structures) of their physical and social worlds". (Corsaro, 2005:10).

So in the following lines we examine two key concepts in adolescents' socialization process: their spare time and their access to new technology.

a) The relevance of the peer group and audiovisual consumption in adolescents' leisure time in Gipuzkoa is remarkable.

The results of this study confirm the importance of TV consumption and the peer group in Gipuzkoa adolescents' leisure time; moreover, during weekends, going out with friends is the favourite activity in almost all regions of Gipuzkoa. These two activities are the favourite in all studied age-classes, contrasting with other activities such as sports or music, which show a clear difference between the youngest (who play more sports) and the oldest (who prefer listening to music), as noted earlier by Callejo (2010 and 2012).

It should be mentioned that in the Tolosa area the questionnaire included the option 'Surf on the Internet' as one of the possible leisure activities to be chosen. Results demonstrated that this activity was one of the most popular among young people. When these results were

compared with the rest of the province, we concluded that adequate methodology in order to collect fully meaningful data should have been used. This point will be further discussed below, when we deal with this thesis' limitations.

All those activities, taken together with school hours, constitute the 'daily activities' defined by McHale, Dotterer and Kim (2009) which play a crucial role in adolescents' socialization process of, and consequently, in their identity development .

The results of our research can be matched with other works carried out during recent years, both in national (Ikuspegi@k, 2011, Masa Carrasqueño, 2009), state (Fedele, 2011; López Ruiz, 2011), and international contexts (Badillo and Marenghi, 2003; Fennah, 2010; Livingstone, 1998 and 2002; Morduchowicz, 2008; Morimoto and Friedland, 2011; Suoninen, 2001; Svoen, 2007). In all these works, including ours, factors such as friends, TV and the Internet are essential components in adolescents' daily life.

The subjects interviewed told us about their media consumption habits during their leisure time. One of the overall conclusions is that there is a general tendency to consume audiovisual products for short periods at midday and, briefly, after school along with a little snack eaten before dinner. But highest audiovisual consumption takes place during TV prime time. The same overall trend was described by Garitaonandia, Juaristi and Oleaga a decade earlier (1999), so we concluded that the distribution of activities during adolescents' leisure time has not changed during the switch from the analogue and the digital era.

In spite of the prominent presence of audiovisual products during adolescents' leisure, they do not regard them as key factors in their lives. When asked to judge statements such as 'Audiovisual contents are a key factor in my life' or 'Audiovisual contents are a key factor for my peer group', they clearly disagreed. In conclusion, teenagers do enjoy what they consume, but do not believe that this activity plays a key role in their lives.

b) Adolescents in Gipuzkoa have easy access to audiovisual technology.

High levels of audiovisual technology usage during leisure time are clearly accompanied by high easy to the various different devices for audiovisual consumption. Our results show that 80.3% of the adolescents questioned had access to TV, desktop or laptop computers, mobile phones or MP3 players, among other devices capable of reproducing audiovisual contents.

This reported abundant choice of technologies increases with the age of the subject, and is in agreement with the results of previous studies carried out in the context of audiovisual digitization (Roberts, 2000; Roberts and Foehr, 2008; Roberts et al., 2009; Scantlin, 2008). It is

thus clear that a wide variety of new technologies is generally present in current homes, and adolescents can easily access them.

Still, in contrast with many recent publications that claim that TV will lose predominance as the technological choice (Roberts, Henriksen and Foehr, 2009; Tubella, Tabernero and Dwyer, 2008), our results still show that conventional TV is the most common media channel in homes with adolescents in Gipuzkoa, and, hence, agree with reports published during earlier years (Garitaonandia, Juaristi and Oleaga, 1999; Suess et al., 1998). Desktop computers were the second most common device. Together with TV sets, these devices constitute a special group known as 'shared technologies' as they are commonly kept in areas which are shared and used by all family members in homes in Gipuzkoa.

Laptops, both for individual or shared use, are not common at the homes of the adolescents studied, especially when the presence of these devices are compared with the availability and possession of mobile phones and MP3 players.

Results thus describe a technological context in which on the one hand technologies shared with other family members have a dominant role, while, on the other hand, individual young users make use of portable media players (PMPs). A clear link between device-mobility and music consumption was identified by Gutnick (2011), and, as will be shown below, adolescents in Gipuzkoa spend a remarkable amount of time to listening to music.

In conclusion, if the relevance of audiovisual consumption during leisure time of adolescents studied is considered in conjunction with their access to technology, we can confirm that audiovisual products constitute a very significant factor in their daily life. This pattern is in agreement with the results of other works published at state (Elzo, 2006a; López Ruiz, 2011) and international contexts (Scantlin, 2008).

c) Technology access depends on socioeconomic status.

Access to audiovisual technologies adolescents may have is closely linked to their socioeconomic background (Jenkins, 2007; Livingstone, 1998; Roberts and Foehr, 2008; Tubella, Tabernero and Dwyer, 2008). Consequently, our results have reflected clear gradients regarding the technological devices in homes in Gipuzkoa. Even though socio-economical status does not vary in a significant way between the seven regions within the province of Gipuzkoa, Deba Garaia is the region with highest mean income per family unit (Eustat¹⁸), and it was the

¹⁸ Mean income per family unit and regions, by types of incomes (Euros). 2009.
http://es.eustat.es/ci_ci/elementos/ele0005700/ti_Renta_familiar_media_por_ambitos_territoriales_y_tipo_de_renta_euros_2009/tbl0005791_c.html#axzz2ZrVK1mMH

adolescents in this area who declared themselves to have the greatest access to audiovisual technology.

These differences are not only seen between the different area in the province but also when rural and urban regions are compared, especially with regards to access to PMPs. Apparently, the socioeconomic characteristics of these areas do not explain these differences, but the size of the towns or cities does so, as differences arise due to those devices' portability. So adolescents in highly populated areas, i. e. cities, use PMPs such as mobile phones or MP3 players to stay connected and amused during their daily trips.

d) Elevated access to media does not guarantee elevated audiovisual consumption.

Based on previous researches (e. g. Bovill and Livingstone, 2001), we were expecting that higher degrees of technological access would have be accompanied by higher consumption rates. Yet our results did not show any link between the availability of media technologies and the consumption of audiovisuals as adolescents who did not access to TV or computers in their rooms consumed as much as those who did.

In conclusion, audiovisual technologies are a relevant element in Gipuzkoa adolescents' leisure time; devices are more readily available to young people from areas with higher incomes, and, overall, audiovisual devices are mainly shared between members of the same family.

6.2 Primary Research Questions

Four general questions covering our main research goals were formulated at the introduction to this work. The aim behind the questions was to depict Gipuzkoa adolescents' audiovisual consumption, both qualitatively and quantitatively, and their motivations, and we also aimed to obtain in-depth knowledge about the relationship between teen individual and peer group audiovisual consumption.

6.2.1 Which Audiovisual Products are Consumed by Adolescents (12-16) in Gipuzkoa?

In order to answer this first research question, the most popular audiovisual products among young people are described, as well as how patterns varied depending the media device. The nature of their audiovisual diet is also discussed. Adolescents begin to define their own TV schedule at around 12 years of age (Svoen, 2007), and given that they are subjected to many changes and are prone to multiple influences, their content choice is of special interest.

In general, the adolescents surveyed preferred contents belonging to the entertainment genre rather than watching the news, following the pattern reported in previous cases (Arnett, 1995; Medrano, Aierbe and Orejudo, 2009; Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012; Scantlin, 2008). Fiction and docudramas were the most popular contents among adolescents in Gipuzkoa, and, while news magazines did show up in the schedule, they did so under the façade of info-entertainment. Alongside the observed variety of thematic channels offered on DTT, adolescents in Gipuzkoa still held onto channels with general contents and audiences that already existed in the analogue era such as Antena 3, Telecinco and Cuatro. So the specialized consumption that would be expected from an adaptation to cultural niches was not observed.

e) Fiction and humour contents lead the audiovisual choice.

Our results showed that audiovisuals with fictional contents were among adolescents' favourites. Consequently, the most popular TV schedule for young people is TV serials which belong to one of the following three groups:

(i) Series in which adolescents have a central role in the main plot (Teen drama). Callejo (2012) noted that consumption patterns from one age to another may vary more dramatically during adolescence than in other age-class. This is also the case in our results. So while younger individuals preferred cartoons, these were gradually set aside as the teens surveyed got older

and started preferring TV series designed for their age grade in which the main characters were between 15 and 25 years-old. Similar results had been reported earlier by Garitaonandia, Juaristi and Oleaga (2001). These teen serials were reported to be especially popular with girls (see section 6.3.1).

When asked about their reasons for watching this type of series, they mostly replied that they enjoyed feeling identified with the characters and stories that are developed in these teen serials. Physically attractive and brave 'star' characters are very popular among adolescents, as well as passages that deal with topics closely linked to adolescence such as friendship, sex, drugs and music. Among the most popular serials, *Física o química* and *El barco* (Antena 3) scored highest.

(ii) Serial thrillers. This is too one of the most popular genres among adolescents, plots mainly involving fantasy stories in which characters get involved in all types of mysterious adventures, and the action happens in chapters that cover a whole season and make the spectator follow how events unfold. For example, *Los Protegidos* by Antena 3.

(iii) Serial comedies. Characteristics such as being funny and/or making you laugh have been among the main reasons behind the choice of audiovisuals by the adolescents surveyed. As a result, *The Simpsons* and *La que se Avecina* (Tele 5), are among the most popular sitcoms in this age-class. Naughty characters and absurd situations are the keys to the success of these fiction programs.

News shows that deal with current affairs with humorous reports, ranging from the ironic to the burlesque, were also seen as a popular choice along with serial comedies, but still not as popular. Besides these two choices, it is noteworthy that even if the surveyed subjects had not been presented with the choice of humour as the product consumed while surfing the Internet, they used the option of 'Other' to highlight that they consumed humorous videos.

Elzo (2006a) stressed about the importance of defining youth as 'funny', as, according to him, this is the adjective that best fits adolescent leisure. Accordingly, this description could be applied to the relevant presence of humorous audiovisuals in our investigation.

The popularity of fiction among adolescents had also been detected in our previous results (Pavón and Zuberogitia, 2011) as well as in those from other earlier works that focused exclusively on TV consumption (Basterretxea et al., 2005; Fedele, 2011; Franca, 2001; Medrano et al., 2007) or had incorporated consumption on other platforms, such as the computer or PMPs (Barkhuus, 2009; Svoen, 2007). Moreover, if recent results published by the OCENDI are

considered (López Vidales et al., 2012), the list of programs selected by young people in all Spanish territory agrees to a high degree with those that are presented here.

Overall, we can confirm that the most typical TV product consumed by adolescents in Gipuzkoa is fiction, which are mainly serials produced by private Spanish TV channels. These are followed by U.S. produced fiction products and news shows and docudramas.

Consequently, these audiovisual products can be considered to be the reference sources for teens in Gipuzkoa, and many authors consider them to be essential for the development of their social identity (Arnett, 1995; Jensen, 1987; Milkie, 1994; Roberts, Henriksen and Foehr, 2009; Tubella, Tabernero and Dwyer, 2008) and they are key elements of adolescent enculturation (Barker, 1997; Medrano, Aierbe and Orejudo, 2009). So the average teen in Gipuzkoa looks for references in the characters and their ways of being and clothing, and the ideals and stories transmitted by these fictional products may become essential references for adolescents and their peer groups, and, according to Fedele (2011), this search for references is the main motivation for watching TV serials.

On the other hand, results showed that adolescents in Gipuzkoa consume few news programs, and that when they do so, they choose humorous formats, also produced by private Spanish channels. All in all, we may conclude that teens of the surveyed region do not use TV to get informed but for entertainment, and, further still, local products or newscasts do not interest them.

One of the most interesting reasons for analyzing contents consumed by individuals at this age class is to deepen our knowledge of their universe, as well as to gain a better understanding of their interests and preoccupations, in addition to working out whether their own tastes have been defined by themselves or are the consequence of the settlement of the offer and demand (Pindado, 2005). Although adolescents may give many different meanings to what they consume depending their social context and motivations (Roberts, Henriksen and Foehr, 2009), these TV products are still very influential channels, conveying ideals that are interpreted and internalized in adolescents' daily lives.

In our opinion, one of the most worrying examples of an element of juvenile reference and enculturation is illustrated by the program *Mujeres y Hombres y Viceversa*, which shows highly arguable representations of sentimental and sexual relationships between young people, which are so important for this age-class.

f) The success of YouTube lies in the music videos.

The online content-platform YouTube is very popular with adolescents in Gipuzkoa, as can be concluded from our results. Almost all the individuals surveyed knew about the website and almost 60% declared that are frequent users of the platform. Furthermore, the vast majority claimed that they mainly watched musical videos on YouTube. Further still, this activity is commonly classified as multitasked, as many youngsters mentioned that they went to YouTube to listen music while they carried out other activities (e.g. surfing the Internet). Hence YouTube acquires a similar role to other peer-to-peer (P2P) or streaming music playing platforms such as Spotify. In contrast to the free version of Spotify, YouTube allows an unlimited period of time to listen to music, which is not possible on Spotify.

It is well known that adolescents are very keen on music (Hust and Brown, 2008), as has been shown in the results of a number of researches (Boyd, 2008; Kirsh, 2010; Larson, 1995), up to the point where it can be affirmed that music consumption during adolescence is the element that best defines this age-class (Kirsh, 2010). Furthermore, according to Larson (1995:542), it is directly related to the development of the juvenile identity: "Solitary music listening, I have argued, is a fantasy ground for exploring possible selves. (...) One of the reasons is undoubtedly that music provides the security of identification with other like-minded peers". Going one step further, Gutnick et al. state that music acts as the medium during forging identities with peers (2011:30): "Children at this age are also starting to form stronger, more complex relationships outside the family, especially with same-sex peers, and showing more concern about group acceptance. Peer acceptance may be an important reason why music use jumps, as children look to share popular culture with their friends".

However, music consumption by the adolescents surveyed went far beyond CD or MP3 players, mobile phones or any other PMP, in contrast to previous reports such as that from Roberts (2000). Adolescents showed a high level of musical video consumption on YouTube, and rates increased in areas of higher access to technology. We may conclude that listening to music has become an online activity.

Given this notorious consumption of musical videos, the SNS Tuenti decided to classify their video offer into three main categories, i.e. musical videos, sports and TV shows. Not surprisingly, this classification is in complete accordance with the most popular classes of videos among the adolescents surveyed. Videos linked to sports and TV shows are far from achieving musical videos' viewing figures.

The fragmented and short nature of musical videos facilitates consumption patterns that are in agreement with the hypothesis of the development of fragmented or on-demand cultures described by authors such as Bolin (2010), Castells (2009), Jenkins (2007) or Scolari (2013). In addition to that, music broadcasting on YouTube is a significant milestone for the music industry (Edmond, 2012) as musical videos have migrated from TV to the Internet. Although some musical TV channels still exist, their offer has changed notably and now live concerts, documentaries and game shows are included in their schedule. New consumers seek and choose on the Internet, and specially on YouTube, the music they want to listen to, relieved of dependency on lineal TV schedules Edmond, 2012:10): "Music videos have become a dialogic, conversational hub around which a wide variety of mash-ups and remakes take place, which address a growing audience extremely literate not only in music video aesthetics but also in the rhetoric of parody, remixes, and fan cultural productions". So we may conclude that teenagers in Gipuzkoa are immersed in the new music consumption context described above.

g) The relevance of portable devices on the recording of amateur videos.

Adolescents stated both in the questionnaires and the in-depth interviews that the amateur videos they watched were mostly recorded by their peer group. Indirectly this added an extra relevance to portable devices, as these serve adolescents not only to play music but also to register footages or events which happen while they are with their peers.

In any case, it is not possible to know whether these contents consumed in PMPs were kept offline or had been previously uploaded and then consumed online. Although during the survey adolescents confirmed that they consumed amateur videos on PMPs, they did not specify whether contents were shared or not on the Net.

6.2.2 How do Adolescents (12-16) in Gipuzkoa Consume Audiovisuals?

The aim of this second research question was to investigate audiovisual consumption habits beyond the consumed products themselves. As described earlier, audiovisual consumption is, together with hanging out with peers, one of the most popular activities during the surveyed adolescents leisure time. During this section, this fact is further discussed and an in-depth reflection on the Gipuzkoa adolescents' daily audiovisual consumption is provided.

h) High level of audiovisual exposure.

The results obtained were highly comparable to those from other earlier works in which the high level of media consumption by young people had been highlighted. The results of these works showed that adolescents spent between four and eight hours per day consuming media (Elzo, 20006; Kirsch 2010; Roberts, 2000; Roberts et al., 2009). With regards to audiovisuals, Van der Voort (1998) and Garitaonandia, Juaristi and Oleaga (1999) showed that adolescents spent approximately two hours daily watching TV. Roberts (2000) also described an increasing consumption pattern up to the age of 12-13, but which decreased once teens reached 14. However, our results did not show this pattern, and as for Garitaonandia, Juaristi and Oleaga (1999), audiovisual consumption, both through TV and the Internet, increased from ages 13 to 17.

In any case, adolescents' audiovisual exposure, qualified as 'high', could be seen otherwise if we take into account the data provided by AIMC¹⁹ (2011) and Kantar Media²⁰. According to them, the adolescent age-class has the lowest rate of TV consumption and is the second lowest age-class below 55 years of age that spends least time surfing on the Internet.

So, even if from a 'grown up' perspective, the presence of media and audiovisual consumption during adolescents' daily life of seems high, when compared to other age-classes these levels acquire a different dimension.

i) TV is still the most popular media.

Conventional TV is still the media chosen by adolescents in Gipuzkoa for consuming audiovisual products. This fact does not mean that they spend more time in front of the TV than with any other device, or, as mentioned by other researchers such as Svoen (2007), that they actually prefer some media channels instead of others. Our results led us to the conclusion that adolescents still prefer conventional TV for their audiovisual diet. On the one hand, those individuals with highest audiovisual consumption levels declared that they consume using the TV; on the other hand, teenagers stated that they mainly watched TV with their families and during prime time. Furthermore, the dominance of TV has also been detected when analysing individual consumption, as TV is preferred to computers or any other PMP. So adolescents only access TV products on the Internet when the TV schedule does not suit them, and only a few stated that they preferred other devices to watch TV programs.

¹⁹ Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (2011). *Estudio General de Medios y Audiencia de Internet*

²⁰ Kantar Media. (2011) *Anuario de TV*

Conventional media still play a very important role in adolescents' daily life (Carpentier and De Cleen; 2008; Gutnick et al., 2011; Hess et al., 2012). Moreover, new media do not substitute older media, according to Badillo and Marengi: "son las prácticas sociales establecidas por los viejos medios las que establecen los parámetros dentro de los cuales los nuevos medios son incorporados a la vida cotidiana" (2003:66). Accordingly, adolescents in Gipuzkoa have incorporated new media to their habits as complements to more traditional options for audiovisual consumption.

j) The influence of the Internet on audiovisual consumption.

Even if TV remains the main choice for audiovisual consumption, young people are no longer strictly bound to a lineal program schedule, as shown by the 69% of surveyed individuals who declared that they sought contents on the Internet when the TV schedule did not match their timetable. The same reality has been described earlier on works such as Barkhuus (2009) or Fedele (2011), in which they mentioned that one of the main reasons to use the Internet lay in the inconvenience caused by a fixed TV program schedule. This, in itself, is a break with the media channel as adolescents become free to choose the contents they want to consume. It is also relevant that the adolescents consulted preferred to be on their own when consuming audiovisuals on a computer, in contrast to what has been seen with TV consumption.

The spread of audiovisual contents through and on the Internet has influenced traditional TV contents. As mentioned previously, the popularity of musical videos on YouTube makes surfing on this platform one of the most successful online audiovisual consumption activities. However, this activity does not substitute watching TV, but does increase adolescents' audiovisual exposure taking into account that young people watch and listen to videos. On the other hand, if we bring in the music player role that many individuals surveyed give YouTube, it might not be correct to treat the use of music related contents on this platform as video consumption.

In the following lines the use young people make of audiovisual contents on the Internet will be discussed, as many of these are closely linked to the activities with their peers. This topic is discussed together with the fourth research question (see section 6.2.4).

k) Consumption of audiovisuals on PMPs is marginal.

So far the role of Internet on the media consumption has been discussed, but not through which device this consumption takes place. According to the data obtained, both desktop and laptop computers are Gipuzkoa adolescents' favourite devices. So we may conclude that PMPs are used marginally for this purpose. Interestingly, and in contrast with previous reports (O'Hara, Mitchell and Vorbau, 2007), the individuals who said that they used PMPs for viewing

audiovisuals also mentioned that they did so while with their peers. Therefore, it seems that PMP technologies are platforms that are integrated within peer-groups.

I) High technological appropriation is not connected with solitary audiovisual consumption.

An overview of adolescent consumption patterns brings us to the conclusion three specific uses may arise in connection with different screens: TV is the most popular device to consume within the family, computers when alone and PMPs are used when with friends. So it seems that 'bedroom culture' has not made it to young people in Gipuzkoa, at least where TV products are considered: only 17% of questioned adolescents had access to a TV for themselves. Furthermore, registered consumption patterns for areas with higher access to media technologies, such as Deba Garaia, did not show a higher degree of solitary behaviour when compared to other areas.

Less than 30% of the adolescents consulted stated that they owned a laptop, and less than 20% said that they consumed audiovisual products on their own when using this device. If this age-class is considered as a potential autonomous consumer, we can then infer that so-called bedroom culture is not a common expression among adolescents of Gipuzkoa.

So far, the results discussed fall very far from data published by researchers of the United States from which we know that 68% of adolescents between 8 and 18 said they had a TV in their bedrooms, and that unaccompanied audiovisual consumption is a generalized practise (Gutnick et al., 2011; Roberts, 2000; Roberts and Foehr, 2008). In contrast, our results agree more with consumption patterns published during previous decades (Garitaonandia, Juaristi and Oleaga, 1999; Larson, 1995) or recent research reports focussing on young people from outside the U. S. (Morduchowicz, 2008; Svoen, 2007).

The relationships with different screens allow us to understand the ways in which young people socialize and take part in family dynamics (Morduchowicz, 2008). In Gipuzkoa's case, as have we observed, young people still watch TV in the traditional way, an activity that they do with their families.

A study conducted in the United Kingdom at the onset of the millennium concluded that fewer teenagers ask their parents for a TV in their rooms, but more asked for their own computer or mobile phone for private purposes (Bovill and Livingstone, 2001). These technological devices are used outside the family context (Morduchowicz, 2008), and due to their portability they are not bound be a consumption space, and, hence, eliminate the relationship between place and audiovisual consumption. In turn, new questions arise from these new forms of audiovisual

consumption, questions that involve topics such as access to technologies, privacy, portability and sociability (Hess et al., 2012; Gutnick et al., 2011). In our opinion, it will be very interesting to observe and study the development of PMPs and the use adolescents make of them in the near future.

m) Adolescents are good multitaskers but bad prosumers.

As described in the literature survey presented in Chapters 1 and 2, one of the main consequences of the audiovisual digitalization process and the new consumption habits which they have brought with them has been the transformation of consumers into more active subjects. This way, viewers have now the opportunity to choose without depending on a linear TV flux. We have also described multitasker users who use more than one device for their media consumption, or who carry out more than one activity on a single device. Thirdly, users capable of producing their own contents and sharing them on the Net have been described.

Thus, and considering the responses obtained, we may conclude that teenagers in Gipuzkoa follow the mentioned multitasker profile to a high degree as most of them stated that they did use their computers while watching TV. We have already mentioned other simultaneous practices when talking about listening to music on YouTube while carrying out other tasks on their PCs. Furthermore, and as forecasted by Roberts and Foehr (2008), this multitasker profile becomes more prominent for young people who spend more time on audiovisual consumption.

In Brasek and Gips' (2011) words, one of the main reasons for the expansion of multitasker profiles is the popularization of PCs, and our results showed just that: multitasker adolescents were more frequent in homes with higher access to this type of device.

Accordingly, as reflected by Gutnick et al. (2011), it might be erroneous to believe that media consumption has increased only slightly, as exposure grows exponentially when we consider the time spent consuming simultaneously from parallel sources. It could also be erroneous to think that new media has been detrimental to other activities performed during adolescent leisure time. Results showed that during most of the time spent on those technologies adolescents consumed TV as well, as was recorded by Kirsch (2010), among other authors.

Adolescents' multitasker profile and the possible combinations derived from this type of consumption have been described earlier (Fedele, 2011; Gutnick et al., 2011; Hess et al., 2013; Morduchowicz, 2008; Roberts, Henriksen and Foehr, 2009; Svoen, 2007). Two of those possible combinations were studied in Gipuzkoa, and one of them was especially interesting: the use of Tuenti along with TV consumption.

An interesting topic for future research would be deciphering the role of TV during multi-tasking. Previously some researchers have observed that TV becomes a secondary media channel while youngsters surf the Internet, becoming a sort of background noise (Barkhuus, 2009; Barkhuus and Brown, 2009; Svoen, 2007).

As regards the prosumer profile of the adolescents studied, the data obtained showed that the vast majority of the individuals studied do not follow this pattern as they claimed that they had not produced videos with the purpose of sharing them on the Internet. This contrasts with other international reports (Roberts, Henriksen y Foehr, 2009; Svoen, 2007), and this brought us to the conclusion that adolescents in Gipuzkoa are marginal prosumers.

6.2.3 What Attracts Adolescents (12-16) in Gipuzkoa to Consume Audiovisual Products?

The present investigation was carried out under the assumption that adolescents consume audiovisual products mainly for their entertainment (Arnett, 1995; Rubin, 1994; Scantlin, 2008; Svoen, 2007). In their own words, adolescents seek amusement and a break from reality in those audiovisuals that they consume, and there are just a few who use these products for information or education (van der Voort, 1998). It seems that such a picture is also found in Gipuzkoa (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012), and therefore we restricted the scope of our research to the investigation of the key components of adolescent entertainment.

n) The relevance of humour and excitement.

The search for humour and amusement is the most significant motivation behind audiovisual product consumption in Gipuzkoa, as can be seen in the results obtained both in the quantitative and in the qualitative surveys. When asked about the best characteristic of what they consumed, teens repetitively used adjectives such as funny, amusing or jokey. Also, under the choice of 'Other', teens often wrote that they watched funny videos on YouTube when asked about the contents consumed on that platform. So if it had been included, it would probably have been one of the most frequently chosen options along with music or sport videos.

Emotions and excitement are also values sought after when adolescents choose their favourite audiovisual products, although they are far behind humour. Teenagers appreciate the mystery and action they find in these products.

Interestingly, we found a moderate fan phenomenon (Adler and Adler, 1998; Pindado, 2003; Suess et al., 1998) as few adolescents stated that the main characters of their favourite shows and serials played little or no role in their choice. Still, this factor has been recorded repetitively, especially when dealing with girls, who declared that the presence of Mario Casas, one of the main characters on *Física o Química*, constituted one of their main motivations to watch the serial. Presumably it is less embarrassing for adolescents to declare that factors such as humour or excitement are more relevant than talking about the attraction they may feel for fictional characters.

6.2.4 Are Adolescent (12-16) Individuals' Audiovisual Consumption Patterns and Those of Their Peer Groups Related?

Adolescents need to feel that they are part of a group and participating in the socialization processes that occur within the peer-group (Callejo, 2012; Coleman and Hendry, 2003; Corsaro, 2005; Feixa, 1999; Kroger, 2007; Livingstone, 2002; Martín-Barbero, 2008; Milner, 2004; Rocher, 1990). Furthermore, peer groups are the main collective within which the requirements for socialization are met, and, hence, an essential element in the adolescent microsystem or daily life (Buckingham, 2006; Bukowski, Brendgen and Vitaro, 2007; Hartup, 2005; Livingstone, 1998; Newman, Lohman and Newman, 2007; Nurmi, 2001).

In this regard, the main objective with the present research group has been to explore and analyse existing interactions between adolescent individual and peer-group consumption patterns. Previous works have highlighted the relevance of peers in audiovisual consumption, as it is with them that adolescents share their experience of media, being the interactions and experiences that create the greatest pressure when they define their audiovisual spectrum (Casas et al., 2007; Fedele, 2011; Suess et al., 1998; Suoninen, 2001).

We also thought it worth researching the relationships between individuals and peers and observing which are the most relevant interactions. In the following subsections we first discuss how important it is for young people to be able to share their audiovisual experiences. Then, the results obtained in the quantitative and qualitative surveys are compared in order to reflect the contrasting reality between data obtained and what adolescents interviewed stated.

o) Adolescents in Gipuzkoa enjoy sharing their audiovisual experience.

The results obtained during the different phases of our investigation have clearly shown that adolescents in Gipuzkoa enjoy sharing their audiovisual experience. Firstly, a significant number of the adolescents surveyed showed disagreement with the statement "I like to watch

audiovisuals on my own, and I don't like to share the experience with anybody". Later, most stated that they talk about media products consumed with peers every day or at least once or twice weekly. So we may conclude that audiovisual consumption is indeed a shared experience, and as pointed out before, peers play a key role during this interaction. Barkhuus and Brown (2009) described a similar situation, and confirmed that TV, consumed through various devices, is completely integrated within adolescent group activities as it is a frequent discussion topic between peers.

Watching videos on YouTube and sharing them through SNS is a quite frequent practice (Jenkins, 2007). To a lesser extent, young people in Gipuzkoa also share their audiovisual experiences on the Internet. This is especially true with music videos, and, consequently, most of the videos on the Tuenti profiles examined contained videos of that type. However, even if sharing is a common practice, when the quantity of videos consumed on YouTube and those that were actually shared were compared, this latter group was found to be small. So we may conclude that sharing everything they see on the Net is not a primary motivation for adolescents in Gipuzkoa.

Adolescent audiences are an active population of audiovisual consumers, especially due to the social character connected with the consumption of these products. Brown and Larson (2009) forecasted that new media would dramatically change interactions between adolescent peer-groups. However, results about how those interactions take place with audiovisual consumption patterns lead us to the conclusion that such changes have not yet occurred. So in Gipuzkoa still make a social use of audiovisual products in the way traditional interactions occur as described by Levy and Windhal (1984; see **Table 92**).

Table 92. Typology of audience activity. Communication sequence			
AUDIENCE ORIENTATION	Before Exposure	During Exposure	After Exposure
Selective	Selective Exposure-Seeking		
Involved		Decoding and Interpreting	
"Using"			Social Utilities

Source: Levy and Windhal, 1984

The same authors define three phases in the process of audience audiovisual consumption during the pre-digital era: (i) a selection phase that precedes consumption, (ii) an interpretation phase during consumption and (iii) a series of social utilities that arise after consumption. These social utilities were described basically as the conversations about the contents that young people had after viewing. This is basically the type of interaction that has taken place among adolescents in Gipuzkoa until now. So the depicted scenario does not only belong to the past century (Suess et al., 1998), it is also valid for the current digital era, and the results presented above and those presented by Medrano, Aierbe and Orejudo (2009) further corroborate the importance of face-to-face conversations which adolescents have about the contents they have consumed.

In other words, the first two phases described by Levy and Windhal (1984) have changed considerably. Adolescents face now an increased and enriched media choice. However, during the third phase, consulted adolescents still maintain traditional habits.

p) Peer communication in Tuenti has little connection with audiovisuals.

One of the most obvious changes in the pattern of audiovisual consumption was the multitasker profiles attributable to many of the surveyed individuals based on their answers. These profiles are directly linked to the most popular activities and technologies during the audiovisual digitization era, namely, SNS, which have had particular impact on adolescents. According to several authors, SNS' popularity relies on their ability to keep peers in contact (Barker, 2009; Brown and Larson, 2009; Callejo and Gutiérrez, 2012; Jakubowicz, 2010; Roberts, Henriksen and Foehr, 2009; Rubio Gil, 2010). So the spaces in which adolescents can interact with each other have expanded into other frames, going beyond the physical limits established by face-to-face interactions. Furthermore, online interactions have become very important for adolescents, to the extent topics which are not discussed in person are discussed online (Svoen, 2007): one of the adolescents interviewed declared that they 'spoke about everything, and more on Tuenti than in person'.

The success of the Spanish SNS Tuenti among the teenagers studied is thus evident. García, López de Ayala and Catalina (2013) published results from which they concluded that it was the favourite social network for adolescents between 12 and 17 in southern Spain. It seems evident that, as described by Boyd (2008), there is a clear influence of common linguistic frames on the participation in SNS. Adolescents asked stated that they spent between half an hour and two hours on Tuenti every day mostly to chat with friends and viewing and commenting photos

posted by friends. Taking this into consideration, we expected online expansion of interactions after audiovisual consumption.

However, a direct link between Tuenti's popularity and more extended usage of audiovisual products could not be established, in contrast with the evidence provided by Barkhuus (2009). While the majority of consulted teens used Tuenti while watching TV, few said they chatted about what they saw, and, furthermore, they did not share related audiovisual contents. Apparently, the nature of the interaction between adolescent peers remained of similar nature whether they were in front of the TV or not, and, when they were, chatting about what they were watching was not the main talk topic. Hence we could not confirm an enhanced level of interaction with audiovisual products through the use of SNSs such as Tuenti.

In-depth analysis of the contents of Tuenti profiles helped confirm that the amount of audiovisual contents on them was not comparable to the time which adolescents interviewed spend with those contents. Videos and other contents related to audiovisual contents were looked for on those profiles, e.g. pictures of celebrities or events related to TV programs, but little evidences could be established linking the usage of Tuenti and audiovisuals. In fact, the audiovisuals present on their profiles were more linked to the most popular media products. Indeed, music videos were mostly found, followed by humour videos (commercials and remixes of TV contents), and pictures and events about their favourite actors or football players. All in all, given the wide arrange of audiovisual products present on the Internet, their presence in Tuenti seemed small.

q) Homogeneity in audiovisual consumption patterns between peers contrasts with declared peer influence on individual consumption.

The quantitative survey allowed us to describe Gipuzkoa adolescents' media consumption patterns. Even if factors such as age or genre were found to influence the results, it was possible to describe a clear homogenous pattern across the individuals surveyed. So, and as mentioned before, teens aim for specific TV genres and formats that are clearly equivalent to consumption patterns described in research carried out both in other state (Fedele, 2011; López Ruiz, 2011) and international contexts (Badillo and Marengi, 2003; Fennah, 2010; Livingstone, 1998 and 2002; Morduchowicz, 2008; Morimoto and Friedland, 2011; Suoninen, 2001; Svoen, 2007). Furthermore, these analogous patterns could be found both for conventional TV contents and for audiovisuals consumed on the Internet. The considerable relevance for adolescents of sharing experiences about their media consumption has been discussed earlier. We believe that there is a more than presumable effect of this feedback between peers that makes audiovisual consumption homogeneous within this age-class, and hence conclude that there is a clear relation between individual and peer consumption patterns.

On the one hand, music has been highlighted as a reference provider and as a surveyed binding element peer group (Larson, 1995). On the other hand, Fedele (2011) mentioned the relevance of homogenous consumption behaviour of fiction products between peers with regards to integration within the group. Given the described popularity of music and fiction among studied teenagers, we can assume that peers have great influence when individual choices are made. In fact, adolescents in Gipuzkoa listen to music and consume fiction contents, and share those experiences, just like the young people surveyed in the mentioned studies.

We may thus conclude that there is a clear relation between individual and peer consumption and that, therefore, peer groups play a highly relevant role in teenagers' media choices. So results indicate that the detected homogeneity in audiovisual consumption is a consequence of the continuous interactions that occur between peers with the aim of consolidating the feeling of membership and integration within the group.

However, some of the results recorded both at the quantitative and qualitative stages of the survey contradict those statements. First, when asking questions to obtain in-depth information about adolescents' motivations for media consumption, we wanted to test whether, as forecasted, by Fedele (2011), peers were one of the main motivations for consuming certain products. Yet result showed that looking for fun or excitement was said to be more important than peers' choices when individual adolescents decided what to consume. It is our belief that from the adolescent perspective it might have been easier to talk about fun or excitement rather about recognizing peers' influence.

Similarly, when asked about the influence which their friends might have on them, most adolescents denied that there was any or simply did not know what to answer. However, most said that they and their friends 'watched the same things' both on TV and on the Internet.

So we were facing two contrasting realities: on one side, we had found highly homogeneous consumption patterns, and, on the other, adolescents stated that their peers were not relevant when they chose what to consume.

When asking adolescents to describe their interactions with peers and their group membership, our aim was to find out what the relevance of audiovisual products was in those relations. For this purpose we placed them with a situation in which someone could be excluded of the group due to differences in audiovisual tastes. Adolescents declared that this situation did not exist, both in the questionnaires and the interviews. Apparently, mentioning the term exclusion made them uncomfortable. Bukowski, Brendgen and Vitaro's (2007) findings agree with this, claiming that the worst fear adolescents face is actually feeling excluded of their peer group.

Barkhuus (2009) also described a similar refraining or negation behaviour. Contrary to what the author had expected, the participants in her investigation denied the need to keep in touch with others or even to feel integrated in their peer group when consuming certain types of audiovisuals. It is also important to recall that there are intrinsic difficulties in conducting research with teenagers, as the figure of the researcher, i.e. an adult person, may create scepticism about the subject while discussing insightful topics such as membership or exclusion among adolescents (Callejo, 2010 and 2012).

The results obtained contain hints that made us consider that adolescents refrained from communicating freely with the researcher, apparently because the topic of exclusion was too complex to be faced. Adolescents may have reflected upon the hierarchic relations between peers, but this does not necessarily facilitate the communication between them and the researcher due to the mentioned difficulties (Callejo, 2010 and 2012). Still, in our opinion, adolescent scepticism has not created special difficulties for the present work. Instead, we believe while we have based our research on a number of working hypotheses, this does not mean that teens have thought about them in depth. In fact, even if adolescents are part of a social reality, they do not necessarily need to be conscious of the interactions between them. Furthermore, considering that we were wondering about the influences of audiovisual consumption, tackling such a conversation might have been difficult for the teens interviewed. In our opinion, these are the main reasons why they either show indifference or refuse to talk about this matter. All in all, we suspect that collected responses could have been improvised, either confirming or not confirming a connection between individual and group audiovisual consumption.

Adolescence is after all, the stage in young people's life in which they begin to leave their parents' influence and are immersed in the processes of individual learning and the acquisition of autonomy. Even if our own results and the literature show examples in which considerable peer influence can be deduced, to talk with them about this influence constitutes an almost impossible task. Consequently, such observation brings us to the conclusion that solving this research question poses great methodological challenges for future studies.

6.3 Secondary Research Questions

Data gathered during the execution of the mentioned surveys allowed us considering other secondary research questions. Although these were not the main aim of the study, they are important issues that concern adolescence in Gipuzkoa. On the one hand, we conducted specific analyses of plausible genre differences in Gipuzkoa adolescents' audiovisual universe. On the other hand, given the particular sensibility towards linguistic issues in the region, we thought it interesting to deepen our knowledge with regards to the languages of the audiovisual products consumed and the linguistic profile of the adolescents surveyed.

6.3.1 Do Audiovisual Consumption Patterns in Adolescents (12-16) Vary Between Genders?

Frequent audiovisual exposure has been linked to the stereotyping of what being masculine or feminine means, and hence audiovisual consumption generates very important effects on the social gender learning process (Scantlin, 2008). Bearing in mind the relevance of adolescence on the identity construction process (Francis, 2000; Hust and Brown, 2008; Leaper and Friedman, 2007; Lemish et al., 2001), we detected the existence of a dichotomy or opposition between the audiovisual preferences of both genders in a similar way that pointed out by Francis (2000).

r) Gender is the most significant factor differentiating audiovisual product preferences for Gipuzkoa adolescents.

Results gathered throughout our investigation helped to analyse adolescent audiovisual preferences and highlighted gender as the main differentiating factor for registered consumption patterns, both on conventional TV and on the Internet. Consequently, when TV consumption is examined, girls preferred drama series in which main characters were adolescents roles, also known as teen dramas, while boys generally chose humour or sport shows. On the other hand, although both genders stated that they consumed mainly music videos on the Internet, there is a significant difference with regards to the popularity of sport and humour videos as boys especially consume those types of videos. Adolescent girls make greater use of the Internet when they use this platform to watch TV shows, as they are the highest consumers of series available on web pages. The same phenomenon was observed when each gender was questioned about their motivations or reasons for choosing their favourite media products: boys valued humour contents more, while girls paid more attention to the characters.

Not only were gender differences detected in the audiovisual products adolescents consumed, but these were also observed when the way they organize their leisure was analysed. Girls generally said they spent more time with their friends and listened to music, while boys focused on sports or TV. This evident concordance between consumed audiovisual products and the preferences in leisure activities of Gipuzkoa adolescents raises the question of a plausible connection between both types of behaviour. Whether the audiovisual choice is affecting leisure activities, or the other way round, could not be established.

Registered responses do not differ from previous works which confirmed the existence of gender differences during juvenile stages (Callejo, 2012; Garitaonandia, Juaristi and Oleaga, 2001; Milkie, 1994; Scantlin, 2008). Scantlin (2008) for example, obtained very similar results to those presented here, and girls chose drama series dealing with interpersonal relationships, while boys chose sport related contents. Garitaonandia, Juaristi and Oleaga (2001) suggested that the socialisation processes responsible for the development of gender roles are very consistent across Europe, and that these might be behind the differences observed in preferences for communication media. In this regard, our results bring us to the same conclusion. It would be very interesting for future studies to examine the values and standards that are represented in these products as they could help us to understand the details of the behaviour and gender discrepancies which are transferred to adolescent society.

s) Audiovisual consumption habits of Gipuzkoa adolescent girls and boys are alike except when they use Tuenti.

The clear gender differences in the audiovisual preferences and motivations discussed before are not so evident when their audiovisual consumption habits are considered. In this sense no significant differences could be found in the time they spend on media consumption, as also reported by Roberts, Henriksen and Foehr (2009), or in their preferences for broadcasting devices or companions. Nor were gender differences detected in the way they shared their audiovisual experiences. So we may conclude that even if the audiovisual preferences of adolescent boys and girls were different, their media usage is almost the same.

However, a significant gender difference in consumption habits must be taken into account. Girls are much more active in SNSs, which in our case meant Tuenti, as had already been observed by Barker (2009). This fact is closely linked to the observed multitasker profiles, as girls states that they used the computer more often than boys while watching TV. According to the consulted literature, the group socialization dynamics vary considerably between boys and girls, and consequently girls create their links based on their interpersonal relationships and give special relevance to group conversations and negotiations (Adler and Adler, 1998; Burke, 2006; Coleman and Hendry, 2003; Hopkins, 1986; Krauskopf, 2007; Kroger, 2007; Rodríguez,

Megías and Sánchez, 2002; Suess et al., 1998). Within this context, the SNS Tuenti may be considered as an extension of the group interactions that occur at and outside their schools.

t) Observed media consumption patterns are more homogeneous among girls.

Complementing what has been discussed so far, the resulting list of audiovisual choices made by the boys and girls consulted showed differences in the diversity of the products consumed. While girls showed homogenous patterns, boys diversified their consumption. As a consequence, the most popular TV shows in our survey corresponded to those chosen by girls. Serials such as *Física o Química*, *El Barco* or *Los Protegidos* were predominantly chosen by girls (78 to 94%). On the other hand, boys mentioned a higher variety of shows, and due to this heterogeneous choice *Deportes Cuatro* could only be highlighted as a popular choice among boys.

This gender diversification pattern can also be linked to the relevance that each gender attributes to group membership. Girls generally have a greater feeling of membership, and so must show consistence (Newman, 2007).

6.3.2 Are Adolescent Peer Group (12-16) Audiovisual Consumption and Their Linguistic Habits Related?

This last research question was formulated with the objective of investigating the presence of Basque in the adolescent universe and aimed to deduce any possible relation between adolescent audiovisual consumption in Gipuzkoa and their daily linguistic preferences.

Taking into account the linguistic profiles of the adolescents surveyed, we tried to find out the relation that different profiles might have with media contents produced in Basque. Such studies help in the evaluation of linguistic communities and give insights into specific audiences (Arana and Amezaga, 2012; Guyot, 2007; Jones, 2013; O'Connell, 2013).

u) Contents in Basque have low popularity.

Although half of the sample declared that they felt more confident when they spoke Spanish, and mainly use that language for communication purposes, a substantial minority of the surveyed adolescents are bilingual and use both Basque and Spanish to communicate with peers and family members. All these teenagers consume audiovisuals in similar ways and independently of their linguistic profile. In other words, the knowledge or usage of a language does not condition their audiovisual consumption.

In fact, the presence of TV programs broadcast in Basque which the adolescents surveyed say they watch is almost inappreciable. From the list of 183 different programs mentioned by teens, only two of them were in Basque, and were chosen by 20 and 7 people, respectively, out of a sample of 853. The absence of contents in Basque is thus evident, and consequently there is a minimal presence of contents produced by Basque public TV. Furthermore, neither contents nor the local TV channels that produce them were mentioned by adolescents from any area of Gipuzkoa. The only TV show produced in the BAC that presented some popularity is broadcasted on ETB2 and in Spanish.

If these results are compared to those gathered by Fedele (2011), and carried out in Catalonia, a striking difference is seen. Even if Catalan teens mainly prefer Spanish channels such as Antena 3 or Cuatro, contents of their regional public TV, which broadcasts exclusively in Catalan, TV3, are their third choice.

When then audiovisual consumption on the Internet was taken into account, while the choice offer grew dramatically, the presence of Basque diluted ever more. The adolescents consulted in Gipuzkoa stated that they consumed contents in Spanish every day, while they did so very rarely in Basque. There was also a noticeable absence of audiovisual products consumed in English, a surprising result given the wide offer of contents available in that language.

This predominance of Spanish audiovisual contents was also very evident in young people's social networking activities. With the exception of music videos, the vast majority of videos, pictures and audiovisual events correspond with products on Spanish TV channels. Furthermore, even the amateur videos shared through the SNS Tuenti were mainly found to be in Spanish.

Adolescents in Gipuzkoa, one of the last strongholds of the Basque language, are thus immersed on an audiovisual scenario in which Basque and its cultural references are practically absent. In our opinion, this is one of the major reasons why adolescents of this and other Basque regions prefer to speak Spanish: they follow their audiovisual references in this respect. So essential that the Basque audiovisual offer for adolescents is increased in order to make this linguistic community visible, while at the same time roles, models and the Basque culture itself are enriched.

v) Adolescents are not aware of the relevance of audiovisual products on the linguistic behaviour of their peer groups.

In the in-depth interviews carried out with adolescents, they were asked about possible relationships between their linguistic habits and audiovisual consumption and we faced the

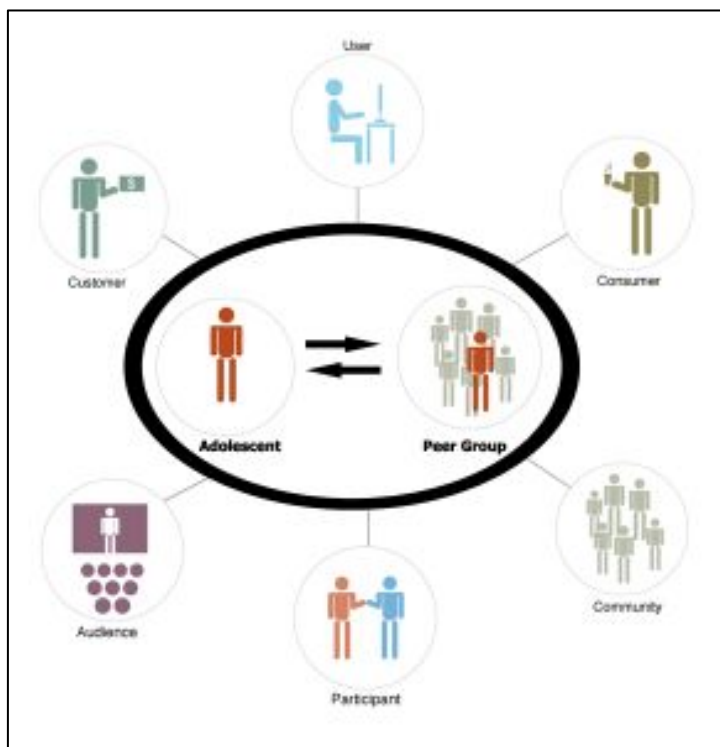
same issues about self-consciousness described earlier. Only nine out of the 26 interviewed adolescents were able to deal with the topic, and most stated that they ignored or that they never gave a thought to possible relationships between their linguistic and audiovisual choices.

Therefore, and as previously discussed, the results gave contrasting evidence. On the one hand, we can infer that studied adolescents showed certain linguistic habits and practices, but on the other, they were not aware of the relationships and consequences that these activities might create.

6.4 Overall Conclusions

The main goals of our research work have been described in the introductory chapter (see **Figure 57**). These were, first, to provide a comprehensive description of media consumption amongst adolescents (12 to 16 years old) during the digitization era in Gipuzkoa, and second, to describe any existing interactions between adolescent individual and peer audiovisual consumption behaviour.

Figure 57. Research context



Source: Modified from in2innovation.com

The detailed audiovisual consumption description derived from the survey conducted on teenagers from Gipuzkoa has fulfilled our first research goal. We have identified the audiovisual products they consumed, the use they made of them and the motivations behind their choice and the consumption itself.

Overall, this work shows big audiovisual product consumers with high access to media technology. On the other hand, audiovisual preferences are driven mainly by the user's gender. We dealt with social adolescents who take active part in their peer group communities, and hence, share their audiovisual experience personally and through the Internet.

Adolescents in Gipuzkoa show consumption behaviour that place them in the transition between the analogue and digital eras. Consequently, some of their habits resemble the results of research conducted in which conventional TV was the main media channel and was part of the family environment. However, modern practices involving new media are also part of their lives, and teens show multitasker profiles both when watching TV and while consuming audiovisuals on other devices. These new juvenile uses and practices are far from a prosumer profile, and, as a result, their social use of audiovisual products consists mainly of sharing existing products rather than of creating new products that can be shared.

The second main goal aimed to decipher the relationships between adolescent individuals and groups in terms of audiovisual consumption behaviour. Although an evident influence could be derived, quantitative results contrasted with the responses of the adolescents interviewed with regards to self-awareness of these influences. Hence the hypothesis that there is a clear interaction between adolescent peers could not be corroborated with the statements of the subjects themselves. Being aware of the meaning of working with teenagers, and taking into account that they are indeed social subjects, the following questions arose:

- Are adolescents aware of the influences and social interactions created by peer groups?
- If that is so, can adolescents distinguish between their audiovisual preferences and those of the group?
- Are in-depth interviews an appropriate method for investigating these social interactions?

Research into adolescent group interactions with regards to audiovisual consumption pose extremely interesting methodological challenges.

6.5 Limitations

Four main limitations to the present research work deserve special mention.

Firstly, intrinsic difficulties derived from working with adolescents have already been mentioned (see also Callejo, 2010 and 2012). Consequently, this age-class represents by itself a limitation at the time of interpreting the survey results.

Secondly, the decision of constraining our research to audiovisual products created difficulties when discerning research objects as a clear consequence of the multimedia nature of the digital era. So future works aiming to study adolescent audiovisual consumption should include other products such as web pages with multimedia nature, videogames or SNS, not only because of their role in the transmission of audiovisual products, but also in order to study adolescent interactions with these products. A clear example could be the Marca web page, a newspaper devoted exclusively to sports, which contains a good deal of audiovisual contents.

Thirdly and finally, an appropriate methodological design is evidently essential. Results of previous investigations also play a key role both as methodological cornerstones and as proper precedents for forthcoming works. So either there is little information available or the present work lacked the methodological power to provide better insight into a number of relevant topics. These could be the presence of audiovisual products on the Internet and PMPs during adolescents' leisure time, relationships between different media devices or relationships between audiovisual contents and SNS.

6.6 Contributions

This research work was started with the aim of analysing Gipuzkoa adolescents' audiovisual consumption. The new digital media context required analyses that could provide an in-depth view of this age-classes behaviour, which is at the same time the most active and the most vulnerable in this new environment. Thus our main contribution consisted of describing the existing reality for adolescents in Gipuzkoa in 2011. Overall, the picture placed us on an equivalent regional context in terms of media uses and practices, and at the same time gave us the cues for further studies that would consolidate in the new media context.

On the other hand, and as mentioned before, one of the limitations to our study was the lack of published data about adolescents' new audiovisual context. In this sense, we believe that the present work may constitute a significant contribution in that it could be a reference work for future evaluations of this reality. Devices on which audiovisuals may be consumed thanks to the Internet were studied, as were adolescents' consumption practices and habits in the new digital era.

Finally, we have applied a variety of research methods included questionnaires, in-depth interviews and the content analysis of Tuenti profiles. We could not retrieve any previous research works that have dealt with contents analysis in the SNS Tuenti. Hence, the methodological approach we used might be useful not only as background material, but also as methodological antecedents for those who aim at researching on SNS and audiovisuals.

6.7 Further Research

Further research should look deeper into the existing social interactions created around audiovisual products, expanding the scope to interactions not restricted only to those involving audiovisuals themselves. We believe that it is important to prepare methodologies that might allow research on the interactions created in the Internet, and especially through SNS, in greater depth. The aim would not be restricted to the relations or influences that those interactions might have on the individual subject, but also look at the relevance interactivities might have on the multitasker profile described earlier. After all, those relationships would serve to describe the nature of future audiovisual products. These products are becoming fragmented and dispersed through a diverse choice of media channels, taking us to a new reality known as transmedia.

Also within this new context, it would be very interesting to check the online relationships that take traditional and conventional peer groups much further, and quite often have little to do with traditional groups of adolescent friends. We believe that adolescence and youth age-classes (12 to 25 years old) are an extremely interesting and relevant group for such types of studies in spite of the intrinsic and challenging limitations to working with them.

BIBLIOGRAFIA

- Adler, P. A. eta Adler, P. (1998). *Peer power. Preadolescent culture and identity*. New Jersey: Rutgers University Press.
- Aguado, G. (2007). *Retos de la televisión en europa: Viabilidad y tendencias de mercado*. Universidad Antonio de Nebrija: Jean Monnet European Studies Centre.
- Aierbe, A. eta Medrano, C. (2008). *Usos televisivos de los adolescentes y su relación con los valores. Comunicar, 16 (31), 109-114* orr.
- Alkorta, L. eta Zuberogoitia, A. (2009). *Masa-komunikaziotik Informazioaren Gizartera*. Bilbo: UEU.
- Amezaga, J. eta Arana, E. (2008). *Telebistagintzaren digitalizazioa eta euskara. Bat Soziolinguistika Aldizkaria, 68 (3), 37-49* orr.
- Amezaga, J. eta Arana, E. (2012). *Minority language television in Europe: commonalities and differences between Regional Minority Languages and Immigrant Minority Languages. Zer, 17 (32), 89-106* orr.
- Amonarriz, K. (2008). *Gazte hizkerak- hizkera gazteak. Bat Soziolinguistika Aldizkaria, 68 (3), 167-183* orr.
- Anderson, C. (2006). *The long tail*. New York: Hyperion.
- Antolín, R. (2012). *Youtube como paradigma del vídeo y la televisión en la web 2.0*. [Doktorego Tesia]. Universidad Complutense de Madrid.
- Arana, E., Azpillaga, P. eta Narbaiza, B. (2003). *Euskarazko gertuko telebistagintzaren lekua. Bat Soziolinguistika Aldizkaria, 48. 101-115* orr.
- Arana, E., Azpillaga, P. eta Narbaiza, B. (2007). *Local television stations, Basque and minority language normalization*. In M. Cormack eta N. Hourigan (Edit.) *Minority Language Media* (151-168 orr.). Clevedon: Multilingual Matters.
- Arnett, J. J. (1995). *Adolescents' uses of media for self-socialization. Journal of Youth and Adolescence, 24 (5), 519-533* orr.

- Arrojo, M. J. (2008). *La configuración de la televisión interactiva. De las plataformas digitales a la TDT*. La Coruña: Netbiblo.
- Askwith, I. D. (2007). *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an engagement medium*. [Doktorego Tesia]. New York University.
- Australian Learning and Teaching Council (2007). *Educating the Net Generation. Implications for learning and teaching in Australian Universities*. University of Melbourne. Hemendik jaso: <http://www.netgen.unimelb.edu.au/investigation/questionnaires.html>
- Badillo, A. eta Marenghi, P. (2003). La juventud: Entre los viejos y los nuevos medios de comunicación. *Estudios De Juventud*, 61, 65-77 orr.
- Baltruschat, D. (2010). *Global media ecologies. Networked production in film and television*. London: Routledge.
- Bandura, A. (1994). *Social cognitive theory of mass communication*. New York: Routledge.
- Barandiaran, X. (2010). *Gipuzkoako gazteen kultura politikoa*. Donostia: Alberdania.
- Barker, C. (1997). *Global television*. Oxford: Blackwell.
- Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology & Behaviour*, 12 (2), 209-213 orr.
- Barkhuus, L. (2009). Television on the Internet: New practices, new viewers. *Conference of Human Factors in Computing System (CHI)*. University of California, Boston.
- Barkhuus, L. eta Brown, B. (2009). Unpacking the television: user practices around a changing technology. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 16 (3) o/g.
- Basterretxea, J. I., Idoyaga, P., Ramírez de la Piscina, T. eta Zarandona, E. (2005). Euskal Herriko eskola-gazteak telebistaren katean. *Uztaro*, 55, 63-87 orr.
- Basterretxea, J. I., Idoyaga, P., Ramírez de la Piscina, T. eta Zarandona, E. (2007). *Alfabetizazio berriak: Euskal Herriko neska-mutilak eta komunikabideak*. Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia.
- Bell, D. (2000). Internet y la nueva tecnología. *Letras Libres*, 13, 56-61 orr.

- Bernete, F. (2010). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Estudios De Juventud*, 88, 97-114 orr.
- Bjur, J. (2009). *Transforming audiences. Patterns of individualization in television viewing*. [Doktorego Tesia]. University of Gothenburg.
- Bolin, G. (2004). Research on youth and youth cultures. *Young*, 12, 237-243 orr.
- Bolin, G. (2007). Media technologies, transmedia storytelling and commodification. In T. Storsul eta D. Stuedahl (Edit.), *Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change* (237-248 orr.). Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet.
- Bolin, G. (2010). Digitization, multiplatform texts, and audience reception. *Popular Communication*, 8, 72-83 orr.
- Bourdieu, P. (2002). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- Bovill, M. eta Livingstone, S. (2001). Bedroom culture and the privatization of media use. In S. Livingstone eta M. Bovill (Edit.), *Children and their changing media environment: A european comparative study*. (179-200 orr.). New Jersey: Media Education.
- Boyd, D. (2008). Why youth love social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Edit.), *Youth, identity, and digital media* (119-142 orr.). Cambridge: The MIT Press.
- Brasel, S.A. eta Gips, J. (2011). Media Multitasking behavior: concurrent television and computer usage. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14 (9), 527-534 orr.
- Brown, B. B., Eicher, S.A. eta Petrie, S. (1986). The importance of peer group ("crowd") affiliation in adolescence. *Journal of Adolescence*, 9 (1), 73-96 orr.
- Brown, B. B. eta Larson, J. (2009). Peer relationships in adolescence. In R. M. Lerner eta L. Steingberg (Edit.), *Handbook of adolescent psychology* (74-103 orr.). New Jersey: Wiley.
- Buckingham, D. (2000). *Crecer en la era de los medios electrónicos*. Madrid: Morata.
- Buckingham, D. (2006). Is there a digital generation? In D. Buckingham eta R. Willett (Edit.), *Digital generations: Children, young people, and new media* (1-19 orr.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

- Buckingham, D. (2009). A commonplace art? Understanding amateur media production. In D. Buckingham eta R. Willett (Edit.), *Video cultures. media technology and everyday creativity* (23-51 orr.). New York: Palgrave Macmillan.
- Buckingham, D. (2009). Power to the people? The past and future of amateur video. In D. Buckingham eta R. Willett (Edit.), *Video cultures. media technology and everyday creativity* (230-238 orr.). New York: Palgrave Macmillan.
- Bukowski, W. M., Brendgen, M. eta Vitaro, F. (2007). Peers and socialization. Effects on externalizing and internalizing problems. In J. E. Grusec eta P. D. Hasting (Edit.), *Handbook of socialization: Theory and research* (355-381 orr.). New York: Guilford Press.
- Burgess, J. eta Green, J. (2009). *Youtube: Online video and participatory culture*. Cambridge: Polity Press.
- Burke, P. J. (2006). Interaction in small groups. In J. Delamater (Edit.), *Handbook of social psychology* (363-389 orr.). Madison: Springer.
- Callejo, J. (2010). El crítico estatuto de la persona adolescente en la observación empírica de la comunicación. *Estudios de juventud*, 88, 11-24 orr.
- Callejo, J. (2012). La observación de la adolescencia del sistema de comunicación. In J. Callejo eta J. Gutiérrez (Edit.), *Adolescencia entre pantallas. identidades juveniles en el sistema de comunicación* (17-35 orr.). Barcelona: Gedisa.
- Callejo, J. eta Gutiérrez, J. (2012). Máquinas de comunicar, máquinas de producir la adolescencia. In J. Callejo eta J. Gutiérrez (Edit.), *Adolescencia entre pantallas. Identidades juveniles en el sistema de comunicación* (109-137 orr.). Barcelona: Gedisa.
- Cantor, G. (2002). La triangulación metodológica en ciencias sociales. *Cinta De Moebio: Revista Electrónica De Epistemología De Ciencias Sociales*, 13.
- Carpentier, N. eta De Cleen, B. (2008). Introduction: Blurring participations and convergences. In N. Carpentier eta B. De Cleen (Edit.), *Participation and media production* (1-15 orr.). Newcastle: Cambridge Scholars.
- Casas, F. (2000). La adolescencia: Retos para la investigación y para la sociedad europea de cara al siglo XXI. *Anuario De Psicología*, 31 (2), 5-14 orr.

- Casas F., Rizzini I., September R., Mjaavaatn P. E. eta Nayar U. (Edit.) (2007). *Adolescents and audio-visual media in five countries*. Girona: Edicions a Petición.
- Casero Ripollés, A. (2008). La oferta de contenidos y servicios de la TDT. Análisis de la situación en el mercado español. *Revista De Economía Política De Las Tecnologías De La Información*, 10 (2), o/g.
- Casey, B., Casey, N., Calvert, B., French, L. eta Lewis, J. (2002). *Television studies, the key concepts*. London: Routledge.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cho, J., Gil de Zúñiga, H., Rojas, H. eta Shah, D.V. (2003). Beyond access: The digital divide and Internet uses and gratifications. *It&Society*, 1 (4), 46-72 orr.
- Clément, R., Bader, S. C., Josephson, G. eta Noels, K. A. (2006). Media effects on ethnic identity among linguistic majorities and minorities A longitudinal study of a bilingual setting. *Human Communication Research*, 31 (3), 399-422 orr.
- Coleman, J. C. eta Hendry, L. B. (2003). *Psicología de la adolescencia*. Madrid: Morata.
- Corsaro, W. A. (2005). *The sociology of childhood* (2.edizioa). London: Sage.
- Courtois, C., Mechant, P., Paulussen, S. eta De Marez, L. (2012). The triple articulation of media technologies in teenage media consumption. *New Media & Society*, 14, 401-420 orr.
- Díaz, R. (2009). El vídeo en el ciberespacio: Usos y lenguaje. *Comunicar*, 33, 63-71 orr.
- Drotner, K. (2000). Difference and diversity: Trends in young danes' media use. *Media, Culture and Society*, 22, 149-166 orr.
- Eckert, P. eta McConnell-Ginet, S. (1995). Constructing meaning, constructing selves: Snapshots of language, gender and class from belten high. In K. Hall eta M. Buchholtz (Edit.), *Gender articulated: Arrangements of language and the socially constructed self* (469-507 orr.). London; New York: Routledge.
- Eco, U. (1986). TV: la transparencia perdida. In U. Eco (Edit.), *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- Edmond, M. (2012). Here we go again: music videos after Youtube. *Television & New Media*, xx (x), 1-16 orr.

- Elola, J. (2012ko uztailak 14). El descontrol de la TDT. *Diario El País*. Hemendik jaso: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/07/14/actualidad/1342291401_125658.html
- Elzo, J. (2005). El grito de los adolescentes. *Ser Adolescente hoy* [kongresua]. Madril, 2005-11-23/25
- Elzo, J. (2006a). Valores e identidades en los jóvenes. In P. González Blasco, J. Elzo, J. M. González-Anleo Sánchez, J. A. López Ruiz eta M. Valls Iparraguirre (Edit.), *Jóvenes españoles 2005* (13-110 orr.) Fundación SM.
- Elzo, J. (2006b). *Los jóvenes y la felicidad. ¿Dónde la buscan? ¿Dónde la encuentran?*. Madrid: PPC.
- Elzo, J. (2007). *Valores ideológicos de los jóvenes: Una aproximación empírica. Sistema: Revista De Ciencias Sociales*, (197-198), 177-198 orr.
- Elzo, J. (2008). *La voz de los adolescentes*. Madrid: PPC.
- Eustat (2009-2010). *Informazioaren gizartearen panorama Euskadin*. Gasteiz: Euskal Estatistika-Erakundea.
- Eustat (2011). *Euskal AEko biztanleria, lurralde-eremuen eta jaiolekuaren arabera*. Gasteiz: Euskal Estatistika-Erakundea.
- Eustat (2011), *Population of the Basque Country by Province, Mother tongue and language spoken at home*. Gasteiz: Euskal Estatistika-Erakundea.
- Eustat. (2012). *Encuesta sobre la sociedad de la información a familias de la comunidad autónoma de Euskadi*. Gasteiz: Euskal Estatistika Erakundea.
- Eustat. (2012). *Euskal AEko hizkuntza-gaitasuna (>= 5 urte), adinaren eta lurraldearen arabera. 1981-2006*. Gasteiz: Euskal Estatistika Erakundea.
- Fedele, M. (2011). *El consum adolescent de la ficció seriada televisiva*. [Doktorego Tesia]. Universitat de Barcelona.
- Feixa, C. (1999). *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona: Ariel.
- Feixa, C. (2006). Gaztea izatea: Gaur, atzo, bihar. In J. Elzo, C. Feixa eta E. Giménez-Salinas (Edit.), *Gazteak eta balioak. Etorkizuneko gaztearentzako gakoa* (26-42 orr.) Bartzelona: Fundació "la Caixa".

- Fennah, A. (2010). *EIAA european media landscape report*. Mediascope Europe. Hemendik jaso: <http://www.eiaa.net/>
- Fennah, A. (2010b). *EIAA multi-screeners report*. Mediascope Europe. Iturria: <http://www.eiaa.net/>
- Francis, B. (2000). *Boys, girls and achievement*. Florence: Routledge.
- Franquet, R., Ribes, X., Fernández, D. eta Soto, M.T. (2009). Servicio público e interactividad en la TDT: la política del *laissez faire, laissez passer*. *Revista de Ciencias y de la Comunicación*, 9, 191-203 orr.
- Frey, L. R., Botan, C. H. eta Kreps, G. L. (2000). *Investigating communication. An introduction to research methods*. Massachusetts: Allyn&Bacon.
- Funes, J. (2005). Propuestas para observar y comprender el mundo de los adolescentes. O de cómo mirarlos sin convertirlos en un problema. *Ser Adolescente Hoy*, [Kongresua] Madrid. 35-50 orr.
- Funes, J., Casas, N., Bega, A., Comas, M., Climent, T. eta Vilar, J. (2004). *Arguments adolescents. El món dels adolescents explicat per ells mateixos*. Fundació Jaume Bofill eta Generalitat de Catalunya.
- Galindo Rubio, F. eta Nó Sánchez, J. (2010). Evolución de la tecnología audiovisual digital: De la handycam a la estereoscopia, de la tarjeta capturadora al montaje en web 2.0. y de la cinta a Youtube. *Zer*, 15 (20), 137-156 orr.
- Garabide Elkartea (2012). *Hedabideak. Euskararen berreskuratzea III*. Hemendik jaso: <http://www.garabide.org/irudiak/euskara.pdf>
- García, A., Vinader, R. eta Albuin, N. (2010). Televisión tradicional y televisión móvil. Estrategias para contenidos televisivos en movilidad. *TELOS*, 83, 84-96 orr.
- García Jiménez, A., López de Ayala, M.C. eta Gaona, C. (2012). A vision of uses and gratifications applied to the study of Internet use by adolescents. *Comunicación y Sociedad*, 25 (2), 231-254 orr.
- García Jiménez, 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 (21), 195-204 orr.

- Garitaonandia C., Juaristi P. eta Oleaga J. (1999). Qué ven y cómo juegan los niños españoles. El uso que los niños y los jóvenes hacen de los medios de comunicación. *Zer*, 6 (4), 67-95 orr.
- Garitaonandia, C., Juaristi, P. eta Oleaga, J. A. (2001). Media genres and content preferences. In S. Livingstone eta M. Bovill (Edit.), *Children and their changing media environment. A european comparative study* (141-157 orr.). London: LEA.
- Gipuzkoako Foru Aldundia. (1996). *Gipuzkoako gazteei buruzko txostena*. Gazteria eta Kirol Departamentua. Gipuzkoako Foru Aldundia.
- Gordillo, I. (2009). *Manual de narrativa televisiva*. Madrid: Síntesis.
- Gordillo, I., Guarinos, V., Checa, A., Ramírez Alvarado, M.M., Jiménez-Varea, J., López-Rodríguez, F.J., de los Santos, F., Pérez-Gómez, M.A. (2011). Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment. *Revista Comunicación*, 9 (1), 93-106 orr.
- Gutnick, A. L., Robb, M., Takeuchi, L. eta Kotler, J. (2011). *Always connected: The new digital media habits of young children*. New York: The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop.
- Guyot, J. (2007). Languages of minorities, media and public sphere. In M. Cormack eta N. Hourigan (Edit.). *Minority Language Media* (34-52 orr.). Clevedon: Multilingual Matters.
- Hartley, J. (2009). Less popular but more democratic? Corrie, Clarkson and the dancing Cru. In G. Turner eta J. Tay (Edit.). *Television Studies after TV. Understanding Television in the Post-Broadcast Era* (20-31 orr.). New York: Routledge.
- Hartup, W. (2005). Peer interaction: What causes what? *Journal of Abnormal Child Psychology*, 33 (3), 387-394 orr.
- Hess, J., Ley, B., Ogonowski, C., Reichling, T., Wan, L. eta Wulf, V. (2012). New technology @ home: Impacts on usage behavior and social structures. *10th European Conference on Interactive Tv and Video*, Berlin. 185-194 orr.
- Hoffner, C. (2008). Parasocial and online social relationships. In S. L. Calvert eta B. J. Wilson (Edit.), *The handbook of children, media, and development* (309-333 orr.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Hopkins, R. (1986). *Adolescencia, años de transición*. Madrid: Pirámide.

- Hust, S. J. T. eta Brown, J. D. (2008). Gender, media use, and effects. In S. L. Calvert eta B. J. Wilson (Edit.), *The handbook of children, media, and development* (98-120 orr.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Ikuspegi@k. Haur eta nerabeen behatokia. (2011). *EAEko haur eta nerabeei buruzko diagnostikoa*. Bilbo: EDE fundazioa.
- Imbert, G. (2008). *El transmorfismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Madrid: Cátedra.
- Íñiguez Rueda, L. (1999). Investigación y evaluación cualitativa: Bases teóricas y conceptuales. *Atención Primaria*, 23 (8), 496-502 orr.
- Iurrebaso, I. (2012). Euskararen erabilera zertan den. Premiazko diagnostiko bat datuen argitan. *Bat Soziolinguistika Aldizkaria*, 84, 103-120 orr.
- Jakubowicz, K. (2010). ¿La televisión D.C.? El cambio o la continuidad en la televisión. *Cuadernos Del CAC*, 34, 5-16 orr.
- Jenkins, H. (2001). Digital renaissance: Convergence? I diverge. *Technology Review*, 1. Hemendik jaso: <http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence-i-diverge/>
- Jenkins, H. (2003). Interactive audiences? In V. Nightingale eta K. Ross (Edit.), *Critical readings: Media and audiences* (279-297 orr.). Berkshire: Open University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2007, maiatza, 28). Nine propositions towards a cultural theory of Youtube. [Blog mezua] Hemendik jaso: http://henryjenkins.org/2007/05/9_propositions_towards_a_cultu.html
- Jensen, K. B. (1987). Qualitative audience research: Toward an integrative approach to reception. *Critical Studies in Mass Communication*, 4, 21-36 orr.
- Jerina, A. (2013). Social TV grows up: becomes part of the narrative rather than a conversation about the narrative. *Digital & Media predictions 2013*. Hemendik jaso: <http://www.millwardbrown.com/ChangingChannels/2012/Predictions/>

- Jones, E.H.G. (2013). Minority language media, convergence culture and the indices of linguistic vitality. In Jones, E.H.G. eta Uribe-Jongbloed, E. (edit.) *Social Media and Minority Languages. Convergence and the creative industries* (58-72 orr.). Bristol: Multilingual Matters.
- Juaristi, P. (2003). *Gizarte ikerketarako teknikak*. Teoria eta adibideak. Bilbo: EHU.
- Kaul, V. (2012). The changing world of media & communication. *Mass communication & Journalism*, 2:116. Hemendik jaso: <http://www.omicsgroup.org/journals/2165-7912/2165-7912-2-116.php?aid=6473>
- Kelley, T. eta Littman, J. (2006). *The ten faces of innovation. Strategies for heightening creativity*. New York: Doubleday.
- Kirsh, S. (2010). *Media and youth. A developmental perspective*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Krauskopf, D. (2007). *Adolescencia y educación*. Costa Rica: EUNED.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis. Introduction to its methodology*. Thousand Oaks: Sage.
- Kroger, J. (2007). *Identity development: Adolescence through adulthood*. London: Sage.
- Larson, R. (1995). Secrets in the bedroom: Adolescents' private use of media. *Journal of Youth and Adolescence*, 24 (5), 535-550 orr.
- Leaper, C. eta Friedman, C. K. (2007). The socialization gender. In J. E. Grusec eta P. D. Hasting (Edit.), *Handbook of socialization: Theory and research* (561-587 orr.). New York: Guilford Press.
- Lemish, D., Liebes, T. eta Seidmann, V. (2001). Gendered media meanings and uses. In S. Livingstone eta M. Bovill (Edit.), *Children and their changing media environment. A european comparative study* (263-283 orr.). New Jersey: Media Education.
- Levy, M.R. eta Windahl, S. (2003). Audience activity and gratifications: a conceptual clarification and exploration. In T. Miller (Edit.), *Television. Critical concepts and cultural studies* (1-19 orr.). London: Routledge.
- Livingstone, S. (1998). Mediated childhoods. A comparative approach to young people's changing media environment in Europe. *European Journal of Communication*, 13 (4), 435-456 orr.

- Livingstone, S. (2002). *Young people and new media*. London: Sage.
- López Ruiz, J. A. (2011). Ocio, consumo y medios de comunicación. In J. González-Anleo eta P. González Blasco (Edit.), *Jóvenes españoles 2010*. Madrid: Fundación SM.
- López Vidales, N., Medina de la Viña, E., González Aldea, P., González Conde, J., Miguel Borrás, M. eta Rodríguez Barba, D. (2012). *Preferencia juvenil en nuevos formatos de televisión. Tendencias de consumo en jóvenes de en 14 y 25 años*. Observatorio del Ocio y el Entretenimiento Digital.
- Lorenzo, A. (2013ko martxoak 25). ¿Recuperar los canales de TDT o mejorar la calidad del Internet móvil? *Diario El Economista*. Hemendik jaso: <http://www.economista.es/interstitial/volver/Nuezoct13/empresas-finanzas/noticias/4699298/03/13/Recuperar-los-canales-de-TDT-o-mejorar-la-calidad-del-Internet-movil.html>
- Mallan, K. eta Pearce, S. (2003). *Youth cultures: Texts, images and identities*. Westport: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Martín-Barbero, J. (2008). El cambio en la percepción de los jóvenes. socialidades, tecnicidades y subjetividades. In R. Morduchowicz (Edit.), *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad* (25-47 orr.). Barcelona: Gedisa.
- Martín Serrano, M. (2005). Adolescencia producida y adolescencia vivida. *Ser Adolescente Hoy* [Kongresua]. Madrid.
- Martínez de Luna, I., Baxok, E. eta Berrio-Otxoa, K. (2000). *Etorkizuna aurrikusten 99: Euskal herriko gaztetxoak eta euskara*. Gasteiz: EHUren argitalpen zerbitzua.
- Martínez García, Z., Hernández García, J. M. eta Berrio-Otxoa de Angiozar, K. (2000). *Haur eta nerabeen aisialdi antolatua gipuzkoan*. Gipuzkoako Foru Aldundia.
- Masa Carrasqueño, M. (2009). *EAEko nerabeak. hurbilketa ahalduntzetik abiatuta*. Gasteiz: Emakunde.
- McHale, S. M., Dotterer, A. eta Kim, J. (2009). An ecological perspective on the media and youth development. *American Behavioral Scientist*, 52 (8), 1186-1203 orr.
- McQuail, D. (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (3.edizioa). Barcelona: Paidós.

- Medrano, C., Aierbe, A. eta Orejudo, S. (2009). El perfil de consumo televisivo en adolescentes: Diferencias en función del sexo y estereotipos sociales. *Infancia y Aprendizaje*, 32 (3), o/g.
- Medrano, C., Palacios, S. eta Aierbe, A. (2007). Los hábitos y preferencias televisivas en jóvenes y adolescentes: Un estudio realizado en el País Vasco. *Revista Latina De Comunicación Social*, 62, 13-27 orr.
- Megías Valenzuela, E. (2005). Del "pasotismo" a la "res publica": Los adolescentes como ciudadanos. *Ser Adolescente hoy* [Kongresua]. Madrid.
- Merino, L. (2010). *Nativos digitales: Una aproximación a la socialización tecnológica de los jóvenes*. [Doktorego tesia], Leioa: Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Meyrowitz, J. (1986). *No sense of place. the impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.
- Milkie, M. (1994). Social world approach to cultural studies: Mass media and gender in the adolescent peer group. *Journal of Contemporary Ethnography*, 23 (3), 354-380 orr.
- Milner, M. (2004). *Freaks, geeks and cool kids. American teenagers, schools and the culture of consumption*. London: Routledge.
- Morduchowicz, R. (2008). Introducción: Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad. In R. Morduchowicz (Edit.), *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad* (9-23 orr.). Barcelona: Gedisa.
- Morimoto, S.A. eta Friedland, L.A. (2011). The lifeworld of youth in the information society. *Youth Society*, 43 (2), 549-567 orr.
- Morley, D. (1993). *Family television*. London: Routledge.
- Muro Benayas, I. (2009). La teoría de la 'larga cola'. Trazabilidad de la información y credibilidad de los medios. *TELOS*, 80, 8-10 orr.
- Naval, C., Sábada, C. eta Bringué, X. (2010). *Impacto de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) en las relaciones sociales de los jóvenes navarros*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Nerekan, A. (2013). EAEko telebistagintzaren digitalizazioa: Hamaika Telebistaren sorrera. *Euskonews*, 664, 5-8 orr.

- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. London: Sage.
- Newman, B. M., Lohman, B. J. eta Newman, P. R. (2007). *Peer group membership and a sense of belonging: Their relationship to adolescent behaviour problems*. *Adolescence*, 42 (166), 241-263 orr.
- Niqui, C. (2012). *Cronologia dels primers 15 anys de l'audiovisual a internet*. Barcelona: UOC.
- Nurmi, J. E. (2001). *Navigating through adolescence*. New York: Routledge.
- O'Connell, E. (2013). Towards a template for a linguistic policy for minority language broadcasters. In E.H.G. Jones eta E. Uribe-Jongbloed (Edit.) *Social Media and Minority Languages. Convergence and the creative industries* (187-201 orr.). Bristol: Multilingual Matters.
- O'Hara, K., Mitchell, A.S. eta Vorbau, A. (2007). Consuming video on mobile devices. *Conference of Human Factors in Computing System (CHI)*, San Jose, California, USA.
- Orihuela, J.L. (d.g.). Los nuevos paradigmas de la comunicación. Hemendik jaso: <http://www.ecuaderno.com/paradigmas/>
- Palacios, S. eta Mendrano, C. (2007). Elaboración y validación de la escala de dominios de valores televisivos (ECVT). *Revista De Investigación Educativa*, 2 (25), 403-420 orr.
- Pavón, A. eta Zuberogoitia, A. (2011). Leintz bailarako nerabeak eta ikus-entzunezko edukien kontsumoa, digitalizazioaren garaian. *Uztaro*, 78, 31-49 orr.
- Pavón, A. eta Zuberogoitia, A. (2013). Multilingual Practice of the EITB Group and its TV Provision for Teenagers. In E.H.G. Jones eta E. Uribe-Jongbloed (Edit.). *Social Media and Minority Languages. Convergence and the Creative Industries* (224-237 orr.) Bristol: Multilingual Matters.
- Pérez de Silva, J. (2000). *La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de internet; la tercera revolución industrial*. Barcelona: Gedisa.
- Pérez Rufí, J. P. eta Gómez Pérez, F. (2011). Living on video: De cómo el vídeo amateur cambió la producción audiovisual profesional en el siglo XXI. *VI Congreso Internacional Comunicació i Realitat*. [Kongresua] Universitat Ramón Llull, Barcelona.
- Pindado, J. (2003). *El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes de Málaga*. [Doktorego Tesia]. Universidad de Málaga.

- Pindado, J. (2005). Lo ideal y lo real en TV: calidad, formatos y representación. *Revista Comunicar*, 25, 101-108 orr.
- Piñuel, J. L. (2011). Periodismo audiovisual en la era del espectáculo y audiencias de la información audiovisual: El caso de las redes sociales y las audiencias juveniles. In A. Casero eta J. Marzal (Edit.), *Periodismo en televisión. nuevos horizontes, nuevas tendencias* (230-247 orr.). Zamora: Comunicación Social.
- Piñuel, J. L. eta Gaitán, J. A. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Barcelona: Síntesis.
- Prado, E. (2003). Virtudes, funciones y futuro de la TDT en la sociedad de la información. *TELOS*, 57. Hemendik jaso: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=1&rev=57.htm>
- Prado, E. (2009). Reptes de la convergència digital per la televisió. *Cuaderns Del CAC*, 31-32, 31-42 orr.
- Prado, E., Franquet, R., Soto, M. T., Ribes, X. eta Fernández, D. (2008). Tipología funcional de la televisión interactiva y de las aplicaciones de interacción con el televisor. *Zer*, 13 (25), 13-35 orr.
- Pratten, R. (2011). *Getting started with transmedia storytelling*. CreateSpace Publishing.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9 (5), 16-6 orr.
- Prospekzio soziologikoaren kabinetea. (2012). *Hedabideak 2012*. Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren argitalpen zerbitzua.
- Ribes, X. (2007). La web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. *TELOS*, 73, 36-43 orr.
- Roberts, D. F. (2000). Media and youth: Acces, exposure and privatization. *Journal of Adolescent Health*, 27, 8-14 orr.
- Roberts, D. F. eta Foehr, U. G. (2008). Trends in media use. *The Future of Children*, 18 (1), 11-37 orr.

- Roberts, D. F., Henriksen, L. eta Foehr, U. G. (2009). Adolescence, adolescents, and media. In R. M. Lerner eta L. Steingberg (Edit.), *Handbook of adolescent psychology* (314-344 orr.). New Jersey: Wiley.
- Rocher, G. (1990). *Introducción a la sociología general*. Barcelona: Herder.
- Rodríguez, E., Megías, I. eta Sánchez, E. (2002). *Jóvenes y relaciones grupales. Dinámica relacional para los tiempos de trabajo y ocio*. Madrid: Injuve y Fad.
- Rubin, A. M. (1994). Uses-and-gratifications perspective on media effects. In J. Bryant eta M. B. Oliver (Edit.), *Media effects* (525-548 orr.). New York: Routledge.
- Rubio Gil, A. (2010). Generación digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social. *Revista de estudios de Juventud*, 88, 201-221 orr.
- Sánchez, M. (2012). ¿Qué hacemos con la tele? *Observatorio Del Ocio y El Entretenimiento Digital*.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Scantlin, R. (2008). Media use across childhood: Access, time, and content. In S. L. Calvert eta B. J. Wilson (Edit.), *The handbook of children, media, and development* (51-73 orr.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Schrøder, K., Drotner, K., Kline, S. eta Murray, C. (2003). *Researching audiences*. London: Arnold.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication* 3 (3), 586-606 orr.
- Scolari, C.A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Serapio, A. (2006). Realidad psicosocial: La adolescencia actual y su temprano comienzo. *Revista De Estudios De Juventud*, 73, 11-23 orr.
- Severin, W. J. eta Tankard, J. W. (1992). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (3.edizioa). New York: Longman.
- Silverstone, R. (1994). *Television and everyday life*. London: Routledge.

- Sletten, M. A. (2011). Long-term benefits of social ties to peers even among adolescents with 'risky' friendships? *Journal of Youth Studies*, 5 (14), 561-585 orr.
- Soziolinguistika Klusterra (2011). *Hizkuntzen kale-erabileraren VI.neurketa*. Hemendik jaso: <http://www.soziolinguistika.org/node/5563>
- Soziolinguistika Klusterra (2012). *Arrue proiektua. Ebaluazio Diagnostikoa 2011: ikasleen hizkuntza erabileraren datuak*. Hemendik jaso: http://www.irekia.euskadi.net/assets/a_documents/2802/Arrue_Prentsaurrekoa_eus.pdf?1359118341
- Suess, D., Suoninen, A., Garitaonandia, C., Juaristi, P., Koikkalainen, R. eta Oleaga, J. A. (1998). Media use and relationships of children and teenagers with their peer groups. *European Journal of Communication*, 13 (4), 521-538 orr.
- Suoninen, A. (2001). The role of media in peer group relations. In S. Livingstone eta M. Bovill (Edit.), *Children and their changing media environment. A european comparative study* (201-220 orr.). New Jersey: Media Education.
- Svoen, B. (2007). Consumers participants, and creators: Young people's diverse use of television and new media. *ACM Computers in Entertainment*, 5 (2) o/g.
- Topagunea, Soziolinguistika Klusterra, Urtxintxa Eskola (2009). *Gazteen hizkuntza erabileran eragiten duten faktoreen azterketa*. Hemendik jaso: <http://www.soziolinguistika.org/eu/node/4379>
- Tubella, I., Taberner, C. eta Dwyer, V. (2008). *Internet y televisión: La guerra de las pantallas*. Barcelona: Ariel.
- Urberg, K. A., Degirmencioglu, S. M., Tolson, J. M. eta Halliday-Scher, K. (1995). The structure of adolescent peer networks. *Development Psychology*, 4 (31), 540-547 orr.
- Vaca Berdayes, R. (1997). *¿Quién manda en el mando? Comportamiento de los espectadores ante la televisión*. Barcelona: Visor.
- van der Voort, T.H.A., Beentjes, J.W.J., Bovill, M., Gaskell, G., Koolstra, C.M., Livingstone, S. eta Marseille, N. (1998). Young people's ownership and uses of new and old forms of media in Britain and the Netherlands. *European Journal of Communication*, 13 (4), 457-477 orr.

Vera, J. (2005). *Medios de comunicación y socialización juvenil. Revista De Estudios De Juventud, 68*, 19-31 orr.

Weber, S. eta Mitchell, C. (2008). Imagining, keyboarding, and posting identities. In D. Buckingham (Edit.), *Young people and new media technologies* (25-48 orr.). Cambridge: The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning.

Zuazua Astarloa, B. (2008). *Euskadiko gazteak 2008*. Gasteiz: Eusko Jauriaritzaren argitalpen zerbitzua.

ERANSKINAK

1. eranskina. Ikerketaren ziurtagiria
2. eranskina. Galdetegia, euskaraz eta gaztelaniaz
3. eranskina. Inkestaren fitxa teknikoa
4. eranskina. Sakoneko elkarrizketaren gidioa
5. eranskina. Tuenti sare sozial birtualaren ikerketarako galdetegia
6. eranskina. Tuentiko profilen azterketarako zehaztutako irizpideen dokumentua
7. eranskina. Sakoneko elkarrizketatuen fitxa teknikoa
8. eranskina. Sakoneko elkarrizketen transkripzioak

2. eranskina. Galdetegia, euskaraz eta gaztelaniaz

ZER DA IKUSTEN DUZUNA?

Ikus-entzunezkoen gaineko galdetegia

Kaixo gazte. Amaia Pavón naiz (Mondragon Unibertsitateko irakaslea) eta gazteen ikus-entzunezkoen inguruko ikerketa bat egiten ari naiz. Hori dela eta, eskertuko nizuke ondorengo galdetegia beteko bazenu. Erantzunak guztiz anonimoak izango dira eta lorturiko informazioa nerabeen ikus-entzunezko kontsumoari buruzko ikerketara bideratuko da. Galdetegi honetan, ikus-entzunezko kontsumoaren gaineko galderak egingo zaizkizu. Irakurri tentuz eta saiatu ahal bezain fidelen erantzuten galderei. Eskerrik asko.

A. GALDEKETA ZENBAKIA:



B. ZEIN TEKNOLOGIA DAUKAZU ESKURAGARRI?

Ondorengo lerroetan galdetuko dizugu zein den eskura duzun teknologia-mota.

	Eskuragarri duzu teknologia hau?	Bai, neuk bakarrik erabiltzen dut	Bai, baina beste batzuekin partekatzen dut	Ez, baina beste toki batzuetan eskuragarri daukat	Ez daukat
1.	Mahai gaineko ordenagailua, Interneterako sarbidearekin.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
2.	Ordenagailu eramangarria, Interneterako sarbidearekin.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
3.	Telebista.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
4.	Mp3 erreproduzitzailea.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
5.	Argazki kamera digitala.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
6.	Bideo kamera digitala.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
7.	Kameradun sakelako telefonoa.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

C. ZER IKUSTEN DUZU?

Ondorengo atalean gustuko dituzun ikus-entzunezkoen gainean galdetuko dizugu.

8. Zeintzuk dira telebistan gehien ikusten dituzun saioak?

Aipatu **HIRU** saio.

1-.....

2-.....

3-.....



9. Badakazu satellite bidezko eskaintzarik etxeko telebistan?

Satellite bidezko telebista badakazu, antena paraboliko indibiduala izango duzu etxean.

- 1 Bai.
- 2 Ez. (Pasatu 11.galderara)
- 3 Ez dakit. (Pasatu 11.galderara)

10. Aurreko erantzuna BAI bada, zein telebista saio ikusten duzu satellite bidez?

.....

11. Ikusten duzu telebista saiorik Interneten?

- 1 Bai.
- 2 Ez. (Pasatu 14.galderara)

12. Aurreko erantzuna BAI bada, zein telebista saio ikusten duzu Interneten?

.....

13. Zergatik ikusten dituzu telebista-saioak Interneten?

Irakurri denak eta zure aukerara gehien egokitzen den **BAT** aukeratu.

- 1 Telebistan ezin ditut ikusi bere emisio orduan eta gero jotzen dut Internetera.
- 2 Telebistan ikusi ondoren, berriz ikusi gura izaten ditut.
- 3 Nahiago dudalako ordenagailuan ikusi, bakarrik.
- 4 Nahiago dudalako ordenagailuan ikusi, lagunartean.
- 5 Internetek aukera ematen dit ikus-entzunezkoen iruzkinak egiteko foro eta sare sozial birtualetan.
- 6 Beste batzuk:
Zeintzuk?

14. Ikusten duzu bideorik Youtuben?

Youtubekin batera, Euskaltube, Vimeo, BlipTV eta antzerako plataformez ari gara.

- 1 Bai, egunero.
- 2 Bai, astean behin edo birritan.
- 3 Bai, noizean behin.
- 4 Ia inoiz ez. (Pasatu 16.galderara)
- 5 Ez dut Youtube ezagutzen. (Pasatu 16.galderara)

15. Aurreko erantzuna BAI bada, zein bideo mota ikusten duzu Youtuben, gehienbat?

Irakurri denak eta zure aukerara gehien egokitzen den **BAT** aukeratu.

- 1 Musikaren inguruko bideoak.
- 2 Kirolaren inguruko bideoak.
- 3 Telebista saioetatik ateratako bideoak.
- 4 Ezezagunek grabatutako etxeko bideoak ('*videos caseros*').
- 5 Ezagunek grabatutako etxeko bideoak ('*videos caseros*').
- 6 Koadrilan grabatutako bideoak.
- 7 Beste batzuk:
Zeintzuk?

16. Ikusten duzu bideorik mugikorrean?

- 1 Bai.
- 2 Ez. (Pasatu 18.galderara)

17. Aurreko erantzuna BAI bada, zein bideo-mota ikusten duzu mugikorrean?

Irakurri denak eta zure aukerara gehien egokitzen den **BAT** aukeratu.

- 1 Musikaren inguruko bideoak.
- 2 Kirolaren inguruko bideoak.
- 3 Telebista saioetatik ateratako bideoak.
- 4 Ezezagunek grabatutako etxeko bideoak ('*videos caseros*').
- 5 Ezagunek grabatutako etxeko bideoak ('*videos caseros*').
- 6 Koadrilan grabatutako bideoak.
- 7 Beste batzuk:
Zeintzuk?

18. Partekatzen duzu bideorik sare sozial birtualen bidez? (Facebook, Tuenti...)

Bideoak zureak, lagunena, telebista-koak edo Youtubekoak izan daitezke.

- 1 Bai, egunero.
- 2 Bai, astean behin edo birritan.
- 3 Bai, noizean behin.
- 4 Ia inoiz ez.
- 5 Inoiz ez.

19. Eskegitzen duzu zuk grabatutako bideorik Interneten? (Youtuben, Facebooken, Tuentin...)

- 1 Bai, egunero.
- 2 Bai, astean behin edo birritan.
- 3 Bai, noizean behin.
- 4 Ia inoiz ez. (Pasatu 21.galderara)
- 5 Inoiz ez. (Pasatu 21.galderara)

20. Aurreko erantzuna BAI bada, zer nolako ikus-entzunezkoak grabatzen dituzu?

.....
.....

D. ETA LAGUNEKIN ZER?

Ondorengo atalean, lagun-taldean (koadrilan) nagusi den ikus-entzunezkoen hautuaz galdetuko dizugu.

21. Hitz egiten duzue lagun-taldean ikusten dituzuen ikus-entzunezkoek?

- 1 Bai, egunero.
- 2 Bai, astean behin edo birritan.
- 3 Bai, noizean behin.
- 4 Ia inoiz ez. (Pasatu 23.galderara)
- 5 Inoiz ez. (Pasatu 23.galderara)



22. Aurreko erantzuna BAI bada, zein telebista saiotaz edo bideotaz hitz egiten da gehien lagun-taldean?

.....

23. Partekatzen duzue koadrilan bideorik sare sozial birtualen bidez? (Facebook, Tuenti...)

Bideoak zureak, lagunena, telebistakoak edo Youtubekoak izan daitezke.

- 1 Bai, egunero.
- 2 Bai, astean behin edo birritan.
- 3 Bai, noizean behin.
- 4 Ia inoiz ez. (Pasatu 25.galderara)
- 5 Inoiz ez. (Pasatu 25.galderara)

24. Aurreko erantzuna BAI bada, zein bideo-mota partekatzen duzue lagunartean?

Irakurri denak eta zure aukerara gehien egokitzen den **BAT** aukeratu.

- 1 Musikaren inguruko bideoak.
- 2 Kirolaren inguruko bideoak.
- 3 Telebista saioetatik ateratako bideoak.
- 4 Ezezagunek grabatutako etxeko bideoak ('*videos caseros*').
- 5 Ezagunek grabatutako etxeko bideoak ('*videos caseros*').
- 6 Koadrilan grabatutako bideoak.
- 7 Beste batzuk:
Zeintzuk?



E. ADOS ZAUDE BAIETAPEN HAUEKIN?

Ondorengo lerroetan hainbat baietzapen aurkituko dituzu, eta aipatu behar duzu zein den zure adostasun maila. **1 balorea aukeratuz gero, desadostasunean zaudela esan gura du, eta 5 balorea aukeratuz gero, erabat ados zaudela esan nahi du.**

Baietzapenak.	Bater e ados	Ez oso ados	Nahi ko ados	Ados	Erab at ados
25. Oro har, gustatzen zaizkit ikusten ditudan ikus-entzunezkoak.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
26. Ikus-entzunezkoak oso garrantzitsuak dira nire bizitzan.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
27. Ikus-entzunezkoak bakarrik ikustea gustatzen zait eta ez dut esperientzia inorekin partekatu nahi.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
28. Lagunekin hitz egindakoak eragina dauka nire ikus-entzunezko hautuan.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
29. Ikus-entzunezkoak oso garrantzitsuak dira nire lagun-taldean.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
30. Ikus-entzunezkoak ikusten ez dituen baztertua sentitzen da lagun-taldean.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
31. Ikus-entzunezkoetan ikusten ditugun pertsonaien itxurak eragina du lagun-taldearen janzkeran.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
32. Ikus-entzunezkoetan ikusten dugunak eragina du lagun-taldearen gustu musikaletan.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
33. Ikus-entzunezkoetan ikusten dugunak eragina du lagun-taldearen pentsaeran eta jarreran.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
34. Ikus-entzunezkoetan erabiltzen den hizkuntzak eragina du lagun-taldearen hizkuntza-hautuan.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

F. ZERGATIK KONTSUMITZEN DITUZU IKUS-ENTZUNEZKOAK?

Ondorengo atalean jakin nahi dugu zeintzuk diren zure motibazioak ikus-entzunezkoak kontsumitzeko.

35. Zer da ikusten dituzun ikus-entzunezkoetatik gehien gustatzen zaizuna?

Irakurri denak eta zure aukerara gehien egokitzen diren **HIRU** aukeratu.

- 1 Ohikoak ez diren egoerak agertzen direla.
- 2 Umorezkoak direla edo barre eragiten didala.
- 3 Emozioz eta intrigaz betea dela.
- 4 Nire koadrilak ikusten duela.
- 5 Euskaraz dagoela.
- 6 Bertan agertzen diren egoerekin identifikatuta sentitzen naizela.
- 7 Pertsonaiak gustuko ditudala.
- 8 Bertan agertzen den janzkera gustuko dudala.
- 9 Bertan agertzen den musika gustuko dudala.
- 10 Bertan agertzen diren pentsamoldeak eta iritziak gustuko ditudala.

G. NOLA IKUSTEN DUZU?

Ondorengo atalean zure ikus-entzunezko kontsumo-ohituren gainean galdetuko dizugu.

36. Norekin ikusten dituzu ikus-entzunezkoak, gehienbat?

Irakurri denak eta zure aukerara gehien egokitzen diren **HIRU** aukeratu.

- 1 Familiarekin, telebistan.
- 2 Familiarekin, ordenagailuan.
- 3 Familiarekin, mugikorrean.
- 4 Bakarrik, telebistan.
- 5 Bakarrik, ordenagailuan.
- 6 Bakarrik, mugikorrean.
- 7 Lagunartean (koadrilan), telebistan.
- 8 Lagunartean (koadrilan), ordenagailuan.
- 9 Lagunartean (koadrilan), mugikorrean.
- 10 Beste batzuk:
Zeintzuk?

37. Zenbat denbora igarotzen duzu egunean ikus-entzunezkoak ikusten?

- 1 Batere ez.
- 2 15 minutu baino gutxiago.
- 3 16 minututik ordu erdira.
- 4 31 minututik ordu betera.
- 5 Ordu betetik bira.
- 6 Bi ordutik hirura.
- 7 Hiru ordu baino gehiago.

38. Telebista ikusi bitartean, aritzen zara ordenagailuan?

- 1 Bai.
- 2 Ez. (Pasatu 40.galderara)

39. Aurreko erantzuna BAI bada, zer egiten duzu ordenagailuan, telebista ikusten duzun bitartean?

.....
.....

H. ZEIN HIZKUNTZATAN IKUSTEN DITUZU IKUS-ENTZUNEZKOAK?

Ondorengo atalean galdetuko dizugu zein hizkuntzatan ikusten dituzun ikus-entzunezkoak..

Hizkuntza	Egunero	Astean behin edo birritan	Noizean behin	la inoiz ez	Inoiz ez
40. Euskara	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
41. Gaztelania	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
42. Ingelesa	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
43. Beste batzuk: Zeintzuk?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

I. NOR ZARA?

Atal honetan zure izaeraren gaineko informazioa eskatuko dizugu.

44. Zein urtetan jaio zinen?

Idatzi zenbakia.

45. Generoa:

Egin gurutzea dagokion koadroan.

1 Neska

2 Mutila

46. Zein herritan jaio zinen?

Euskal Herritik kanpo jaio baziren zehaztu ere herrialdea (Estatua).

.....

47. Non jaio ziren zure gurasoak?

Euskal Herritik kanpo jaio baziren zehaztu ere herrialdea (Estatua).

.....

48. Non bizi zara?

Aipatu Udalerria.

.....

49. Zenbat pertsonak osatzen dute zure lagun-taldea?

Lagun-taldea esaten dugunean koadrila osatzen duzuen lagunez ari gara. Egin gurutzea dagokion koadroari.

1 Ez daukat lagun-talde finkorik.

2 5 baino gutxiago.

3 6 eta 10 bitartean.

4 11 eta 20 bitartean.

5 21 edo gehiago.

50. Zein hizkuntzatan hitz egiten duzu errazago?

1 Errazago gaztelaniaz.

2 Bietan berdin.

3 Errazago euskaraz.

4 Beste batzuk:

Zeintzuk?

51. Zein hizkuntzatan hitz egiten da zure etxean?

- 1 Euskaraz soilik.
- 2 Euskaraz gehien bat (baina gaztelaniaz ere bai).
- 3 Bietan hitz egiten dugu era bertsuan.
- 4 Gaztelaniaz gehien bat (baina euskaraz ere bai).
- 5 Gaztelaniaz soilik.
- 6 Beste batzuk:
Zeintzuk?

52. Zein hizkuntzatan hitz egiten duzue koadrilan?

- 1 Euskaraz soilik.
- 2 Euskaraz gehien bat (baina gaztelaniaz ere bai).
- 3 Bietan hitz egiten dugu era bertsuan.
- 4 Gaztelaniaz gehien bat (baina euskaraz ere bai).
- 5 Gaztelaniaz soilik.
- 6 Beste batzuk:
Zeintzuk?

53. Zein eredutan ikasten ari zara?

- 1 A eredu.
- 2 B eredu.
- 3 D eredu.



J. ZER EGITEN DUZU IKASTETXETIK ATERATZEN ZARENEAN?

Ondorengo lerroetan galdetuko dizugu zer egiten duzun klase orduetatik kanpo.

54. Ondoren agertzen diren ekintzetatik aipatu zeintzuk diren gehien egiten dituzunak asteleheneratik ostiralera.

Irakurri denak eta zure aukerara gehien egokitzen diren **HIRU** aukeratu.

- 1 Kirola egin.
- 2 Telebista ikusi.
- 3 Prentsa, aldizkariak irakurri.
- 4 Liburuak irakurri.
- 5 Musika instrumentu bat jo.
- 6 Musika entzun.
- 7 Lagunekin egon.
- 8 Beste batzuk:
Zeintzuk?

55. Bertan agertzen diren ekintzetatik aipatu zeintzuk diren gehien egiten dituzunak asteburuan.

Irakurri denak eta zure aukerara gehien egokitzen diren **HIRU** aukeratu.

- 1 Kirola egin.
- 2 Telebista ikusi.
- 3 Prentsa, aldizkariak irakurri.
- 4 Liburuak irakurri.
- 5 Musika instrumentu bat jo.
- 6 Musika entzun.
- 7 Lagunekin egon.
- 8 Beste batzuk:
Zeintzuk?

Eskerrik asko zure erantzunengatik!!



¿QUÉ ES LO QUE VES?

Cuestionario sobre el consumo audiovisual

Hola joven. Mi nombre es Amaia Pavón (profesora de Mondragon Unibertsitatea) y estoy realizando una investigación acerca del consumo audiovisual de los adolescentes. Te agradecería que rellenases este cuestionario para mi investigación. Los resultados serán totalmente anónimos, por lo que te pediría que respondieses las preguntas sinceramente. Muchas gracias.

A. NÚMERO DE CUESTIONARIO:



B. ¿QUÉ TECNOLOGÍA ESTÁ A TU ALCANCE?

En este apartado queremos saber de qué tecnología dispones.

¿Tienes esta tecnología a tu alcance?		Sí, lo utilizo yo solo.	Sí, pero lo tengo que compartir con otros.	No, pero lo puedo obtener en otros sitios.	No, no tengo.
1.	Ordenador de mesa con conexión a Internet.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
2.	Ordenador portátil con conexión a Internet.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
3.	Televisión.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
4.	Reproductor mp3.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
5.	Cámara de fotos digital.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
6.	Cámara de vídeo digital.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
7.	Teléfono móvil con cámara.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

C. ¿QUÉ VES?

En este apartado queremos saber cuál es tu consumo audiovisual.

8. ¿Cuáles son los programas de televisión que más ves?

Escribe TRES.

1-.....

2-.....

3-.....

9. ¿Tienes acceso a la televisión por satélite en la televisión de tu casa?

Si tienes televisión por satélite, tendrás una antena parabólica individual en tu casa.

1 Sí.

2 No. (Pasa a la pregunta 11)

3 No lo sé. (Pasa a la pregunta 11)



10. Si la respuesta es Sí ¿qué programas de televisión ves por satélite?

.....

11. ¿Ves programas de televisión en Internet?

1 Sí.

2 No. (Pasa a la pregunta 14)

12. Si la respuesta es Sí ¿qué programas de televisión ves en Internet?

.....

13. ¿Por qué ves la televisión en Internet?

Lee todas las opciones y escoge **UNA** opción, la que más de adecue a ti.

1 Porque no puedo ver el programa en su hora de emisión y lo veo después en Internet.

2 Porque una vez visto el programa, me gusta verlo otra vez y por eso lo veo en Internet.

3 Porque prefiero verlo a solas en el ordenador.

4 Porque prefiero verlo con los amigos en el ordenador.

5 Porque Internet me da opción de hacer comentarios sobre lo que veo a través de foros y redes sociales.

6 Otros:

¿Cuáles?

14. ¿Ves vídeos en Youtube?

Igual que Youtube, hablamos de Euskaltube, Vimeo, BlipTV y semejantes.

- 1 Sí, todos los días.
- 2 Sí, una o dos veces por semana.
- 3 Sí, de vez en cuando.
- 4 Casi nunca. (Pasa a la pregunta 16)
- 5 No conozco Youtube. (Pasa a la pregunta 16)

15. Si la respuesta es SÍ, ¿qué tipo de vídeos son los que más ves en Youtube?

Lee todas las opciones y escoge **UNA** opción, la que más de adecue a ti.

- 1 Vídeos musicales.
- 2 Vídeos sobre deportes.
- 3 Vídeos editados de programas de televisión.
- 4 Vídeos caseros grabados por desconocidos.
- 5 Vídeos caseros grabados por conocidos.
- 6 Vídeos grabados por la cuadrilla.
- 7 Otros:
¿Cuáles?

16. ¿Ves vídeos en tu teléfono móvil?

- 1 Sí.
- 2 No. (Pasa a la pregunta 18)

17. Si la respuesta es SÍ, ¿qué tipo de vídeos son los que más ves en el móvil?

Lee todas las opciones y escoge **UNA** opción, la que más de adecue a ti.

- 1 Vídeos musicales.
- 2 Vídeos sobre deportes.
- 3 Vídeos editados de programas de televisión.
- 4 Vídeos caseros grabados por desconocidos.
- 5 Vídeos caseros grabados por conocidos.
- 6 Vídeos grabados por la cuadrilla.
- 7 Otros:
¿Cuáles?

18. ¿Compartes vídeos en tu red social virtual? (Facebook, Tuenti...)

Los vídeos pueden ser grabados por ti, por tus amigos, o pueden ser de la televisión o de Youtube.

- 1 Sí, todos los días.
- 2 Sí, una o dos veces por semana.
- 3 Sí, de vez en cuando.
- 4 Casi nunca.
- 5 Nunca.

19. ¿Cuelgas en Internet vídeos grabados por ti? (en Youtube, Facebook, Tuenti...)

- 1 Sí, todos los días.
- 2 Sí, una o dos veces por semana.
- 3 Sí, de vez en cuando.
- 4 Casi nunca. (Pasa a la pregunta 21)
- 5 Nunca. (Pasa a la pregunta 21)

20. Si la respuesta es Sí ¿qué tipo de vídeos sueles grabar?

.....
.....

D. ¿Y CON TUS AMIGOS?

En este apartado queremos saber cuáles son los vídeos que más se consumen en tu cuadrilla.

21. ¿Habláis en la cuadrilla sobre los programas de televisión y vídeos que veis?

- 1 Sí, todos los días.
- 2 Sí, una o dos veces por semana.
- 3 Sí, de vez en cuando.
- 4 Casi nunca. (Pasa a la pregunta 23)
- 5 Nunca. (Pasa a la pregunta 23)



22. Si la respuesta es Sí ¿cuáles son los programas de televisión o vídeos más comentados en la cuadrilla?

.....
.....

**23. Compartís en la cuadrilla vídeos a través de las redes sociales virtuales?
(Facebook, Tuenti...)**

Los vídeos pueden ser grabados por ti, por tus amigos, o pueden ser de la televisión o de Youtube.

- 1 Sí, todos los días.
- 2 Sí, una o dos veces por semana.
- 3 Sí, de vez en cuando.
- 4 Casi nunca. (Pasa a la pregunta 25)
- 5 Nunca. (Pasa a la pregunta 25)

24. Si la respuesta es Sí ¿qué tipo de vídeos compartís en la cuadrilla?

Lee todas las opciones y escoge **UNA** opción, la que más de adecue a ti.

- 1 Vídeos musicales.
- 2 Vídeos sobre deportes.
- 3 Vídeos editados de programas de televisión.
- 4 Vídeos caseros grabados por desconocidos.
- 5 Vídeos caseros grabados por conocidos.
- 6 Vídeos grabados por la cuadrilla.
- 7 Otros:
¿Cuáles?



E. ¿ESTÁS DE ACUERDO CON ESTAS AFIRMACIONES?

En la siguiente tabla encontrarás varias afirmaciones y tienes que elegir si estás o no estás de acuerdo con ellas. El número 1 significa que estás totalmente en desacuerdo, y el número 5 significa que estás totalmente de acuerdo.

Afirmaciones.		Total ment e en desac uerdo	Basta nte en desac uerdo	Basta nte de acuer do.	De acuer do.	Total ment e de acuer do
25.	En general, me gustan los contenidos audiovisuales que veo.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
26.	Los contenidos audiovisuales son muy importantes en mi vida.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
27.	Me gusta ver los contenidos audiovisuales a solas y no me gusta compartir la experiencia con nadie.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
28.	Los amigos influyen directamente en mi elección audiovisual.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
29.	Los contenidos audiovisuales son muy importantes en mi cuadrilla.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
30.	El que no ve contenidos audiovisuales se siente marginado en mi cuadrilla.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
31.	Los personajes de los contenidos que vemos influyen en nuestra forma de vestir.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
32.	El consumo audiovisual que hacemos influye en nuestros gustos musicales.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
33.	El consumo audiovisual que hacemos influye en nuestra forma de ser y de pensar.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
34.	El idioma utilizado en los contenidos audiovisuales influye en nuestra elección del idioma que hablamos en la cuadrilla.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

F. ¿POR QUÉ CONSUMES LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES?

En este apartado queremos saber las motivaciones por las que consumes productos audiovisuales.

35. ¿Qué es lo que más te gusta de los programas de televisión y vídeos que consumes?

Lee todas las opciones y escoge **TRES** razones.

- 1 Porque aparecen situaciones fuera de lo común.
- 2 Porque son de humor o me hacen reír.
- 3 Porque están llenos de emoción e intriga.
- 4 Porque lo ve mi cuadrilla.
- 5 Porque están en euskera.
- 6 Porque me siento identificada/o con las situaciones que aparecen.
- 7 Porque me gustan los personajes.
- 8 Porque me gusta cómo visten los personajes.
- 9 Porque me gusta la música que aparece.
- 10 Porque me gusta la forma de pensar que transmiten.

G. ¿CÓMO CONSUMES LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES?

En este apartado queremos saber cómo acostumbras a ver los contenidos audiovisuales.

36. ¿Con quién ves los contenidos audiovisuales?

Lee todas las opciones y escoge **TRES** opciones, las que más se adecuen a ti.

- 1 Con la familia, en la televisión.
- 2 Con la familia, en el ordenador.
- 3 Con la familia, en el teléfono móvil.
- 4 A solas, en la televisión.
- 5 A solas, en el ordenador.
- 6 A solas, en el teléfono móvil.
- 7 Con la cuadrilla, en la televisión.
- 8 Con la cuadrilla, en el ordenador.
- 9 Con la cuadrilla, en el teléfono móvil.
- 10 Otras:
¿Cuáles?

37. ¿Cuánto tiempo pasas al día viendo contenidos audiovisuales?

- 1 Nada.
 2 Menos de 15 minutos.
 3 De 16 minutos a media hora.
 4 De 31 minutos a una hora.
 5 De una hora a dos.
 6 De dos horas a tres.
 7 Más de tres horas.

38. ¿Utilizas el ordenador mientras ves la televisión?

- 1 Sí.
 2 No. (Pasa a la pregunta 40)

39. Si la respuesta es SÍ ¿qué haces en el ordenador mientras ves la televisión?

.....

H. ¿EN QUÉ IDIOMA VES LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES?

En este apartado queremos saber qué idioma sueles optar a la hora de ver la televisión y los vídeos.

Idioma		Todos los días	Una o dos veces por semana	De vez en cuando	Casi nunca	Nunca
40.	Euskera	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
41.	Castellano	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
42.	Inglés	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
43.	Otros: ¿Cuáles?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

I. ¿QUIÉN ERES?

En este apartado queremos conocerte un poco mejor.

44. ¿En qué año naciste?

Escribe el número.

45. Género:

Haz una cruz en la casilla que corresponde.

1 Chica

2 Chico

46. ¿En qué pueblo naciste?

Si naciste fuera del País Vasco escribe también el Estado.

.....

47. ¿Dónde nacieron tus padres?

Si naciste fuera del País Vasco escribe también el Estado.

.....

48. ¿Dónde vives?

Escribe el nombre de la población.

.....

49. ¿Cuántas personas forman tu entorno de amigas y amigos?

En este caso nos referimos a tu cuadrilla. Haz una cruz en la casilla que corresponde.

1 No tengo una cuadrilla fija.

2 Menos de 5.

3 Entre 6 y 10.

4 Entre 11 y 20.

5 21 o más.

50. ¿En qué idiomas hablas más fácilmente?

1 Más fácil en castellano.

2 Igual en castellano y euskera.

3 Más fácil en euskera.

4 Otros:

¿Cuáles?

51. ¿En qué idioma habláis en casa?

- 1 Sólo en euskera.
- 2 Sobre todo en euskera (pero también en castellano).
- 3 Igual en castellano y euskera.
- 4 Sobre todo en castellano (pero también en euskera).
- 5 Sólo en castellano.
- 6 Otros:
¿Cuáles?

52. ¿En qué idioma habláis en la cuadrilla?

- 1 Sólo en euskera.
- 2 Sobre todo en euskera (pero también en castellano).
- 3 Igual en castellano y euskera.
- 4 Sobre todo en castellano (pero también en euskera).
- 5 Sólo en castellano.
- 6 Otros:
¿Cuáles?

53. ¿En qué modelo educativo estudias?

- 1 Modelo A
- 2 Modelo B.
- 3 Modelo D.



J. ¿QUÉ HACES CUANDO SALES DE LA ESCUELA?

En este apartado te preguntaremos qué haces fuera de las horas lectivas.

54. De las siguientes actividades descritas, dinos qué actividades son las que más a menudo haces de lunes a viernes fuera de la escuela.

Lee todas las opciones y escoge **TRES** actividades.

- 1 Hacer deporte.
- 2 Ver la televisión.
- 3 Leer periódicos, revistas...
- 4 Leer libros.
- 5 Tocar un instrumento musical.
- 6 Escuchar música.
- 7 Estar con los amigos.
- 8 Otros:
¿Cuáles?

55. De las siguientes actividades descritas, dinos qué actividades son las que más a menudo haces los fines de semana.

Lee todas las opciones y escoge **TRES** actividades.

- 1 Hacer deporte.
- 2 Ver la televisión.
- 3 Leer periódicos, revistas...
- 4 Leer libros.
- 5 Tocar un instrumento musical.
- 6 Escuchar música.
- 7 Estar con los amigos.
- 8 Otros:
¿Cuáles?

¡Muchas gracias por tus respuestas!



3. eranskina. Inkestaren fitxa teknikoa

Inkestaren izena:	Zer da ikusten duzuna? Ikus-entzunezkoen gaineko galdetegia
Unibertsoa:	Gipuzkoa probintziako nerabeak (12-16 urte): 22.258
Lagina:	853
Laginketa-data:	2011ko martxo
Konfiantza-maila:	%95
Laginketa-errorea:	±%3,3
Inkestak bete ziren data:	2011ko maiatza eta ekaina
Ikerketa nork burutu duen:	Amaia Pavón Arrizabalaga, Humanitate eta Hezkuntza Zientzien fakultatea (HUHEZI), Mondragon Unibertsitatea.

4. eranskina. Sakoneko elkarrizketaren gidoia

Sakoneko elkarrizketa

Ikus-entzunezkoak kontsumitzeko motibazioak eta lagun-taldeko harremanak

Kaixo gazte. Amaia Pavón naiz, Mondragon Unibertsitateko irakaslea, eta gazteen ikus-entzunezkoen inguruko ikerketa bat egiten ari naiz. Hainbat neraberi elkarrizketak egiten ari naiz, jakiteko zergatik ikusten dituzuen saio konkretu batzuk eta horrekin batera, jakiteko lagun-taldeak zein harreman duen telebistako eta Interneteko bideoen kontsumoarekin.

Zu aukeratua izan zara elkarrizketa egiteko eta informazio hori ezagutzeko. Elkarrizketa anonimoa izango da eta ikerketarako erabiliko da, besterik ez. Hori dela eta, eskertuko nizuke ahalik eta fidelen azaltzea landuko diren gaiak. Eskerrik asko.

1-Gaia: bakarkako kontsumo ohiturak eta kontsumoaren motibazioak (telebista, Youtube eta Tuenti). (15 minutu)

a) Azpigaia: aisialdian telebistak betetzen duen denbora.

-Kontatuko al zenidake ikastolatik ateratzen zarenean zer den egiten duzuna egunero?

b) Azpigaia: zein ikus-entzunezko kontsumitzen ditu.

-Telebista aurrean jartzen zarenean zer da ikusten duzuna? (hiru edo lau saio aipatzeko eskatuko zaizkio).

-Euskarazko telebista saiorik ikusten al duzu? Zein?

-Ordenagailuan ikusten al dituzu bideoak? Zein webgunetan?

-Eta mugikorrean (iPhone, Tablet...) ikusten al duzu bideorik? Internetera igota daudenak edo zuk grabatzen dituzunak?

- Zein bideo-mota ikusten dituzu?

- Zein bideo-mota grabatzen duzu?

c) Azpigaia: ikus-entzunezkoak ikusteko motibazioak.

-Zer da gehien gustatzen zaizuna saioetatik? hau da, zergatik ikusten dituzu saio horiek? (pertsonaien itxura, pertsonaien izaera, musika, janzkera, gaia, umorea... saiatuko gara horiez guztiez hitz egiten).

-Zein da zure iritzia ikusten dituzun euskarazko saio horien inguruan?

2-Gaia: lagun-taldeko kontsumoa. (10-15 minutu)

a) Azpigaia: lagun-taldearen izaera.

- Lagun-talde edo koadrila finkorik al duzu?
- Zenbat zarete koadrilan? (neskak, mutilak, adina, denak herri berekoak diren edo ez...)

b) Azpigaia: lagun-taldearen ikus-entzunezko kontsumoa.

- Zer ikusten dute zure lagunek?
- Zein / zeintzuk dira denok ikusten dituzuen saioak?
- Eta Interneten, denok ikusten al dituzte bideoak? Zenbatek?
- Zeintzuk dira ikusten dituzten bideo-motak?

3-Gaia: bakarkako kontsumoaren eta lagun-taldeko kontsumoaren arteko harremana. (15-20 mintutu)

- Zuk ikusten dituzun telebista saioak ikusten dituzte koadrilakoek? Eta Interneteko bideoak, denok ikusten al dituzue bideo berak edo antzerakoak?
- Bai bada, nork animatu zaituzte saio edo/eta bideo horiek ikustera?
- Uste al duzu lagun-taldeko norbaiten iritziak bereziki garrantzia duela denok saio bera ikusteko?
- Uste duzu lagun-taldeak eragina duela zure gustuetan? Esan nahi dut, utzi al diozu saio bat ikusteari zure lagun-taldeak beste saio batzuk ikusten dituelako? Edo ikusten ez zenuen saioen bat ikusten hasi al zara zure lagunek ikusten dutelako?
- Erantzuna bai bada, zein saiotaz hitz egiten ari gara?

4-Gaia: esperientzia partekatzea eta honekiko sentsazioak. (10-15 minutu)

- Ikusten al duzue telebista saiorik edo bideorik batera? Zein/ zeintzuk?
- Zergatik ikusten duzue/dituzue batera?
- Partekatzen dituzue ikus-entzunezkoak zuen artean? Zeren bitartez? (posta, Tuenti, Facebook...)
- Hitz egiten al duzue ikusten duzuenaren inguruan? Aurrez aurre edo Internet bidez? Zein saio/bideoren inguruan? Eta zer da komentatzen dena?

-Nola sentitzen zara zu saio/bideo horien inguruan hitz egiten denean lagun-taldean?

-Lagun-taldeko norbaitek edo norbaitzuk gidatzen al dituzte bereziki elkarrizketa horiek? Hau da, uste duzu koadrilako batzuk beste batzuk baino ahots gehiago dutela, eta horrek eragina izan ahal duela ikusten duzuenaren gainean?

5.Gaia: ikus-entzunezkoen eragina lagun-taldearen izaeran. (5-10 min.)

-Uste duzu lagun-taldean ikusten dituzuen ikus-entzunezkoek eragina dutela zuen portaeran? Edo janzkeran? Edo musika gustuetan? Edo hitz egiteko moduan? (erantzuna bai bada) Zein modutan du eragina?

-Uste duzu lagun-taldean ikusten dituzuen ikus-entzunezkoek eragina dutela zuen hizkuntza-hautuan? Esan nahi dut, uste duzu koadrilan gaztelania gehiago erabiltzen dela, ikusten dituzuen saio eta bideoak gaztelaniaz daudelako? (erantzuna bai bada) Zein modutan du eragina?

Eskerrik asko emandako informazioagatik!

5. eranskina. Tuenti sare sozial birtualaren ikerketarako galdetegia

Tuentiren azterketa Ikus-entzunezkoen presentzia sare sozial birtualean

Kaixo gazte. Amaia Pavón naiz, Mondragon Unibertsitateko irakaslea.

Gazteen ikus-entzunezkoen inguruko ikerketa bat egiten ari naiz. Hainbat neraberi elkarrizketak egiten ari naiz, jakiteko zergatik ikusten dituzuen saio konkretu batzuk eta horrekin batera, jakiteko lagun-taldeak zein harreman duen telebistako eta Interneteko bideoen kontsumoarekin.

Horrekin batera, Tuenti sare sozialeko gune pertsonala aztertuko dut, jakiteko zein harreman dagoen Tuentiren eta ikus-entzunezkoen artean. Hori dela eta, zure gunea aztertzea nahiko nuke, maiatzetik hasi eta gaur egunera artekoa. Azterketa anonimoa izango da eta ikerketarako erabiliko da, besterik ez.

Dokumentu honen bidez jasoko da informazioa, batetik, Tuentiko horman dauden ikus-entzunezkoen inguruan eta bestetik, Tuentiren inguruko galdera batzuk egingo zaizkizu.

Dokumentu honekin batera Tuentiko hormaren pantailaren kopiak batuko dira.

Eskerrik asko emandako informazioagatik.

GALDEKETA ZENBAKIA:

--	--

B.ATALA: Galdetegia, Tuentiren inguruan.

1-Ze maiztasunekin erabiltzen duzu Tuenti?

- 1 Egunero.
- 2 Astean behin edo birritan.
- 3 Noizean behin.
- 4 Ia inoiz ez.
- 5 Inoiz ez.

2-Zenbat denbora igarotzen duzu egunean Tuentin?

Irakurri denak eta zure aukerara gehien egokitzen den **BAT** aukeratu

- 1 Batere ez.
- 2 15 minutu baino gutxiago.
- 3 16 minututik ordu erdira.
- 4 31 minututik ordu betera.
- 5 Ordu betetik bira.
- 6 Bi ordutik hirura.
- 7 Hiru ordu baino gehiago.

3-Eguneko zein momentutan erabiltzen duzu Tuenti?

Irakurri denak eta zure aukerara gehien egokitzen den **BAT** aukeratu

- 1 Goizean, 7:30-14:00ak bitartean.
- 2 Bazkalostean, 14:00ak-17:00ak bitartean.
- 3 Arratsaldean, 17:00-20:30ak bitartean.
- 4 Gabean, 20:30-24:00ak bitartean.
- 5 Gauerdian, 24:00-02:30ak bitartean.

4-Oro har, zein da Tuentiri ematen diozun erabilera?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5-Telebista ikusi bitartean erabiltzen al duzu Tuenti?

- 1 Bai.
- 2 Ez. (Pasatu 7.galderara)

6-Telebista ikusi bitartean zer egiten duzu Tuentin?

.....

.....

.....

.....

.....

7-Tuentiko txat-aren bidez hitz egiten al duzue lagun-taldean telebistako saioen, eta oro har, bideoen inguruan?

- 1 Bai.
- 2 Ez. (Pasatu 9.galderara)

8-Zer da komentatzen duzuen? (edukiaren gaineko komentarioak , pertsonaien itxuraren inguruan, musikaren inguruan, hizkeraren inguruan...)

.....
.....
.....
.....
.....

9-Zenbateraino garrantzitsua da zuretzat Tuentin konektatuta egotea telebista ikusi bitartean?

- 1 Batere garrantzitsua.
- 2 Ez oso garrantzitsua.
- 3 Nahiko garrantzitsua.
- 4 Garrantzitsua.
- 5 Oso garrantzitsua.

10-Zenbateraino da garrantzitsua zure lagun-taldearentzat Tuentin konektatuta egotea telebista ikusi bitartean?

- 1 Batere garrantzitsua.
- 2 Ez oso garrantzitsua.
- 3 Nahiko garrantzitsua.
- 4 Garrantzitsua.
- 5 Oso garrantzitsua.

11-Zenbateraino garrantzitsua da zuretzat bideoen partekatzea Tuentin?

Telebista saioetakoak edo Interneteko bideoak izan daitezke.

- 1 Batere garrantzitsua.
- 2 Ez oso garrantzitsua.
- 3 Nahiko garrantzitsua.
- 4 Garrantzitsua.
- 5 Oso garrantzitsua.

12-Zenbateraino garrantzitsua da zure lagun-taldearentzat bideoen partekatzea Tuentin?

Telebista saioetakoak edo Interneteko bideoak izan daitezke.

- 1 Batere garrantzitsua.
- 2 Ez oso garrantzitsua.
- 3 Nahiko garrantzitsua.
- 4 Garrantzitsua.
- 5 Oso garrantzitsua.

13-Zure lagun-taldean gehiago hitz egiten da ikus-entzunezkoen Tuentin edo aurrez-aurre?

- 1 Gehiago aurrez-aurre.
- 2 Berdin, aurrez-aurre zein Tuentiren bidez.
- 3 Gehiago Tuentiren bidez
- 4 Beste batzuk:
Zeintzuk?

14-Uste al duzu Tuentira konektatzen ez dena galduta sentitzen dela lagun-taldean, ikus-entzunezkoen inguruan hitz egiten duzuean?

- 1 Bai.
- 2 Ez.

C.ATALA: pertsonaren gaineko datuak

15. Zein urtetan jaio zinen?

Idatzi zenbakia.

16. Generoa:

Egin gurutzea dagokion koadroan.

Neska

Mutila

17. Zein herritan jaio zinen?

Euskal Herritik kanpo jaio bazinen zehaztu ere herrialdea (Estatua).

.....

18. Non jaio ziren zure gurasoak?

Euskal Herritik kanpo jaio baziren zehaztu ere herrialdea (Estatua).

.....

19. Non bizi zara?

Aipatu Udalerria.

.....

20. Zenbat pertsonak osatzen dute zure lagun-taldea?

Lagun-taldea esaten dugunean koadrila osatzen duzuen lagunez ari gara. Egin gurutzea dagokion koadroari.

- 1 Ez daukat lagun-talde finkorik.
- 2 5 baino gutxiago.
- 3 6 eta 10 bitartean.
- 4 11 eta 20 bitartean.
- 5 21 edo gehiago.

21. Zein hizkuntzatan hitz egiten duzu errazago?

- 1 Errazago gaztelaniaz.
- 2 Bietan berdin.
- 3 Errazago euskaraz.
- 4 Beste batzuk:
Zeintzuk?

22. Zein hizkuntzatan hitz egiten da zure etxean?

- 1 Euskaraz soilik.
- 2 Euskaraz gehien bat (baina gaztelaniaz ere bai).
- 3 Bietan hitz egiten dugu era bertsuan.
- 4 Gaztelaniaz gehien bat (baina euskaraz ere bai).
- 5 Gaztelaniaz soilik.
- 6 Beste batzuk:
Zeintzuk?

23. Zein hizkuntzatan hitz egiten duzue koadrilan?

- 1 Euskaraz soilik.
- 2 Euskaraz gehien bat (baina gaztelaniaz ere bai).
- 3 Bietan hitz egiten dugu era bertsuan.
- 4 Gaztelaniaz gehien bat (baina euskaraz ere bai).
- 5 Gaztelaniaz soilik.
- 6 Beste batzuk:
Zeintzuk?

24. Zein eredutan ikasten ari zara?

- 1 A eredia.
- 2 B eredia.
- 3 D eredia.

Eskerrik asko emandako informazioagatik!

Tuentiren azterketa
Ikus-entzunezkoen presentzia sare sozial birtualean

Kaixo gazte. Amaia Pavón naiz, Mondragon Unibertsitateko irakaslea. Gazteen ikus-entzunezkoen inguruko ikerketa bat egiten ari naiz. Hainbat neraberi elkarrizketak egiten ari naiz, jakiteko zergatik ikusten dituzuen saio konkretu batzuk eta horrekin batera, jakiteko lagun-taldeak zein harreman duen telebistako eta Interneteko bideoen kontsumoarekin. Horrekin batera, Tuenti sare sozialeko gune pertsonala aztertuko dut, jakiteko zein harreman dagoen Tuentiren eta ikus-entzunezkoen artean. Hori dela eta, zure gunea aztertzea nahiko nuke, maiatzetik hasi eta gaur egunera artekoa. Azterketa anonimoa izango da eta ikerketarako erabiliko da, besterik ez.

Dokumentu honen bidez jasoko da informazioa, batetik, Tuentiko horman dauden ikus-entzunezkoen inguruan eta bestetik, Tuentiren inguruko galdera batzuk egingo zaizkizu. Dokumentu honekin batera Tuentiko hormaren pantailaren kopiak batuko dira.

Eskerrik asko emandako informazioagatik.

GALDEKETA ZENBAKIA:

--	--

A. ATALA: Tuentiko profilaren azterketa.

A.I. Ikus-entzunezkoak:

1-Badago eskegita ikus-entzunezkoak Tuentiko gune pertsonalean (maiatzetik gaur egun arte)? (erantzuna EZ bada, joan 9.galderara)

1 Bai.

2 Ez.

2-Zenbat bideo eskegi ditu nerabeak?

1

6

11

16

2

7

12

17

3

8

13

18

4

9

14

19

5

10

15

20

3. Daudzā līdžu veidpiņi dāudzā lāgumā, nosaucaun gūm pētānānān!

- 1 5 11 16
- 2 7 12 17
- 3 8 13 18
- 4 9 14 19
- 5 10 15 20

4. Zēn dā lādzān jānānā!

- 1 Bānā gūbūnā _____
- 2 Lāgumā gūbūnā _____
- 3 Fūdzān vān nānā nānā nānā nānā nānā _____
- 4 Fūdzān nānā nānā _____
- 5 Nānā nānā nānā nānā nānā _____
- 6 Bānā nānā nānā _____

5. Dān dā lādzān nānā!

- 1 Nānā nānā nānā nānā _____
- 2 Nānā nānā nānā nānā _____
- 3 Fūdzān nānā nānā nānā nānā _____
- 4 Fūdzānā gūbūnā nānā nānā nānā nānā nānā nānā _____
- 5 Lāgumā gūbūnā nānā nānā nānā nānā nānā _____
- 6 Fūdzānā gūbūnā nānā _____
- 7 Bānā nānā _____

6-Bideoek ba al dituzte iruzkinik? (erantzuna EZ bada, joan 9.galderara)

- 1 Bai.
2 Ez.

7-Zenbat iruzkin daude?

- | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> | 16 <input type="checkbox"/> |
| 2 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> | 17 <input type="checkbox"/> |
| 3 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> | 18 <input type="checkbox"/> |
| 4 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> | 14 <input type="checkbox"/> | 19 <input type="checkbox"/> |
| 5 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> | 15 <input type="checkbox"/> | 20 <input type="checkbox"/> |

8-Zer aipatzen da iruzkinetan?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

9-Ba al dago estekarik edo loturarik ikus-entzunezkoetara bideratzen gaituztenak?

- 1 Bai.
2 Ez.

10-Nora bideratzen gaituzte esteka horiek?

.....
.....
.....
.....
.....

A.II. Argazkiak (ikus-entzunezkoekin zerikusia duten argazkiak aztertuko dira):

1-Badago eskegita argazkirik gune pertsonalean, harremana duena ikus-entzunezkoekin? (erantzuna EZ bada, hemen amaitzen da A.II. atala)

- 1 Bai.
 2 Ez.

2-Zenbat argazki eskegi ditu nerabeak?

- | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> | 16 <input type="checkbox"/> |
| 2 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> | 17 <input type="checkbox"/> |
| 3 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> | 18 <input type="checkbox"/> |
| 4 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> | 14 <input type="checkbox"/> | 19 <input type="checkbox"/> |
| 5 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> | 15 <input type="checkbox"/> | 20 <input type="checkbox"/> |

3-Zenbat argazki eskegi dituzte lagunek nerabearen gune pertsonalean?

- | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> | 16 <input type="checkbox"/> |
| 2 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> | 17 <input type="checkbox"/> |
| 3 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> | 18 <input type="checkbox"/> |
| 4 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> | 14 <input type="checkbox"/> | 19 <input type="checkbox"/> |
| 5 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> | 15 <input type="checkbox"/> | 20 <input type="checkbox"/> |

4-Zein da argazkien jatorria?

- 1 Beraiek aterata:.....

- 2 Lagunek aterata:
- 3 Ohiko telebista kateetatik estekatuta:.....

- 4 Beste webgune batzuk:

5-Zein da argazkien edukia?

- 1 Musikaren ingurukoak:
-
- 2 Kirolaren ingurukoak:
-
- 3 Telebista saioetatik ateratakoak:
-
- 4 Beste batzuk:
-

6-Argazkiek ba al dituzte iruzkinik? (erantzuna EZ bada, hemen amaitzen da A.II. atala)

- 1 Bai.
- 2 Ez.

7-Zenbat iruzkin daude?

- | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> | 16 <input type="checkbox"/> |
| 2 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> | 17 <input type="checkbox"/> |
| 3 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> | 18 <input type="checkbox"/> |
| 4 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> | 14 <input type="checkbox"/> | 19 <input type="checkbox"/> |
| 5 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> | 15 <input type="checkbox"/> | 20 <input type="checkbox"/> |

8-Zer aipatzen da iruzkinetan?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

A.III. Ikus-entzunezkoekin lotura duten jokoak:

1-Nerabeak parte hartu al du ikus-entzunezkoekin zerikusia duen jokoren baten, maiatzetik hona? (erantzuna EZ bada, hemen amaitzen da A.III. atala)

- 1 Bai.
2 Ez.

2-Zenbat jokotan parte hartu du nerabeak?

- | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> | 16 <input type="checkbox"/> |
| 2 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> | 17 <input type="checkbox"/> |
| 3 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> | 18 <input type="checkbox"/> |
| 4 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> | 14 <input type="checkbox"/> | 19 <input type="checkbox"/> |
| 5 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> | 15 <input type="checkbox"/> | 20 <input type="checkbox"/> |

3-Nork gonbidatu du jokatzera?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

4-Zein da jokoen helburua?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

5-Jokoak ba al ditu iruzkinik? (erantzuna EZ bada, hemen amaitzen da A.III atala)

- 1 Bai.
2 Ez.

6-Zenbat iruzkin daude?

- | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> | 16 <input type="checkbox"/> |
| 2 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> | 17 <input type="checkbox"/> |
| 3 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> | 18 <input type="checkbox"/> |
| 4 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> | 14 <input type="checkbox"/> | 19 <input type="checkbox"/> |
| 5 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> | 15 <input type="checkbox"/> | 20 <input type="checkbox"/> |

7-Zer aipatzen da iruzkinetan?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

A.IV. Ikus-entzunezkoekin zerikusia duten ekimenak:

1-Badago eskegita ekimenik gune pertsonalean, harremana duena ikus-entzunezkoekin? (erantzuna EZ bada, hemen amaitzen da A.IV. atala)

- 1 Bai.
- 2 Ez.

2-Zenbat ekimen ageri dira gune pertsonalean?

- | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> | 16 <input type="checkbox"/> |
| 2 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> | 17 <input type="checkbox"/> |
| 3 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> | 18 <input type="checkbox"/> |
| 4 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> | 14 <input type="checkbox"/> | 19 <input type="checkbox"/> |
| 5 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> | 15 <input type="checkbox"/> | 20 <input type="checkbox"/> |

3-Zenbat	ekimenetan	parte	hartu	du?
1 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	11 <input type="checkbox"/>	16 <input type="checkbox"/>	
2 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	12 <input type="checkbox"/>	17 <input type="checkbox"/>	
3 <input type="checkbox"/>	8 <input type="checkbox"/>	13 <input type="checkbox"/>	18 <input type="checkbox"/>	
4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>	14 <input type="checkbox"/>	19 <input type="checkbox"/>	
5 <input type="checkbox"/>	10 <input type="checkbox"/>	15 <input type="checkbox"/>	20 <input type="checkbox"/>	

4-Nork gonbidatu du ekimenera/ekimenetara?

.....

5-Zein da ekimenaren/ekimenen helburua?

.....

6-Ekimenek ba al dituzte iruzkinik? (erantzuna EZ bada, hemen amaitzen da A.IV. atala)

- 1 Bai.
 2 Ez.

7-Zenbat iruzkin daude?

1 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	11 <input type="checkbox"/>	16 <input type="checkbox"/>
2 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	12 <input type="checkbox"/>	17 <input type="checkbox"/>
3 <input type="checkbox"/>	8 <input type="checkbox"/>	13 <input type="checkbox"/>	18 <input type="checkbox"/>
4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>	14 <input type="checkbox"/>	19 <input type="checkbox"/>
5 <input type="checkbox"/>	10 <input type="checkbox"/>	15 <input type="checkbox"/>	20 <input type="checkbox"/>

8-Zer aipatzen da iruzkinetan?

.....

A.V. Beste batzuk:

1-Ba al dago beste elementurik harremana duena ikus-entzunezkoekin? (erantzuna EZ bada, hemen amaitu da A.V. atala).

- 1 Bai.
- 2 Ez.

2-Zeintzuk dira elementu horiek?

.....

3- Zenbat elementu daude?

- | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> | 16 <input type="checkbox"/> |
| 2 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> | 17 <input type="checkbox"/> |
| 3 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> | 18 <input type="checkbox"/> |
| 4 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> | 14 <input type="checkbox"/> | 19 <input type="checkbox"/> |
| 5 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> | 15 <input type="checkbox"/> | 20 <input type="checkbox"/> |

4-Elementuekin lotuta ba al dago iruzkinik? (erantzuna EZ bada, hemen amaitzen da A.V. atala)

- 1 Bai.
- 2 Ez.

5-Zenbat iruzkin daude?

- | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> | 16 <input type="checkbox"/> |
| 2 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> | 17 <input type="checkbox"/> |
| 3 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> | 18 <input type="checkbox"/> |
| 4 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> | 14 <input type="checkbox"/> | 19 <input type="checkbox"/> |
| 5 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> | 15 <input type="checkbox"/> | 20 <input type="checkbox"/> |

6-Zer aipatzen da iruzkinetan?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. eranskina. Sakoneko elkarrizketatuen fitxa teknikoa

Erref.	Izena	Jaiotza- data	Generoa	Eskualdea	Herria	Ikaste eredua	Elkarrizketa- data
[D, N:1]	Sarai	1999	Neska	Donostialdea	Andoain	D	2011ko azaroa
[D, M:1]	Pablo	1998	Mutila	Donostialdea	Andoain	D	2011ko azaroa
[D, N:2]	Uxue	1998	Neska	Donostialdea	Andoain	D	2011ko azaroa
[T, N:3]	Eneritz	1999	Neska	Tolosaldea	Villabona	D	2011ko azaroa
[D, M:2]	Ander	1997	Mutila	Donostialdea	Orereta	D	2011ko azaroa
[D, N:4]	Irati	1996	Neska	Donostialdea	Pasaia	D	2011ko azaroa
[D, N:5]	Ainhoa	1998	Neska	Donostialdea	Orereta	D	2011ko azaroa
[G, N:6]	Sara	1996	Neska	Goierrri	Ordizia	D	2011ko azaroa
[G, N:7]	Garazi	1999	Neska	Goierrri	Ordizia	D	2011ko azaroa
[G, N:8]	Sara	1998	Neska	Goierrri	Ordizia	D	2011ko azaroa
[T, M:3]	Eneko	1996	Mutila	Tolosaldea	Villabona	D	2011ko azaroa
[BB, N:9]	Iraide	1997	Neska	Bidasoa Behea	Hondarribia	D	2011ko azaroa
[BB, N:10]	Leire	1997	Neska	Bidasoa Behea	Hondarribia	D	2011ko azaroa
[DG, N:11]	Ainhoa	1997	Neska	Deba Garaia	Arrasate	D	2011ko azaroa
[BB, M:4]	Manex	1997	Mutila	Bidasoa Behea	Hondarribia	D	2011ko azaroa
[UK, N:12]	Itsaso	1995	Neska	Urola Kosta	Aizarnazabal	D	2011ko azaroa
[D, M:5]	Martin	1996	Mutila	Donostialdea	Donostia	D	2011ko azaroa
[D, M:6]	Julen	1999	Mutila	Donostialdea	Donostia	D	2011ko azaroa
[D, N:13]	Sara	1999	Neska	Donostialdea	Donostia	B	2011ko azaroa
[D, N:14]	Berta	1997	Neska	Donostialdea	Donostia	B	2011ko azaroa
[D, N:15]	Maidier	1996	Neska	Donostialdea	Donostia	B	2011ko azaroa
[UK, M:7]	Sambou	1999	Mutila	Urola Kosta	Zumaia	D	2011ko azaroa
[UK, M:8]	Danel	1999	Mutila	Urola Kosta	Zumaia	D	2011ko azaroa
[DG, M:9]	Mattin	1997	Mutila	Deba Garaia	Arrasate	D	2011ko azaroa
[DB, M:10]	Aitor	1995	Mutila	Deba Behea	Soraluze	D	2011ko azaroa
[DB, N:16]	Alejandra	1997	Neska	Deba Behea	Soraluze	D	2011ko azaroa

[D, N:1] Sarai, 12 urte. Donostialdea.

-Kontatuko al zenidake ikastolatik ateratzen zarenean zer den egiten duzuna egunero?

Ikastolatikan ateratzean joaten naiz etxera. Lanak egiten ditut eta gero lagunekin gelditzen naiz.

-Egunero?

Ez.

-Egiten duzu extraeskolarraren bat?

Musika eskolara noa.

-A, bai? Eta zer jotzen duzu?

Flauta.

-Flauta jotzen duzu? Eta zenbatero joaten zara musika eskolara?

Bi egunetan.

-Bi egunetan, bale. Eta ikusten duzu telebistarik aste barruan?

Ez.

-Ez. Ez gauetan, ez arratsaldetan...? (...) Ezer, bale. Gero... telebista ikusten duzu?

Baduzu ohitura telebista ikusteko?

Bai.

-Bai. Orduan aste barruan ez, baina asteburuetan bai. Eta zer da ikusten duzuna telebistan?

MTV. Eta Neox eta Antena 3.

-Eta badaude saioen batzuk bereziki gustatzen zaizkizunak? *Los Simpson*.

Los Simpson gustatzen zaizu... Eta MTVtik zer da gustatzen zaizuna gehien?

Orokorrean ikusten duzu katea?

Bai, dena.

-Eta saio batzuk, adibidez, aipatuko zenituzke?

Embarazada a los 16.

- Gustatzen zaizu... Ezagutzen duzu, adibidez, *MTV Tunning*? (...) Ez. Eta beste saio bat *Alaska eta Mario* deitzen dena? (...) Ez. *Embarazada a los 16* gustatzen zaizu, bale. Euskarazko saiorik ikusten duzu?

Ez.

- Bat ere ez, bale, oso ondo. Eta ordenagailuan badaukazu ohiturarik bideoak ikusteko?

Ikusten det Cinetube.

- Cinetubera sartzen zara. Eta zer egiten duzu, pelikulak deskargatu edo?

Ez, ordenagailuan ikusi.

- **Ordenagailuan ikusten dituzu pelikulak. Baina, adibidez, imajinatu... Antena 3eko webgunean sartzen zara ikustera...? (...)** Ez. Eta Youtube?

Bai.

- **Youtube bai erabiltzen duzu. Bale. Eta zer da ikusten duzuna Youtuben?**

Sin más.

- **Bideoak... Zeren ingurukoak edo? Hola, okurritzen zaizuna...**

Los famosos sin maquillaje... makilajearekin.

- **Eta zer da hori? Azaldu pixkatxo bat, ez dut ezagutzen...**

Agertzen dira bi argazki eta bietan makilajearekin eta bestean ez.

- **Eta ikusten da nola aldatzen den...?**

Ez.

- **Sin más, da... Aurpegiak ikusten dira eta kontrastea, ez? Bale. A, ba ez nuen ezagutzen hori! Mugikorrean... Baduzu telefono mugikorrik?**

Ez.

- **Ez. Bale. Oso ondo. Orduan esan didazu telebistan ikusten duzula *Los Simpson* gehien bat Neox eta Antena 3en, ezta? Hola, beste saioen bat ikusten duzu telebista kate horietan?**

Ez.

- ***Los Simpson* eta *Embarazada a los 16*, ezta? Bale. Bueno, orduan, gustatuko litzaidake jakitea zergatik gustatzen zaizun... hau da, zer da gehien gustatzen zaizuna, adibidez, *Los Simpsonen* hitz egingo dugu lehenengo, bale?**

Oso dibertigarria delako eta...

- **Pertsonaiak, adibidez?**

Gustatzen zait Bart.

- **Bart Simpson gustatzen zaizu. Zergatik?**

Dalako oso grazioso eta gauza pila bat egiten dituelako.

- **Gamberrada asko egiten dutelako? Eta, adibidez, Lisa Simpson?**

Ez.

- **Ez. Edo Homer...?**

Bueno, ere bai.

- **Homer ere bai. Dibertigarria delako ere bai?**

Bai.

- **Eta janzkera gustatzen zaizu edo musika edo...? (...)** Ez. Umorea da gustatzen zaizuna *Los Simpsonetik*.

Bai.

- **Eta *Embarazada a los 16*, adibidez, zer da gehio gustatzen zaizuna saio horretatik?**

Gustatzen zaidana da parejak hitz egiten dutenean, zeren gizona ya ez da egoten neskekin eta...

- Egoten direnean platoan, zelan presentadora dagoen haiekin hitz egiten eta?

Bai.

- **Eta, gero, bideoak? Sketchak sartzen dituztenean ikusten da beraien egoera eta? (...)** Ez, gustatzen zaizu ikustea platoan eztabaidak, ez? Eta eztabaida hori da gustatzen zaizuna... Oso ondo. Badaukazu koadrila finkorik? Hau da, beti irteten zarete lagun talde berdina...?

Bai.

- **Bai. Eta zenbat zarete gutxi gorabehera?**

Bost edo horrela.

- **Bost pertsona. Zer zarete, denak neskak?**

Bai.

- **Bai? Eta adin berdinekoak edo...?**

Dira denak adin berdinekoak ni eta beste lagun bat ezik.

- **Zuek zarete nagusiagoak edo gazteagoak?**

Gazteagoak. Bueno, gera maila berdinekoak, baina orain egiten ditugu urteak.

- **A, orain egiten dituzue urteak. Orduan zuek daukazue hamabi urte, ez?**

Hamaika.

- **Hamaika, bale, eta egiten dituzu orain hamabi. Bale, bale. Baina, beno, kurtso berdinekoak zarete denok, ezta?**

Bai

- **Eta zuen artean ondo eramaten zarete... Bost esan duzu. Oso ondo. Eta zure lagunak badakizu zer ikusten duten?**

Ez.

- **Ez duzue hitz egiten zuen artean ikusten dutenaren inguruan? Badakizu, adibidez, *Los Simpson* edo *Embarazada*...?**

Bai, denak.

- **Denak ikusten duzue *Los Simpson*. Eta *Embarazada a los 16* ere bai edo ez?**

Ez.

- **Ez. Baina *Los Simpson* bai. Eta ez dakizu beraiek ikusten duten beste saioen bat, hitz egiten duten...? (...)** Ez. Bale. Oso ondo. Badakizu ea internet erabiltzen duten?

Bai, denak.

- **Denak erabiltzen dute internet. Eta badakizu zertarako erabiltzen duten internet?**

Youtuben egoteko eta Facebook eta horrela.

- **Erabiltzen dute Facebooka eta Youtube bideoak ikusteko eta. Eta badakizu Youtuben zein bideo ikusten duten? (...)** Ez. Ez duzue hitz egiten zuen artean: "begiratu, ikusi dut makilajea..."? (...)

Ez. Bale. Oso ondo. Facebooka, orduan, erabiltzen dute zure lagunak. Zuk Facebook badaukazu? (...)

Ez.

Bakarrikan Messenger.

- Messengerra erabiltzen duzu. Oso ondo. Erabiltzen duzu Messengerra, adibidez... *Los Simpson* ikusten zaudela ordenagailua erabiltzen duzu? (...) Ez. Alde batetik telebista eta beste batetik.. Bale, oso ondo. Nik galdetuko banizuke... zure lagunek ikusten duten saioak... Esan nahi dut, a ver ondo azaltzen naizen, e? Zure lagunek *Los Simpson* ikusten dutelako ikusten duzu zuk ere bai Los Simpson? (...) Ez, ikusten duzu zuri gustatzen zaizulako. Eta *Embarazada a los 16*, ere bai. Eta zu saiatu zara, adibidez, zure lagun artean hitz egiten *Embarazada a los 16*en inguruan...?

E, bai, lagun batek ikusi du orain.

- Orain ikusi du zuk komentatu diozulako. Eta zer uste du saioaren inguruan?

Ondo dagoela.

- Gustatzen zaio. Bale. Baina esaten didazu normalean ez duzuela hitz egiten telebistan ikusten duzuenaren inguruan, ezta bideoaren inguruan ezta ezer. Bale. Begira, interesatzen zait jakitea zein puntura arte daukan eragina zure koadrilak zure gustuetan. Bai, ulertzen didazu? (...) Ez. Egin dizudan galdera, bai? Asko hitz egingo balitz... Imaginatu zure koadrilan egunero, egunero hitz egiten dela Bart Simpsonena, bai? Eta zuk ez duzu ezagutzen Bart Simpson eta esaten duzu "Beno, ba ikusi beharko dut, ea gustatzen zaidan edo ez". Holakorik gertatzen da zure koadrilan ere?

Bai.

- Bai? Adibidez? Kontaidazu apurtxo bat zer gertatzen den.

Lehen nere lagun batek ez zuen ikusten *Los Simpson* eta nik esan nion ordu bietan hasten zela eta orain...

- Eta hasi zen ikusten ere bai.

Bai.

- Zer da, lagun *berdina Embarazada a los 16*...?

Ez, beste bat.

- Beste bat. Baina koadrila barrukoa, ezta? Eta beste koadrilako norbaitekin gertatu da berdina?

Ez.

- Ez. Bale. Oso ondo. Gerok, galdetu nahi nizun ere bai beste galderatxo bat eta da, nahiz eta zuk ez eduki Facebooka edo Messengerra, badakizu zure lagun artean Facebooken bitartez bideoak eta partekatzen dituzten? (...) Ez. Normalean ez. Bale, oso ondo. Beno, ba amaitzen goaz poliki-poliki, bale? Galdetuko dizut azkeneko beste galdera pare bat, eta da ea zuk uste duzun, imaginatu *Embarazada a los 16* adibidez, bai? Imaginatu bertan gustatzen zaizun... Gustatzen zaizu agertzen den janzkera, adibidez, zelan janzten diren neskak edo?

Ez.

- Ez zara fijatu sekula. Bale. Orduan galdera da: Uste duzu, adibidez, edo *Los Simpson* edo *Embarazada a los 16* edo Youtuben ikusten dituzun makilajeen bideoetan agertzen diren, adibidez, janzkerak baduela eragina zure janzteko moduan?

Ez.

- Ez. Eta, adibidez, musikak? (...) Ez. Edo pertsonaien portaerak...? Imajinatu Bart Simpson asko gustatzen zaizula esan didazu, ezta? Da oso bihurria. Zuk uste duzu bihurriagoa zarela Bart Simpson gustatzen zaizulako? Saiatzen zara bera bezalakoia izaten?

Ez.

- Ez, ez duzu uste. Bale. Ba oso ondo. Bueno ba, Sarai, hau zen dena. Zer iruditu zaizu?

Ongi.

- Ondo.

[D, M:1] Pablo, 13 urte. Donostialdea

- **Bueno, orduan, Pablo, kontatuko zenidake zer egiten duzun ikastolatik ateratzen zarenean?**

Ba ez daukat denbora asko. Egoten naiz igual inglesen edo musika eta entrenamenduan eta pixka bat Tuentin, ordenagailuan eta nire eskolako gauzak egin.

- **Orduan, irteten zara eskolatik, imajinatu gaur, astelehena...**

Gaur joan behar naiz inglesera, gaur, astelehena, joaten naizela, eta zazpitan ateratzen naiz. Gero, bihar examina daukat eta...

- **Ikasi behar duzu.**

Bai, eta ez naiz sartuko Tuentin.

- **Eta bihar joango zara entrenamendura.**

Bai.

- **Eta musika eskolara.**

Ez, bihar entrenamendura. Bai, eta gero igual lan egin eta, gero, denbora badaukat, Tuentin ibili edo ordenagailuan.

- **Eta musika eskolan ze instrumentu jotzen duzu?**

Biolina

- **Biolina jotzen duzu?**

Bai.

- **Nik ere bai jotzen dut biolina. Bai. Oso ondo. Eta, orduan, telebsita eta ordenagailua eta bakarrik erabiltzen duzu gauean.**

Bai.

- **Afal ostean.**

Bai. Igual, intensiboa egiten duguean, egiten det bazkaldu eta gero pixka bat.

- **A, eguerdian, ez?**

Bai. Intensiboa egiten detenean.

- **Eta zer da hori, barkatu?**

Ordu bitan bukatzen degu eta gero jan eta ez dugu bueltatu behar.

- **Eta noiz bukatzen duzue ordu bietan?**

Ordubietan... Asteazkenetan eta ostiraletan. Sartzen gera lehenago, zortzitan.

- **Oso ondo. Bale. Eta, orduan, esan didazu telebista... Asteburutan ikusten duzu telebista? Larunbat eta igandetan...**

Bai.

- **Bai, gehiago, ez? Aste barruan baino gehiago. Eta zer da telebistan ikusten duzuna? Zeintzuk dira zure saio gustukoenak?**

Normalean ikusten det gauean eta ikusten det *El hormiguero*.

- **El hormiguero.**

Bai, gehiena.

- Beste saiorik, hola, okurritzen zaizuna?

Kirolak asko gustatzen zaizkit eta informatiboko kirolak eta hori ikusten ditut.

- Informatiboak esan nahi duzu...

Cuatron. Horko informatiboan kirolak nahiko luzeak dira eta hori ikusten dut.

- Eta ikusten duzu Cuatroko kirolak eta gero *El hormiguero* ikusten duzu.

Bai.

- Eta asteburutan ikusten duzu beste zerbait?

Partiduak eta, igual, karrera batzuk, Formula 1ekoak edo motokoak, baina... ez asko.

- Gero, pelikula eta serieak eta...

Gutxi.

- Gutxi. Badago serieren bat gustatzen zaizuna?

Bai, *La que se avecina* eta hori, baina ez det asko ikusten.

- Ez duzu astero ikusten.

Ez, zergatik da lautan eta...

- Arratsaldeko lauretan eta, klaro...

Gero botatzen dute gauean, baina, ez, beranduago.

- Euskeraz ikusten duzu zerbait? Euskerazko saiorik.

Normalean, ez.

- Normalean, ez. Eta, ikusten baduzu, zer da "normalean, ez" horretan?

Batzutan ikusten det, gutxitan, baina... *Wazemank* edo horrela. Baina ez, gutxi.

- Gutxi. Oso ondo. Esan didazu ordenagailuan ez duzula bideorik ikusten, ezta?

Ez.

- Ez Youtuben...?

Gutxitan, igual esaten badidate bat... Baina ez, normalean, ez.

- Eta nork esaten dizu?

Lagunak, baina gutxitan, oso gutxitan.

- Eta zeren inguruko bideoak izaten dira?

Ez, igual gehienak kirolekoak ikusten ditut.

- Lagunak gomendatzen dizkizun bideoak zer izaten dira: "E, Pablo, begiratu pase hau ez-dakit-nork egin diona..."?

Edo golak. Baina oso gutxitan.

- Oso ondo. Eta badaukazu ohitura, adibidez, e... ez dakit, imajinatu *El hormiguero* ez duzula ikusi gaur gauean eta bihar, hurrengo egunean, joaten zara ordenagailura, sartzen zara... Telecincon botatzen dute edo non botatzen dute...?

Cuatron.

- Cuatron.

Ez! Zera... Antena 3en.

- Antena 3en. Sartzen zara, adibidez, Antena 3eko orrialdera ikustera...?

Ez.

- **Ez, bale. Mugikorrik badaukazu?**

Bai.

- **Eta badaukazu ohitura ikusteko mugikorretik bideoak?**

Ez. Igual grabatzen ditut gauza batzuk, baina...

- **Zuk grabatzen duzu.**

Bai.

- **Eta zer da grabatzen duzuna?**

Ba, igual, nire lagunak, baina gutxitan.

- **Adibidez, futboleko jolasten zaudetela...**

Bai.

- **Edo, bueno, zeuen...**

Bai, baina gutxitan.

- **Bale. Oso ondo, Pablo. Eta esan dugu, orduan, *El hormiguero* dela gehien, gehien, gehien gustatzen zaizuna. Eta zer da gehien, gehien gustatzen zaizuna *El hormiguero*tik... Zergatik ikusten duzu *El hormiguero*?**

Ba, gehiena, inbitatua, o sea... Pertsona famatuak joaten dira eta... Ba, gustura ikusten dut.

- **Pertsonaia famatuak daudelako. Gustatzen zaizu Pablo Motosen modua elkarrizketak egiteko?**

Bai.

- **Bai. Eta dauden txingurriak?**

Bai.

- **Ere bai. Zergatik gustatzen zaizkizu?**

Barregarriak direlako.

- **Barregarriak?**

Bai.

- **Eta Pablo Motosen jarrera zergatik gustatzen zaizu?**

Ba, barre egiten dutelako berarekin.

- **Orduan gustatzen zaizu elkarrizketa delako umorearekin...**

Bai.

- **Eta, gero, bitartean sartzen diren esperimenduak...**

Bai.

- **Dena orokorrean gustatzen zaizu. Bale. Fijatu zara noizbaiten, adibidez, musika agertzen dena edo...? Esaterako, *El hormiguero*ko musikan fijatu zara noizbait edo...?**

Ez.

- **Edo pertsonaien itxura... ze itxura daukaten...**

Ez.

- **Ez. Umorea esaten duzu, ez? Dela gustatzen zaizuna gehien. Bale. Oso ondo. Orduan, esan didazu *Wazemank* dela ikusten duzuna, baina oso gutxitan. Eta zein da zure iritzia *Wazemanken* inguruan?**

Ba ya duela asko ez detela ikusten, baina...

- **Zergatik utzi diozu ikusteari?**

Es que ez dakit noiz den.

- **Ya galdu egin dezu.**

Bai.

- **Eta, ikusten zenuenean, zer da gustatzen zitzaizuna?**

Ba ya duela urte batzuk ez dudala ikusten...

- **A ver, memoria egin apurtxo bat...**

Ba ez dakit.

- **Baliteke umorea ere eragile izatea?**

Bai, zeren gehien gustatzen zaidan pelikuletan eta hori... Beldurrezkoak eta hori ez zaizkit gustatzen. Umorezkoak gehien.

- **Umorezkoak.**

Bai.

- **Horregatik da igual gehien gustatzen zaizuna...**

Bai.

- **Oso ondo. Pablo, esan didazu badaukazula koadrila, ezta?**

Bai.

- **Eta zenbat pertsonakoa esan didazu gutxi gorabehera?**

Ba... Hamalau, hamabost.

- **Hamalau, hamabost pertsona.**

Bai.

- **Zer zarete, denak mutilak, denak neskak...?**

Ez.

- **Nahastuta?**

Bai, bai.

- **Zenbat esango zenidake, apur bat...?**

Ba, erdia eta erdia.

- **Erdia eta erdia.**

Bai. Igual neska hiru gutxiago, baina ez dakit. Ez, ez dakit. Gutxi gorabehera, berdinak.

- **Eta ikasmila berdinekoak zarete denak?**

Bai.

- **Klasean zaudete batera?**

Bueno, e... Batzuk joan dira... Bat bizi da Irunen eta aurtan joan da, eta beste bat joaten da Donostira, baina beste guztiak hemen.

- **Eta Irunekoa, adibidez, etortzen da...**

Bai, asteburutan.

- Oso ondo. Bale. Zuk badakizu zer den ikusten dutena zure lagunek? Telebistan, adibidez.

Ba igual ere nahiko lotuta kirolekin eta hori, baina ez dakit. Ba... Es que ez dakit. Igual, badakit igual *La que se avvicina* batzutan... Eta, batzutan, beste gauza batzuk, baina...

- Eta badakizu zer diren beste gauza horiek?

Es que... ez dakit.

- Ez zaizu okurritzen.

Igual serie batzuk, baina...

- Adibidez?

El barco badakizu...?

- *El barco* ikusten dute.

Bai, batzuk bai.

- Zer dira, gehiago neskak, gehiago mutilak...?

Ez, gutxi gorabehera...

- Eta, zer galdetu behar nizun... Neskek, zure koadrilako neskek ere... kirolak asko gustatzen zaizkie neskei...?

Batzuk egiten dute. Batzuk eskubaloia...

- Eta gustatzen zaie ere telebistan ikustea kirola, partiduak...?

Bai, batzuei bai, baina ez denei.

- Badago saioen bat, adibidez, dakizula denok ikusten duzuela?

Ba ez dakit... Igual batzutan ikusten degu... Baina ez, ez degu ikusten beti.

- Eta, adibidez, zein izango litzateke?

Ba, ez dakit, igual, yo qué sé, zinea eta horrela asko ikusten dute.

- Oso ondo. Eta badakizu zure lagunek interneten bideoak ikusten dituzten...?

Ez, gutxi.

- Oso gutxi ere bai.

Bai.

- Eta, ikusten dutenean, zeren inguruan?

Nik ez dakit, es que gutxi ikusten dute eta ez degu asko hitz egiten...

- Ez duzue asko hitz egiten horren inguruan.

Ez.

- Bale. Bueno, orduan, e... esan didazu, adibidez, *La que se avvicina* danok ikusten duzuela.

Igual danok ez, baina, igual... ez dakit. Nik askoz gutxio uste det.

- Askoz gutxiago.

Bai, ikusten dutela. Baina ez dakit.

- Egiten duzue... Geratzen zarete, adibidez, koadrilakoak egunen baten, ba, joaten zarete norabaitera denok ikustera telebista edo...?

Ez, igual joaten gara gazte-lokalera eta dago ping pong, dago futbolin eta egoten gara jolasten.

- Gazte-lokalera?

Bai.

- A, ze ondo. Eta zer joaten zarete, asteburutan hara...?

Bai, asteburutan. Ni aste barruan ez naiz... Daukat dena okupatuta eta ez naiz gelditzen.

- Klaro. Eta gazte-lokal hartan ez dago telebistarik eta ordenagailurik ez dago?

Bai, baina reserbatu behar dezu eta, igual, pelikulak ikusteko, baina da urtebetetze bat daukazunean eta, hori, ahal dezu pelikula bat ikusi.

- Baina telebista, telebista, adibidez, *La que se avecina* bat...?

Ez, hori ez.

- Gehiago pelikulak.

Bai.

- Gero gustatuko litzaidake jakitea... Galdetzen dizut zure lagunen inguruan zeren...

Gustatuko litzaidake jakitea ea norbaitek bereziki hitz egiten duen, imajinatu, ba, zure koadrilan asko hitz egiten dela *La que se avecinaren* inguruan, ezta? Eta imajinatu, e... Ba zuk ez duzula ikusten saio hori, baina hitz egiten da hainbeste koadrilan saio horren inguruan azkenean zu ere animatzen zarela ikustera. Holakorik gertatzen da zure koadrilan?

Mmm... Ez. Normalean, ez. Ez det ezagutzen kasuren bat.

- Ez da hitz egiten asko?

Ez bazaizu gustatzen ez dezu ikusten, eta ya está.

- Eta ez da hitz egiten asko bereziki saio baten inguruan?

Ez, asko, asko ez.

- Zer da "asko, asko ez"?

Ez, baina ez dago denbora guztian hortaz hitz egiten.

- Adibidez, zu *El barco* ikustera ez zara animatu.

Ez. Da... es que nahiko berandu bukatzen du... Ez dakit, hamaika t'erditan edo ez dakit eta ni lehenago joaten naiz ohera.

- Orduan, esango zenuke zure lagunek ikusten dutenak ez daukala eragina zuk, e... zure gustuetan.

Ez. Nik nahi dutena ikusten dut eta, ez bazait gustatzen, ez det ikusten.

- Ez duzu ikusten. Eta uste duzu, alderantziz... zuk badaukazula eragina norbaiten? Hau da, zure gustuek...?

Ez.

- Ezta ere. Bale, oso ondo. Esan didazu Tuentin ez duzula partekatzen bideorik...

Ez.

- Zure lagunek badakizu badaukaten ohiturarik bideoak...?

Igual batzuk... Baina gutxi, nik uste det gutxi.

- Gutxi ere bai. Eta esaten duzu kirolaren ingurukoak izaten direla, ezta?

Bai, baina nik ikusten dituztenak bai, baina gutxi.

- Oso ondo. Bueno, eta ya, amaitzeko, e... galdetu behar nizun ea uste duzun zuk ikusten duzun saioek, adibidez, ba, e... *El hormiguero* esan duzu, adibidez... eragina duen, ba, edo zure pentsatzeko moduan, edo zure portaeran...? Imajinatu Pablo Motosen umore horrek... umore hori asko gustatzen zaizula eta, ba, zuk broma berdinak erabiltzen dituzula edo...?

Ez.

- Ez, ez?

Nik ez ditut ikusten, igual astean... ba, batzutan... Igual hiru egunetan edo ez ditut ikusten.

[D, N:2] Uxue, 13 urte. Donostialdea

- **Lehenengo nahi dudana jakin da ea ikastolatik ateratzen zarenean zer egiten duzun, gutxi gorabehera. Esadazu zein dan zure denbora librea.**

Astelehenetan etxera joan ikastera. Gero, asteartetan, entrenamendura, eskubaloikoa. Asteazkenetan, inglesa. Eta, gero, ostegunetan inglesa eta musika eta ostiraletan musika eta entrenamendua.

- **Jesus, zenbat gauza! Eta entrenamendua... esan duzu eskubaloia jokatzen duzula eta musikan zer egiten duzu?**

Pianoa jo.

- **Pianoa jotzen duzu. Orduan heltzen zara gauez etxera, ezta?**

Bai... beno, segun, asteartetan entrenamendua seitan bukatzen da. Orduan etxera zazpitan edo horrela.

- **Eta ez badaukazu ez musika, ez entrenamendurik, ez... etxera joaten zara edo aste barruan badaukazu ohitura geratzeko?**

Ez, etxera.

- **Etxera. Eta lagunekin asteburutan bakarrik?**

Bai. Edo... ez dauzkagunean etxeko lanik edo azterketarik igual ordu bat edo horrela bai, baina normalean, etxera.

- **Eta telebista ikusten duzu aste barruan?**

Bai.

- **Bai. Zer da ikusten duzuna telebistan aste barruan?**

Etxean, bazkaltzean, *Los Simpson* eta horrela.

- **"Eta horrela" zer da?**

Serieak, *Los protegidos*... Baina hori gauean. Eta orain *Gran Hotel*.

- **Orain *Gran Hotel* ikusten duzu?**

Bai. Hori gauetan. Eta, gero, *El hormiguero* eta ere bai ikusten ditut batzuk interneten, serie batzuk.

- **Eta zeintzuk dira?**

Gossip girl eta *Blue water*.

- **Eta non ikusten dituzu? Non sartzen zara interneten?**

Seriesyonkis edo, baita, página bat Series.ly edo horrelako zerbait.

- **Eta online ikusten dituzu?**

Bai.

- **Asteburuetan ikusten duzu telebista?**

Bai, gauean pelikularen bat edo. Edo futbol partiduak.

- **Gustatzen zaizu futbol partiduak ikustea.**

Bai, baina bakarrik ikustea, jolastea ez.

- Eta Youtube erabiltzen duzu?

Gutxi. Ikusteko bideo musikalak eta horrela.

- Ze talde... Badago talderen bat bereziki gustatzen zaizuna...?

La oreja de Van Gogh.

- La oreja de Van Gogh. Eta sartzen zara ikustera La oreja de Van Goghen...?

Bai, abesti berriak.

- Telebista saioetan esan didazu *Los Simpson* gustatzen zaizula, *Los protegidos* eta zer gehiago esan didazu...?

El hormiguero.

- *El hormiguero*. Zer da gustatzen zaizuna saio horietatik? Adibidez, zergatik ikusten duzu *Los Simpson*?

Ez dakit, barre egiten didate eta horrela.

- Barregura ematen dizute.

Bai, eta gustatzen zaizkit abenturak eta horrela.

- Bertan kontaktzen diren istorioak.

Bai.

- Pertsonaiak?

Ere bai.

- Ere bai. Adibidez?

Homer.

- Homer Simpson gustatzen zaizu. Zergatik?

Da pixka bat tontoa.

- Barregura ematen dizu.

Bai.

- Eta musika, adibidez, fijatu zara noizbait *Los Simpsonen*... Edo, esan nahi dut, pertsonaiez gain beste zerbait gustatzen zaizuna *Los Simpsonetik*?

Benoa, ez. Igual bizi diren tokiak eta horrela. Eta ez dakit... nola dauden kapitulu asko eta bakoitzan gertatzen den gauza bat...

- Berez, esango genuke kapituluetan gertatzen diren istorioak gustatzen zaizkizula.

Bai.

- Oso ondo. Eta, adibidez, *Los protegidosen*?

Dena. Aktoreak eta gertatzen dena eta kontaktzen den istorioa eta musika da ere super polita.

- Eta pertsonaietan zer da gustatzen zaizuna, aktoreetan? Beraien itxura...?

Ze botere dauzkaten eta ondo egiten dituztela pertsonaiak.

- Zuk ikusten duzunean kontziente zara gezurretazko serie bat dela?

Bai, baina batzuetan ematen du benetakoa dela.

- Zergatik, adibidez?

Oso ondo egina dagoelako, eta bere paperetan sartzen dira.

- Eta badauka bere intriga, ezta, serieak?

Bai, ikusten detenean kapitulu bat hurrengo ikusi nahi det ya, baina... Gehiagorekin gogo...

- Uzten dute zabalik, ezta? Hurrengo kapitulua...

...ikusteko, bai.

- Eta, adibidez, *El hormiguero*?

El hormiguero ikusten det ia hasi zenetik, eta ya...

- A, begira.

Dira dituzten apartado guztiak.

- Zeintzuk dira?

Gustatzen zait ateratzen direnean Trancas eta Barrancas eta egiten dizkietenean joaten diren pertsonaiei egiten dizkiete galderak eta frogak, eta hori gustatzen zait. Eta gero ere bai zientzia, polita. Eta El hombre de negro.

- Eta zer da agertzen dena El hombre de negron?

Egiten du arte a lo bestia.

- A ver, azaldu hori? Ez dut ezagutzen.

Egiten du arte baina a lo grande.

- Artea?

Bai. Igual egin zuen batean koadroekin egin koadro handi bat. Koadro ezberdinekin egin zuen koadro handi bat, eta atera zen bera.

- Hori platoan bertan?

Bai, eta ere bai batean egin zuen magia bezala. Eta ondo dago.

- Ikusgarria da, ez?

Eta gustatzen zait Piedrahita.

- Eta zer da hori? Azaldu piskatxo bat.

Piedrahita da komiko bat eta mago bat, eta egiten du magia baina harrigarria.

- Hori *El hormigueroko* sketchen barruan, ezta?

Eta ere bai ikusten det *El club de la comedia*.

- Eta zer da gustatzen zaizuna?

Gustatzen zait komikoak ateratzen direnean eta... Es que dena.

- Oso umore ona, ez?

Bai, gainera errealitatearekin dago egina.

- Lotzen dituzte istorioak errealitateko gauzeekin, ez?

Bai.

- Adibidez kontatzen dute astelehen bat ze desastrosoa izan den...

Bai, eta gero ere bai... Atzo esan zuten irakasle guztiek ez dakitela inoiz jartzen bideoa, dela etxekoa bezala, eta hori hemen gertatu da. Beti gertatzen da ez dakitela inoiz nola jartzen dan.

- Gogoratzen dizute zuri gertatzen zaizkizun gauzei, ezta? Eta ematen dizu barregura.

Bai.

- Euskarazko saiorik ikusten duzu, Uxue? Euskaraz direnik...

Ikusten nuen *Go!azen*.

- **Go!azen ikusten zenuen. Eta zer da gustatzen zitzaizuna Go!azenetik?**

Pelikularen zati bat hemen dago grabatuta, Andoainen.

- **A, bai? Agertu zarete zuek edo?**

Ez, baina dago *El puente de las brujas*. Eta, ez dakit, *Go!azenen* istorioa gustatzen zait.

- **Zeren inguruan ziren istorioak?**

Joaten dira batzuk internado bat bezalakora udan aprobatzeko eskolan suspenditutako asignaturak, eta gero egiten dituzte lagunak eta horrela.

- **Baina abesten dute eta hori, ezta?**

Bai, eta abesten dute euskarazko abesti famosoak eta.

- **Eta zer da gustatzen zitzaizuna saiotik? Musika, pertsonaiak...?**

Bai, dago dena lotuta, pertsonaiak eta musika eta horrela. Eta ere bai direla aktore batzuk ya ezagutu genituenak eskolan; joan ziren gure eskolara.

- **Zer etorri ziren, aurkeztera seriea?**

Bai, pelikula.

- **Seriekoak dira gero pelikulan agertzen diren berdinak?**

Beno, seriean gehiago agertzen dira, baina más o menos berdinak.

- **Eta orduan ikusi zenituen hemen eta esan zenuen: "A, ba ikusi behar dut" eta horregatik ikusten zenuen.**

Bai, eta gainera pelikula ikusita neukan eta gustatu zitzaidan.

- **A, begira. Oso ondo. Bale. Badaukazu mugikorrik, Uxue?**

Bai.

- **Eta badaukazu ohitura ikusteko mugikorrean bideoak?**

Ez, porque da mobil bat que ez dauka.

- **Ez dauka aukerarik. Eta ez dauka aukerarik grabatzeko ezer...?**

Bai, baina bost segundo.

- **Bost segundo, ez? Eta erabiltzen duzu?**

Ez.

- **Nireak ere ezta. Orduan, esan didazu hamaika-hamairu pertsonako koadrila, ezta? Eta neska eta mutilak zarete... Pablok komentatu dit denoi gustatzen zaizuela ikustea antzerako gauzak. Zer da zure lagunek ikusten dutena?**

Beldurrezko pelikulak, eta ere bai barregurazkoak.

- **Adibidez, badakizu zerbait denok ikusten duzuen? Badago saiorik edo denek ikusten duzuen, edo bideorik interneten edo...?**

Beno, *El hormiguero* ia denek ikusten dugu. Gehien komentatzen dena da futbol partiduak, mutilen taldean.

- **Eta zuk uste duzu, adibidez, *El hormiguero*ekin, esan duzu ia denek ikusten duzuela... uste duzu badaukala eragina koadrilak ikustea... esan nahi dut, imajinatu**

zuk ez duzula ikusten *El hormiguero*, eta koadrilan hitz egiten da *El hormiguero*ren inguruan?

Bai.

- Asko?

Beno, ez asko, gutxi, baina pixka bat bai.

- Imajinatu zuk ez duzula ikusten, eta uste duzu koadrilak hortaz hitz egiteak badaukala eragina zuk ikusteko ere bai?

Bai, porque ez zara enteratzen ezertaz.

- Eta uste duzu koadrilan norbaitek baduela eragin gehiago konbentzitzeko jendea...?

Ez, normalean ez. Eta beste serie bat ikusten duguna ia gehienok, *Física o química* eta *Los protegidos*.

- Ia denak ikusten duzue.

Beno, ia denok... gehienok, baina ez denok.

- Eta berdinatik uste duzu dela? Hitz egiten delako zuen artean...?

Ez, porque gustatzen zaie. Istorioa en sí gustatzen zaie.

- Zuk ez duzu ikusten?

Bai, baina nik ikusi nuen hasieratik, ez esaten zidatelako. Ikusi nuen eta engantxatu zidan.

- Eta, adibidez, zurekin ez da gertatu, baina uste duzu zure lagun bat hasi dela ikusten saio horiek hitz egiten duzelako horren inguruan?

Ez, porque ia gehienok hasi ginen ikusten hasieratik.

- Eta zelan gertatzen da, adibidez... Zelan enteratzen zarete hasi behar dela serie berri bat eta jartzen zarete denok ikusten serie hori?

Anuntzioetan agertzen delako.

- Eta komentatzen dituzue anuntzioak eta "E, hasiko dela *Física o química*"...?

Bai,edo klasean ere bai hitz egiten da horretaz.

- Anuntzioez?

Ez, hasiko diren serieei buruz.

- Komentatu dit Pablok *El barco* ere ikusten duzuela.

Bai. Nik ez det ikusten, ikusi det bakarrik kapitulu bat. Nahiko nuke ikusi, baina ez daukat denborarik.

- Ordutegia...

Ez, es que serie horiek ikusi behar dira hasieratik eta nik ikusteko hasieratik interneten sartu behar naiz eta kapitulu bakoitzak irauten du ordu bat. Eta, orduan, ez daukat denbora interneten ikusteko.

- Orduan ez daukazu ohiturarik, adibidez, sartzeko Antena 3eko webgunera, adibidez...?

Ez, bakarrik *Los protegidos*en kapitulu bat galtzen badet, ba hori bai, baina...

- Baina dena ezin da ikusi, ezta?

Ez.

- Orduan, amaitzeko zure lagunen eraginarekin eta, esaten duzu zuk uste duzula hitz egiten duzuela zuen artean eta horrek badaukala eragina ikusteko gauza bat, edo ez ikusteko, edo... Ze punturaino da garrantzitsua, adibidez, imajinatu zuk ikusten duzula serie bat, baina zure lagunek ez dutela ikusten...

Nik jarraituko det ikusten, gustatzen bazait...

- Eta ez du axola...

Ez.

- Eta jakiten baduzu zure lagunei ez zaiela gustatzen?

Berdin zait, neri gustatzen bazait jarraituko det ikusten.

- Eta listo.

Bai.

- Oso ondo. Zer gehiago galdetu behar nizun? Komentatu didazu Youtuben ikusten dituzula musikako bideoak gehien bat, ezta?

Bai, gutxi, baina batzuk.

- Eta ohitura badaukazu bideo horiek Tuentin eskegitzeko...?

Es que ez dakit nola jartzen dan.

- Eta badakizu zure lagunek egiten duten?

Ni idea.

- Ni idea. Ez duzue horren inguruan...

Ez. Eta gainera ni konektatzen naizenean Tuentin da iPodarekin, eta aplikazioan ez du uzten ikusten.

- iPodarekin konektatzen zara orduan, eta ez du uzten bideoak ikusten, bale. Pablok komentatu dit joaten zarela horrelako gazte lokalen batera asteburuetan.

Eguraldi txarra egiten duenean.

- Eta ona egiten duenean...?

Batzuetan, aspertzen garenean.

- Baina kalean ibiltzen zarete, ezta?

Bai.

- Noizbait gelditzen zarete norbaiten etxera joateko zerbait ikustera edo...?

Es que asko gara. Igual joaten dira batzuetan mutilak alde batetik eta neskak beste aldetik. Edo bestela zinemara, hemengo zinemara, edo Urbilera ere bai.

- Baina ez daukazue ohitura, adibidez, *Los protegidos*eko kapituluak ikusteko...?

Ez, hori ez. Bakoitza bere etxean.

- Eta hor, gazte lokalean, internetera sarbidea badaukazue?

Bai, asteazken, ostegun eta ostirala.

- Asteburuetan ez?

Ez.

- Eta, orduan, aste barruetan ez zaretenez joaten...?

Beno, batzuetan igual ostiraletan, baina ni ostiraletan entrenamendua bukatzen da seiak eta laurdenetan eta, orduan, zazpi edo zazpi t'erdietarako...

- Orduan ez daukazue ohiturarik Youtubera sartzeko batera...?

Ez, eta gainera gazte lokalean ezin da sartu Youtuben.

- Debekatuta dago, ala?

Bai, zeren batzuk sartzen ziren pornoa ikustera.

- Eta debekatu zuten sartzea.

Bai, eta dago hemen eskolan dagoen berdina; hemen ezin da Tuentian sartu.

- Hemen eskolan ezin zarete Tuentian sartu.

Ez, bakarrik Twitterrean.

- Twitter badaukazu?

Bai.

- Eta erabiltzen duzu?

Bai, baina daukagu bat eskolan Ingleseko irakaslearekin hitz egiteko eta Ingleseko lanak egiteko, eta nik daukat beste bat aparte.

- Twitter bidez egiten dituzue elkarrizketak Ingeleseko...

Bai, gehien bat lanak, writingak eta horrela.

- Eta bidaltzen dituzue Twitter bidez?

Bai.

- Baina oso gutxi idatzi daiteke Twitterrean, ezta?

Bai, baina lau tweet edo horrela.

- A, lau tweet botatzeko eskatzen dizute...

Bai, nola diren bakarrik 140, ba orduan hasten zara idazten eta bidaltzen duzu eta beste berri bat, eta horrela...

- Tweet laburrak bidaltzen dituzue ingelesez.

Bai.

- Oso ondo. Bale. Orduan esan didazu bideoak ez dituzula normalean partekatzen eta zure lagunek ere ez dakizu egiten duten...

Ez.

- Ez. Ez da oso ohikoa hitz egitea Youtubeko bideoen inguruan zuen artean.

Gutxi. Igual noizbehinka, baina oso gutxi.

- Eta zer gertatzen da "noizbehinka" horretan hitz egiteko?

Ez direla enteratzen gehienak.

- Ez?

Ez.

- Ez zarete oso zaleak interneteko...?

Bakarrik Tuentian batzuetan.

- Eta Tuentian esaten duzu gehiena txateatzen duzuela...

Bai, eta argazkiak eta horrela.

- Zuen arteko argazkiak, ez?

Bai.

- Bale. Beno, jarraitzeko, Uxue, gustatuko litzaidake jakitea... zuk pentsatzea ea ikusten dituzun serieak edo saioak, telebista saioak edo bideoak eragina daukaten zure gustuetan. Esan nahi dut, imajinatu *Los protegidos*eko pertsonaia bat asko gustatzen zaizula... Esan pertsonaia bat asko gustatzen zaizuna *Los protegidos*koa.

Txikia, Priscila Delgado.

- Priscila? Baina neskatila txikitxo?

Bai.

- Imajinatu Priscilaren janzkera gustatzen zaizula. Oso neskatila txikia da, baina imajinatu nabil esaten, e? Eta, orduan, janzkera Priscilarena gustatzen zaizulako zu ere janzten zara antzerako...

Ez. Gustatzen zait, baina ez naiz berdin janzten.

- Uste duzu, orduan, telebista ikusten duzun moduak ez duela eragina...

Hombre, bai, badauka, baina... Modara doazelako. Baina ez.

- Baina zuek ere modara joaten zarete, ezta?

Beno, normalean.

- Normalean, bai. Eta musikak, adibidez, igual janzkerak ez, baina musikak... Esaten duzu Youtuben ikusten duzula *La oreja de Van Gogh* eta, horrek, *La oreja de Van Gogh* gehiago entzuten duzu, edo...

Bai, nik *La oreja de Van Gogh*en disko guztiak dakizkit bat ezik.

- Goitik behera.

Bai, azkenekoa ere ya badakit.

- Eta gero eta bideo gehiago ikusi Youtuben uste duzu gehiago entzuten duzula edo ez daukala harreman zuzenik?

Ez, es que ni Youtuben ia ez naiz sartzen, orduan, dauzkat musikak ordenagailuan.

- Eta entzun egiten duzu.

Bai.

- Beno, pentsatzen dut nahiko argi geratu zaidala. Orduan, esaten didazu, laburbiltzeko, zure lagun taldean orokorrean ikusten duzuela *El hormiguero*, badaudela saio batzuk ikusten dituzuela batera...

Eta ere bai badago bat ikusten dituen serie guztiak eta igual joaten da ohera ordu-bitan edo horrela.

- Bai? Eta gurasoek eta?

Ni idea. Orduan, ateratzen du gai bat: "Eta ikusten duzue no-sé-qué?" Eta denak gelditzen gara: "Ez." Eta orduan ya isiltzen da.

- Orduan, berak gero eta gehiago hitz egin, berak ez dauka eraginik zuek ikusteko gauza bat edo bestea?

Ez.

- Inork ez dio jarraitzen...?

Ez. Normalean ikusten ditugu serieak normalenak, igual *Gran hotel* edo.

- Orduan, zer esango zenuke, hitz egiten duzuela gutxi, asko edo...?

Normal.

- Zer da "normal"?

Ez asko eta ez gutxi.

- Eta zenbat denbora da hori gutxi gorabehera?

Hamabost minutu edo horrela.

- Egunean hamabost minutu.

Bai. Goizean, igual: "Ikusi zenuten atzo kapitulu bat?"

- Eta zer komentatzen duzue?

Ez dakit: "Ikusi zenuten egiten zuenean zuhaitz bat moztu?" Eta, agian, esaten dugu "Bihar joango da ez-dakit-nor *El hormiguera*." "A, ba nik ikusiko dut."

- Joaten zarete zuen artean abisatzen, ez?

Bai.

- Beste zerbaitek okurritzen zaizu ez zaidana okurritu galdetzea?

Ez.

- Uxue, iruditzen zaizu, orduan, ikusten badugu zure Tuentiko gunea?

Bale, baina uste dut bakarrik dauzkadala hiru bideo edo horrela, e?

- Erakutsiko dizut orain zer den apuntatuko dudana, bale? Ikusteko zuk ez dudala apuntatuko... Apuntatu behar dudana da... Nahi dut ikusi maiatzetik gaur egun arte ea badauzkazun bideoak, eta apuntatuko dut zenbat bideo dauden; ea zure lagunek jarri dizkizuten bideoak edo zuk; nondik dauden bideo horiek; ea Youtubetik datozen edo, imajinatu, Marcatik; zeren inguruko bideoak diren...

Es que nik uste dut nire lagunek ez dakitela hori existitzen dela.

- Aukera hau existitzen dela?

Bai, ez dakite.

- Eta orduan ez duzue egiten... Bale. Beno, apuntatuko dugu, bale? Dagoena apuntatuko dugu eta...

Non da, en "Mi perfil"?

- Nik pentsatzen dut hemendik behera goazela ikusiko dela. Adibidez, hemen ez daude, ez daude, ez daude, ez daude... Ez dago bideorik... Eta pentsatzen dut hasieran bideo horiek edukitzen badituzu hasieran aurkitzen direla ere.

Nik uste dut zela hemen.

- Nik ez dut asko ezagutzen Tuenti, e? Facebook ezagutzen dut gehiago.

"Mis vídeos", hor.

- Hauek dira dituzun bideoak. Orduan, bat, bi, hiru bideo. Baina ez du jartzen noiz eskegi zenituen bideoak, ezta?

Ez.

- **Ea, martxan jarriko da. Jarriko dugu hiru.**

A, lau. Hori ere bai.

- **Lau. Hauek dira zuk eskegi dituzunak, ezta?**

Bai.

- **Baina zure lagunak zure gunean ez dute ipini bideorik.**

Ez.

- **Bideoen jatorria zer da... Youtubetik daude...?**

Bai, denak.

- **Zein da bideoaren edukia? Ikusten dut gehienak direla...**

Musika.

- **Eta hau?**

Hori da... Eskolan, lagun batekin... Atera zen lo de "farfala vendetta" eta, orduan, jarri nuen...

- **Eta zer da hori?**

*Los Simpson*eko kapitulu batetako zati bat.

- **Jarriko dut hemen dagoela *Los Simpson*eko...**

Eta hemen dago... baina perfilean. Bideoak, hemen.

- **Baina dira berdinak, ezta?**

Bai, baina bideo ezberdinak dira.

- **A, dauzkazu bideo pila bat, orduan!**

Bai, gehienak jartzen ditut hor. Eta nire lagunak dauzkate hemen.

- **Orduan, hemen agertzen diren bideoak dira zuk eskegi dituzunak.**

Bai.

- **Eta guztira daude berrogeita hamalau?**

Ez, igual daude argazkiak eta horrela.

- **Kontatu ditut oraingoz bi. Hiru...**

Uste dut hori dela azkena, eta hor nire lagunak ere badauzkate bideoak, baina gehienak dira musikari buruz eta pelikuletako zatiren bat.

- **Dani Martin da musikoa. Eta, gero, imajinatu... A ver, ipini Dani Martinen bideoa. Adibidez, aukera dugu bideo honetan azpian komentarioak idazteko?**

Hemen, tabloian.

- **Baina bideoaren inguruko komentarioak egin nahi badituzu?**

Igual, ez dakit: "Niri ere gustatzen zait tabloian duzun musika." Es que gehienak tabloian komentarioak.

- **Ez dut ulertzen zein ezberdintasun dagoen honen eta "Mi espacio personal"-en artean.**

"Mi espacio personal" da ahal dutela komentatu baina tabloian. "Espacio personal" da igual gustatzen zaizunean argazki bat edo esaldi bat edo hor jartzen duzu.

- Baina komentatuko balute tabloiean, hemen ondoan ere agertuko litzateke komentarioak, ezta?

Ez, hau bakarrik ahal dezu modifikatu zuk, baina tabloiean ez. Tabloiean ahal dizute idatzi zure lagunek eta horrela.

- Bideoek badaukate iruzkinik? Erakutsi dizkidazun bideoek. Baten batek komentatu du zerbait bideoen inguruan?

Komentarioa? Bai. Komentatzen ditugu gaudenean juntu, ez interneten.

- Eta badaukazu argazkirik, adibidez, *Los Simpson*eko pertsonaien inguruan edo *Los protegidos*eko pertsonaien inguruan...?

Uste dut ezetz. Igual baten bat bai, komentatzeko gelditzeko edo afari bat egiteko, baina...

- Baina bestela ez daukazue ohiturarik.

Ez. Nik ez, nire lagunek batzuk bai, baina nik ez.

- Eta badaude jokoak Tuentin...?

Bai, en "Juegos". Eta ahal duzu pentsatu bakarrik edo txatean dagoen beste pertsona batekin.

- Eta badago jokoren bat badaukana zerikusirik... adibidez, badago *Los Simpson*en inguruko jokorik?

Ez, baina futbolekoa, bai. Ez dakit, zeren jokotan ni hasi nintzen beste Tuentin, baina kendu zidaten Tuenti bat eta ya ez naiz berriro...

- Ez zara berriro hasi. Zeinek kendu zizun Tuentia?

Ez dakit. Bai, konturatu ziren que era menor.

- Eta orduan kendu zizuten?

Bai.

- Orduan ez duzu parte hartzen jokoetan.

Beno, agian nagoenean txatean pertsona batekin jolasten naiz, baina normalean ez. Aspertzen naizenean bakarrik.

- Baina esan didazu joko horiek ez dutela zerikusirik telebistako programekin ezta bideoekin...

Ez.

- "Evento"-ak badaude Tuentin?

Bai.

- Eta "evento"-etan abisatzen da adibidez *Los protegidos*en denboraldi berria hasiko dela?

Jarraitzen baduzu horrelako "evento" bat, bai.

- Jarraitzen dituzu horrelako "evento"-ak?

Bai, eta ere bai daude Donostia 2016 eta horrela.

- Niri interesatzen zait Erakutsiko zenidake horrelako "evento"-rik?

Es que ez dakit non den. Igual en "Inicio".

- Nik pentsatzen dut hor, perfilean, geratzen dela apuntatuta ,agian...

Hemen. A, baina horiek dira urtebetetzeak.

- Ba ez du ematen... Dira irteerak, sanjuanak eta horrelakoak.

Bai.

- Ba hori da dena, zer iruditu zaizu: motza, luzea...?

Ez, normala.

- Pentsatzen duzu beste zerbait ahaztu zaidala edo pentsatzen duzu interesgarria dela azaltzeko...?

Irratia, igual.

- Irratia. Entzuten duzue irratia zuek?

Bai, es que nire ahizpari gustatzen zaio Rock and Gol. Eta, ere bai, nik jaisten ditut podcastak.

- Eta zure lagunek?

Ez.

- Ez. Hori da zure afizioa bakarrik.

Bai. Igual kotxean doazen bitartean edo horrela, baina bestela, ez. Eta ere bai nik entzuten dut, udan, nagoenean nire amaren herrian, garbiketak egin behar ditugunean jartzen dugu Los 40 principales.

- Eta Rock and Gol hori zeren inguruan doa?

Rock abestiak. Rockari buruz eta horrela.

- Eta sartzen dituzte istorioak eta...?

Ez, bakarrik musika.

[T, N:3] Eneritz, 12 urte. Tolosaldea.

- Hasiko gara kontatzen ea zer egiten duzun zure aisialdian? Ikastolatik ateratzen zarenean zer da egiten duzuna?

Egun batzuetan musikara joaten naiz eta ostiraletan inglesera eta tiempo librera.

- Zer da "tiempo librea"?

Jokoak eta horrela egiteko. Monitore batzuekin jokoak egiten eta horrela ibiltzen gara.

- Baina antolatuta dago orduan, ezta?

Bai.

- Eta musika ikasketak egiten dituzu, orduan?

Bai.

- Instrumenturen bat jotzen duzu ala...?

Txelo.

- A, biolontxelo jotzen duzu. Eta zer joaten zara, egunero musikara edo...?

Ez, es que dauzkat... Osagarrietara joaten naiz, gero tonu instrumentalera eta instrumentua. Eta dena asteazkenean jarri didate.

- Dena jarri dizute asteazkenean. Orduan astelehen arratsaldea, gaur, libre daukazu.

Bai.

- Eta bihar ere libre daukazu.

Bai.

- Osteguna ere bai?

Bai.

- Eta zer da egiten duzuna astelehen, astearte eta ostegunetan?

Lagunekin egoten naiz eta, segun zenbat lan dauzkadan, ordu batean edo bestean joaten naiz etxera lanak egitera.

- Normalean afal ordurako, ezta?

Edo lehentxeago. Batzuetan seitan lan asko badauzkat, baina, bestela, zazpitan.

- Oso ondo. Eta, Eneritz, ikusten duzu telebistarik?

Bai.

- Bai? Noiz ikusten duzu telebista?

Eguerditan.

- Bazkal orduan?

Bai.

- Gueuz ez duzu telebistarik ikusten?

Ordenadorean.

- Ordenadorean. Eta korreoan aritzen zara, orduan, ordenagailuan.

Korreoan, kankak entzuten...

- Asteburutan ikusten duzu telebistarik?

Ez, zeren beti zerbait egitera joaten gara.

- Eta zer da eguerditan ikusten duzuna telebistan?

La ruleta, zeren nire aitak jartzen du eta aitarekin bazkaltzen dut, eta, orduan...

- Ikusten duzu *La ruleta*. Oso ondo. Interneten baduzu ohiturarik bideoak ikusteko?

Nola bideoak?

- Imajinatu... Youtuben sartzen zara eta ikusten dituzu bideoak...

Bai.

- Bai, ikusten dituzu? Eta zein motatako bideoak ikusten dituzu Youtuben?

Kantak, batzuetan serie batzuk...

- Zer aurkitzen duzu, serieren bateko kapituluren bat...?

Bai.

- Eta ze serie, adibidez?

Los protegidos.

- *Los protegidos* gustatzen zaizu. Baina hori Youtuben ikusten duzu edo Antena3eko webgunean ikusten duzu?

Ez, Youtuben.

- Youtuben. Antena3era ez zara sartzen aurkitzera bideoak, *Los protegidos*ekoak?

Ez, zeren Youtuben badakit non aurkitu.

- Eta zer sartzen zara, Youtuben eta jartzen duzu "*Los protegidos*" eta agertzen dira...?

Kapitulua jartzen dut, zenbakia eta hori, eta ya.

- A, eta denak daude Youtuben, e?

Bai, orain arte ikusi ditudanak behintzat bai.

- Oso ondo. Eta ze musika gustatzen zaizu Youtuben ikustea?

Shakira... eta batzuk ez dakizkit kantanteen izenak, baina...

- Denetatik, ezta? Zer esan behar nizun, *La ruleta de la suerte* gustatzen zaizu edo da gehiago aitak jartzen duelako?

Aitak jartzen du eta, orduan...

- Baina *Los protegidos* bai gustatzen zaizu, ez?

Bai.

- Eta zer da gustatzen zaizuna *Los protegidos*ena?

Ez dakit, misterioa.

- Misterioa daukala. Zer da... engantxatu egiten zaitu?

Bai.

- Bai? Eta pertsonaiak, adibidez, zer esango zenuke pertsonaien inguruan?

Batzuk txintxe batzuk direla.

- Baina gustatzen zaizkizu pertsonaiak?

Bai.

- **Zein, horrela, bereziki?**

Neska bat.

- **Zein da neska?**

Sandra.

- **Zein da Sandra, zein botere ditu?**

Elektrika.

- **Elektrika da. Eta zergatik gustatzen zaizu Sandraren pertsonaia?**

Ez dakit, gustatzen zaidalako.

- **Eta listo. Bale. Oso ondo. Eta *Los protegidos*eko musika gustatzen zaizu? Hau da, pertsonaiez gain beste zerbait, eta misterioa daukala... Beste zerbait gustatzen zaizuna *Los protegidos* saioarena?**

Ez dakit.

- **Misterioa daukala, ezta? Emozionantea dela. Oso ondo. Orduan esan dugu Youtube ikusten duzula eta musika ikusten duzula Youtuben, ez duzu ohiturarik sartzeko telebista kateetako webguneetan saioak ikustera...**

Ez.

- **Ez. Mugikorra badaukazu, Eneritz?**

Bai.

- **Eta badaukazu ohiturarik mugikorrean bideoak ikusteko?**

Ez.

- **Eta grabatzeko? (...) Ezta ere.**

Lagunek grabatzen dute beti.

- **Lagunek grabatzen dute? Eta zer grabatzen dute zure lagunek?**

Hasten garenean txorradak egiten eta horrela.

- **Zer, patioan eta...?**

Ez, igual arratsaldean musika jartzen dute eta hasten gara dantzatzen...

- **Eta grabatzen dute. Eta gero igotzen dute internetera?**

Ez.

- **Ez. Mugikorrean ikusten duzue.**

Bai, mobilean ikusten dugu eta ya está.

- **Oso ondo. Euskarazko saiorik ikusten duzu?**

Ez, zeren *Los protegidos* ikusten dudana... Lehen, txikiagoa nintzenean.

- **Txikiagoa zinenean. Zer ikusten zenuen txikiagoa zinenean?**

Go!azen.

- ***Go!azen* ikusten zenuen. Eta zer zen gustatzen zitzaizuna *Go!azen*ena?**

Kantak eta horrela.

- **Eta gaur egungo saioen inguruan, euskarazko saioen inguruan, zer da uste duzuna? Zer uste duzu? Zer iruditzen zaizkizu?**

Ez dakit, es que ez ditut ikusten.

- **Ez dituzu ikusten. Ez dituzu ezagutzen *Wazemank...***

Beno, bai, ezagutzen ditut. Lehen ikusten nituen, baina ya ez.

- ***Mihiluze* ezagutzen duzu?**

Bai.

- **Eta zer pentsatzen duzu?**

Batzuetan barregarria izaten dela.

- **Eta zerbait txarra?**

Ez.

- **Ez duzu ikusten ordutegiagatik, baliteke?**

Ez dakit, edo lanak dauzkadalako.

- **Lanak egiten dituzulako. Oso ondo. Orduan, Eneritz, esan didazu daukazula... koadrilarekin irteten zarela arratsaldetan, ezta?**

Bai.

- **Normalean koadrila finkoa daukazute edo...?**

Bai.

- **Irteten zara batzuetan batzuekin, beste batzuetan beste batzuekin...?**

Daukat koadrila festetarako, baina batzuetan beste batzuekin ibiltzen gara.

- **Eta zenbat pertsona ibiltzen zarete batera?**

Bederatzi edo horrela eta, gero, festetan, kriston pila.

- **Pila bat, ez? Baina normalean bederatzi bat lagun.**

Bai.

- **Denak neskak?**

Bai, baina festetan neska eta mutilak nahastuta.

- **Neska eta mutilak festetan batera. Oso ondo. Eta bederatzi laguneko koadrila horretan... badakizu zer ikusten duten zure lagunek?**

Batzuek bai.

- **Adibidez?**

Los protegidos ere baita, *El barco* eta ez dakit zer gehiago.

- **Uste duzu *Los protegidos* izan daitekeela denok ikusten duzuen saio bat?**

Lagun guztiek?

- **Bai.**

Es que batzuei ez zaie gustatzen. Hiruri edo horrela ez zaie gustatzen, beste guztiei bai.

- **Beste guztiok bai ikusten duzue. Eta *El barco*, adibidez, zuk ez duzu ikusten?**

Ez.

- **Zergatik ez duzu ikusten *El barco*?**

Ordutegiengatik.

- **Askotan hitz egiten dute zure lagunek *El barco*ren inguruan?**

Es que *El barco* bik ikusten dute, eta besteek ez dakit zer ikusten duten, zeren bat denbora guztian ordenadorean egoten da etxean eta besteak egoten dira bere anaiekin edo katuarekin.

- Baina orduan ez dute ikusten telebistarik?

Ikusten dute, baina ez dakit zer ikusten duten.

- Eta horiek biak, esan dituzunak, asko hitz egiten dute beraien artean *El barcoren* inguruan?

Bai.

- Aspertzera heldu zara ala? Jarri duzun aurpegiagatik...

Batzuetan, bai.

- Eta inoiz ez zaituzte konbentzitu *El barco* ikusteko?

Ez, zeren beraiek egiten dute edo kontatu egiten dute edo interneten sartzen dira, Antena3en.

- Eta inoiz ez duzu eduki kuriositaterik ikusteko?

Bai, baina ordutegiengatik ez dut ikusten.

- Eta badakizu interneten ikusten dituzten bideoak zure lagunek?

Ez dakit. Askok kantak, gero jokoetan sartzen dira asko eta hor egoten dira...

- Denbora pila bat?

Bai, jokoetan, bi horiek *El barcon*, batzuk *Los protegidos*en ere baita...

- Eta nola *Los protegidos*en egoten direla?

Youtuben jartzen dute eta hortik ikusten dituzte ez-dakit-zenbat kapitulu.

- Batera, denak segidan?

Ez, bat ikusten dute, zeren bestela...

- Orduan batzuek bai ikusten dute musika zuk bezala, beste batzuek ikusten dute *El barco*, beste batzuek *Los protegidos*... Orduan, pixkatxo bat banatuta dago zure taldea, ez? Ikusten duzuen telebistan.

Bai.

- Hau da, esango zenuke ez dagoela gauza bat denok ikusten duzuen eta asko gustatzen zaizuela denoi.

Ez.

- Zuk uste duzu, Eneritz, *Los protegidos* ikusteko norbaitek konbentzitu zaituela koadrilan. Esan nahi dut: agian zuk lehenago ez zenuen ikusten eta...

Orain *El barco* ikusten duenak lehen *Los protegidos* ikusten zuen. Orduan, ni hasi nintzen eta gustatu zitzaidan.

- Eta hasi zinen ikusten beste biak *Los protegidos* ikusten zutelako?

Esaten zutelako oso ondo zegoela, eta jakiteagatik.

- Jakiteagatik eta engantxatu zinen gero.

Bai.

- Eta beraiek utzi diote ikusteari eta...

Ez, es que beraiek ya kapitulu guztiak ikusi dituzte. Batzuetan berriz ikusten dituzte.

- Orduan ez duzue jarraitu telebistako emisioa? Esan nahi dut: telebistan bota dutenean zuk *Los protegidos* ez duzu ikusi.

Orain badakit laster hasiko dela, baina ez dakit noiz hasiko den.

- Ba pentsatzen dut laster hasiko dela berriz, e? *El barco* hasi da berriro.

Bai, eta *Los protegidos* laster hasiko da, baina oraindik ez dute jarri interneten ezer.

- Eta zer duzu, interneten ea noiz hasiko den?

Lagunek begiratzen dute eta gero nik galdetu egiten dut.

- Eta non begiratzen dute zure lagunek?

Antena3en.

- Antena 3eko webgunean. Galdetu nahi nizun ere ea gelditzen zareten denak batera zerbait ikusteko.

Hemen dago gazte leku bat eta ordenadoreko ordu erdiko txandak hartzen dira. Eta, orduan, hor batzuetan hartzen dugu hiru ordenadore bat eta hor ikusten ditugu gauzak batera.

- Orduan badaukazue ordu eta erdi, ezta?

Ez, ordu erdi eta, gero, beste batzuek hartzen dute ordu erdi.

- Baina hiru ordenadore hartzen baduzue...?

Es que batzuetan ez gara denak batera egoten.

- Eta zer da batera joaten zaretenean gazte lekura batera ikustea gustatzen zaizuen?

Batzuetan egoten gara Tuentietan sartuta, edo korrean... Beste batzuetan, baten batek aurkitu badu bideoen bat grazioso ikusten dugu eta, beste batzuetan, *Los Protegidos* ikusten dugu.

- Eta bideo grazioso hori Youtubetik begiratzen duzue?

Bai.

- Eta egoten zarete hor ikusten gauzak...

Bai, adibidez, badago bideo bat suge batek kriston sustoa ematen diola bati.

- Zeinek sustoa?

Suge batek, eta hori ikusten egoten gara barrez.

- Eta denbora asko hitz egiten duzue ikusten duzuenaren inguruan? Esan nahi dut: orain, arratsaldean, irteten zarete eta komentatzen duzue ikusitakoa.

Bai.

- Asko edo...? Zenbat denbora gutxi gorabehera?

Batzuetan esaten dugu bakoitzak ikusi duena eta gero kriston denbora pila beste gauzetaz hitz egiten.

- Beste gauzetaz?

Adibidez, atzo ikusi genituen kapituluak eta, gero, bat-batean, pasatzen gara duela hilabete bat ikusi genuenera.

- A, eta hasten zarete komentatzen orokorrean saioaren inguruan, ez?

Bai.

- Klaro, bakoitza zaudete kapitulu ezberdin batean...

Zer pasa zen honetan, hau ze arraroa den...

- Eta noizbait komentatu dizute beranduago gertatuko dena eta ez duzuna ikusi?

Bai.

- Eta zer gertatzen da?

Dago bat gauzak altxatzen dituen eta, derrepente, ume bat barranco batetatik erortzen da eta berak altxatzen du erori aurretik.

- Hori *Los protegidosen* barruan esan nahi duzu, ez? Baina imajinatu zure koadrilan hasten direla hitz egiten kapitulu baten inguruan zuk ez duzuna ikusi oraindik.

Hori, adibidez.

- A, hori kontatu zuten?

Bai.

- Eta zer sentitu zenuen zuk?

Ikusteko gogoia.

- Eta ez zinen haserretu beraiekin? (...) Ez. Oso ondo. Gero, esan duzu batzuk hasten direla *El barcoren* inguruan hitz egiten eta zu ez zarela enteratzen askotaz. Eta zer gertatzen da momentu horretan koadrilan?

Ba batzuk daudela gauza bati buruz hitz egiten eta beste batzuk ari dira beste zerbaiti buruz hitz egiten.

- Eta ez da gertatzen ezer? Ez da egoten haserretik...?

Ez.

- Galdera potolo bat egingo dizut: Uste duzu koadrilako norbaitek ikusten duena eragina duela besteengan?

Ez. Igual nire lagun batengan. Bai, zeren behin haserretu egin zen eta, ordutik, pertsona batek egiten duenean fastidiatu egiten dio.

- Eta orduan zer egiten dio, kontra pertsona horri?

Ez, ez dagoenean bera, beraz hitz egiten dugu.

- Baina, adibidez, imajinatu dagoela pertsona bat asko hitz egiten duela telebistaren inguruan eta pertsona horrek badakiela pila bat *Los protegidosen* inguruan eta oso pertsona boteretsua dela zure lagun taldean; pertsona horrek ez du konbentzitzen beste jendea ikusteko...?

Ez.

- Ez dago horrelako kasurik, ez?

Ez.

- Igual norbait sentitu dela apur bat baztertuta ez duelako zerbait ikusten...

Ez, zeren dena kontaktzen diogu.

- Eta, amaitzeko, uste duzu ikusten duzunak baduela eragina zuregan?

Ez.

- Ez duzu uste, imajinatu *Los protegidos*eko pertsonaia... Zelan esan duzu deitzen dela?

Sandra.

- Sandraren janzteko era asko gustatzen zaizu eta saiatzen zara bera imitatzen...

Ez.

- Ez daukazu horrelako inpresiorik.

Ez.

- Oso ondo, hau zen gutxi gorabehera galdetu nahi nizuna. Zer iruditzen zaizu?

Ondo.

- Ondo? Luzea edo motza edo...?

Uste nuen luzeagoa izango zela.

Gaude bi taldetan bezala. Bestetan daude hiru edo bi pertsona agindu egiten dutenak. Lehen haiekin ibiltzen ginen, baina azkenean aspertu egin ginen eta bederlatziak ibiltzen hasi ginen.

Gero festetan denak batera ibiltzen gara.

- Eta pertsona horiek esaten duzu gertatzen zela.

Bai, eta gure taldean dago bat saiatzen dela, baina ez du lortzen.

- Ez du lortzen.

Igual baten bati tiratzen dio, baina ez du lortzen.

- Eta zergatik ez du lortzen?

Ez diogulako kasu asko egiten horrela hasten denean.

- Bakoitza oso indibiduala zarete aukeratzeko gustatzen zaizuen eta ez zaizuen gustatzen, kontuan hartu gabe zure lagunek ikusten duten ala ez.

Dago bat denbora guztian besteei kopiatzen ari zaiela eta esaten du batek: "A, niri hau gustatzen zait." "Ai, niri ere bai!" Edo: "Atzo tokatu zitzaidan niri pegatina hori." Eta esaten du: "A, ba niri lehengoan tokatu zitzaidan." Denbora guztian kopiatzen, berdina esaten.

- Eta pertsona horrek ikusten du besteek ikusten dutena telebistan ere bai?

Bai.

- Jarraitzen dio denari?

Bai.

- Eta bideoak eta dena.

Bai eta, adibidez, erosten dugu revista bat eta berak ere bai erosten du, eta hurrengo egunean esaten du: "Nik ere bai erosi det."

- Eta zein da zure inpresioa hori ikusten duzunean?

Kopiatzen dion pertsonak besteak bezala nahi duela izan.

[D, M:2] Ander, 14 urte. Donostialdea.

- Kontatuko zenidake zer den egiten duzuna ikastolatik ateratzen zarenean? Hau da, zure aisialdian zer da egiten duzuna?

Eskubaloia, asko gustatzen zait, eta dantza, euskal dantza, ere egiten dut astean bitan. Ingeles partikularreko klaseak edukitzen ditut, hurrengo urtean First ateratzeko. Bestela, libre daukadanean, depende, ikasi edo, asteburua baldin bada, lagunekin atera.

- Telebista aurrean eguneko zein momentutan jartzen zara: aste barruan, asteburutan...?

Asteburutan. Aste barruan gehiago ordenagailua erabiltzen dut eta lagunekin, eskubaloian... honelako gauzetan.

- Eta zer da telebistan ikusten duzuna, Ander?

Normalean gauetan dauden programa guztiakin lo hartzen dut eta grabatu egiten ditut, baina... Horrelako programak, *Pekin express* eta horrelako programak. Realityak gustatzen zaizkit.

- Realityak gustatzen zaizkizu. Aipatu duzu *Pekin express* eta besterik aipatu dezakezu?

Lehen ikusten nuen *El conquistador del fin del mundo* eta ikusi izan dut *El conquistador del Aconcagua*, dela programa antzekoa. Ya denboraldi hau ez dut ikusten.

- Orain hasi da *Aconcaguarena*, ezta?

Bai, ez zait...

- Ez zara gelditu.

Ez.

- Zein programa esan duzu grabatzen zenuela, adibidez?

Pekin express orain bai grabatzen dut. Lehengo astean hasi ziren eta grabatzen dut. Gero, denbora badaukat asteburuan, ikusten dut.

- Eta zer da gehien gustatzen zaizuna *Pekin expressetik*? Hau da, zergatik gustatzen zaizkizu realityak orokorrean?

Daukatelako beti alde on bat eta alde txar bat: bat haserretu egiten da, bestea ez da haserretzen, batzuetan pozik daude, gero, hurrengo programan, egon daitezke pertsona horiek ere bai haserre... Gero, etapa bukatzen denean, ikusten duzu irabazlea pozik eta galtzen duena, oso triste, Espainiara bueltatu behar duelako.

- Orduan, esango zenuke pertsonen arteko hika-mika eta haserreak eta... Probak eta gustatzen zaizkizu? *Pekin expresen* egiten dira egunero, programa bakoitzean badago norabait heldu beharrekorik, ezta?

Adibidez, *Pekin expresseko* probak gustatzen zaizkit, zeren ez dira oso zailak eta dira gehiago burua erabili behar direnetakoak, indarra eta horrelako gauzak baino. *El conquistador del fin del*

mundokoak ez zaizkit gustatzen, en cambio, indarra erabili behar delako eta, batzuetan, ez dira iristen behar duten mailara eta ez zait hainbeste gustatzen.

- Ez zaizu justua pentsatzen.

Ez. Batzuetan izan daiteke behin bat izatea besteak baino, baina ia beti dira halako probak eta ez dute inoiz erabili behar burua. *Pekin expressen* beti burua, nahiz eta indarra erabili behar izan duten lehenago.

- Eta hori da ere gustatzen zaizuna *Pekin expressetik*, estrategiak eta. Euskarazko telebista saiorik ikusten duzu, Ander?

Bai, kirolak. EiTbN kirolak ikusten ditut eta berriak ere bai. ETBn ere *Finlandia* ikusten dut, gustatzen zait programa hori, eta *Anitzele* ikusi izan dut.

- Eta zer iruditzen zaizkizu euskaraz egindako saio horiek? Hitz egin dezagun kirolen... Kirolen atala zer esaten duzu, berrien ondoren egoten dena?

Bai, bestela, *Kirolez kirol*, pilota eta horrelako programak ikusi izan ditut.

- Zer iruditzen zaizkizu orokorrean saioak?

Ondo, bai. ETBko programak ondo daude.

- Ondo azalduta, informazioa...

Bai.

- Eta *Finlandia* zer iruditzen zaizu?

Graziosoa da, dituzten sketchak eta galderak... Gainera, Anjel Alkainekin. Gainera, batez ere, bukaeran egiten dute abesti famatu bat ingelesez edo gaztelaniaz dena euskaraz jarri eta horrek ere grazia asko egiten dit.

- Eta konparatu beharko bazenu, adibidez, *Pekin express* edo *Finlandia*...?

Ez dakit, diferenteak dira. Baliteke *Pekin expressekin* gelditzea, baina *Finlandia* ere bai gustatzen zait. Grazia egiten duten programak asko gustatzen zaizkit.

- Ordenagailuan esan duzu bideoak ikusten dituzula. Zenbaterainoko ohitura daukazu, hau da, zenbat sartzen zara ordenagailuak bideoak ikustera?

Ez dakit, laguneren batek ikastolan esaten dit: "Gaur ikusi dut bideo bat kriston barregura eman didana! Ikusi behar duzu!" Horrelakoetan sartu egiten naiz, baina, bestela, ni nire kabuz bideoak baino gehiago jartzen dut musika. Interneten sartzen naiz musika jartzeko eta horren bideoklipa jartzen dut, baina ez dut ikusten.

- Hau da, entzun egiten duzu, baina ez duzu ikusten bideoa.

Ez, ez baldin bada bideo bat ikusi behar dena, ez.

- Esan duzu normalean lagun batek komentatzen dizula...?

Bai, normalean laguneren batek komentatzen dit. Horrelako kasuetan, bai, sartzen naiz eta bideoa ikusten dut.

- Badago Youtubez gain beste guneren bat interneten sartzen zarena bideoak ikustera?

Ez, bideoak ikustera ez. Beno, gero, Diarivasco.com, Mundo deportivo eta horrela, niri kirola asko gustatzen zait, eta horrelakoetan bai, baina...

- Ez dira egoten normalean bideoak, ezta?

Ez baldin bazara jartzen Google vídeos... Baina hori da ere Youtubetik.

- Ez daukazu ohitura, adibidez, Cuatroko webgunera sartu...

Ez.

- Pekin express Cuatron ematen da, ezta?

Baina grabatzen dudanez... Noizbait sartu izan naiz, gaizki grabatu zaidanean ez-dakit-zein arazogatik... Baina ez, normalean, ez.

- Mugikorra badaukazu, Ander?

Bai.

- Eta badaukazu ohiturarik mugikorrean bideoak ikusteko?

Ez, mugikorra, batez ere, ni musika zalea naiz eta musika entzuteko erabiltzen dut. Eta argazkiak eta hori bai, baina bideoak ez.

- Hau da, mp3ak daukazu mugikorrean.

Abestiak ditut mugikorrean. Bestela, mp3 eta mp4 eta horiek ez naute inoiz konbentzitu.

- Ez, esan nahi dut abestiak dituzula mugikorrean, ezta?

Bai.

- Eta zuk, orduan, grabatzeko ohiturarik ere ez daukazu, mugikorrarekin. Ez dakit, lagunen artean zaudete eta...

Ez, normalean ez.

- Beno, Ander, orduan esan didazu zortzi-bederatzi pertsona inguru zaretela lagun taldean, ezta? Normalean beti ibiltzen zarete talde antzerakoa?

Bai, norbaitek ezin badu atera, ez da aterako...

- Esan nahi dut: koadrila finkoa da, ezta?

Bai. Normalean bost gelditzen gara, baina bost gelditzen bagara, bost gelditzen gara; gelditzen bagara sei, sei. Gehienetan denak gelditu izan gara.

- Ikastolako lagunak zarete?

Denak.

- Denak zarete ikastolakoak.

Gero eramaten gara beste koadrila batekin eta daukat lagun bat, nirekin eskubaloira jolasten du eta abar, beste ikastola batekoa. Baina nire koadrila, denak ikastolakoak.

- Eta gela berdinekoak zarete?

Ez, hori oso zaila da, irakasleek erabakitzen dute.

- Zer zarete, mutilak bakarrik, neska eta mutilak... =

Mutilak bakarrik.

- Zuk badakizu zer ikusten duten zure lagunek telebistan?

Bai. Normalean ikusten dute baita ere *El conquistador* eta lagun bat amorratua da tenisari eta ikusten ditu *Teledporte* eta horrelako gauzak. Baina, normalean, denok berdintsu ikusten dugu, eta gero komentatzen dugu.

- Ohitura handia daukazue komentatzeko ikusten dituzuen gauzak?

Bai, eta askotan joaten gara ere bai lagun baten etxera ikustera... *Pekin express* ez, zeren ya berandu da, baina...

- Noiz botatzen dute *Pekin express*?

Igande gauean, baina hurrengo egunean ikastola dugu eta nola esnatuta egon behar dugun...

- Orduan, *Pekin express* ere ikusten duzue denek.

Bai.

- Orduan, esango genuke *Pekin express*, *El conquistador* eta kirolaren inguruko saioak orokorrean. Eta internet badakizu erabiltzen duten zure lagunek?

Bai, erabiltzen dute. Bideoak ikusteko ez dakit, baina erabiltzen dute. Bideoak ikusteko badakit batek nik bezala erabiltzen duela, eta besteek...

- Eta zer da "nik bezala erabili"?

Musika entzuteko, zeren, niri bezala, ez zaio gustatzen mp4 eta horrelako gauzak eta musika entzuteko erabiltzen du internetan, baina besteek ez dakit.

- Ze musika gustatzen zaizu?

Denetik pixka bat. Asko entzuten dut La oreja de Van Gogh eta Celtas cortos ere bai gustatzen zaizkit. Eta gero ditut abesti batzuk solteak.

- Orduan, ez duzu ezagutzen koadrilan bereziki pertsonarik Youtuben bideo pila bat ikusten dituen?

Ez.

- Beno, esan didazu denok antzera samar zabiltzatela ikusten duzenaren inguruan. Zuk uste duzu norbaitek, bereziki, animatzen zaituztela saio konkretuak aukeratzera? Esan nahi dut: Imajinatu zuk ez duzula *Pekin express* ikusten, baina koadrilan batek edo bik ikusten dute eta hasten dira hitz egiten horren inguruan eta, orduan, uste duzu koadrilan influentzia badagoela aukeratzeko orduan saio bat?

Ez, nik, adibidez, ez nekien nire koadrilakoek ikusten zutenik *Pekin express*. Lehengo denboraldira arte ez nekien. Hasi ziren behin hitz egiten *Pekin express*en inguruan eta "Zer ari zarete, *Pekin express*etaz hitz egiten?" eta "Bai", "Nik ere ikusten dut". Ez nekien.

- Eta *Conquisekin*, adibidez?

El conquisekin, bai. *El conquisekin* hasi zen lagun bat ikusten, ikusten hasi nintzen, engantxatu nintzen eta egin zen kate bat eta denak bukatu genuen ikusten.

- Eta zer izan zen, bat hasi zelako ikusten?

Bai, eta komentatu zigun eta hortik aurrera...

- Orduan, uste duzu koadrilan norbaiten iritziak bereziki garrantzia izan dezakeela bestean...?

Ez, denak maila berdinean gaude eta denek iritzi berdina daukagu, baina batek komentatzen badu, besteak askotan joaten gara horra.

- Asko komentatzen duzelako zuen artean ikusten duzenaren inguruan. Esango zenuke irteten direla komentarioak telebistako saioen inguruan?

Egunero ez, bakarrik programa izan eta hurrengo egunean.

- Hau da, astelehena izaten da *Pekin expresseko* monografiko bat.

Bai, bai.

- Eta zer nolako elkarrizketak irteten dira horrelako taldean? Hau da, zer da komentatzen dena?

Pasa den gauza politena, gauza graziosoena, ez zuen merezi eliminatzea...

- Eta badaude pertsonaiak gehien gustatzen zaizkiena batzuei edo beste batzuei?

Ez, beno, batzuetan programan besteekin gaizki eramaten dena okerrago erortzen zaigu, baina, bestela, ez.

- Komentatu didazu noizean behin geratzen zaretela ikusteko saioak batera.

Bai, adibidez, asteburu honetan geratuko gara partidua ikusteko lagun baten etxean. Horrelakoetan gelditzen gara.

- Ohitura daukazue?

Bai, noizean behin, bai. Ez beti.

- Eta internetera batera sartzeko gazte txokoren batean edo liburutegian?

Ez. Interneten aurkitzen bagara, kasualitatea, ni konektatu naizela Tuentian eta justu momentu berdinean konektatuta daudela beraiek. Normalean, gure artean gelditzen garenean egiten duguna da Tuentin sartu eta norbait aurkitzen badugu berarekin hitz egin eta kate bat egiten dugu.

- Tuentiren bitartez geratzen zarete.

Bai, normalean, bai.

- Ahaztu zait galdetzea... Imajinatu astelehena dela eta zaudete *Pekin express* komentatzen eta... Noizbait gertatu izan da koadrilako batek ez duela saioa ikusi edo ez duela normalean ikusten eta baztertuta sentitzen da?

Ez, situatzen da pixka bat eta gero ikusten du Cuatron, edo grabatuta badauka, grabatuta ikusten du. Nik, adibidez, ikusten dut igande goizean aurreko igandekoa, orduan, askotan komentatzen egoten gara aurreko igandean pasa zena.

- Astebete atzeratuak zabilzate, ez?

Bai.

- Ez duzue zuzenean ikusten? Oso berandu amaituko da...

Hasten bazara ikusten, ikus dezakezu hamaikak arte edo horrela, baina aguantatzea ordubatak arte...

- Ze ordutan jaikitzen zara astelehenetan?

Zazpietan, dutxatzeko eta gosaltzeko, eta gero autobusa.

- Amaitzeko, gustatuko litzaidake zuk pentsatzea ea zuk ikusten duzuna telebistan edo bideoetan ikusten duzunak eragina duen zure janzteko eran edo zure pentsatzeko eran, zure jarreran...?

Ez.

- Uste duzu zure inguruan gertatzen dela horrelakorik?

Depende zertan izan daiteke baietz edo izan daiteke ezetz. Norbait hiltzen bada mendian, hori bai.

- Eragina, esan nahi dut, imajinatu ikusten duzula Física o química eta pertsonaien janzkera asko gustatzen zaizu eta saiatzen zara moda hori eramaten.

Ez.

- Ez da zurekin gertatzen.

Nire arrebak eduki zuen denboraldi bat bai, baina gero bueltatu zen bukatu zenean seriea, baina nik, ez.

- Eta zure lagun taldean uste duzu gertatzen dela, imajinatu kirolari bat asko gustatzen zaiola norbaiti eta kirolari hori bezala izan nahi duela?

Nire lagun batek ez zuen egiten kirola hasieran eta behin ikusi zuen Tourra duela bi urte eta ziklismora apuntatu da, baina bestela ez.

- Edo musikarekin askotan gertatzen da, ezta? Musikari bat era berezi batean gustatzen zaizu eta gustatzen zaizu bere janzteko era... Lady Gaga, adibidez, oso garrantzitsua izan da, ezta? (...) Ez duzu uste zure inguruan gertatzen denik.

Ez, nire inguruan ez.

[D, N:4] Irati, 15 urte. Donostialdea.

- Irati, kontu iezadazu pixkatxo bat zure aisialdian zer egiten duzun. Hau da, ikastolatik ateratzen zarenean zer da egiten duzuna arratsaldean?

Daukadanean extraeskolarra daukadanean, korora joaten naizenean, hemendik atera, autobusez jaisten naiz eta beste lagun bat korora etortzen da nirekin. Beraz, korora joaten gara eta batzuetan etxeko lanak egiten ditugu itxaron bitartean. Behin aterata, etxera joan eta etxeko lanak egin.

- Asteburutan?

Egia esan, nire izaeragatik (nik izan behar ditut ikasketak oso ondo kontrolatuak), sentitzen dudanean nahiko lasai nabilela gelditzen naiz ostiralean eta larunbatetan. Igandetan oso gutxitan. Bestela, ostiralean gelditu eta asteburua niretzat edo, batzuetan, oso agobiatuta nagoenean, ezer ez.

- Telebista ikusten duzu?

Bai.

- Eta zein momentutan ikusten duzu telebista?

Gehien bat gauean, etxeko lanak amaitu ondoren, afaldu ondoren. Segun zenbat denbora daukadan, hamabost minutu, ordu erdi...

- Hori aste barruan, egunero...?

Ez dakit, beste galderan esan dizudan berdina: lasai nagoenean, egunero, eta oso larrituta nagoenean edo etxeko lan gehiago ditudanean, etxeko lanak eta ohera.

- Eta ordenagailua, internet, ere erabiltzen duzu aisialdirako?

Astean zehar ia ezer ez. Asteburutan, behin etxeko lanak bukatu ondoren eta gauzarik badut begiratzeko, begiratu ondoren aprobetxatzen dut. Denbora asko daramat Tuentian sartu gabe edo txateatu gabe eta ea zein dagoen...

- Baina orokorrean, orduan, bai egiten duzu telebista gehiago egunero kontsumitu ordenagailua baino aisialdirako, ezta?

Bai.

- Zer da telebistan ikusten duzuna? Gustuko saiorik?

Gehien bat, beno, denbora baldin badaukat egunero ikusten ditut eguraldia edo berriak.

- Zein katetakoak?

Normalean, Telecinco. Gero, telesailak, normalean *El barco*, *Física o química*... Horrelakoak.

- Jarraitzen dituzu denak?

Jarraitzen saiatzen naiz, zeren batzuetan etxeko lanekin... Esaten dut: "Beno, paso egingo dut eta lasaitzen naizenean hartuko dut haria berriro." Gero, lagunekin komentatzerakoan enteratzen naiz pixka bat.

- Eta ohitura duzu, adibidez, gaur ezin izan duzu *El barco* ikusi eta gero jotzen duzu internetera ikustera?

Hori gutxitan. Gehiago oporretan nagoenean igual esaten dut: "Telesaila hau ez dut ikusi, goazen ikustera." Orduan jotzen dut internetera, baina kurtsoan zehar edo ikastolan nagoen bitartean...

- Hau da, gertatu izan da oporraldiren batean...

Kateren batean ikusten duzu telesailaren bat eta esaten duzu: "Ez naiz konturatu hau dagoela, eta gustatzen zait." Ba jarraituko dut internet bidez, baina bestela ez.

- Aipatu ditugu *El barco, Física o química*... Besterik aipatuko zenuke?

Bai, *Los protegidos, El internado*... Beno, orain ez dago, baina jarraitu izan dut. *Gran hotel* orain ere eta gero ere bai reality showak: *Supervivientes, Acorralados*... Horien antzekoak, eta Goenkale zenbaitetan ere ikusten dut.

- Orduan, telesailak eta realityak, ezta? Zergatik ikusten dituzu telesailak? Zer da gehien gustatzen zaizuna?

Ez dakit, bertan gertatzen diren istorioak. Batzuetan, gazteak direnez aktore-aktoriesak, identifikatuta sentitzen zara. Igual hogeit hamar edo hogeit hamar piko urte dituzte, baina identifikatuta sentitzen zara.

- Gustatzen zaizu gazteak agertzea, ez?

Bai.

- *Gran hotel* en nagusiagoak dira.

Bai, baina istorioa *Internadoren* antzekoa da, misterioa...

- Misterioa ere gustatzen zaizu, ez? Intriga hori.

Bai, zer gertatuko den. Ikusten duzu telesaila eta: "Zer gertatuko da?"

- Eta *Goenkalen* ere berdina?

Bai, beno, txikitik gehiago ikusten nuen. Gero pertsonaiak aldatu dituzte eta ez zaizu hainbeste gustatzen, baina orain hasi naiz berriro eta...

- Eta gustura.

Bai.

- Orduan, orokorrean, zer esango zenuke *Goenkaleren* inguruan?

Ez dakit, badauka ere bai intriga puntu bat, misterio puntu bat. Beti daukazu gogoia gehiago ikusteko. Ere bai ez dago aukera asko euskaraz horrelako telesailarik ikusteko.

- Eta realityetan zer da bilatzen duzuna? Zergatik gustatzen zaizkizu realityak?

Batzuetan jende ospetsua ikusten duzu eta aktore-aktoriesak batzuetan azaltzen dira. Ikusten duzu berez nolakoak diren, frogak...

- Frogak gustatzen zaizkizu eta bertako aktore famatuak, ez?

Bai, aktoreak edo pertsonaia ospetsuak.

- Hori adibidez *Supervivientesekin* esaten duzu, ez?

Bai.

- Eta beste realitya esan duzuna?

Acorralados.

- Ez dut ezagutzen. Zer da?

*Supervivientes*en antzekoa da, baina baserri batean agertzen dira. Oso kondizio txarrean dago baserria eta baserriaren inguruko lanak egin behar dituzte, gosea pasatzen dute...

- Eta frogak...?

Behi bati esnea atera, baratzean ibili...

- Esan didazu ordenagailua oso gutxitan erabiltzen duzula aisialdirako, baina badaukazu ohiturarik bideoak ikusteko ordenagailuan?

Bai, batzuetan. Esaten duzu: "Ez-dakit-zer ikusi nuen lehengo egunean edo ez-dakit-zer komentatu didate lagunek... Ikusiko dugu nondik nora doan, ea gustatzen zaidan."

- Gogoratzen zara kasu batez?

Badaude bideoak... Normalean txorakerietakoak izaten dira. Egon ziren modan neska ingeles batzuk tontakeriak esaten zituztenak, eta lagunak: "Ikusi, Irati." Beno, goazen ikustera nolakoa den. Hasieran grazia egiten dizu, baina gero ya... Edo kilometroak-eko kanta eta bideoklipa ikusteko.

- Ohitura duzu musika bideoak ikusteko?

Batzuetan bai. Batzuetan jaitsi beharrean musika, esaten duzu: "Youtubera joko dut, ea zer dudan." Nik koralean kantatzen dut eta gure bideo asko daude interneten eta: "Ea zer moduz kontzertu honetan."

- Eta bideo guztiak esaten duzu Youtubera...

Normalean, bai.

- Irati, badaukazu mugikorrik?

Bai.

- Eta badaukazu ohitura mugikorrean bideoak ikusteko eta grabatzeko?

Grabatzeko oso kasu berezietan. Gogoratzen naiz... niri beti kostatu izan zait etxetik ateratzea, gaizki pasatzen dut, eta lehengo urtean atera nintzen eta oso ondo pasatu nuen eta hori bai grabatua daukadala. Hotelean gauean bideotxo bat... baina, bestela, gutxi.

- Eta ikusteko ere ez?

Lagunen batek baldin badauka bideoen bat: "Begira hau" "A, gustatzen zait, pasatu."

- Baina ez interneten daudena, ez?

Ez, momentuan tontakeria batengatik, "Goazen bideo bat grabatzera", baina...

- Komentatu didazu hamabi / hamahiru pertsona zaretela koadrilan, ezta? Pasaiko koadrila da?

Ez, Erretereriakoak dira denak.

- Orduan zu Erretererian irteten zara.

Bai, Pasaian bizi naiz eta ni Pasaiatarra sentitzen naiz, nire familia da pasaiatarra, aitona-amonak eta dena, baina lagunak Erretereriakoak dira, orduan eguneroko bizitza hor egiten dut. Baina, batzuetan: "Irati, zu etorri beharrean Erretereriarra goazen Pasaiara."

- A, eta lagunak joaten dira? Ze ondo. Zer zarete, denak neskak, neskak eta mutilak...?

Gehienak neskak. Gero badaukagu ere mutilen bat hortik... Baina juntatzen garenez koadrilaka, batzuetan ez zara beti koadrilarekin gelditzen...

- Hau da, zure klasekoekin...

Bai, batzuetan ez dira zure koadrilakoak eta ez zara beraiekin gelditzen, baina erlazioa jolas garaian baduzu. Ez da koadrilakoekin duzuna bezain estua, baina...

- Eta adin-tarte berdintsua duzue?

Bai.

- Badakizu zer ikusten duten zure lagunek telebistan?

Gehienek *El barco*... honelako telesailak ere bai. Realityak gutxiago, baina bestela telesailen inguruan eta dena berdina. Agian beraiek bai jotzen dutela gehiago telebista ikusi beharrean ordenagailura.

- Antena3eko webgunera, edo Youtubera...

Tuenti telebista horrenbeste ikusi beharrean. Gero ere bai: "Hau ez dut ikusi." Gehiago jotzen dute telesailarako webgunera.

- Ikustera telesailarako bideoak, ezta?

Bai.

- Orduan esango zenuke denok ikusten dituzuen saioak izango liratekeela...

Antzekoak.

- Antzekoak, ez? *El barco* esan didazu...

El barco, Los protegidos, Física o química...

- Eta interneteko bideoak denok antzerakoak ikusten dituzue?

Hori ya bakoitzak... Badaude batzuk zaleagoak direla bideoak ikustera eta beste batzuk telesailekin eta web sozialekin... Askok musika, beraien talde gogokoenak, ingelesak direnak, orduan jotzen dute kontzertuak zuzenean ikustera ordenagailuz.

- Uste duzu kontagiatzen dela... Igual badaude batzuk bideo gehiago ikusten dituztela Youtuben eta kontatzen dituzte bideo horiek eta: "A, ba nik ikusiko dut."

Igual batzuetan bai. Hainbeste errepikatu eta sortzen zaizu kuxkuxeo puntu bat ea nolakoa den eta, azkenean, bai, jotzen duzu ikustera zeri buruz den.

- Badago telebista saiorik edo interneteko bideorik zure lagunek ikusi dutena eta zuk ez duzuna ikusi?

Bai, batzuetan bai. Beraiek gehiago gelditzen dira ordenagailuarekin.

- Eta nola sentitzen zara zu hasten direnean horren inguruan?

Ni, egia esan, ez naiz... Gehiago enteratzen naiz beraiek hitz egiten duten bitartean esateagatik: "Hau zer da?" "Hau da ez-dakit-zer, badakit-zer." Eta etxera iristean ahazten zaizu eta hurrengo egunean galdetzen diezu eta esaten dizute, baina beti ez gaude interneteko gauzen inguruan hitz egiten.

- Baina hitz egiten duzue asko edo zenbat esango zenuke?

Gehiago igual Tuentian ez-dakit-zein argazki, baina bideoak ez hainbeste.

- Gehiago komentatzen dira Tuentian ikusi dituzuen argazkiak.

Bai, argazkiak, komentarioak... "Ez-dakit-zeinekin hitz egin dut" edo "Ez-dakit-zeinekin hitz egin dut, oporretan egon da."

- Orain alderantziz jarriko dugu egoera: Badago telebista saiorik edo bideorik zuk bakarrik ikusten duzuna, zure lagunek ez dutena ikusten? Aipatu duzu, adibidez, reality zaleak ez direla hainbeste, ezta?

Ez, oso gutxi dira realityak ikusten dituztenak, baina, hala ere, gero hitz egiten: "Hau nik ikusten dut." Azkenean, batzuek gehiago ikusten dituzte gauzak beste batzuek baino, baina gero hitz egitean partekatzen dugu gehiago.

- Batzuek, ikusten duzuenok, hitz egiten duzue denon artean ikusten duzuenaren inguruan.

Bai, agian beste batzuek esaten dute: "Niri ez zait gustatzen." Orduan aldatzen da konbertsazioa. Ateratzen bada, jarraitzen duzu hitz egiten eta azkenean enteratzen dira.

- Eta besteek ezagutzen dituzte, adibidez, *Acorraladoseko* pertsonaiak...

Batzuk bai, oso entzunak direlako, baina beste batzuk... Hala ere, Cuore eta halakoetan ateratzen direnez, irakurtzen ditugulako ere bai rebistak, ateratzen direnez enteratzen zara gehiago.

- Zein rebista, adibidez, irakurtzen dituzue?

Cuore, Superpop... Beti ateratzen direla guk ikusten ditugun telesailak.

- Orduan, nahiz eta ez izan ohiturarik ikusteko...

...enteratzen zara.

- Badaukazu ohiturarik batera zerbait ikusteko? Hau da, geratzen zarete norbaiten etxera joateko edo gazte lekuren batera bideoak ikusteko edo telesaila saioaren bat?

Ez. Igual norbaiten etxera joaten zara eta konbentzitzen duzu zerbait ikusteko ateratzeko, baina normalean ikusteko denek zerbait batera zinera jotzen dugu. Zinera joaterakoan bai saiitzen garela denak batera joaten pasatzeko arratsaldea denok batera, baina telesailaren bat ikusteko... Igual zoaz norbaiten etxera lo egitera edo arratsaldea pasatzera eta: "Aprobetxatzen dugu hau ikusteko?" "Bale." Baina bestela... Horretarako espresuki gelditzea, ez.

- Lagun taldearen izaera kontuan hartuta, uste duzu lagun taldean norbaitek bereziki eduki dezakeela botere gehiago edo gaitasun gehiago besteei konbentzitzeko saio bat ikusteko edo ez ikusteko?

Ez, nik uste dut ezetz, zeren, azkenean, badago jendea ez zaizkiona reality showak gustatzen eta ez ditu ikusten eta ya está, baina komentatzerako garaian gehiago da komentarioa ikustea baino. Esan dizut, asko entzuten bada bideo horren inguruan, azkenean jotzen duzu hori ikustera, baina telesailetan eta horrelakoetan, ez.

- Kasu bat komentatu zidaten: Batek kontatu zidan *Operación triunfo* gustatzen zitzaiola asko, baina bere koadrilan esaten zuten: "Hori da kutrea" eta, orduan, bera sentitzen zen pixka bat baldintzatuta eta ez zuen komentatzen koadrilan *Operación triunfo* ikusten zuela. Uste duzu horrelakorik gertatu daitekeela zure koadrilan?

Nik dakidala, ez da... Badaude batzuk noizbehinka... adibidez, *Sálvame* eta horrelakoak... Txorrada batzuk dira, baina esaten dituzten tontakeriekin zuk dituzun gauzak niri gutxienez joan egiten zaizkit, eta ere bai reality showekin gertatzen da berdina. Ez gara asko ikusten ditugunak, baina gero komentatzen ateratzen da konbertsazioa. Besteek ez dute ikusten, baina ideiak aportatzeko: "Jo, ba niri hori ez zait gustatzen." Baina nik ez dut sentitu eta nik uste dut nire koadrilakoek ere ez besteei ez gustatzeagatik telesaila hori edo programa hori... Nik dakidala, ez.

- Ez zarete sentitu baldintzatuta ez hitz egiteko horren inguruan.

Ez, nire ustez, ez.

- Bukatzeko, komentatu didazu normalean ez duzula partekatzen bideorik Tuentin, edo lagunek ere ez. Gehiago dira argazkiak eta horrela, ezta?

Bai.

- Amaitzeko gustatuko litzaidake pentsatzea pixkatxo bat ea zuk ikusten dituzun edukiak telebistan uste duzun eragina izan dezaketela zure janzteko eran, edo zure portaeran, edo baliteke umore estilo bat agertzea telebistan edo txiste batzuk eta zuk hori, ez dut esaten imitatzea, baina...

Ez dakit, igual bai, ez? Ikusten duzunarekin ez, baina musika taldeekin, igual heavyak, musika heavya entzuten dutenak beste modu batera janzten dira. Telesailekin nik ez dut notatu. Agian gogoeta bat egin behar duzu horren inguruan pentsatzeko, baina...

- Printzipioz ez zara kontziente horretaz.

Igual bideoklipak ikusten dituzunean bai. Badaukat lagun bat heavya dena.

- Musika heavya gustatzen zaiona eta bera ere...

Bai, bera janzten da heavy bezala. Badaude batzuk gure lagun taldean heavyak direnak, beste batzuk pijoagoak. Baditugu gure gauzak katalogatuak, baina gehiago musikarekin zerikusia dutenak.

- Musika estilo ezberdinekin gehiago.

Nik uste dut baietz.

- Horrek baldintzatzen du gehiago koadrilan janzteko modua.

Hala ere, ez gara denak berdin. Adibidez, niri gustatzen zait arropa edukitzea, baina arropa ere ez da niretzako garrantzitsuena. Badaude beste batzuk ni bezala arropa pila bat gustatzen zaiguna eta garrantzi asko ematen dioguna: "Gaur jantziko dut hau, bihar jantziko dut bestea." Baina, esaten dizudana, telesailen inguruan baino gehiago da...

- Eta ez duzu uste, adibidez, arropa gustatze hori etorri ahal dela telebistan jantzita doazen moduagatik?

Badaude batzuetan telesailetan, esan dizudan bezala, *Física o química*... Badaude batzuk esaten duzuna: "Hori gustatzen zait nola janzten den. Begira ze polita, hau da berdina" eta probatzen duzu. Orain gogoeta egiten duzu eta batzuetan bai, ez? Horrelakoak batez ere gazteak ikusten dituzunean, zure antzekotasun hori bilatzen duzulako. Baina batzuek ez dute ikusten, eta beste

batzuentzat garrantzitsuagoa da beste... Nire kasuan, nik arropari bai ematen diodala garrantzia eta gustatzen zait konpretara joan, erosi...

- Eta zein da zure erreferentzia arropa estiloa aukeratzeko?

Niri gehien bat gustatzen zait egunero eramaten diren gauzak eta momentuan daudenak. Igual bai, ikusten duzu telesaila batean norbait eta esaten duzu: "A, ba hau gustatzen zait." Eta gero joaten zara eta ez-dakit-zeini kaletik ikusten diozu eta fijatzen naiz nola janzten diren. Ikusten duzu rebista bat eta esaten duzu "A, begira..."

- Eta uste duzu eragina duela ikusten duzun... gehiena gaztelaniaz ikusten duzu, ezta?

Bai, beno, *Goenkale*... Ez daude... Gazteentzako telesailak gustatzen zaizkit, ez? Baina egia esan euskaraz ikusteko horrelako telesailak horrelako istorioak dituztenak oso gutxi daude. *Goenkale* nik uste dut dela bakarrenetakoa. Orduan, gehien bat gaztelerara jotzen da.

- Uste duzu horrek eragina daukala zugan edo zure lagunentzako taldean gaztelaniara jotzeko gehiago?

Nik uste dut baietz. Nik uste dut euskaraz egingo balira horrelako telesaila motak ez dutela zertan grazia galdu behar. Beste hizkuntza batean daude, baina grazia ez dute zertan galdu behar. Guk gaztelaniaz hitz egitea, agian, telebistan ikusten duzu ez-dakit-zer eta hori komentatzerakoan hasten zara gaztelaniaz hitz egiten eta konturatzen zara eta "euskara ahaztuko dut." Badago zure lagun bat gaztelaniaz hitz egiten ari dena, saiatu gaitezen euskaraz hitz egiten, ez? Baina badaude gauza batzuk komentatzeko: "Jo, ba ez zait hitz hau ateratzen." Igual bai sorrarazten duela horrek, telebistako kate gehienak gazteleraz dira eta gazteleraz ikusten dugu gehiena, ba horrek baldintzatzen du gero elkarrizketa.

[D, N:5] Ainhoa, 13 urte. Donostialdea.

- **Hasteko, kontatuko zenidake zer egiten duzun eskolatik ateratzen zarenean, pixkatxo bat aisialdia zelan antolatzen duzun?**

Ikastolatik ateratzean ditut kirola, eskubaloia eta dantza, eta ere ingelesa ikasten dut.

- **Ingelesa ikasten duzu ere bai. Hori astelehenetik ostiralera? Egunero dituzu extraeskolarrak?**

Ez, astearte eta ostegunetan ez, dena juntatu zait egun batean.

- **Eta astearte eta ostegunetan zer egiten duzu?**

Etxean lanak aurreratu eta kontrolak. Aste osoko kontrolak aurreratu eta hurrengo asteko lanak.

- **Ettxeko lan asko izaten dituzue. Orduan, telebista asteburuetan bakarrik ikusten duzu?**

Ez, astean zehar ere bai. Bukatu ditut lanak eta ikusten dut telebista.

- **Normalean gauean?**

Bai, gehiago gauean.

- **Eta asteburutan telebistarik ikusten duzu?**

Bai. Gehiago gauetan, zeren arratsaldetan kanpoan egoten gara.

- **Eta ordenagailua erabiltzen duzu aisialdirako?**

Ez. Beno, agian ikastolako lanen baterako, baina ez.

- **Baina ikastolako lanak bukatzen dituzunean badaukazu ohiturarik ordenagailuan egoteko?**

Ez.

- **Ez, ez duzu erabiltzen. Asteburuetan ere ez?**

Asteburuetan igual gehiago, dena bukatuta dudanean, baina astean zehar ez.

- **Eta zer da telebistan ikusten duzuna?**

El hormiguero eta horrelako programak eta, gero, nire anaia jartzen da telebistan eta dibujos animados ikusten dugu. Gehien bat *El hormiguero* eta horrelako programak.

- ***El hormiguero*, adibidez, egunero ikusten duzu.**

Bai, ahal baldin badut gehienetan, bai.

- **Eta beste saioen bat aipatuko zenidake ikusten duzuna?**

Tienes un minuto zegoen lehen, ikusten genuena koadrilako gehienok eta ikusten genuen egunero ikastolatik jaisten ginenean.

- **Hori lehiaketa bat da, ezta? Eta daukate minutu bat... Cuatrokoa, edo?**

Bai.

- **Minutu bat daukate proba bat egiteko eta dirua irabazten dute... Eta zer esaten duzu, nagusiagoa da zure anaia?**

Ez, txikiagoa.

- Eta, orduan, berak jartzen ditu marrazki bizidunak. Zer daukazue, telebista bat partekatzeko?

Ez, baina anaiak nirekin egon nahi badu, jartzen naiz nire anaiarekin ikusten ikusi nahi duena.

- Euskarazko telebista saiorik ikusten duzu?

Gehiago erdaraz, baina bai, nire anaiak marrazki bizidunak euskaraz gehienak; nire anaia hobeto moldatzen da euskaraz. Bestela, ez; bestela gehiena erdaraz.

- Baina zuk aukeratuta...?

Erdaraz gehiena.

- Eta esan didazu ordenagailuan ez duzula ohiturarik bideoak ikusteko?

Ez.

- Youtubera sartzeko...?

Youtuben, igual, musikaren bat, baina bideoak ez.

- Eta musika Youtuben bai?

Bai.

- Askotan edo...?

Ez, oso gutxitan.

- Eta nola okurritzen zaizu... Hau da, zergatik erabakitzen duzu...?

Igual lagun batek esan dizu: "Begira, polita da kanta hau" eta deskargatu beharrean joaten zara Youtubera eta, gustatzen bazaizu, orduan deskargatzen dut.

- Eta nondik deskargatzen duzu?

Aresetik.

- Mugikorrik badaukazu, Ainhoa?

Bai.

- Eta ohiturarik baduzu mugikorrean bideoak ikusteko?

Ez, mugikorrean ez.

- Eta grabatzeko ere ez...?

Grabatu, igual, kalean txorradaren bat egiten duen jendea bai, baina mobilean edukitzeko, denbora pasatzen denean ikusteko.

- Eta ez duzu igotzen internetera...?

Ez.

- Aipatu didazu *El hormiguero* eta *Tienes un minuto* adibidez, ez?

Bai.

- Besterik okurritzen zaizu? Gehienak horiek?

Bai, gehienak bai, ez ditut asko ikusten ezta ere. *Pasapalabra* eta horrelakoak ere, jartzen nituenean, baina...

- Baina zuk aukeratuta?

Bai.

- Eta zergatik, adibidez, gustatzen zaizu *El hormiguero* hainbeste?

Egiten dituzten gauzengatik, eta famoso asko joaten dira horra. Gustatzen zait ere bai egiten diren gauzengatik bertan.

- Zer, adibidez?

Esaten dituzten gauzak, nola funtzionatzen duen burmuin batek...

- Eta hori non azaltzen dute?

El hormiguero.

- Baina burmuinak nola funtzionatzen duen?

Bai, atzo esan zuten, adibidez, nesken burmuina dagoela, eta esplikazio guztiak ematen dituzte.

- Zer daude, atal ezberdinak...?

Bai, *Hormiguero* bertan daude pertsonaia ezberdinak gauza ezberdinak egiteko.

- Adibidez?

Egiten du batek esperimendu bat eta ikusten da dena ondo ateratzen zaiela. Gero gustatzen zait famosoei galderak eta horrela.

- Badaukazu pertsonaia preferidoren bat?

Ez, bi muñekoak dira famosoak bezala, baina bestela ez.

- Orokorrean gustatzen zaizu.

Bai.

- Eta saioaren dinamika... Umorea daukalako agian gustatzen zaizu?

Bai, umore asko dauka eta nik, adibidez, barre egiten dut.

- Aipatu didazu pila bat zaretela koadrilan, ezta?

Bai, asko.

- Denak neskak, neska eta mutilak...?

Gehienetan neskak bakarrik geratzen gara, baina gero mutilekin bukatzen dugu. Beti da neska eta mutilak aparte gelditu, baina gero batera bukatu.

- Adin berdinekoak zarete denok?

Bai.

- Eta badakizu zure koadrilakoek zer ikusten duten?

Nire berdina, zeren da egunero hitz egiten duguna, eta beraiek gehiago *Física o química* eta programa horiek ere bai, baina nik ez. Gehienek *Tienes un minuto* asko hitz egiten dugu eta *El hormiguero* ere.

- Ez didazu azaldu... Ahaztu zait galdetzea: *Tienes un minuto* zergatik gustatzen zaizu?

Bertan dagoen animoagatik, eta ikusten duzu ze gauza egiten dituen jendeak neska batengatik... Gero, zitak ikusten dituzunean ere gustatzen zait.

- Zer dira zitak?

Programak hartzen du mutil bat eta gero zita izaten du a ver gustatu zaion mutila edo berarekin geratu nahi duen, beste baten bila joan...

- Eta badakizu zure koadrilako guztiek ikusten dutela *Tienes un minuto*.

Bai.

- El hormiguero ere bai?

El hormiguero igual gutxiagok, baina, bai, ia ia denak. Lehen ere hasi gara horretaz hitz egiten... Bai, gehienak.

- Eta zer komentatzen duzue, adibidez?

Atzo zein joan zen, eta lehengo egunean joan zela Hannah Montana eta horrelako gauzak. Eta txorradak egiten dituztenean gero hitz egiten duzu eta ikusten duzu ia ezinezkoa dela hori egitea. Saiatzen zara eta ezetz.

- Saiatzen zarete imitatzen?

Igual tontoarena egiten pixka bat bai, baina bestela ez.

- Aipatu duzu beste batzuek ere bai ikusten dutela *Física o química*. Badaude saioak zure lagunak ikusten dituztenak eta zuk ez?

Ez, gehienak batera ikusten ditugu eta egunen batean: "Ikusi hau, ondo dagoela" eta ikusten duzu eta gustatzen zaizu, eta hurrengo egunean ere ikusten duzu...

- Eta zein, adibidez?

Niri gertatu zitzaidan hori *Tienes un minutorekin*: "A ver gustatzen zaizun." Eta honezkero egunero ikusten dut.

- Orduan, *Física o química* ikusten duzu...?

Nik ez. Hiru pertsonak edo horrela.

- Eta asko hitz egiten dute *Física o química*az?

Ez, zeren ez dago jendea hortaz hitz egiteko.

- Interneten badakizu ibiltzen diren bideoak ikusten?

Bai, nik bezala, oso gutxi, kantak eta horrela. Bideoak gutxiago. Igual ikusten dute, edo nik, pelikularen bat ikusi eta trailerra ikusten dugu, baina bestela...

- Ez da oso ohikoa. Eta badago ohiturarik, adibidez, imajinatu *Tienes un minuto* gaur ez dutela ikusi, zuk esan didazu ez zarela internetera sartzen, baina agian lagunak ez dute ikusi *Tienes un minuto* eta hurrengo egunean joaten dira internetera...?

Ez, nahiago dute guk kontatzea, zeren agian interneten baino hobeto guk ikusten dugu, zeren tardatzen dute igotzen. Bestela egunen batean igual bai begiratzen dutela.

- Baina ez da ere ohikoena?

Ez, ez da ohikoena.

- Orduan musika izango litzateke sartzeko, eta bideoak ikustekotan musikaren ingurukoak...

Bai, musikaren bideoak bai, eta, gero, trailerren bat. Ikusiko dugu pelikula, ba begiratu zer esaten duten...

- Ze musika gustatzen zaizu?

Gehiago pop gure koadrilan, eta gero martxoren bat sartzen da beste kantari batena, baina bestela ez.

- Adibidez ze kantari gustatzen zaizu?

La oreja de Van Gogh.

- Eta ikusten dituzue bideoklipak?

Bai, musikarenak.

- Badaukazue ohiturarik telebista saioen bat batera ikusteko? Hau da, geratzen zarete denok norbaiten etxean ikusteko...?

Ez, telebista saioak ikusteko baino gehiago, pelikularen bat ikusteko. Joan beharrean zinera, deskargatzen dugu eta etxeren batera joan.

- Eta esan didazu asko hitz egiten duzuela telebistan ikusten duzuenaz zuen artean.

Bai. Zer gertatu zen aurrekoan; norbaitek ez badu ikusi kontatzen diozu zer gertatu zen eta denen artean enteratzen da ere bai. Ez da inor jartzen programa zatiren bat edo horrela.

- Orduan ez duzu uste inor baztertuta sentitzen denik ez duelako ikusten?

Ez, gainera dago Tuenti alde horretan.

- Eta zer gertatzen da Tuentirekin?

Ez daukana ez dela asko enteratzen. Ni orain dela gutxi arte ez nintzen ia ezertaz enteratzen.

- Eta horregatik sartu zinen Tuentin?

Amak esan zidan, kanpusean egon nintzen eta: "Ez duzu jendea ikusiko urte batean." Eta hitz egiteko.

- Baztertuta esan didazu ez dela inor sentitzen, zeren kontatzen dizkiozue gertatzen diren gauzak.

Bai, kontatzen diogu zer gertatu den eta jartzen da egunero bezala.

- Eta uste duzu, alderantziz, kasu bat ipiniko dugu: Imajinatu zuk ikusten duzula zerbait, ohitura duzu programa bat ikusteko, baina zure lagunek esaten dute orokorrean hori kaka bat dela edo ez zaiela gustatzen... Zu baldintzatuta sentitzen zara?

Ez, nik jarraitzen dut igual-igual ikusten.

- Ez da zure kasua, zeren zuk ikusten duzuna...

Bai, jende askok ikusten du. Baina gertatu izan da esaten ziotela ezetz baina jarraitu zuen berdin-berdin ikusten, nire lagun bati.

- Ze programa, adibidez?

Ez naiz gogoratzen orain, baina... Bat esaten zutela ezetz, hori ikustea txorrada bat zela, baina bukaeran uste dut, beste koadrila batean zen, denek bukatu zutela programa berdina ikusten, eta orduan bera ere gelditu zen pixka bat...

- Bera hasieratik ari zela esaten eta esaten ziotela...

...ez ikusteko, txorrada bat dela.

- Eta gero bukatu zuten denek ikusten. Uste duzu, orduan, zure lagun taldean badaukala norbaitek botere gehiago?

Bai, badago jendea.

- Eta uste duzu pertsona horien gustuek baldintzatzen duela?

Ez, zeren gure koadrilan bereizten gara bi talde bezala eta laguntzen gara gure artean. Gurean ere badago jendea kontra eramaten oso zaila dela. Orduan, ez, normalean ez dute irabazten ezer.

- Hau da, banatuta zaudete, bi bando moduan, ez? Eta bien artean ez zarete oso ondo eramaten...?

Ez, batzuetan zara lagun onena eta hurrengoan ez zara hitz egiten. Gertatu izan da gure koadrilan momentu batean ez hitz egin eta hurrengo egunean Tuentiko estadoan bere izena jarri.

- A, bai? Eta haserre horiek ez daukate zerikusirik telebistan...?

Ez, telebistan ikusten dutenarekin, ez; horregatik ez. Baina igual bati esan hori ez ikusteko eta besteak jarraitzen duela, bai; hori gertatu da.

- Bati esan ez ikusteko eta besteak jarraitzen duela ikusten?

Bai, hori ez dela oso logikoa.

- Eta musikarekin gertatzen da hori? Imajinatu, zuei asko gustatzen zaizue La oreja de Van Gogh...?

Bai, badago koadrilan bat gehiago joaten dela beste musika mota batera, rap edo, eta entzuten du gehiago diskotekako kantak. Eta denek begiratzen diote aurpegi batekin pixka bat armatzen duelako, a tope eta horrela.

- Eta bera ez da sentitzen lotsatuta besteok esaten duzenagatik?

Ez, berak berearekin jarraitzen du.

- Amaitzeko, gustatuko litzaidake pentsatzea zuk ea ikusten dituzun telebista saioek edo entzuten duzun musikak eragina duten zure izaeran, zure janzteko eran edo portaeran...

Telebistako saioek, igual ikusten duzu nola janzten diren famosoak eta gero hitz egin, baina janzteko eran ez. Eta izaeran, gutxiago oraindik.

- Eta, adibidez, hizkuntza erabileran? Ikusten dituzuen saio guztiak gaztelaniaz dira; uste duzu horrek eragina daukala?

Bai. Jende erdalduna dagoenez gure taldean, gehiago joaten da gaztelaniazko programetara eta koadrilan azaltzen da dena gaztelaniaz. Egon zen denboraldi bat esan genuena ez genuela hitz egingo eta ohitu ginen. Nire amak klasea eman zuenean klik edo egin eta gaztelaniaz egiten zuena saiatzen ginen buelta ematen eta euskaraz hasten programa horiei buruz hitz egiten.

- Eta zer moduz?

Hasieran bai, baina gero jendea aspertu zen eta hasi zen, baina badago jendea jarraitzen duguna horrekin.

- Beno, oso ondo. Uste dut bete ditugula helburuak. Zerbait okurritzen zaizu ez duguna komentatu harremana daukana honekin?

Bideoak ez ditugula ikusten eta gehiago musikara jotzen dugula.

- Koadrilan esango zenuke eragina handia dela telebistarena?

Ez, badaude beste kontu batzuk.

- Adibidez?

Hitz egiten dugu bai kirolari buruz, bai eskolako gauzei buruz... Gehiago horretan telebistako gauzei buruz baino.

- Denei gustatzen zaizue kirola?

Batzuek ez dute ezer egiten, baina gure koadrilan igual gara hamar eskubaloian, orduan hitz egiten dugu goizeko partiduaz, arratsaldeko partiduaz...

- Horri garrantzi gehiago, ezta?

Bai.

[G, N:6] Sara, 15 urte. Goierri.

- **Beno, Sara, hasiko gara elkarrizketarekin, orduan? Hasteko, kontatuko zenidake zer den egiten duzuna ikastolatik ateratzen zarenean; hau da, zelan antolatzen duzu zure aisialdia?**

Ingeleseko partikularrera joan, zientzietako partikularrera joan eta, gero, entrenatu atletismo ere bai.

- **Egunero daukazu zerbait?**

Bai.

- **Etxera heltzen zarenean.. Garaiz helduko zara etxera, suposatzen dut... Afalordurako helduko zara etxera, ez?**

Bai, zortzi t'erdia / bederatziak.

- **Eta telebista eguneko zein momentutan ikusten duzu?**

Egunean zehar inoiz; eskola egunetan, inoiz. Bakarrik asteburuetan.

- **Eta zer da telebistan ikusten duzuna, Sara?**

Zer, programak? Batzuetan *El barco*, baina oso gutxitan, eta pelikulak.

- **Pelikulak ikusten dituzu.**

Eta kirolak, Cuatron.

- **Kirolak Cuatron ikusten dituzu. Zein saio da, *Deportes Cuatro*?**

Bai.

- ***El barco* esan duzu ikusten duzula.**

Bai, baina gutxi-gutxi.

- **Eta ikusten duzunean, esan nahi dut: Asteburuetan ez dute botatzen, ezta? Eta zelan ikusten duzu ?**

Batzuetan interneten, baina jakiteko nola doan, bestela, ez naiz fan.

- **Ez zara fan, baina gustatzen zaizu jakitea nola doan, ez? Eta zer ikusten duzu, Antena 3eko webgunean?**

Bai.

- **Euskarazko telebista saiorik ikusten duzu?**

Ez.

- **Eta ordenagailuan esan duzu... Ibiltzen zara ordenagailuan aste barruan?**

Segun. Portatilean, bestela ez. Etxeko lanak bukatu baditut, sartzen naiz.

- **Eta bideoak ez dituzu ikusten ordenagailuan?**

Bai.

- **Zein motatako bideoak ikusten dituzu?**

Abestiak. Edo lagunek esaten dutela ez-dakit-zer atera dela, bat abesten, ikusi egiten dut Youtuben.

- Eta zer da "ez-dakit-zer" hori?

Baten bat abesten, ez dakit nongoa, beste herri batekoa.

- Zer gehiago ikusten duzu musikaz gain?

Pelikulak.

- Eta Youtuben ikusten dituzu edo non ikusten dituzu?

Pelikulak?

- Ez, musika bideo horiek.

Edo Tuentiko bideoetan edo Youtuben.

- Orduan, aste barruan sartzen zarenean ordenagailura, adibidez, Antena 3eko webgunera sartzen zara edo ez? Adibidez, *El barco* ikusteko, esaten dut.

Tuenti eta batzuetan *El barco* ikusteko.

- Baina asteburutan gehiago, ezta?

Bai.

- Mugikorra badaukazu?

Bai.

- Eta ohiturarik badaukazu mugikorrean bideoak ikusteko?

Bideoak ikusteko, ez.

- Eta grabatzeko? (...) Ezta ere. Deitzeko, mezuatarako eta...

Eta Tuenti eta Whatsapp-a.

- Orduan, esan didazu, nahiz eta ez zaren fan, *El barco* dela saio bat gustatzen zaizuna, *Deportes Cuatro* eta pelikulak. *El barco*, adibidez, zergatik gustatzen zaizu?

Zer da gehien gustatzen zaizuna?

Ez dakit. Aurreko urtean ikusten nuen, baina ez horrenbeste. Aurten gehiago inplikatu naiz. Orain dela bi aste ez dudala ikusten. Ez dit denborarik eman.

- Eta zer da gustatzen zaizuna *El barcotik*?

Ez dakit. Ez dela aspergarria. Beste batzuek pila bat aspertzen naute.

- Zergatik uste duzu ez dela aspergarria?

Emozio gehiago... Ez dakit.

- Emozionantea.

Bai.

- Intriga dauka.

Bai, beste batzuek baino gehiago.

- Eta pertsonaiak, adibidez? Ez daukazu pertsonaia...?

Mario Casas, guapoa dela. Bestela, ez.

- Fijatu zara beraien janzteko eran?

Ez.

- Ez da gauza bat gustatzen zaizuna.

Ez.

- *Deportes Cuatro* zergatik ikusten duzu? Gustatzen zaizu?

Niri kirola pila bat.

- Eta zergatik aukeratzen duzu *Deportes Cuatro* eta ez beste saioen bat?

Bideo guztiak montatzen dituzte Kriston ondo...

- Zelan montatzen dituzte?

Egiten ahotsak eta efektuak eta horrela.

- Egiten dituzte montajeak kirolaren inguruko bideoekin?

Bai, futbolekoak.

- Eta zer jartzen dizkiete, ahotsak?

Ateratzen da futbolista bat, jartzen dute zer edo zer pantailan eta hor jartzen dute gaizki edo ondo... Kritikak eta horrela.

- Eta zer da, umorea daukalako?

Bai, umorea daukalako eta ni futbolaria naizelako.

- Futbolean aritzen zara zu ere bai?

Ez, ibiltzen naiz saski eta atletismoan, baina futbola ez.

- Baina gustatzen zaizu ikustea.

Bai.

- Musikako bideoez ez dugu hitz egin. Zergatik gustatzen zaizu horrenbeste musikako bideoak ikustea?

Ikusten ditut abestia entzuteagatik gehien bat. Niri musika pila bat gustatzen zait.

- Zein talde, adibidez?

Jack Johnson, Obrint pas, La pegatina eta, gero, juergatan ateratzen direnak.

- Eta esaten duzu gehien bat ikusten dituzula entzuteagatik.

Bai.

- Jartzen dituzu eta jarraitzen duzu gauzak egiten.

Bai.

- Baina kantuak banan-banan aukeratu behar dira, ezta?

Ez. Jartzen dut (...) daukana eta, orduan, atera egiten da. Eta Tuentin ahal duzu aukeratu kanalak. Bestela, Spotify; hor ditut denak.

- Sara, esan didazu lagun talde nahiko handia zaretela, ezta?

Bai.

- Ia hogeit, ezta?

Bai.

- Zer zarete, denak neskak, neskak eta mutilak...?

Denak neskak eta, gero, mutilak. Gehien bat gara neskak eta gero mutilak, eta gero juntatu egiten gara.

- Asteburutan elkartzen zarete?

Bai. Eta klasean batera egoten gara, baina gehiago...

- Gehiago neskak. Adin-tarte berdinekoak?

Bai.

- Eta badakizu zer ikusten duten zure lagunek?

Ez dakit. Física o química badago?

- Orain ez. Ekainera arte egon da.

El barco bai. Sálvame eta gustatzen zait baita Mujeres y hombres. Sálvame, Mujeres y hombres, Supervivientes... Cotilleo dena ikusten dute.

- Eta *Mujeres y hombres* zergatik gustatzen zaizu?

Ez dakit, oso ondo dago.

- Pertsonaiengatik, gertatzen diren...

Gertatzen diren gauzak.

- Eta zein gauza gertatzen dira gustatzen zaizkizunak?

Kriston interesgarria da, igual, parejak, zitak edukitzen dituztenean, haserretu egiten dira...

- Haserretu egiten dira beraien artean.

Bai. Gero, beste neska dagoena de pretendienta pikatu egiten da.

- Zer gustatzen zaizu gehiago: platoan gertatzen diren gauzak edo gero sketch edo zitak?

Biak, ez dakit. Platoan gertatzen diren gauzak dira sketchekoak, orduan, biak gustatzen zaizkit.

- Eta esan duzu zure lagunek ikusten dutela *Sálvame*... Zer gehiago?

Mujeres y hombres, Supervivientes, El barco... Dena. Pila bat gauza.

- Baina telebistan gauza asko daude, e?

Bai.

- Badago saioen bat badakizula denok ikusten duzuela?

Mujeres y hombres.

- *Mujeres y hombres* denok ikusten duzue.

Bai, ia denok uste dut... Bat edo bi...

- Eta nork animatu zaituzte ikustera? Badago norbait lehenago hasi zena...?

Bai, nik uste dut baietz. Bi pertsona edo horrela hasi ziren eta gero joan ginen pixkanaka ikusten.

- Eta nola gertatu zen hori?

Ez dakit, atera zenean. Ze urtetan atera zen?

- Beno, badoa urte batzuk. Joango dira hiru bat urte edo, bai.

Nik uste dut baietz; batzuk hasi ziren eta, gero, gu atzetik.

- Beraiek komentatzen zutelako?

Bai. Igual esaten dute: "Bai, eta hau ez-dakit-zer..." Horrela. Eta, orduan, hasi nintzen.

- Entzuten duzue hitz egiten horren inguruan eta hasi zineten azkenean ikusten.

Bai.

- Badakizu interneten ikusten dituzten bideorik?

Ez. Bideoak eta horrela ez dituzte ikusten.

- Baina musikarekin...?

Bai, ni bezala.

- **Komentatu dugu denok ikusten duzuela *Mujeres y hombres y viceversa*, adibidez, baina badago telebista saiorik zuk ikusten duzuna eta beraiek ez dutena ikusten?**

Bai. *Cuéntame*.

- ***Cuéntame* zuk ikusten duzu? (...) Bai, jarraitzen duzu.**

Bai.

- **Eta beraiek ez. Eta nola sentitzen zara?**

Nik ikusten dut zeren nire gurasoek ikusten dute, eta nire amonek eta horrela. Ondo dago.

- **Baina ez daukazu aukerarik zure lagunekin partekatze hori, ezta?**

Igual zait. Gauza asko ditut partekatze.

- **Eta alderantziz? Badaude saio pila bat ikusten dituztenak zure lagunek eta zuk ez dituzula ikusten.**

Bai.

- **Eta nola sentitzen zara hitz egiten dutenean horien inguruan?**

Ez dute ia hitz egiten. Hitz egiten dute bost minutu edo horrela. Dago baten bat ez duena ikusten ezta eta ez diot garrantzia hartzen.

- **Ez daude egun guztia horretaz hitz egiten eta galduta sentitzen zara.**

Ez.

- **Esango genuke *Mujeres y hombres y viceversa* bai dela saio bat asko komentatzen dena zuen artean?**

Bai, gehiago.

- **Eta beste saioen bat asko komentatzen dena?**

Sálvame.

- **Eta zuk jarraitzen duzu?**

Ez, ez zait gustatzen.

- **Zer gertatzen da hitz egiten dutenean horren inguruan?**

Pikatu egiten naiz. Esaten diet Kriston mierda dela hori, dela una mariconada eta ya está. Kriston mariconada da.

- **Eta zer esaten dizute zuri?**

"Ba! No-sé-qué!" Horrela. Ez zait gustatzen ezer.

- **Badago beste norbait koadrilan ez zaiona gustatzen *Sálvame*?**

Bai. Horri gutxiago gustatzen zaio oraindik.

- **Oraindik zuri baino gutxiago?**

Bai. Jartzen da...

- **Eta zer esaten du berak?**

Haserretu egiten da. Joaten gara gu eta hitz egiteko beraiek.

- **Eta beraiek zer esaten dizute zuei?**

Ezer.

- **Banatu egiten zarete eta listo.**

Bai, eta gero berriz elkartu.

- Uste duzu zure lagun taldean norbaiten iritziak bereziki eduki ahal duela garrantzi gehiago?

Bai.

- Pertsona horrek, imajinatu *Sálvame* berak ikusten duela, eta uste duzu berak animatu dituela bere ingurukoak saio hori ikustera?

Ez, hori ez.

- Edo beste saioaren batekin.

Badago pertsona bat dela la Reina bezala.

- Eta pertsona hori, imajinatu, hasiko balitz ikusten programa bat eta hitz egingo balizue zuei "Ikusten hasi naiz..."?

Bai, hasiko ziren ikusten. Bere atzetik joaten dira.

- Zuk ez duzu berdina egiten.

Ez.

- Orduan uste duzu badaukala eragina horrek, ezta? Koadrilan baldin eta zer ikusten den eta baldin eta zein pertsonak zer ikusten duen uste duzu horrek badaukala eragina besteetan?

Bai, asko.

- Eta zein zentzutan nabaritzen duzu? Adibide bat gogoratzen duzu, anekdotaren bat...?

Ez. *Supervivientes*. Bi astetan hasi da nire lehengusua, zeren koadrila berekoak gara, eta azkenean hasi zen ikusten. Eta beste bi edo hiruk ez zaiguna gustatzen, ez dugu ikusten.

- Uste duzu badagoela norbait ez zaiona *Supervivientes* gustatzen eta ikusten duena lagunek hitz egiten dutelako?

Ez.

- Ikusten duenari gustatzen zaio.

Bai.

- Ohiturarik baduzue ikusteko telebista saiorik batera? Hau da, geratzen zarete? (...)

Ez.

Pelikulak bakarrik. Egiten ditugu bideoklubean alkilatatu.

- Alkilatzen duzue eta geratzen zarete norbaiten etxera joateko.

Bestela, lagun baten dauka etxe bat libre, baina berez aitak dauka, eta orduan bertara joaten gara.

- Aipatu duzu ere partekatzen dituzuela bideoak Tuentiren bitartez, ezta? Ohitura gehiago dago zuk zure tabloira igotzeko bideoak edo ohitura gehiago daukazue batak besteari...?

Tabloia.

- Bakoitzak bere tabloian eskegitzen du?

Bai.

- Eta musikaren ingurukoak esan duzu, ezta?

Bai.

- Aipatu duzu ere hitz egiten duzuela saioen inguruan: *Mujeres y hombres y viceversa...* Momentu horietan zer da komentatzen duzuen?

Zer pasatu den programan. Edo bat joan da, nonbaitekin joan da, zen den pretendienta berria, zeintzuk diren berriak, zein den tonta, zein den guapoa... Gauza horiek.

- Pertsonaia bakoitza.

Bai.

- Identifikatuta sentitzen zarete pertsonaiekin?

Nola identifikatuta?

- Zuk pertsonaia faborito bat izango duzu...

Bai.

- Eta zure lagunek beste pertsonaia bat. Identifikatuta: gustatzen zaizu pertsona horren janzkera, izateko modua...

Bai.

- Saiatzen zara bere moduan izaten?

Ez, hori ez.

- Hori ez, baina badaukazu pertsonaia faborittoa eta.

Bai.

- Orduan, esango zenuke ikusten dituzun saioek badaukatela eragina zuregan edo ez daukatela? Adibidez, janzteko era asko gustatzen zaizula eta "Begira ze soineko polita!"

Niri (...) pila bat, baina telebistan batzuk Kriston horteradak eramaten dituzte, orduan, ez. Baten bat ateratzen bada horrela, ni ere horrela joaten nintzen.

- Orduan uste duzu badaukala eragina, ezta? Janzteko moduak.

Bai.

- Edo portaerak? Ikusten dituzun *Mujeres y hombres*en ikusten dituzun portaerak?

Portaerak txarrak dira, niri ez zaizkit gustatzen portaerak. Horrela esaten diete ibiltzea, orduan... Telebistan eta horrela egin beharra daukate pixka bat. Bestela, portaera ez.

- Ez zara saiatzen imitatzen.

Ez.

- Aipatu dituzun saio guztiak badira gaztelaniaz, ezta? Uste duzu gaztelaniaz ikusten dituzuelako saioak zuen lagun taldean gehiago hitz egiten dela gaztelaniaz edo ez dauka zerikusirik horrekin?

Ez dauka zerikusirik.

- Euskaraz komentatzen dituzue telebista saioak?

Bai. Guk gehien euskaraz hitz egiten dugu. Badaukagu baten bat gehiago erdaraz egiten duena. Nik batekin gehiena erdaraz hitz egiten dut, Tuentitik eta.

- Zergatik hori?

Ez dakit. Kanean, igual, euskaraz gehiago, baina ez dakit. Mania daukat. Bera hasten da erdaraz hitz egiten, eta segitu egin beharra daukat.

- Baina ez dauka *Mujeres y hombresekin* edo *El barcorekin* zerikusirik. Esan nahi dut: Badaude gaia batzuk gehiago hitz egiten dituzuenak euskaraz, beste batzuk gaztelaniaz.

Bai. Programak eta horrela, euskaraz. Erdaraz, inoiz.

- Zer da, adibidez, komentatzen duzuen gaztelaniaz?

Ez dakit.

- Listo nire partetik. Ez dakit zerbait ahaztu dugun edo ahaztu zaizun komentatzea *El barcoren* inguruan, edo *Supervivientes*, *Sálvame...* Ukitu dituzu saio pila bat.

Sálvame eta *Supervivientes* eta niri nazka ematen didate. Baina nazka, e? Serio. Ez dakit, ez zaizkit ezer gustatzen.

- Eta zelan konpartitzen duzu sentsazio hori? Zeren zure lagun taldean asko gustatzen da, ez? Eta eztabaidak egoten dira horregatik? (...) Ez. Hitz egiten hasten direnean paso egiten duzu eta listo.

Bai.

[G, N:7] Garazi, 12 urte. Goierri.

- **Hasteko elkarrizketa, azalduko didazu pixkatxo bat zer egiten duzun ikastolatik ateratzen zarenean?**

Joaten naiz etxera, hartzen dut bokadiloa eta gero joaten naiz eskolaz kanpoko gauzetara.

- **Eta zer egiten duzu eskolaz kanpoko gauzetan?**

Futbola, ingelesa, saxofoia, taldea...

- **Taldea zer da?**

Instrumentu... Juntatzen naiz besteekin eta taldean jotzen dut. Eta, gero, aparte baita ere banda.

- **Zenbat gauza egiten dituzun, ez?**

Eta dantza.

- **Egunero daukazu extraeskolarraren bat?**

Bai.

- **Eta, orduan, telebista noiz ikusten duzu zuk, Garazi?**

(...) Eta gero gauean serieak. Eta eguerdian pixka bat.

- **Ohitura badaukazu ere asteburutan ikusteko telebista?**

Bai.

- **Orduan, egunero-egunero eguerdi partean eta gero gau inguruan.**

Bai.

- **Eta zer da telebistan ikusten duzuna, Garazi?**

Serieak.

- **Izenen bat esango didazu?**

El barco, Águila roja... Gero, oraindik ez da hasi, baina hasi behar da *Ángel o demonio* ere ikusten dut. Gero baita *El conquistador* eta horrelakoak.

- **Física o química? (...) Ez. Los protegidos? (...) Ezta ere. Orduan, esan dugu: Águila roja, El barco, Ángel o demonio...**

Eta orain hasi nahiz ikusten pixka bat *Gran hotel*.

- **Gran hote? Bale. Orduan horiek laurak esango genituzke. Eta zer da gustatzen zaizuna, adibidez, El barcotik?**

Interesantea delako.

- **Zergatik iruditzen zaizu interesantea?**

Istoria polita delako.

- **Emozionantea da?**

Pixka bat.

- **Pertsonaiak gustatzen zaizkizu?**

Batzuk.

- Zein, adibidez?

Ulises eta Ainhoa.

- Eta zergatik gustatzen zaizkizu pertsonaia horiek?

Protagonistak direlako.

- Guapoak dira zure gusturako?

Bai.

- Eta *Ángel o demonio* ikusten zenuenean, zergatik ikusten zenuen *Ángel o demonio*? Zer da gustatzen zitzaizuna?

Baita zela interesantea eta zela pixka bat arraroa, zeren zeuzkaten podereak eta horrela.

- Eta zer gertatzen zen podereekin?

Badaude batzuk direla ángel, eta beste batzuk, demonio, eta borrokatu egiten dira. Eta demonioek nahi dute jendea bihurtu demonio, baina ángel horiek joaten dira salbatzera pertsona horiei.

- Eta zuri zeintzuk gustatzen zitzaizkizun gehiago?

Protagonista, Valeria.

- Zer da, ángel edo demonio?

Ángel, baina demonio bihurtu nahi dute.

- Eta zer da Valerian gustatzen zaizuna, adibidez? Janzteko era, bere portaera, ilea zelan daukan...

Denetik pixka bat.

- Zein beste serie esan dugu? *El barco, Ángel o demonio...*

Águila roja.

- *Águila roja*. Eta zer da gustatzen zaizuna *Águila rojan*?

(...) Eta *Águila roja* hori berez da pertsona normal bat eta doa deskubritzen zeintzuk diren bere gurasoak eta hori. Eta daude pistak, bere amak jarri zituenak, eta doa aurkitzen. Eta deskubritzen du zein den bere anaia, eta orain daki bere arrebak daukala hemen mantxa bat, eta orain jendea dabil bilatzen ea daukan mantxa berdina.

- Intriga dauka? Emozioa?

Bai.

- Jakin nahi izaten duzu hurrengo saioan zer gertatuko den?

Bai.

- Eta pertsonaiak *Águila rojan*?

Umeak.

- Umeak gustatzen zaizkizu. Janzteko era gustatzen zaizu, *Águila rojakoa*, edo...?

Ez, Erdi Aroa...

- Beste garai batekoa da, ezta? Eta *Gran hotel* berdina, ezta? Beste garai batekoa da.

Bai.

- Eta zergatik gustatzen zaizu *Gran hotel*? Orain hasi zara ikusten, ezta?

Bai, orain dela gutxi hasi naiz ikusten.

- Eta zergatik hasi zara ikusten?

Anuntzioetan ikusi nuen eta pixka bat interesatu zitzaidan, eta nire amari ere, eta behin edo horrela ikusi dugu. Oraindik ez naiz enteratu asko de qué va.

- Nik aste honetan ikusi nuen lehenengo aldiz ere bai. Eta, zer, sin más, oraindik?

Bai.

- Baina emozionantea dago, ezta? Hildako pertsona bat dago hor, eta ari dira asmatu nahian ea zer gertatu zen neska horrekin... Pertsonaiak? Zer esango zenuke pertsonaien inguruan?

Ez dakit.

- Ez daukazu bereziki gustuko...?

Ez.

- Eta aipatu dituzun serie guztietatik aukeratu beharko bazenu pertsonaia bat, zein aukeratuko zenuke?

Águila roja hori.

- Baina zein pertsonaia?

Águila roja dena.

- A, Águila roja pertsonaia. Ulertu dizut saioa. Euskarazko saiorik ikusten duzu?

Asteburuetan orain hasi da *Wazemanken* antzeko hori...

- Finlandia esaten duzu, Garazi?

Bai. *El conquistador del Aconcagua* euskaldunak dira, baina erdaraz hitz egiten dute.

- Eta Finlandia, orduan, ere ikusten duzu.

Aurrekoan ikusi genuen pixka bat.

- Eta zer iruditzen zaizu?

Ondo dago.

- Ondo dago? Zergatik dago ondo?

Graziosoa delako, baina nire amari ez zaio ezer gustatzen.

- Ez zaio zure amari gustatzen? Ez dio graziarik egiten zure amari? Baina zuri bai, ezta? Eta *El conquistador del Aconcagua* ere ikusten duzu?

Bai, lehenengo urtean ikusten nuen *El conquistador del fin del mundo* eta orain hasi naiz ikusten *El conquistador del Aconcagua*.

- Eta zer iruditzen zaizu?

Ondo, baina niri gehiago gustatzen zait... Orain dago pila bat jende, eta jende gutxiagorekin gehiago gustatzen zait.

- Hau da, aurrerago daudenean, ez? Pertsonak bota dituztenean batzuk...

Bai.

- Ordenagailuan bideoak ikusten dituzu?

Bai, gehiena musika.

- Eta non ikusten dituzu musika bideo horiek?

Youtuben.

- Eta zer egiten duzu, Youtubera sartu eta edozein aukeratu? Edo non begiratzen duzu? Nola egiten duzu musika aukeraketa?

Kalean entzunda edo batzuetan sartzen naiz Gaztean eta hor azaltzen da lista bat lehenengo hamarrekin, ondo dagoena.

- Lista hori ikusten duzu eta gero Youtuben ikusten duzu bideoklipa?

Ea gustatzen zaidan edo.

- Eta zein talde gustatzen zaizu, adibidez?

Nik ez dut entzuten pertsona baten abestiak... Pila bat abeslarirenak.

- Orokorrean, ezta? Youtuben dauden, adibidez, "Videos favoritos" horiei begiratzen duzu?

Ez.

- Orduan, esaten duzu sartzen zarela Youtuben eta egiten duzula bilaketa bat Gazteako listaren arabera.

Bestela EuropaFM edo.

- Kalean non entzuten duzue musika?

Jendea orain dago mobilekin, eta hor entzunda.

- Zuk mobila badaukazu? (...) Eta badaukazu ohitura musika entzuteko zure mobilean?

Bai, gutxi.

- Eta bideoak ikusteko?

Ez.

- Eta grabatzeko ere ez?

Ez, bakarrik bat daukat.

- Bideo bat daukazu bakarrik?

Kilometroetara joan ginen eta dantzatzen hasi ginen pixka bat.

- Eta grabatu zenuten. Esan didazu, orduan, zaretela zazpi / zortzi pertsona koadrilan, ezta?

Bai.

- Eta zer zarete, denak neskak? (...) Bai. Badakizu zer ikusten duten zure koadrilakoek telebistan?

Bai. *Mujeres y hombres y viceversa* eta gero gauza batzuk ni bezala. Batzuek ikusten dute *El barco*, eta *El conquistador* baita.

- Badakizu saioen bat denok ikusten duzuela?

Mujeres y hombres y viceversa. Nire ama egoten da ikusten, eta bazkaltzen ari naizenean eguerdian nik ere ikusten dut.

- Eta koadrilan denok ikusten duzue *Mujeres y hombres y viceversa*?

Jangelara etortzen dena ez, baina gero egoten da La 7n errepikapena eta batzuetan ikusten dute.

- Eta badago saioen bat beraiek ikusten dutena eta zuk ez duzuna ikusten?

Niri *Mujeres y hombres y viceversa* ez zait ezta asko gustatzen, baina batzuetan bazkaltzen ari naiz eta gero nire gelara joaten naiz.

- Eta zure lagunek hitz egiten dute *Mujeres y hombres y viceversa*ren inguruan?

Bai.

- Asko?

Lehen gehiago; ya ez hainbeste.

- Eta zu zelan sentitzen zinen hitz egiten hasten zirenean horren inguruan?

Nik ere pixka bat banekien zertaz zihoan, eta nik ere batzuetan pixka bat hitz egiten nuen.

- Norbait galtzen zen koadrilan? Norbaitek ez zuen ikusten eta sentitzen zen pixka bat baztertuta?

Ez.

- Kontatu egiten diozue zer gertatu den.

Bai.

- Eta, adibidez, zuk ikusten dituzun serie pila horiek norekin komentatzen dituzu?

Jonek, adibidez, ikusten du *El barco*.

- Jone da zure koadrilako bat?

Nire gelakoa, eta da justu nire ondoan eserita tokatu zaiona. Batzuetan komentatu egiten dugu.

- Berarekin komentatzen duzu, baina koadrilan, ez.

El barco pixka bat Maitanerekin, Maitanek ikusten duelako, baina besteek ez dute ikusten.

- Eta *Águila roja*, adibidez?

Etxean.

- Etxean komentatzen duzu. Interneten denok ikusten dituzue bideoak?

Bai.

- Musikarenak? Edo beste mota bateko bideoak ikusten dute zure lagunek?

Musika bakarrik.

- Uste duzu zure lagunen artean norbaitek daukala botere gehiago edo garrantzi gehiago daukala norbaiten iritziak?

Ez.

- Ez da gertatzen zure koadrilan, adibidez, hasten dela pertsonaren bat ikusten telebista saioen bat eta, zelan pertsona hori hasten den ikusten, denok ikusten duzuela?

Ez.

- Orduan, zuk ikusten duzu zure lagunek ikusten dutelako edo zuri gustatzen zaizulako?

Niri gustatzen zaidalako.

- Zure koadrilan uste duzu gertatzen dela horrelako egoerarik, hau da, norbaitek ikusten duela zerbait besteek ikusten dutelako?

Igual esaten duzu ondo dagoela serie bat eta orduan esaten dute "Gaur ikusiko dut, ea ondo dagoen."

- Baina, normalean, bakoitzak ikusten du bere gustukoa dena.

Adibidez, Naiarari gustatzen zitzaion *Patito feo* eta guri ez zigun graziarik egiten, ez zitzaigun gustatzen.

- Eta Naiarak jarraitzen du ikusten *Patito feo*?

Ya ez dago, baina dena ikusten zuen.

- Dena ikusten zuen, eta zuek, ez. Eta zer ibiltzen zen, zuei kontatzen?

Bai.

- Eta zer esaten zenioten?

Ez zitzaigula gustatzen.

- Saiatu zara konbentzitzen zure lagun bat *Águila roja* ikusteko, adibidez?

Ez. Haiek haiei gustatzen zaiena ikusteko.

- Barkatu?

Haiek beraiei gustatzen zaiena ikusteko.

- Ez zaie gustatzen *Águila roja*?

Ez dut uste.

- Orduan, hitz egiten duzuenean bideoez eta telebistako saioez, non egiten duzue? Tuentiaren bitartez edo non hitz egiten duzue?

Gehien bat, hitz egiten.

- Hitz egiten geratzen zaretenean? Noiz gelditzen zarete lagunak?

Asteburutan eta ikastolara etortzeko bidean.

- Eta egiten duzue dantza, bideoklipak eta...?

Bai. Joaten gara norbaiten etxera, jartzen dugu musika... Tontoarena egiten dugu.

- Uste duzu horren badaukala eragina zure lagun taldean?

Nola eragina?

- Ikusten dituzuen taldeen janzteko era, edo... (...) Ez. Edo telebistako pertsonaiena... (...) Ez. Ez zaizu gustatzen telebistako aktoreen janzteko era, adibidez?

Segun zeinena.

- Baina ez zara asko fijatzen, orduan.

Ez.

- Bukatzeko, aipatzen dituzun saio guztiak gaztelaniaz daude, ezta?

Bai.

- Eta zein hizkuntzatan hitz egiten duzue saio horien inguruan koadrilan?

Euskaraz.

- Ez dauka eraginik gaztelaniaz egotea saioa zuek gaztelaniaz egiteko?

Ez.

- Euskaraz egiten duzue.

Euskaraz pelikulak eta horrela, batzuetan egoten direla.

- **Eta euskaraz ikusten dituzue. Oso ondo. Beno, Garazi, hau izango litzateke elkarrizketa. Zer iruditu zaizu?**

Ondo.

- **Oso luzea?**

Pixka bat.

[G, N:8] Sara, 15 urte. Goierri.

- **Beno, Sara, egingo duguna da elkarrizketatxo bat, bai? Jakiteko zergatik ikusten dituzun saio batzuk, eta komentatuko ditugu horrelako gauza, bale? Orduan, hasteko, azalduko zenidake zer egiten duzun ikastolatik ateratzen zarenean?**

Lehenengo edukitzen dut kirola beti, egunero. Eta gero batzuetan ingelesa edo, baina etxera iristen naizenean meriendatu batzuetan, etxeko lanak egin eta telebista ikusi.

- **Eta esan duzu badituzula extraeskolar batzuk. Ze egunetan dituzu extraeskolarrak?**

Egunero.

- **Eta egiten duzu meriendatu, telebista ikusi eta gero joaten zara extraeskolarrak?**

Ez, ikastolatik joaten naiz extraeskolarrak zuzenean eta meriendatzen dut lehenago edo beranduago. Gero etxeko lanak egin, baldin baditugu, eta gero telebista ikusi edo ordenagailuan.

- **Orduan egunero ikusten duzu telebista, ezta?**

Bai.

- **Eta ordenagailuan ere ia egunero.**

Bai, batzuetan.

- **Eta zer da telebistan ikusten duzuna, Sara?**

Gehien bat partiduak, kirolekoak. Eta gero serieak eta programak, Disney Channelekoak eta horrela.

- **Disney Channel ikusten duzu? Arratsaldetan ikusten duzu Disney Channel?**

Beno, gauean. Gau-arratsaldean.

- **Eta zer da Disney Channelen botatzen dutena? Beno, zer da zuk ikusten duzuna?**

Serieak eta.

- **Adibidez, izenen bat esango zenuke?**

Adibidez, *Shake it up*.

- **Besteren bat ikusten duzu?**

iBuena suerte, Charlie! eta... gehien bat horiek.

- ***iBuena suerte, Charlie! eta Shake it up.***

Bai.

- **Eta gauean?**

Nola denak egoten garen, *El club de la comedia* edo horrelakoren bat.

- **Eta hori ikusten duzue etxeko denek batera.**

Bai.

- **Asteburutan baduzu ohitura zerbait ikusteko astebururo?**

Ez, astebururo ikusteko, ez.

- Orduan esango genuke normalean ikusten duzuna beti dela *Shake it up* eta *iBuena suerte, Charlie!*, ezta?

Bai.

- Eta kirolak, zer esan duzu ikusten duzula?

Futboleko edo saskibaloiko partiduak.

- Non ikusten dituzu?

Telebistan. Cuatron.

- Kirola gustatzen zaizu.

Bai.

- Eta euskarazko telebista saiorik ikusten duzu, Sara?

Ez.

- Zer pentsatzen duzu euskarazko telebistaren inguruan? Badaukazu iritzirik?

Ondo dago, baina, adibidez, gure edaderako ez dago gauza asko ikusteko.

- Lehenago ikusten zenuen euskarazko saiorik?

Bai.

- Eta utzi zenuen ikusteari, orduan?

Bai. Lehen, adibidez, ez nuen Disney Channel telebistan, eta beti ETB3 edo horrela, baina orain ya, nola jarri zidaten, han ikusten dut.

- Esan duzu ordenagailua ere erabiltzen duzula, ezta?

Bai.

- Eta bideoak ikusteko badaukazu ohitura, ordenagailuan?

Gutxi.

- Zenbat da gutxi? Astean behin...?

Abesti berriren bat esaten badidate ikusten dut edo entzuten dut.

- Nork esaten dizu?

Lagunek.

- Lagunek komentatzen dute abesti berri bat atera dela...

Bai, eta polita dela eta ikusi egiten dut.

- Eta non ikusten duzu, Sara?

Tuentiko bideoetan, baina ia inoiz, eta Youtuben.

- Mugikorra badaukazu, Sara?

Bai.

- Eta ohiturarik badaukazu mugikorrean bideoak ikusteko?

Ez daukat internet.

- Eta aukera ematen du mugikorrek bideoak grabatzeko?

Bai.

- Eta egiten duzu? (...) Ez. Erabiltzen duzu deitzeko, mezuak...

Musika, baina bideoak ez.

- Zer daukazu, musika deskargatuta mugikorrean?

Edo lagunek pasata.

- Komentatu dugu, orduan, *iBuena suerte, Charlie!* eta *Shake it up*. Zer da gehien gustatzen zaizuna saio horietatik?

Ez dakit, dira komedia bezala eta gustatu egiten zait.

- Biak dira umorezkoak?

Pixka bat. Ez umore, umorezkoak, baina pixka bat badaukate...

- Badaukate eszena graziosoak.

Bai.

- Eta pertsonaien inguruan? Zein pertsonaia gustatzen zaizkizu, zer motatakoak, neskak, mutilak...?

Gutxi gorabehera gure edadekoak edo.

- Eta badaukazu pertsonaiaren bat bereziki gustatzen zaizuna? (...) Ez. Badaukate musika saio horiek?

Bai.

- Eta gustatzen zaizu bertako musika?

Beno...

- Ez da bereziki, ez?

Ez.

- Gustatzen zaizuna bereziki da istorioa bera.

Bai.

- Badago umore puntu hori eta horregatik gustatzen zaizu. Eta pertsonaiak bereziki, orduan, ez zaizkizu gustatzen. Eta janzteko era, pertsonaiena?

Beno, da berezia batean.

- Non da berezia?

Shake it up.

- Zelan janzten dira?

Da dantza programa bat eta janzten dira arraro bezala.

- Oso moderno edo?

Bai.

- Eta saiatzen zara imitatzen *Shake it up*eko dantzak eta? (...) Ez, gustatu egiten zaizu ikustea eta listo. Esan didazu badaukazula koadrila finko bat, ezta? Zenbat pertsona esan didazu?

Hamaika.

- Zer zarete, denok neskak?

Bai.

- Eta adin berdinekoak?

Bai.

- Badakizu zer ikusten duten zure lagunek, Sara?

Ez. Beno, dago serie bat: *Mujeres y hombres y vicevers*; hori ia gehienek ikusten dute. Eguerditan egoten da.

- Eta zuk ere ikusten duzu?

Bai.

- Orduan denok ikusten duzuen programa da...?

Gehienak. Denak ez.

- Hitz egiten duzue *Mujeres y hombres y vicevers*aren inguruan?

Bai, kolean.

- Eta zer da komentatzen duzuen?

Bi mutil edo bi neska daude eta da aurkitzea pareja. Eta a ver zeinekin pegatzen duten eta horrela.

- Eta bakoitzak daukazue pertsona faborito bat...

Bai, baina aldatzen joaten dira, orduan...

- Eta zure koadrilakoek ez dute ikusten *Shake it up* eta *iBuena suerte, Charlie?*

Horietan ez dakit, zergatik horrela ez dute ikusten... Hombre, ikusten dute Disney Channel, baina ez dakit horiek ikusten dituzten.

- Ez duzue hortaz hitz egiten.

Ez.

- Eta *Mujeres y hombres y vicevers*az gain beste saioaren batez hitz egiten da zure koadrilan?

El barco edo.

- Eta zer komentatzen da *El barco*ren inguruan?

Ez dakit, nik ez dut ikusten.

- Zelan sentitzen zara zu beraiek hitz egiten dutenean *El barco*ren inguruan?

Beno, denek ez dute ikusten, orduan beste batekin hitz egiten dut. Edo entzuten dugu, zeren pixka bat badakit zertaz doan.

- Badakizu zertaz doan beraiek hitz egiten dutelako.

Bai.

- Inoiz ez zara sentitu derrigortuta ikustera *El barco* pixka bat jarraitzeko zertaz doan? (...) Ez. Eta ez zara animatu sekula ikustera?

Ez.

- Eta, adibidez, *Mujeres y hombres y vicevers*arekin, esan duzu batzuek ez dutela ikusten, ezta? Eta hitz egiten duzuen horren inguruan zer egiten dute ikusten ez dutenek?

Batzuetan galdetu ea zertaz doan edo zer pasatzen den, edo, bestela, entzun bakarrik.

- Eta zergatik ez dira animatu ikustera?

Igual ikusten zuten lehen, baina ez zaie gustatu batzuei, eta besteek, ez dakit.

- Zelan sentitzen dira beraiek? Esaten dute koadrilan argi "ez zait gustatzen" edo ez dute ezer esaten?

Esaten dute ez dutela ikusten.

- Uste duzu zure lagun taldean badaukala norbaitek bereziki botere gehiago erabakitzeko...?

Ez. Denboraldi batean bai, baina orain dela pila bat. Igual bigarren mailan edo izan zen.

- Orduan, ez duzu uste inor derrigortuta dagoenik ikustera... Edo norbaitek igual esaten du saio bat ikusten hasi dela eta besteak hasten zarete ere bai...?

Proba egiten dugu, zertaz doan galdetzen dugu eta pinta ona baldin badauka, igual...

- Zein punturaino esango zenuke zure lagunek hitz egiten dituzten saioak edo zure lagunek ikusten dutenak baldintzatzen duela edo garrantzia daukala zure aukeraketa pertsonalean?

Gutxi.

- Zuk ikusten duzuna zure aukeraketa dela esango genuke.

Bai.

- Uste duzu zure lagunekin gertatzen dela, beste lagun batekin edo, egoera hau?

Ez dakit.

- Ez zenuke esango. Bale. Sara, bideoak denek ikusten dituzue interneten?

Gehienek.

- Eta ze bideo mota ikusten dituzte?

Nik musikakoak edo programetako repetizioren bat.

- Ze programa, adibidez?

Mujeres y hombres.

- Eta Youtuben ikusten duzu?

Bai.

- Ohiturarik badaukazu sartzeko telebista kateetako webguneetan ikustera? (...) Ez. Youtuben daude bideoak?

Batzuk.

- Eta nork animatzen zaitu ikustera errepikapen bat?

Igual egun batean ez dudala ikusi eta esaten dute oso ondo egon zela eta ikusi egiten dut.

- Eta geratzen zarete batera ikusteko programarik?

Ez.

- Bakoitzak bere etxean ikusten du eta gero komentatzen duzue.

Bai.

- Zenbat esango zenuke hitz egiten dela, orokorrean, telebista eta bideoen inguruan? Asko, zenbatero...?

Ez, asko ez. Egunero bost minutu edo hamar.

- Egunero bost / hamar minututan komentatzen da, baina listo, ez? Esan didazu ere, Sara, partekatzen dituzuela bideoak, baina asko ere ez; ez daukazuela ohiturarik.

Beno, amaitzen joateko, Sara, galdetu nahi nizuke ea telebistan ikusten dituzun *iBuena suerte, Charlie!* edo *Shake it up* bezalako telesailek badaukaten eragina zure portaeran, edo zure janzkeran...?

Ez.

- Ez duzu uzte. Ikusten duzu, baina ez zara fijatzen janzteko eran...

Ez, baina ez da...

- Eta ez beraien portaeran eta... (...) Ere ez. Eta hizkuntza, adibidez? Gaztelaniaz dira aipatu dituzun denak, ezta? Zein hizkuntzatan komentatzen dituzue lagun taldean?

Euskaraz.

- Ez dauka eraginik, orduan, gaztelaniaz...

...izatea? Ez.

[T, M:3] Eneko, 15 urte. Tolosaldea.

- **Orduan utziko dugu martxan, Eneko, eta hasiko gara ea kontaktzen didazun ikastolatik ateratzen zarenean zer egiten duzun zure aisialdian.**

Astean bi aldiz futboleko entrenamendua daukat, beste bi egunetan pilotako entrenamendua eta beste egun librean, astelehenean, lagunekin atera.

- **Gaur da zure egun librea.**

Bai, baina lanak baldin badaude, etxean geratu, ikasi...

- **Eta zer heltzen zara, afal ordurako etxera? Zeren normalean ez duzu arratsaldea etxean pasatzen.**

Ez, normalean ez. Zortzi t'erdia aldera, etxera.

- **Asteburutan?**

Asteburutan partidua edukitzen dugu; goizean futbolekoa eta arratsaldean pelotakoa, eta, igandean, amonaren etxera.

- **Ikusten duzu zuk telebista?**

Bai.

- **Eguneko zein momentutan?**

Eguerdian, gehien bat.

- **Gauean normalean ez?**

Gutxi.

- **Eta zer da ikusten duzuna telebistan?**

Futboleko partiduak, saskibaloia... Serieak eta horrela, ez.

- **Partiduak, orduan. Eta eguerdian ere partiduak ikusten dituzu?**

Ez, programak: *Mujeres y hombres*.

- **Egunero egoten da, ezta?**

Bai.

- **Ordenagailura konektatzeko ohitura badaukazu? Baina ez etxeko lanak egiteko; esan nahi dut... Esan didazu Tuentira egunero konektatzen zarela, ezta?**

Bai.

- **Egunero egiten duzula.**

Bai.

- **Bideoak ikusten dituzu ordenagailuan?**

Bai, beno kankak.

- **Non ikusten dituzu, esan duzu?**

Youtuben.

- **Eta zenbatero egiten duzu? Zein maiztasunarekin konektatzen zara ordenagailura eta bideoak ikusten dituzu?**

Egun batean igual pila bat ikusiko ditut, beste batean, bat erez.

- Esan duzu musikaren inguruan.

Bai, musika gehixeago.

- Zein talde gustuko dituzu?

David Guetta gustatzen zait.

- Ez dut ezagutzen. Zelan esan duzu?

David Guetta, kantante bat.

- Zein estilo egiten du?

DJa da gehiago.

- Apuntatuko dut. Zelan esan duzu?

David Guetta.

- Begiratuko dut nor den. Bideoklipak, orduan, David Guettarenak. Besterik?

Don Omar.

- Musika da, ezta?

Bai.

- Eta partiduak telebistan bakarrik ikusten dituzu?

Ordenagailuan ere bai.

- Non ikusten dituzu ordenagailuan?

Página bat dago: *La roja directa*, baina gehiena telebistan.

- Eta mugikorrik badaukazu, Eneko?

Bai.

- Eta badaukazu ohiturarik mugikorrarekin bideoak grabatzeko, adibidez?

Ez. Mobila memoria galduta dago eta ezin dut bideorik grabatu aspaldi.

- Baina lehen egiten zenuen?

Bai, gutxitan, baina zer edo zer ezberdina edo polita grabatzeko...

- Zer, adibidez?

Ez dakit.

- Kasuren bat gogoratzen duzula: "Joan ginen kilkerrak topatzera..."

Askotan joaten naiz ehizara eta Kriston (...) -a dagoenean...

- Eta bideorik ikusten dituzu? Hau da, internetera konektatzen zara mugikorrean?

Ez.

- Euskarazko telebista saiorik ikusten duzu, Eneko?

Goenkale, tarteka, baina oso gutxitan.

- Eta zer pentsatzen duzu *Goenkaleren* inguruan?

Lehen bai, baina orain ez zait hainbeste gustatzen.

- Zergatik?

Pertsonaia guztiak aldatu dituzte eta ez zait gustatzen.

- Pertsona berri gehiegi daude?

Bai, lehen politagoa iruditzen zitzaidan.

- Apurtxo bat galduta, igual?

Bai.

- Baina gustatzen zitzaizun lehen?

Bai, lehen asko.

- Istorioak eta?

Bai, lehen hori ikusi gabe ez nintzen joaten ohera eta orain ya...

- Orain astean behin botatzen dute, gainera...

Bitan, astean bitan.

- Uste duzu astean bitan botatzeak igual galtzen duela apur bat erritmoa?

Igual bai.

- Baina gehien bat pertsonaiak, ezta?

Bai.

- Eta esan duzu *Mujeres y hombres y viceversa* ere bai ikusten duzula, ezta? Zergatik ikusten duzu saio hori? Hau da, zer da gustatzen zaizuna saio horretatik?

Izatea polemikak. Beti baten batek gezurra esaten du eta leporatu egiten zaio gezurra esan duela eta... Polita iruditzen zait.

- Polita iruditzen zaizu eztabaida hori.

Bai.

- Eta ikusten diren harremanak? Hau da, zer uste duzu pertsonaien inguruan?

Flipatu samarrak direla.

- Zergatik?

Harroputz batzuk dira, beti gezurretan, beti diruagatik.

- Nik ezagutzen dudanagatik, grabatzen dituzte euren zitak, ezta? Platotik kanpora. Eta gero ikusten dute denen artean zita hori eta gero komentatu egiten du platoan. Zuk esaten duzun polemika... Zein polemika esaten duzu? Platoan gertatzen diren...?

Hor dagoen publikoak esaten du dagoen tronista bat ikusi zuela beste mutil batekin eta gero tronista horrek esaten du gezurra dela... Dena korapilatu egiten da.

- Zenbat denbora irauten du eguerditan?

Ordu t'erdi.

- Orduan, etxera heldu, bazkaldu korrika eta telebistan jartzen zara?

Bai, bai.

- Eta egunero galdu gabe?

Bai, bai.

- Bestela, *Mujeres y hombres y viceversa* aparte esan duzu ez daukazula ohiturarik ezer ikusteko.

Orain, eguerdian noizbehinka notiziak ikusten ditut, baina bestela ez.

- Eta gauetako *Física o química, Los protegidos*...?

Ez, ezer ez.

- **Partiduak noizean behin, daudenean. Kirol zalea zara ikusten dudanagatik, ez? Zeren futbola eta pilota egiten duzu...**

Bai.

- **Eta, esan didazu, badaukazula koadrila, normalean irteten zaretela. Zenbat pertsona esan duzu?**

Hamasei / hamazazpi.

- **Denak mutilak?**

Bai.

- **Eta adin berdinekoak?**

Bai.

- **Badakizu zure koadrilan zer ikusten den telebistan?**

Física o química, Los protegidos, gauetan. Goenkale ere asko ikusten dute. Mujeres y hombres ere bai.

- **Eta zelan dakizu hori ikusten dutela?**

Komentatzen dutelako elkarren artean.

- **Orduan, gutxi gorabehera zu ere enteratuta egongo zara, ezta?**

Ez, atenzio handirik ez dut jartzen.

- **Eta zertaz esan duzu hitz egiten dutela? Física o química, Los protegidos...**

...El barco, Mujeres y hombres...

- **Esango zenuke, Eneko, badagoela telebista saioen bat denok ikusten duzuen?**

Ez, ez litzateke egongo.

- **Aipatu duzu zuk ikusten duzula Mujeres y hombres, zure koadrilakoak ere bai...**

Batzuek bai, baina beste batzuek esaten dute nazka ematen diela; ez dute ikusten.

- **Eta zuek hitz egiten duzuen horren inguruan lagun taldean besteek zer egiten dute?**

Besteek beste zer edo zertaz; ez dute atenzioa jartzen.

- **Inor ez duzue animatu Mujeres y hombres ikustera?**

Ez. "Mierda bat da, eta mierda bat da, eta..."

- **Zuri nork animatu zintuen ikustera?**

Lehenengo aldiz, hasi zenetik gustatu zitzaidan.

- **Baina badarama denboratxoa...**

Bai, hiru urte edo egingo ditu.

- **Eta orain dela hiru urtetik ikusten duzu?**

Bai, hasi zenetik.

- **Badago koadrilako norbait zuei entzunda hasi dela ikusten?**

Ez dakit, nik dakidala bi edo hiru bai, baina besteak hasieratik.

- **Komentatu duzu eurek bai ikusten dituztela serieak, ezta?**

Bai.

- Zu zelan sentitzen zara serieetaz berbatan hasten direnean? Noizbait baztertuta sentitu zara?

Ez. Bakoitzak bere gustuak dauzka, eta haiei gustatzen zaiena niri ez zait gustatu beharrik.

- Orduan, ez duzu uste lagun arteak eragina eduki ahal duenik zure aukeraketan?

Igual pixka bat eduki dezake, baina ez zait iruditzen asko.

- Pixka bat esaten duzunean zein zentzutan esan nahi duzu?

Ez dakit, denek ikusten badute, zuk bakarrik ez eta denbora guztian hortaz ari badira hizketan, pixka bat kanpora geratzen zara.

- Enteratuta egoteko apurtxo bat, ezta?

Bai.

- Eta asko hitz egiten da zure lagun taldean telebistako saioen inguruan?

Asko-asko ere ez, normalean gutxi, baina zer edo zer bai.

- Zenbat da "zer edo zer", gutxi gorabehera?

Klasera sartu aurretik hizketan aritzen gara, jolastorduan ordu laurden bat...

- Klasera sartu aurretik egunero bezperako...?

Bezperan zer edo zer baldin badago, zer edo zer kontatzen dute.

- Eta errekreo orduan ere bai, eta, gero, arratsaldean, adibidez, gaur elkartzan zaretenean?

Ez, arratsaldetan... Igual tarteka noizean noiz, baina normalean, ez.

- Badakizu interneten bideoak ikusten dituzten zure lagunek?

Bai, bai. Kantak begiratu, gehiena.

- Zure moduan, orduan?

Gehienek bai. Edo, bestela, rallyak, edo ez-dakit-zeinen partiduen erresumena...

- Baina bideoetan jartzen dute partiduen erresumena?

Bai.

- Eta badakizu Youtuben izaten den edo badaukaten ohitura beste telebistako kateen webguneetan?

Nik dakidala, Youtuben.

- Esan didazu, orduan, asko hitz egiten dela goizetan, patioan eta...

Bai, eskolara sartu aurretik.

- Esan didazu bakoitzak dituela bere gustuak eta ez duzula uste eragina daukanik koadrilan ikusten dena.

Ez.

- Ez duzu uste, orduan, norbaitek bereziki eduki dezakeenik botere gehiago konbentzitzeko besteei?

Ez zait iruditzen.

- Eta, lagun taldean baino, uste duzu ikusten duzuna, adibidez, *Mujeres y hombres y viceversa* eragina daukala zuregan?

Ez dakit, pixka bat eduki ahal du.

- **Pentsatu duzu noizbait horren inguruan?**

Ez.

- **Esan nahi dut, adibidez, pertsonaien jokatzeko modua, ez? Hor ikusten dira harremanak neska eta mutilen artean... Daude harreman tipo batzuk ikusten direnak: nola jokatu neska batekin edo... Pentsatu duzu noizbait horrek eragina eduki dezakeela zure jokatzeko eran?**

Ez, ez dut uste.

- **Eta janzkerak edo?**

Ez. Denak igualtxo janzten dira.

- **Eta zu beste modu batera.**

Bai.

- **Azkeneko pare bat galdera egin nahi dizkizut, Eneko. Ez dizut galdetu ea batera ikusten duzuen zerbait. Ateratzen zareten lagun taldea batera eta joaten zarete norbaiten etxera zerbait ikustera?**

Ez. Partiduren bat badago, tabernaren batera.

- **Azkeneko galdera da, Eneko: Esan didazu euskarazko saioak... Lehen *Goenkale* ikusten zenuela. Zure taldean *Goenkale* asko ikusten da?**

Dexente.

- **Eta *Goenkaleren* inguruan ere hitz egingo da, suposatzen dut.**

Bai.

- **Fijatu zara noizbait euskarazko edo gaztelarazko saioak zein hizkuntzatan komentatzen dituzuen?**

Euskaraz gehien bat.

- **Orduan ez duzu uste eragina daukala gaztelaniaz izatea telebista saioa gero zuek joera gaztelaniara edukitzeko?**

Igual eduki dezake, baina gure artean, behintzat, euskaraz komentatzen da dena.

- **Eta ez duzu uste eragin handia daukanik...**

Ez, ez dut uste.

- **Beno, Eneko, ez dakit beste zerbait komentatu nahi duzun honen inguruan. Nire partetik, hauxe da jakin nahi nuena. Zuk zer ikusten duzun, zure lagunek zer ikusten duten eta horrek zer eragin eduki ahal duen lagun taldean.**

[BB, N:9] Iraide, 14 urte. Bidasoa Behea.

- **Elkarrizketarekin hasteko, kontatuko didazu zer egiten duzun klasetik irteten zarenean?**

Gelditu lagunekin edo konektatu Tuentian eta horrela.

- **Ez daukazu aisialdiko aktibitate...**

Ez.

- **Telebista noiz ikusten duzu, Iraide?**

Gaueetan batez ere.

- **Astelehenetik iganderaino?**

Beno, ez. Igandetan ikusten dut, baina bestela ez. Astelehenetik ostiralera ez dut ikusten, zeren azterketekin eta horrela, ez. Bestela, asteburutan bai.

- **Eta zer da telebistan ikusten duzuna?**

Pelikulak eta serieak.

- **Zein serie ikusten dituzu?**

El barco eta horrela.

- **"Eta horrela" zer da?**

El barco, La que se avecina, Los protegidos...

- **Eta zer da gustatzen zaizuna serieetatik?**

Ez dakit.

- **Adibidez, *El barcon*? Istorioa bera gustatzen zaizu, pertsonaiak...?**

Istorioa. Pertsonaiak ere, baina istorioa.

- **Zergatik gustatzen zaizu istorioa?**

Polita da.

- **Zergatik?**

Ez dakit.

- **Polita gertatzen direlako mutil eta nesken arteko istorioak?**

Bai.

- **Intriga dagoelako?**

Bai, bietatik.

- **Neska eta mutilen arteko istorioak gustatzen zaizkizu?**

Bai.

- **Eta pertsonaiak, adibidez? Zein gustatzen zaizu pertsonaietatik?**

Ulises.

- **Zergatik gustatzen zaizu Ulises?**

Oso guapoa delako.

- **Janzkera pertsonaiena, adibidez? Fijatu zara noizbait?**

Bai. Joaten dira tiranteetan eta horrela, markatzeko muskuloak.

- **Los protegidosen zer da gustatzen zaizuna serietik?**

Berdina. Da intriga ere.

- **Baina ez daude hainbeste pertsonaia gazteak, ezta? *El barcon* gehiago dira.**

Protegidosen dira umeak bezala ere.

- **Esan nahi dut: Daude umeak, daude anai-arrebak... Eta denen istorioa gustatzen zaizu edo bereziki...?**

Denenak.

- **Izan daiteke ere *El barco* gustatzen zaizula gazteak agertzen direlako?**

Bai.

- **Aukeratu beharko bazenu *El barco* edo *Los protegidos*?**

Los protegidos.

- **Zergatik?**

Ez dakit, baina gustatzen zait.

- **Asko gustatzen zaizu.**

Bai.

- **Euskarazko saiorik ikusten duzu, Iraide?**

Ikusten nuen *Goenkale*, baina ya ez.

- **Noiztik ez duzu ikusten?**

Hilabeteak.

- **Zergatik utzi zenion ikusteari?**

Aldatzen dituzte pertsonaiak eta galtzen naiz.

- **Ez dakizu nor den nor, ez?**

Ez.

- **Orokorrean zer esango zenuke *Goenkaleren* inguruan?**

Ondo dago.

- **Istorioak gustatzen zaizkizu.**

Bai.

- **Beste saiorik serieetaz aparte? Asko aipatu da, adibidez, *Los Simpson*...**

Bai, baina...

- **Ez duzu ohiturarik ikusteko. Aipatzen da asko ere *Mujeres y hombres y viceversa*.**

A, bai!

- **Hori ere bai?**

Bai.

- **Egunero ikusten duzu?**

Ez.

- **Eguerditan etxera joaten zara bazkaltzera?**

Ez.

- Horregatik igual ez duzu ikusten. Eta zein iritzi daukazu *Mujeres y hombres y viceversaren* inguruan?

Ez dakit. Ematen du dena gezurra.

- Eta orduan zer da gustatzen zaizuna dena gezurra bada?

Ez dakit.

- Atzo esaten zidan mutiko batek gustatzen zaiola asko eztabaidak ikustea.

Ya, bai.

- Horrek engantxatzen du?

Bai.

- Ordenagailuan badaukazu ohiturarik, adibidez, sartzeko Antena 3eko webgunean?

Bai. Ikusteko serie bat ez dudana ikusi ikusten dut hor.

- Orduan ez duzu jarraitzen telebistako ordutegi fijoak?

Ez.

- Beranduago konektatzen zara. Eta Antena 3era sartzen zara?

Bai.

- Beste lekuren batean ikusten duzu?

Ez.

- Eta bideoak Youtuben ikusten dituzu?

Ez.

- Ez daukazu ohiturarik. Mugikorra badaukazu, Iraide?

Bai.

- Eta badaukazu aukerarik grabatzeko gauzak mugikorrean?

Ez dakit, uste dut baietz.

- Baina ez zara saiatu.

Ez.

- Eta bideoak ikusi?

Bai.

- Mugikorrean esan nahi dut, e?

Bai, bai.

- Eta internetera konektatuta ikusten dituzu?

Ez.

- Orduan grabatuta daukazu bideoak mugikorrean.

Bai.

- Zuk grabatutakoak?

Bai.

- Orduan grabatzen dituzu.

Beno, bai.

- Eta ze bideo mota grabatzen dituzu?

Egiten el tonto.

- **Lagun tartean.**

Bai.

- **"Egiten el tonto" zer da, dantzan...?**

Bai.

- **Esan didazu koadrilan zaretela... Zenbat?**

Zazpi.

- **Neskak eta mutilak edo...?**

Ez, neskak.

- **Eta adin-tarte berdinekoak zarete?**

Bai.

- **Badakizu zer ikusten duten zure lagunek telebista, Iraide?**

Berdina: *El barco, Mujeres y hombres y viceversa, Los protegidos...*

- **Denok ikusten dituzue saio berdinak.**

Bai.

- **Zergatik uste duzu gertatzen dela hori? Esan nahi dut: Nola hasten da denok batera ikusten?**

Komentatzen. Kontatzen diozu eta esaten du: "A, ba ikusiko dut." Eta gero engantxatzen zara.

- **Gogoratzen duzu, adibidez, nor hasi zen lehenengo zure koadrilan *El barco* ikusten?**

Bai. Allende.

- **Berak zer egin zuen?**

Kontatu. Esan: "Ze polita no-sé-qué..." Orduan, hasi ginen ikusten, gustatu zitzaigun eta jarraitu genuen ikusten.

- **Eta *Los protegidos*ekin?**

Allende ere.

- **Zer da, telebista pila bat gustatzen zaio?**

Bai.

- **Eta bera enkargatzen da besteei kontatzen?**

Bai.

- ***Mujeres y hombre*ekin berdina gertatu zen?**

Ez dakit.

- **Ez zara gogoratzen.**

Ez.

- **Uste duzu bereziki Allenderen iritziak daukala garrantzi gehiago?**

Bai, badauka, bai.

- **Eta saiatu da... Demagun beste norbait beste saio bat hasi dela ikusten, baina Allende ez dena. Uste duzu beste norbaitek zerbait ikusten duela, baina lagun taldean ez zaiola kasurik egin?**

Ez.

- Ez da inor sentitu baztertuta. (...) Ez, ez? Ez dago, orduan, beste saiorik... Adibidez, zu hasi zara ikusten *American dad* eta zure lagunek esan dizute: "Hori da txorrada bat" eta orduan utzi diozu ikusteari.

Ez, ez.

- Orduan, uste duzu lagun taldeak ez daukala berez botererik norbaiti esateko zer ikusi behar duen eta ez. Pasatzen dena da kontagiatu egiten zaretela.

Bai.

- Eta badakizu interneten bideoak ikusten dituzten zure lagunek?

Ez.

- Ez dago ohiturarik.

Ez, ez dago.

- Eta musika bideorik...?

Musika bai.

- Baina musika bideoak?

Ez.

- Amaitzeko, beste galdera pare bat. Geratzen zarete zuek batera joateko norbaiten etxera zerbait ikustera?

Bai.

- Ohitura asko daukazue hori egiteko?

Bai.

- Eta geratzen zaretenean zer ikusten duzue?

Pelikulak, beldurrezkoak.

- Zein pelikula ikusi duzue azkena?

Al final de la escalera.

- Pelikulak ikusteko gelditzen zarete, baina ez telebista saioak. (...) Ez. Amaitzeko, hitz egin dugu asko zure lagun taldean eta zure artean zein harreman dagoen ikusten duzenaren inguruan, baina pentsatu duzu noizbait zuk ikusten dituzun telebista saio horiek zuregan duten eraginean?

Ez.

- Ez duzu pentsatu?

Ez.

- Eta pentsatzeko esango banizu, adibidez, *Los protegidos* edo *El barcon* ikusten dituzun jarrerak edo pertsonaien izaerak edo janzkerak uste duzu zure aukeraketan edo zure gustuetan eragina izan ahal duela?

Ez.

- Ez duzu uste imitatzen... Ez era kontziente batean, baina...

Ez.

- Kontziente zara dela fikziozko gauza bat.

Bai.

- Aipatu dizkidazun saio ia denak, *Goenkale* kenduta, gaztelaniaz dira, ezta?

Bai.

- Gaztelaniaz komentatzen dituzue saio horiek?

Bai.

- Uste duzu gaztelaniaz egoteak eragina daukala zuek gaztelaniaz egiteko?

Bai, agian bai.

- Agian bai? Zeren denok zarete euskal hiztunak, ezta?

Bai.

- Eta gaztelaniaz hitz egiten duzue zuen artean. Uste duzu telebistak badaukala zerikusia hartan?

Bai, agian bai. Tuentian hitz egiten dugu gaztelaniaz, orduan hartzen duzu mania.

- Izan daiteke ere aktoreek hitz egiten dutelako gaztelaniaz? Hau da, zuek jarraitzen dituzuen pertsonaiak...

Ez.

- Ez da horregatik. Eta zergatik uste duzu hasi zaretela gaztelaniak hitz egiten?

Ez dakit.

- Oso ondo, Iraide. Niri ez zait okurritzen beste... Zer edo zer gehiago komentatu nahi zenuke? (...) Ez. Gutxi gorabehera aipatu duguna.

[BB, N:10] Leire, 14 urte. Bidasoa Behea.

- Hasteko elkarrizketarekin, komentatuko didazu zer egiten duzun ikastolatik ateratzen zarenean?

Astean zehar normalean joaten naiz etxera; ez naiz gelditzen lagunekin. Joaten naiz lanak egitera edo estudiatzera edo, bestela, extraeskolarrak eta, gero, etxera.

- Eta zein extraeskolarrak dituzu?

Ballet, patinaje artístico eta musika.

- Instrumenturen bat jotzen duzu?

Bai, biolontxelo.

- Egunero daukazu extraeskolarrak?

Ez. Astelehenetan, ostegunetan eta asteburu goizetan.

- Bestela, esaten duzu joaten zarela etxera.

Bai, normalean bai.

- Etxeko lanak egin...

Estudiatu edo egon han, etxean egon.

- Eta etxean egoten zarenean zer egiten duzu?

Normalean edo ordenagailuan, Tuentian, edo, bestela, telebista ikusten. Baina normalean, ordenagailuan.

- Ordenagailuan, Tuentian, telebista baino gehiago.

Bai, telebista ez dut askotan ikusten.

- Badago saioen bat ikusten duzuna telebistan maiztasunarekin, astean behin bada ere? Hau da, ohitura badaukazu zerbait ikusteko telebistan?

Ez, ez daukat ohitura. Ez dut ikusten programa bat beti. Nahi badut ikusi telebista, jartzen dut eta begiratzen dut ea zer dagoen eta, gustatzen bazait, jartzen dut hori.

- Gogoratzen duzu saioen bat bereziki gustatzen zaizuna nahiz eta ez duzun ikusten...?

Bai, ikusten dut *Aquí no hay quien viva*.

- Egoten da askotan, ezta? Gauetan eta.

Bai.

- Eta zer da gustatzen zaizuna *Aquí no hay quien vivatik*? Zergatik gustatzen zaizu?

Iruditzen zait barregarria saioa.

- Umoreak engantxatzen zaitu, orduan.

Bai.

- Pertsonaiak?

Beno, bai, gustatzen zaizkit, egiten zaizkidalako barregarriak.

- Bereziki baten bat?

Ez.

- **Orokorrean.**

Bai.

- **Pentsatzen dut *Aquí no hay quien viva* dagoen bitartean *La que se avecina* ere egoten dela beste kateren batean.**

Bai, baina ez dut ikusten askotan. Noizbait bai, baina...

- ***La que se avecinako* pertsonaiak dira *Aquí no hay quien vivako* berdinak, baina telebista katez aldatu ziren eta orain biak batera botatzen ari dira. Baina bata da edizio zaharra eta bestea berria. Orduan, zaharra gustatzen zaizu.**

Bai, gehiago bai.

- **Beste telebista saiorik gogoratzen duzuna?**

Ikusten dut *Bones*. Badakizu zer den?

- **Bai.**

Orain gero eta gutxiago, baina lehen bai ikusten nuen askotan.

- **Eta zergatik gustatzen zaizu *Bones*?**

Iruditzen zait interesgarria.

- **"Interesgarria" hori nondik dator?**

Ez dakit, iruditzen zait gaia.

- **Intriga izan daiteke interesgarria?**

Bai.

- **Edo gaia: zer gertatu den hildako pertsonarekin...? Gaia bera gustatzen zaizu.**

Bai.

- **Euskarazko telebista saiorik ikusteko ohitura badaukazu?**

Ez.

- **Ez duzu euskarazko saiorik ikusi izan.**

Ez.

- **Zein iritzi daukazu zuk euskarazko telebistaren inguruan?**

Niri gustatzen zait, baina nahiago dut gaztelaniaz ikusi telebista. Baina iruditzen zait ondo egotea euskarazko kateak.

- **Baina zuretzat ez?**

Ez.

- **Gaztelaniazkoa nahiago duzu?**

Bai.

- **Zergatik nahiago duzu gaztelaniazkoa?**

Ez dakit. Txikitatik ikusi dut telebista horrela, eta iruditzen zait pixka bat arraroa ikustea euskaraz.

- **Zer da, oso artifiziala iruditzen zaizu?**

Bai.

- **Ohitura da azkenean, ezta?**

Bai.

- Ordenagailuan bideoak ikusteko ohitura badaukazu?

Ez. Egoten naiz Youtuben, baina entzuten musika.

- Youtubeko bideoak ikusten dituzu musikaren ingurukoak, orduan.

Bai.

-Baina ez daukazu ohiturarik bideoak ikusten egoteko?

Beno, bai ikusi izan ditut... Nik lehengo urtera arte egin dut dantza eta irakaslearen semeak egiten du dantza oso ondo eta batzuetan zintzilikatzen ditu bideoak, eta bai ikusi izan ditut bere bideoak.

- Irakaslearen semearenak dantza egiten.

Bai.

- Ikusteko nola egiten duen dantza.

Bai.

- Eta musika entzun egiten duzu, ikusten dituzu bideoak edo...?

Musika entzuten dudanean normalean jartzen dut bideoklipa eta agian batzuetan ikusten dut, baina besteetan ez, bakarrik entzun.

- Edukitzen duzu fondoan eta bitartean beste zerbait egiten duzu.

Bai.

- Eta mugikorrik badaukazu?

Bai.

- Mugikorrean grabatzen dituzu bideoak?

Batzuetan, lagunekin.

- Zein bideo mota izaten dira, edo zer da grabatzen duzuen?

Batzuetan egiten dute dantza bat edo horrela eta grabatzen dugu gure mobilekin, baina gero nire mobiletik ez doaz inora.

- Bertan gelditzen dira.

Bai.

- Eta internetera sartzeko ohitura badaukazu mugikorretik?

Ez.

- Zein dantza mota edo zein bideo mota musikarenak gustatzen zaizkizu? Aipatzearren talderen bat edo.

Gustatzen zaizkit asko, orokorrean, baina gehien bat gustatzen zait pop musika.

- Talderen bat aipatuko zenuke?

Talde bat ez, baina kantante bat... Badakizu zein den Adele?

- Ez.

Gustatzen zait bere musika.

- Esan didazu badaukazula lagun talde finko bat, ezta?

Bai.

- Zenbat pertsonak osatzen duzue?

Hamabost.

- Zarete denak neskak...?

Denak neskak.

- Eta adin berdinekoak?

Bai.

- Klasean badago, orduan, zure koadrilakoren bat edo?

Nire klasean aurten ez, tokatu zait bakarrik, baina gure eskolan gaude hamaika koadrilakoak eta, gero, beste lau pertsona joaten direnak beste eskola batetara.

- Eta badakizu zure koadrilakoek zer ikusten duten telebistan?

Bai, gutxi gorabehera bai. Badaude nire koadrilako asko ikusten dutela *El barco* seriea, askotan. Beste batzuek ere *Aquí no hay quien viva*, *Bones* ere, eta hori uste dut gehien bat ikusten dutela.

- Hitz egiten dute lagun artean *El barcoren* inguruan?

Bai, askotan.

- Eta nola sentitzen zara zu?

Sentitzen naiz ondo, zergatik ere bai badago jendea ez duena ikusten, orduan, ez zait inporta.

- Inoiz sentitu zara pixka bat... ez dakit hitza den "baztertuta", baina sentitu duzu noizbait beharra *El barco* ikusteko zure lagun taldean galduta ez sentitzeko?

Ez.

- Eta uste duzu saio bat ez ikusteak, gehienok ikusten dutena, izan dezakeela horrek eragina? Asko hitz egiten duzuela esan baduzu, ikusten ez duen pertsona nola sentitzen dela uste duzu?

Egun batean gelditzen bagara, adibidez, nik ez dudala ikusten eta beste hainbat pertsonak ikusten dutela, agian hor bai ahal zarela sentitu pixka bat baztertuta, zeren, denek ikusten badute, agian bai ahal zara gelditu... zeren ez dakizu zertaz ari diren hitz egiten. Baina normalean ez, zeren ikusten dutenek hitz egiten dute beraien artean, eta orduan ez dutenek ikusten beste edozein gauzez hitz egin dezakete.

- Uste duzu badela motibo bat bereizten duena koadrila? Momentu konkretu batzuetan, e?

Nola?

- Esan nahi dut, hitz egiten jartzen direnean beraien artean uste duzu askotan gertatzen dela hori: beraien artean jartzen direla hitz egiten eta bereizi egiten dela momentu konkretu batzuetan koadrila?

Agian bai, baina nik uste dut bakarrik hitz egitean *El barcoz* ez. Orokorrean, nik uste dut koadrilako batek daukala arazo bat edo zerbait eta kontatzen dio norbaiti, eta kasu batzuetan ikusi daiteke separatuta bezala. Baina ez askotan.

- Esaten duzu ez dela bereziki telebistaren eragina bereizketa hori.

Ez.

- Beti egon dira koadriletan bandoak edo talde ezberdinak, pertsona oso ezberdinak... Uste duzu bereziki pertsona baten edo batzuen iritziak bereziki garrantzi gehiago izan ahal duela momentu batzuetan?

Agian bai. Nik uste dut lagun batzuek esaten badutela zerbait beste batzuek pentsatzen dutela dela inportanteagoa beraiek esaten dutena beste edozein koadrilakoak esaten duena baino.

- Eta buruan daukazun pertsona horiek, imajinatu, saio bat ikusten hasten direla. Horrek zein eragin dauka besteengan?

Nik uste dut baten batek ere ikusiko zuela beraiek ikusten dutelako, baina denek ez. Nik uste dut gehienek ez dutela ikusiko; ez badutela nahi beraiek, ez dutela ikusiko.

- Orduan da gehiago aukeraketa pertsonal bat lagunentzako aukeraketa baino, zure iritziz.

Bai.

- Badago saioen bat dakizuna denok ikusten duzuela.

Ez.

- Badakizu zure lagunek bideoak ikusten dituzten interneten?

Nire lagun batek ikusten du... Nola esan dizudan irakaslearen semearen dantzak? Badago bat ikusten dituela ere bai. Beste batzuek batzuetan ikusten dute *El barco*, baina interneten, galdu dutelako zerbait edo beraiek nahi dutelako.

- Eta non ikusten dute: Youtuben edo Antena 3en?

Antena3.com. Gero, nik uste dut bideoak ez dituztela ikusten.

- Hau da, ez daukazue ohitura handirik ikusteko bideo bat, adibidez, umorezko zerbait eta komentatzen duzue: "Ikusi dut Youtuben ez-dakit-zein bideo, oso ondo dago, ikusi!"

Ez, normalean ez. Agian noizbait esan digute: "Begiratu bideo hau interneten" eta bai begiratzen dugu, baina normalean ez dugu ikusten.

- Eta nork esaten dizue?

Edo koadrilakoak ez diren lagunak edo Tuentian norbaitek jartzen du tabloian eta norbaitek ikusten du eta esaten du: "A, begira, dago ondo".

- Baina ez da ohikoa.

Ez.

- Eta telebista saiorik edo bideorik edo... Gelditzen zarete batera ikusteko zerbait?

Ez.

- Ez daukazue ohiturarik ere. Bukatzeko, esan didazu ez daukazuela ere ohiturarik bideoak partekatzeko zuen artean Tuentin.

Ez.

- Eta hitz egin dugu bai zuk ikusten duzunaren inguruan, bai horrek zein harreman daukan zure lagunentzako ikusten dutenarekin. Orain gustatuko litzaidake zuk pentsatzea ea pentsatu duzun zuk noizbait ikusten duzuna telebistan ea zuregan eragina duen.

Niregan eragina duen?

- Ikusten dituzulako portaera konkretu batzuk, janzteko era konkretu batzuk...

Ez, nik uste dut ezetz.

- Eta zure lagun taldean? *El barco* batek izan dezakeen eragina nabaritzen duzu zerbait?

Ez, ez dut nabaritzen ezer.

- Aipatu dizkidazun saioak gaztelaniaz dira, eta esan didazu telebista gaztelaniaz ikusi izan duzula betidanik. Uste duzu horrek eragina badaukala zure koadrilan gaztelaniaz aritzeko?

Bai.

- Zein zentzutan?

Adibidez, hitz egiten badugu noizbait saio bati buruz, baldin bada gainera gaztelaniaz, hitz egiten dugu gaztelaniaz, eta nire lagunek ere ikusten dute normalean telebista gaztelaniaz. Nik uste dut badaukala eragina gure artean hitz egiteko gaztelaniaz.

- Ikusten dituzuen pertsonak gaztelaniaz hitz egiten dute. Tuentin gaztelaniaz aritzen zarete ere bai?

Bai, normalean bai.

- Eta Tuenti zuk gaztelaniaz daukazu?

Bai.

- Nire partetik hau da dena. Ez dakit beste zerbait komentatu nahi duzun.

Ez.

[DG, N:11] Ainhoa, 14 urte. Deba Garaia.

- **Hasteko elkarrizketa, kontatuko zenidake apur bat zer egiten duzun ikastolatik ateratzen zarenean?**

Lehenengo, etxera heldutakoan, meriendatu, Tuentia zabaldu eta, gero, extraeskolarrak; edukitzen dut edo ingelesa edo futbola. Hori egindakoa, etxera heldu, etxeko lanak, dutxatu eta, bukatzeko, Tuentia.

- **Egunero dauzkazu, orduan, extraeskolarrak?**

Bai.

- **Telebista noiz ikusten duzu (ikusten baduzu)?**

Aste bukaeretan gehiago.

- **Zer da telebistan ikusten duzuna, Ainhoa?**

Egoten bada serieren bat edo, hori, eta, gero, programa bat: *Mujeres y hombres y viceversa*, baina engantxatuta-engantxatuta ez nago ezeri.

- **Eta zein serie ikusten duzu? Zein da gustatzen zaizuna?**

Lehen zegoenean, *El barco* batzuetan.

- ***El barco* orain ere hasi da, ezta?**

Bai, uste dut bigarren denboraldia, baina oraindik ez dut ikusi.

- **Eta non ikusten duzu telebista? Zeren asteburutan *El barco* ez zuten botatzen lehen ere. Telebistan bertan ikusten duzu?**

Gehienetan telebistan bertan, baina Youtubetik ere ahal naiz sartu kapituluren bat ikustera.

- **Asteburutan *El barco* ez zuten botatzen lehen, ezta?**

Ez.

- **Orduan Youtuben ikusten zenuen?**

Bai, batzuetan.

- **Eta *Mujeres y hombres* telebistan.**

Bai.

- **Zer esango zenuke dela gehien gustatzen zaizuna saio horietatik? Aipatu dituzu *El barco* eta *Mujeres y hombres*, ezta? Saio gustukoaren moduan.**

El barco, Mario Casasengatik eta *Mujeres y hombres* noa bastante denbora asko ikusten eta, azkenean, engantxatu egiten zara. Jende berria sartzen dela... Baina ere ezta ez daukat beti ikusten dudala eta horrela.

- **Orduan zer da, pertsonaiak gustatzen zaizkizula?**

Bai.

- **Edo pertsonaien arteko istorioak...**

Hori da, bai.

- **Interneten, orduan, esan duzu noizean behin sartzen zarela Youtuben *El barco* ikustera, ezta? Besterik egiten duzu interneten? Esan nahi dut bideoak ikusi...**

Ez, bestela ez.

- **Ez daukazu ohiturarik Antena 3eko webgunean sartzeko zerbait ikustera?**

Ez.

- **Eta Youtuben, orduan, ez duzu ikusten ezer ez dena *El barco*?**

Musika. Youtuben sartzen naiz gehienetan musikarako.

- **Eta zer ikusten dituzu, bideoklipak Youtuben?**

Bai.

- **Edo jartzen duzu musika eta...?**

Beno, batzuetan bideoklipa, baina beste batzuetan musika bakarrik.

- **Jartzen duzu, entzuten duzu eta...**

Bai.

- **Euskarazko saiorik ikusten duzu, Ainhoa?**

Ez, ez asko. Batzuetan lehen ikusten nuen... Ez dakit zelan deitzen den. Baina ez, orain ez.

- ***Finlandia* izan ahal da?**

Wazemanken ostekoa.

- ***Finlandia*. Larunbat gauetan botatzen zutena.**

Bai, baina orain ez dut ikusten.

- **Zergatik utzi diozu ikusteari?**

Telebista ez dut ikusten orain...

- **Mugikorra badaukazu, Ainhoa?**

Bai.

- **Eta ohiturarik badaukazu mugikorrean bideoak grabatzeko?**

Ez.

- **Eta ikusteko?**

Ezta ere.

- **Erabiltzen duzu deiak egiteko, mezuak bidali...**

Bai.

- **Orduan, laburtzeko, *Mujeres y hombres* eta *El barco* telebistan gehien.**

Bai.

- ***El barco* esan duzu ikusten duzula batzuetan Youtuben, baina Youtuben gehien bat sartzen zarela musika ikusteko.**

Bai.

- **Eta da gehien gustatzen zaizu (...).**

Bai.

- **Esan dugu *Mujeres y hombres y viceversa* ere pertsonaia berriak datozela eta abar. Apur bat pertsonaiak ere gustatzen zaizkizula, ezta?**

Bai.

- Esan duzu koadrila ere badaukazula, ezta, Ainhoa?

Bai.

- Koadrila finko bat osatuta hamabi pertsonarekin.

Bai.

- Zer zarete, denak neskak?

Bai.

- Eta adin-tartea?

Adin berdina.

- Gelakoak zarete?

Ez, ni justu nago Almenen ikasten, baina Arrasatekoa naiz, eta koadrila da Gaztelupekoa. Bastante ezagutzen gara txikitatik.

- Badakizu, Ainhoa, zure lagunek zer den ikusten dutena telebistan?

El barco ikusten dute; *Mujeres y hombres* ere bai; batzuek lehen ikusten zuten *El internado* edo *Física o química*; *Finlandia* eta horrelako gauzak.

- Orduan, esango zenuke *El barco* eta *Mujeres y hombres y viceversa* direla bi saio koadrilako denok ikusten dituzuenak?

Bai. Beno, *Mujeres y hombres* denok ez, baina bai, bestela, bai.

- Eta nork animatu zaituzte ikustera saio horiek? Esan nahi dut: Zelan gertatzen da koadrila batean mundu dena hastea ikusten berdina?

El barcon izan zen bere protagonista dela Mario Casas eta aurretik egin zuen pelikula bat bastante éxito izan zuena (gure adinean behintzat, bai), *Tres metros sobre el cielo*. Eta ikusi genuen hori eta gustatu zitzaizkigun pelikula eta aktorea, eta, zelan egin behar zuen serie bat, animatu ginen ikustera.

- Eta uste duzu koadrilan norbaitek eduki ahal duela botere gehiago edo eduki ahal duela protagonismo gehiago besteok konbentzitzeko saio batzuk ikusten?

Bai, beno. Azkenean bati gustatzen bazaio, konbentzitzen dio bati, ikusten dute biek, gero, hasten badira hitz egiten, besteok animatu egiten gara ikustera eta ikusten dugu.

- Apur bat kontagiatu egiten du, ez?

Bai.

- Eta kontrakoa gertatu izan da? Esan nahi dut...

Ez. Norbaiti gustatzen bazaio serie bat, jarraituko du ikusten.

- Nahiz eta bere lagunei ez gustatu.

Hori da.

- Eta, adibidez, *Mujeres y hombres*ena hitz egiten duzuenean, ikusten ez duen pertsona horrek zelan bizi du hori koadrilan?

Ironia erabiltzen da eta denok dakigu ez duela ikusten eta hasten da esaten: "A, bai, bai, ez dakit zer pasatu zen!", baina graziarekin. Ez da inoiz bakartuta sentitzen.

- Ez da txarrera gertatzen, ez?

Hori da.

- Bera hasten da ikusiko bazuen moduan.

Bai.

- Egoerarik eman da norbaitek zerbait ikusten duela eta koadrilan esan dela: "Hori tontakeri bat da!"

Bai. Gure koadrilan daukagu konfiantza asko eta norbaitek ahal du esan: "Ez-dakit-zer ikusi nuen" eta: "Bai? Hori ikusten duzu?", baina txarrera ezta. Azkenean, bakoitzaren gustuak eta hori.

- Ez duzu uste inor sentitu izan dela apur bat kohibituta?

Gure koadrilan ez, baina ikastolan pasatu ahal da.

- Gogoratzen duzu kasuren bat?

Bai. Disney Channelen zegoen *Hannah Montanaren* ez-dakit-zer eta bazegoen neskatila bat beti jarraitzen zuela eta barre egiten zioten batzuetan, baina orain dela urte batzuk.

- Eta jarraitzen zuen *Hannah Montana* ikusten edo utzi egin zion ikusteari?

Hori ez dakit, baina kontatzen zuen jada ez zuela ikusten.

- Esan duzu, orduan, hitz egiten duzuela telebistan ikusten duzuenaz. Zein puntura arte esango zenuke telebistako programen konbertsazioak direla inportanteak zure koadrilan?

Normalean hitz egiten badugu telebistaz da kapituluren batek inpaktatu egin gaituela edo zer edo zer pasatu dela. Asteburuetan ere ez dugu hitz egiten ezta, así que garrantzi asko ezta ez dauka.

- Aste barruan ez zarete egoten, orduan.

Bai, batzuekin futbolera, asteazken eta ostiraletan, eta astean zehar batzuekin juntatzen gara.

- Baina koadrila dena batera?

Ez.

- Eta interneten badakizu zer egiten duten? Badakizu bideorik ikusten duten edo ohiturarik dagoen sartzeko telebista kateren bateko webgunean ikustera zerbait?

Lagun bat, *El barco* jarraitzen duela asko, sartzten da Youtuben, baina kapituluka. Eta *Física o química* uste dut ere bai.

- *El barcoren* jarraitzaileek jarraitzen dute telebistako programa egunean-egunean edo dabilta ikusten aurreko kapituluak?

Ez dakit, baina uste dut bai jarraitzen dutela.

- Eta musika ikusten dute zure moduan? Erabiltzen dute Youtube?

Bai, musika bai.

- Bukatzeko, gura nizun galdetu bi gauzatxo. Ea gelditzen zareten batera ikusteko zerbait; esan nahi dut, geratzen bazarete eta: "Joango gara ez-dakit-noren etxera edo gazteak dauden lekuren batera zerbait ikustera."

Ez, ez. Hori ez.

- Gehien bat da hitz egiten duzuenak kalean edo Tuentitik partekatzen duzuenak.

Bai.

- Ibili gara hitz egiten orain arte bai zuk ikusten duzunaz eta bai zure lagunek ikusten dutenaz eta horrek zein eragina daukan batak bestearekin. Baina gustatuko litzaidake jakitea ea pentsatu duzun zuk telebistan ikusten dituzun saio horiek eduki ahal duten eragina zuregan, edo zure koadrilarengan, eta zein modutan.

Kasu batzuetan ahal da pasatu hizkuntza aldatzea. Ikusten dugun programa izaten bada erdaraz, igual hitz egiterakoan zer edo zer erdaraz, baina... Gure koadrilan daukagu ohitura euskaraz hitz egiteko eta beti hitz egiten dugu euskaraz, baina... Gero, euskarazko saioak egoten badira ere, euskaraz hitz egiten dugu.

- Baina pasatu daitekeela...

Hori da. Igual erdarazko zer edo zer... Bestela, normalean ez.

- Eta jarrerak ikusten dituzuenak telebistan edo pertsonaien janzkerak...?

Janzkera ez dut uste, baina jarrerak... Norbaitek esaten badu zer edo zer ahal dugu ironiarekin egin bere kopia, baina, bestela, ez asko.

- Ez duzu uste denik oso gauza evidentea, ez?

Ez.

- Nire partetik hau izango litzateke dena. Ez dakit beste zerbait...

Ez.

[BB, M:4] Manex, 14 urte. Bidasoa Behea.

- **Hasteko elkarrizketarekin kontatuko didazu zer den egiten duzuna ikastolatik ateratzen zarenean?**

Joaten naiz etxera eta gero dauzkat askotan extraeskolarrak. Bukatu eta gero gehienetan gelditzen gara eta zazpi t'erdia / zortziak aldera joaten naiz etxera.

- **Zein extraeskolarrak dauzkat, Manex?**

Jotzen dut bajoa, gero daukat ingelesa eta egiten dut ostiraletan surf.

- **Eta esaten duzu extraeskolarraren ondoren ohitura daukazula lagunekin geratzeko.**

Bai.

- **Eta afal ordurako etxera joaten zarela.**

Bai.

- **Telebista eguneko momenturen batean ikusten duzu?**

Gehien bat eskolatik bueltatzen naizenean, extraeskolarrak joan baino lehen.

- **Hor daukazu tarte bat, ezta?**

Bai.

- **Eta zer da ikusten duzuna tarte horretan telebistan?**

Zein programa?

- **Bai.**

Dagoena, askotan, telebistan, ez? Baina gustatzen zait *The Big Bang Theory*. Gero ere ikusten dut *Los Simpson*, gustatzen zaizkit. Gustatzen zaizkidan serieak izaten dira gauetan, orduan arratsalde partean... Gauekoak bai ikusten ditut, baina tarte horretan ez ditut ikusten.

- **Orduan, esango genuke tarte horretan daukazula astitxo bat telebista ikusteko eta telebistan dagoena ikusten duzula. Baina ez duzu zuk aukeraketa egiten?**

Ez.

- **Adibidez, ez daukazu ohiturarik internetera sartu Antena 3eko webgunera...?**

Bai, bai. Batzuetan bai. Eta ikusten dut gehien bat... hori egiten dut gehien bat asteburutan. Gustatzen zaidanean ikustea serieren bat faltatu dudana astean zehar, sartzen naiz webgunean eta ikusten dut hor.

- **Eta zein serie da, adibidez?**

Aurreko urtean zegoen bigarren denboraldia *Los protegidos*ena eta nik ez nuen hartu haria lehenengo denboraldiarekin, eta, orduan, ikusi nuen bi asteburutan edo denboraldi guztia.

- **Lehenengo denboraldi guztia?**

Eta bigarrenaren zati bat. Jarraitzeko haria. Engantxatu egin nintzen.

- **Asteburu bat *Los protegidos*...**

Asteburu bat ez, bi edo hiru asteburutan. Eta gero asteartean ikusten nuen baten bat.

- **Eta gero heldu zenion hariari eta telebistan ikusi zenuen gauetan?**

Bai.

- **Orduan, esan dezakegu badaukazula ohitura interneten telebista saioak ikusteko.**

Bai.

- **Antena 3eko webguneaz gain, beste webguneren batera sartzeko ohitura badaukazu? Bideoak dituen esan nahi dut.**

Youtube.

- **Eta zer da Youtuben ikusten duzuna?**

Musika gehien bat. Musikako bideoak. Eta lagunek esaten didatenean bideo baten bat ikusteko Youtuben.

- **Musikakoa ere?**

Izan daiteke musikakoa edo izan daiteke beste edozer gauza ematen duena grazia.

- **Orduan zein da zure prozedura? Etxera heltzen zara gauean edo arratsaldean, ordenagailura konektatzen zara eta zer egiten duzu? Tuenti pizten duzu lehenengo?**

Bai, jartzen naiz Tuentin eta, baldin banago telebista ikusten, ikusten dut telebista. Edo, gauetan, normalean egoten denean jende gehiena konektatuta, hitz egiten dut zenbait pertsonekin.

- **Eta bitartean Youtuben sartzen zara...**

Bai, musika entzuten dut.

- **Mugikorra badaukazu, Manex? (...) Eta ohiturarik badaukazu mugikorrean bideoak grabatzeko?**

Momentu honetan daukat de repuesto eta ez daukat... Baina bai, bai, badaukat ohitura.

- **Eta zein bideo mota grabatzen dituzu?**

Bideoak baino gehiago argazkiak, baina, adibidez, Hondarribiko jaietan igotzen da Guadalupera goizeko seitan, eta horrelako momentuetan ahazten zaizu eramatea kamera eta beti daukazu mobila hor grabatzeko edo argazkiak ateratzeko.

- **Eta lagunekin zaudenean ohitura badaukazue grabatzeko?**

Bai, txorrada horiek.

- **Zer dira "txorrada horiek"? Gehiegi kontatu gabe, e?**

Ezin dut esplikatu. Dira txorradak que no tienen sentido.

- **Zuen arteko elkarrizketak eta?**

Bai.

- **Euskarazko saiorik ikusten duzu?**

Teleberri.

- **ETB 1ekoa?**

Bai.

- **Ikusten duzu zuk aukeratuta edo etxean jartzen dutelako?**

Etxean ez baldin badago jarrita, jartzen dut nik. Baldin badago jarrita, ikusten dut.

- **Eguneroko ohitura da, orduan, Teleberri.**

Bai.

- Zein iritzi daukazu *Teleberriren* inguruan?

Ona. Gustatzen zait.

- Euskaraz delako bereziki?

Bai. Ez daudelako ezta gauza asko.. Nire adinean, nik uste dut, ez dagoela ia ezer nire adinekoek ikusteko.

- Euskaraz esan nahi duzu?

Bai. Orduan, *Teleberrri*: dagoen gauza bakarra.

- Zure adineko jendeak aipatu izan ditu Finlandia eta Goenkale gehien bat. Zein iritzi daukazu saio horien inguruan?

Niri *Finlandia* ez zait batere gustatzen, iruditzen zait oso... Niri ez zait batere gustatzen. Gustatzen zitzaidan asko *Wazemank*, baina Finlandia ez zait batere gustatzen.

- Jende berdina da, baina.

Ya, baina ez dakit.

- Baliteke, agian, *Wazemanken* sketchak zeudela eta Finlandia gehiago da platoko asuntua.

Hori da. Izango da hori, seguraski.

- Eta zein iritzi daukazu... Esan didazu ikusten duzula *The Big Bang Theory*. Zein iritzi daukazu saioaren inguruan?

Gustatzen zait pila bat.

- Zergatik gustatzen zaizu pila bat?

Delako oso... Da hain intelijentea tipoa ematen didala grazia bere situazio horietan, berak badakidalako nola aktuatzeko duen, eta ematen dit grazia zeren gauza horiek dira justu kontrakoak egiten dituenak pertsonaia horrek.

- Ez dut ezagutzen seriea.

Da tipo bat dela oso... Deitzen da Sheldon eta dauka koefiziente intelektual oso altua. Berak beti jokatzeko duen modua da oso... Gizaki normalek jokatzeko duten eraren kontrakoa, baina berak pentsatzen du dela normala, zeren da hain azkarra...

- Gauzei buelta bat baino gehiago ematen die eta beste ikuspegi batekin ikusten dituela.

Bai.

- Eta orduan egiten ditu gauzak... Umorezko serie bat da?

Bai.

- Eta doa zelan okertzen diren gauzak tipo honengatik, ez?

Bai, horrengatik eta bere koadrila guztiarengatik. Nolako den bere lagun taldea, zer egiten duten... Gauza oso arraroak eta horrela.

- Pertsonaiek zein adin daukate?

Dira denak bukatu dutenak karrera; 27 urte edo horrela, eta dira pringatuak. Beti aritzen dira neskez hitz egiten, baina ezin dute inoiz neskarekin...

- Aipatu duzu ere *Los protegidos* ikusten zenuela, ezta? Eta zein iritzi daukazu *Los protegidosen* inguruan?

Gustatzen zait pila bat. Daukalako intriga asko eta emozio asko. Engantxatzen nau pila bat. Lehengo urtean izan zen igande gauetan.

- Pentsatzen dut momentu honetan ez dagoela, ez? Ez da hasi.

Momentu honetan, ez. Ez da hasi hirugarren denboraldia. Igande gauetan, ikusi eta gero, beti gelditzen nintzen gogoekin, zeren moztzen dute oso ondo. Eta daukan istorioa dago oso ondo pentsatuta.

- Pertsonaiekin sentitzen duzu norbaitengatik hurbiltasuna? Identifikatuta sentitzen zara norbaitekin edo bereziki pertsonaiaren bat gustatzen zaizu zerbaitengatik?

Ez.

- Istorioa izango litzateke zuretzat azpimarragarriena, ezta?

Bai.

- Beste elkarrizketetan aipatu dira beste hainbat serie eta gustatuko litzaidake jakitea zein iritzi daukazun. Aipatu dira: *Mujeres y hombres y viceversa*, *Física o química*, *El barco*, *Gran hotel*... Bereziki, horiek. Ezagutzen dituzu?

Gran hotel uste dut hasi zela aurreko astean, ez? Bai. Ez dut inoiz ikusi *Gran hotel*, egia esan, eta *El barco* ikusi dut noizbait, baina hori ere, nola hartu nuen berandu, ez nago engantxatuta. *Mujeres y hombres y viceversa* ez dut inoiz ikusi; ikusi dut noizbait eta ez zait batere gustatzen. Eta zein esan duzu bestea?

- *Física o química*...

Bai, ikusi dut noizbait. Ez dago gaizki, baina ezta ez dit... Gainera, uste dut bukatu dela.

- Bai, aurreko ekainean bukatu zen. Esan didazu badaukazula koadrila finko bat, ezta?

Bai.

- Sei eta hamar bitarteko koadrila bat. Zure adinekoak zarete denak?

Bai.

- Eta neskak, mutilak...?

Bakarrik mutilak.

- Badakizu zer ikusten duten zure lagunak?

Telebistan? Gara asko, orduan denek... Baten batek, bai, nire lagun batek ikusten du House. Beno, niri ere gustatzen zait asko House. Gehien bat ikusten dute ere bai *Cómo conocí a vuestra madre*. Nik ere ikusten dut, ez dago gaizki. *Dos hombres y medio* ere, asko. Gero, lehen ikusten genuen *Aída* koadrilako batzuk. Orain uste dut hasi egingo dela berriz.

- Ez dakit, baina orain arte ez da egon.

Ikusi nuen anuntzio bat eta jartzen zuen Carmen Machi bueltatuko zela.

- A, bai? Ba ez naiz enteratu.

Ni nengoen ere bai engantxatuta seriera.

- Igande gauetan zen, ezta?

Ya, *Los protegidos* bezala, baina ikusten nuen beste kanal batean; Paramount Comedyn ikusten nuen, ez nuen ikusten Telecincon.

- *Aída* ez zenuen ikusten Telecincon?

Ez.

- Orduan, ez zuten koinziditzen ordutegiak esan nahi duzu?

Aída da igande gauetan, baina Telecincon, eta *Los protegidos* ere, baina Antena 3en. Eta nik ikusten nuen igande gauetan Antena 3 eta, gero, *Aída* beste kanal batean, Paramount Comedyn, zegoen eguerditan.

- Ikusten zenuen beste kate batean ordutegiak ez solapatzeko.

Hori da.

- Orduan, zure lagunek beste saio pila bat ikusten dituzte. Badakizu badagoen saioen bat denok ikusten duzuen?

Ez dakit.

- Zuen artean hitz egiten duzue telebistan ikusten duzuenaz?

Bai, baina asko ezta ere.

- Zenbat da hori, gutxi gorabehera? Egunero hitz egiten duzue?

Ez, astean pare bat / hiru aldiz edo horrela.

- Momentu horietan hitz egingo da, suposatzen dut, saio batzuen inguruan, edo hitz egiten da bideoen inguruan, Youtubekoak?

Bai. Gehien bat ikusten dugu denok... Ikusten duguna denok izan daitezke partidak. Partidu inportanteak.

- Futbol partidak?

Bai.

- Baina ez dago telebista saiorik denok jarraitzen duzuen?

Ez dut uste.

- Horrekin lotuta, galdetu nahi nizun ea zein puntura arte lagun taldeak izan dezakeen eragina aukeraketan (aukeratzeko saio bat edo beste saio bat). Ikusten dut oso pluralak zaretela aukeratzeko orduan, eta horregatik galdera: Zein puntura arte lagun taldeak edo lagun taldeko norbaitek bereziki izan dezakeen botere gehiago? Ez dut esan nahi dominatzeko, baina pixkatxo bat besteengan...

Bai. Beti dago horrelako norbait, egia esan, koadrila guztietan. Ez dakit ea hau den zure galdera, ez dut oso ondo ulertu: Esan duzuna da ea norbaitek ikusten baduen serie bat eta besteei ez zaie gustatzen ea izan dezakeen eragina.

- Hori da.

Bai, izan dezake eragina, eta dexente, bai.

- Zein zentzutan? Gogoratzen duzu anekdotaren bat?

Ez, nik uste dut ez dagoela anekdotarik. Ez da bakarrik serieekin, beste zerbaitekin gertatu da, eta badakit serieren bat izan daitekeela... Nire koadrilakoren bat hasten bada ikusten *Los*

Teletubbies, adibidez, izan dezake eragina. Nahi eta berari gustatu, nik uste dut izango lukeela eragina.

- Esan nahi duzu pertsona dominante edo boterea daukan pertsona horrek *Teletubbies* ikusten hasiko balitz besteek ikusiko luketela?

Ez, alderantziz. Ikusiko balu beste norbaitek *Teletubbies*, dominante horri ez litzaioke gustatuko.

- Apur bat moztu egingo lukeela.

Bai, nik uste dut baietz.

- Eta pertsona horrek utziko liokeela ikusteari jaso litzakeen kritikengatik?

Bai.

- Eta ez duzu gogoratzen...

Nik uste dut ez dela inoiz gertatu.

- Ez da inoiz gertatu, baina esaten duzu gertatu ohi dela edo gertatu daitekeela.

Bai. Nago ziur norbaitek ikusten baduela zerbait, gertatuko dela seguru.

- Interneteko bideo kontsumoaren inguruan, badakizu zure lagunek zer ikusten duten interneten?

Nik uste dut askok ikusten dutela musika interneten eta, gero, pelikulak.

- Interneten?

Bai.

- Cinetube edo horrelako...

Bai.

- Orduan, Youtuben musika edo pelikulak. Serieak badaukazu ohitura deskargatzeko?

Ez. Serieren bat ikusteko beti izan dira bere antenan.

- Kanaleko webgunean, ezta?

Bai.

- Amaitzeko, galdera pare bat: Ohitura badaukazue geratzeko eta joateko norbaiten etxera edo lekuren batera zerbait ikustera?

Segun eguraldia, baina bai. Atzo egon nintzen nire lagun baten etxean zegoena gaixorik eta ikusi genuen pelikula bat. Normalean joaten bagara denok etxe batera izaten da beti edo jolasteko Play-ra edo, bestela, pelikulak. Serieak eta horrela ez, baina pelikulak bai. Denok gaudenean, pelikulak.

- Ohitura ere esan didazu ez daukazuela bideoak partekatze. Hau da, zuk bideo bat ikusten duzu, zintzilikatzen diozu norbaiti bere...

Ez, asko ez. Nire lagun horrekin, gehiago, baina (...) ez. Nire lagun horrekin ikusten ditugun bideoak dira oso txorrak ere bai; ez dira inoiz serioak.

- Beno, baina ikusten duzue.

Bai, lagun batzuekin, bai.

- Orduan, borobiltzeko, esango genuke zuen lagun taldean egoten den partekatze bakarra dela hitz egiten duena, ezta? Astean behin edo birritan hitz egiten duzuela ikusten duzuela ikusten duzuenaren inguruan, baina bestela bakoitzak ikusten dituela bere gauzak; futbol partiduren bat ikusten duzuela denok batera...

Bai.

- Amaitzeko, Manex, hitz egin dugu ikusten duzunaren inguruan, zure lagunek ikusten duten dutenaren inguruan... Baina pentsatu duzu noizbait zein eragin izan dezakeen ikusten duzunak zuregan edo zure lagun taldearengan? Uste duzu baduela eraginik?

Ez dut inoiz pentsatu, baina seguru aski bai daukala eragina.

- Eta zein zentzutan esaten duzu izan ahal duela eragina?

Nik uste dut pertsona bat ez dela berdina egunero ikusten baditu serieak que no tienen sentido edo baldin badago beste pertsona bat ikusten egunero zer gertatzen den munduan, Teleberrin edo ikusten dokumentalak. Orduan, badauka eragina.

- Eta zein zentzutan esaten duzu eragiten diola pertsonari?

Bere burmuinaren desarrolloan.

- Uste duzu portaeran eragina izan dezakeela?

Bai. Serie horiek, *Hermano mayor* eta horiek, izan dezakete eragin pila bat. Nik ikusten ditut, e? Baina, bai, izan dezakete eragina.

- Ikusten duzu eragina duela *Hermano mayor* batek zuregan?

Nik pentsatu dezakedana edo beste batek pentsatu dezakeena niregan ez da berdina, baina izan dezakeela... ez dizut esango ezetz.

- Jantzkerak, adibidez? Sartu gabe gauza sakonetan, jantzeko erak uste duzu eragina izan dezakeela? Pertsonaien jantzeko erak, modak, musikak...

Bai. Eragin asko.

- Ikusten duzu zure inguruan?

Jantzera gehien bat, bai. Eta musika ere bai.

- Zein kasutan, adibidez? Gogoratzen duzu adibideren bat?

Adibidez, pertsona bat baldin badoa markaz jantzita, ondo jantzita, eta beste bat baldin badoa txandal batekin dena apurtua, partxeekin eta arroparekin, nahiz eta jantziarena gustura egon horrela jantzita, badauka eragina. Eta, gero, musikan ere. Norbaitek entzuten badu musika generalki ez dena gizarteak onartua duena izan dezake eragina ere bai.

- Adibidez, aipatu dituzun saio gehienak, *Teleberri* kenduta, gaztelaniaz dira.

Gehienak ez, denak.

- Konturatu zara zein hizkuntzatan hitz egiten duzuen serie horien inguruan?

Seguru aski, erdaraz.

- Eta esango zenuke eragina daukala ikusten duzuen ia dena gaztelaniaz egoteak?

Bai.

- Non nabaritzen duzu hori?

Txikitan nik gaztelaniaz ikusten nuen oso gutxi, eta nik txikitan ez daukat oroitzapenik hitz egiten erdaraz. Orain, dena ikusten dudala gazteleraz, hitz egiten dut gazteleraz gehiago txikitan baino.

- Nabaritu duzu adinean aurrera joan zareten heinean gaztelaniara jo duzuela gehiago?

Bai.

- Eta esaten duzu uste duzula telebistak...?

Bai, izan daitekeela.

- Zein beste arrazoik uste duzu izan dezakeela eragina?

Gaztelaniaz hitz egiteko? Nik uste dut ere bai dela gizartea. Jendeak hitz egingo balu euskaraz, nire koadrilan uste dut ez zela hitz egingo erdaraz. Baina jende denak hitz egiten duenez erdaraz... Jende guztiak hitz egingo balu euskaraz, gure koadrilan ez zuten hitz egingo erdaraz, baina nola jende guztiak hitz egiten duen erdaraz...

- Eta norengandik hasten da jende guztia?

Nirea.

- Gehien bat galdetzen nizun jakiteko harremana ea ikusten diozun telebista eta bideo kontsumo horri.

Bai, nik uste dut baietz.

- Nire partetik galderak hauek ziren, ez dakit zerbait komentatzeko gogoarekin geratu zaren.

Ez.

- Ez? Nahiko ongi azaldu dugu dena, orduan?

Bai.

[UK, N:12] **Itsaso, 16 urte. Urola Kosta.**

- **Elkarrizketarekin hasteko, kontatuko zenidake apurtxo bat zer egiten duzun klasetik ateratzen zarenean?**

Normalean autobusa hartu eta Aizarnazabalera joan eta, gero, lanak badauzkagu etxean sei t'erdia aldera arte egon lanekin eta, gero, lagunekin kalera atera, zortzi / zortzi t'erdia arte. Gero, etxera joan, afaldu eta, normalean, konektatu Tuentian eta MSNan. Eta, gero, ohera.

- **Aste barruan, orduan, egunero geratzen zara lagunekin.**

Examinak badaude, Izarorekin ikasteko eta horrela, baina bai.

- **Telebista ikusten duzu, Itsaso?**

Bai.

- **Eguneko zein momentutan ikusten duzu telebista?**

Gehien bat gauean edo horrela, zeren goizean denborarik ez du ematen eta eguerdian konektatu egiten naiz; gauean esango nuke gehien.

- **Orduan, gauean konektatuta egoten zara Tuentin...**

Ez. Aurrena afaltzen dudan bitartean telebista ikusi edo, bestela, konektatu eta nazkatzen naizenean telebista ikusten dut.

- **Eta zer da telebistan ikusten duzuna?**

Normalean serieak izaten dira.

- **Adibidez, izenen bat botatzeko?**

El barco.

- **Jarraitzen duzu?**

Bai, normalean bai.

- **Astelehenetan da, ezta?**

Bai, uste dut baietz.

- **Itxaron, astelehenetan *Gran hotel* zegoen... Asteartean agian?**

Ez, uste dut biak batera direla... Ez. *Gran hotel* non dago?

- **Televisión Española.**

A, orduan ahal du izan baietz; astelehenetan, zeren Antena 3en da *El barco*.

- **Eta jarraitzen duzu orduan *El barco*.**

Bai.

- **Beste serierik?**

Lehen bai. Orain ya... Lehen gehiago ikusten nuen telebista.

- **Adibidez?**

Física o química, El internado... Horiek.

- **Horiek denak amaitu ziren, ezta?**

Bai, bukatu ziren ya denak. Orain, *El barco*.

- Serieetan aparte besterik?

Igual konkurtso batzuk edo horrela.

- Zein etortzen zaizu burura?

Atrapa un millón eta gero ere bai, eguerditan amonarengana joaten banaiz, jartzen dute *La ruleta*, eta hori ere ikusten dut.

- Baina gehiago jarrita daudelako, ezta?

Bai, ez da ni joaten naizela eta "Hau ikusi behar dut". Da jarri telebista eta hori ikusten duzula.

- Orduan, zure aukeraketa propioa esan ahal dugu *El barco* dela.

Bai.

- Asteburuetan badaukazu ohiturarik?

Egia esan ez. Normalean da jaiki eta ordenagailua, bazkaldu, ordenagailuan pixka bat egon eta gero kalera. Eta, nola zapatuetan amonarenean afaltzen dugun, telebista jartzen da, baina, partidua baldin badago, partidua ikusten da, baina bestela kalera ateratzen gara.

- Eta esaten duzunean "Jaiki eta ordenagailura joaten naiz", zer da egiten duzuna ordenagailuan?

Jaiki, egon pixka bat lo eta gero ordenagailura joan eta Messengerrean edo Tuentian konektatu ea lagunen bat konektatuta dagoen eta arratsalderako plana egiteko, ea zer egin behar dugun.

- Ohiturarik badaukazu bideoak ikusteko interneten?

Bai, musika jartzen dut.

- Eta non jartzen duzu?

Youtuben.

- Eta zer da egiten duzuna? Zelan egiten duzu?

Sartzen naiz Youtuben eta hor jartzen dut musika. Batzuetan jartzen duzu zuk gura duzun musika eta, gero, atzetik dauzkazu gehiago eta zoaz begiratzen ea politak diren edo ez.

- Hau da, zuk aukeratzen duzu bat eta berak gomendatzen dizkizu beste posible batzuk?

Bai, sartzen zara eta hori bukatzen denean gehiago dauzkazu eta zuk elegitu egiten duzu. Edo, nahi baduzu, berriro beste bat zuk nahi duzuna. Nik normalean begiratu egiten dut ea zein musika dagoen.

- Eta zer egiten duzu, musika entzuten duzun bitartean Tuentin aritzen zara edo bideoklipak ikusten dituzu?

Ez, musika jarri eta Tuentin egoten naiz.

- Beste bideo motarik ikusten duzu Youtuben?

Zuk esan duzuna, bideoklipak eta horrela, eta lagunen batek esanda "Begira ezazu hau ze..." barre egiteko.

- Ohiturarik badaukazu, adibidez, Antena 3eko webgunean sartzeko?

Bai, sartuta nago. Agian, gauean nekatuta nagoelako ez dut ikusi eta hurrengo egunean sartu eta hor ikusi.

- Eta ikusten duzu Antena 3eko webgunean

Bai.

- Eta askotan egiten duzu hori?

Ez, lehen gehiago, *Física o química*rekin. *El barcore*kin normalean ikusi egiten dut.

- Ikusten duzu telebistan, ezta?

Bai.

- Eta zer da *El barcore*na gustatzen zaizuna, Itsaso?

Ez dakit. Beti zer edo zer pasatzen dela. Dena ondo doa eta beti zer edo zer pasatzen da, eta beti zaude intrigarekin ea zer pasako den. Normalean egiten dute moztu hurrengo kapitulurako eta daukazu gogoia ikusteko ea zer pasa behar den.

- Intriga hori, ez? Istorioak berak daukan tentsioa.

Bai.

- Pertsonaien inguruan zer esango zenuke? Gustatzen zaizkizu, ez, gauza bat bereziki fijatzen zarena?

Batzuk aktore onak dira, eta beste batzuk, ez horrenbeste; fijatzen zara ea ondo egiten duten ala gaizki egiten duten. Nire ustez denek ondo egiten dute. Batzuk gustuko dituzu eta beste batzuk ez; adibidez, gaiztoak baldin badira, ematen dizu amorrua nolakoak diren.

- Badaukazu pertsonaia gustukoren bat bereziki?

Bai, Mario Casas.

- Ulises, ezta?

Bai.

- Zergatik?

Ez dakit, tipoa da Ainhoari gogor bezala egiten diola, baina azkenean berak ceditzen duela beti. Beti dago kontraesan hori. Eta gero ere bai ume txikia; Ainhoaren umea.

- Euskarazko telebista saiorik ikusten duzu? Edo ikusi izan duzu?

Goenkale.

- Urte askotan jarraitu izan duzu?

Bai. Orain ya ez. Maria Luisa hil zenean ya ez zait gustatzen.

- Hortik aurrera gutxi.

Ikusi igual bai, baina lehen zen gauero ikusten zenuela, eta orain ya noizean behin. Gainera, ez dago gauero.

- Astean bitan.

Astlehena eta astearte. Ez dut ya segitzen. Gero, *Oh happy day!* ere ikusita daukat, *Mihiluze* ere bai eta ez dakit gehiago.

- Eta zergatik utzi diozu ikusteari?

Mihiluze igual gehiago zen afarietan zer edo zer jartzeagatik eta nola polita izaten den eta ahal duzun zuk ere bai familiarekin komentatu... Eta *Goenkale* txiki-txikitatik ikusi dugu, baina Maria Luisa joan zenetik ez zitzaidan horrenbeste gustatzen, beti iguala zen eta, azkenean, laga. Eta *Oh happy day!* bukatu da ya.

- Mugikorrik badaukazu, Itsaso?

Bai.

- Eta ohiturarik badaukazu mugikorrarekin bideoak grabatzeko?

Bideoak grabatzeko ez horrenbeste, baina argazkiak ateratzeko bai.

- Eta mugikorrean internetera sartu eta...?

Ez, hori ez.

- Argazkiak zeren ingurukoak ateratzen dituzu?

Geu, lagunak. Nonbaitera joaten garela edo arratsalde batean sin más, atera egiten ditugu.

- Aipatu duzu gehien bat ibiltzen zaretela hiru lagun, ezta?

Bai.

- Aizarnazabalekoak hirurak?

Ez. Ni naiz Aizarnazabalekoa, bat Arroakoa eta beste bat Arroakoa, baina Zestoan bizi da.

- Baina gero Aizarnazabalen zuek elkartzen zarete lagun talde batekin?

Bai, dexente handia.

- Baina koadrila-koadrila moduan esaten duzu hiru horiek...

Bai, zeren gehien bat nonbaitera joan behar denean hirurok juntatzen gara. Gero besteekin juntatzen gara gauetan eta. Eta arratsaldeetan ere bai, baina nola Aizarnazabalen elkartzen garen, denok batera ibiltzen gara. Baina, zer edo zer pasatzen baldin bada, ni bertakoa naizelako tiratu egiten dut hango batzuegana, baina beste biak ez. Beno, batek nahiko konfiantza hartu du, baina ni naiz gehiago...

- ... Erdibidean zaudena, ezta?

Bai, baina larunbat gauetarako bakarrik.

- Neskak zarete denok?

Ez. Gu hirurok neskak gara eta, gero, beste bi neskak dira, baina ez dira asko ateratzen, eta beste denak mutilak.

- Eta denek adin-tarte antzerakoa...?

Ez. Gazteena da ni baino urte bat gazteagoa eta zaharrenak, hogeita bat.

- Orduan, adin tarte ezberdineko...

Bai. Nola izatez gutxi garen eta koadrilan ez dagoen...

- Denak elkartzen zarete.

Bai.

- Badakizu, Itsaso, zure lagunek zer egiten duten telebistan?

Nik bezala serieak eta horrela; hirurek behintzat bai. Aizarnazabalen ere *Goenkale* ikusten dute, badakit jarraitzen dutela, eta ere bai serie eta partiduak.

- Futbol partiduak.

Futbolarenak eta pilotarenak. Eta, gero, motorrak eta karrerak; formula 1 eta horiek.

- Zentratuko gara zure hiru pertsonako lagun taldean?

Bai.

- Esango zenuke badagoen saioen bat hirurek ikusten duzuenara?

Hirurok ez dakit ikusten dugun baten bat. Zeren badakit *El barco* Izarok ikusten duela eta nik ere bai, baina Carmenek ez du ikusten. Beno, batzuetan bai, baina...

- Ez zenuke esango.

Ez.

- Ez da hitz egiten asko zuen artean telebista saioen inguruan?

Egia esan, ez. Gehiago da zer egin behar dugun edo zer egin dugun. Adibidez, *Los hombres de Paco* zegoenean, bai, hirurok ikusten genuen.

- Eta konturatu zinen agian gehiago hitz egiten zela?

Bai. Hirurok gauza bera ikusten genuenean gehiago hitz egiten zen: "Hau pasatu da" edo "zer pasa da?" Baina batek ez badu ikusi da: "Zer pasa da ba? (...) A, eta zein da hori?"

- Zabiltza galduta, ezta?

Bai. Biak gaudenean eta biak hitz egiten dugunean, bai hitz egiten dugu, baina hirurok gaudenean beste zer edo zertaz hitz egiten dugu. Edo, igual, zer edo zer ikusi dugula eta komentatu, bai: "Hau ikusi nuen" "Bai?" Baina hirurok ez dut uste.

- Esan ahal dugu, orduan, ez daukazuela jarraipen oso-oso fan, edo ez zaretela ezerena bereziki eta horrek denbora asko hitz egiteko ematen duela koadrilan.

Ez.

- Eta Aizarnazabaleko koadrilarekin nabari duzu zerbait? Badago zerbait behin eta berriz...?

Bai. Partiduak egoten badira, partiduak komentatzen dituzte, baina normalean denek ikusten dute *Goenkale*. Gauean ateratzen dira eta "*Goenkale* ikustera goaz, hau eta hau pasa behar dela" eta gero etorri eta "Zer pasa da?" Hori bai. Nola ia denek ikusten duten... Han gehiago ikusten da.

- Orduan *Goenkale*rekin gertatzen da hori, aurreko kapitulua komentatu, hurrengoan zer gertatuko den...

Bai.

- Eta zelan sentitzen zara zu hitz egiten dutenean? Zeren ez duzu ikusten, ezta?

Beno, igual nola pixka bat batzuetan ikusten dudun, galdetu egiten dut: "Eta hori nola, ba? Hori pasatzeko zer pasa da?" Eta beraiek niri esplikatu egiten didate. Beste batzuek ez dute ezer ikusten eta "Zein da hori?"

- Uste duzu Aizarnazabaleko koadrilak *Goenkale* ikusteak bultzatzen dizula zuri *Goenkale* ikustera?

Egia esan, ez.

- Konpromiso batean edo behartuta sentitzen zara?

Ez.

- Orduan, ez duzu uste lagun taldeak eragin berezirik eduki ahal duenik saio batzuk aukeratzeko?

Batzuetan bai, segun nola esaten dizuten: "Kriston polita da, ikusi ezazu", eta esaten duzu: "Beno, ba horren polita bada agian ikusi egingo dut." Horrela bai, baina komentatzen bada sin

más igual ahal dizu zuri intriga sortu eta ikusi nahi ea zer pasatzen den, baina bestela, zuri ez bazaizu gustatzen halako bat, ez duzu ikusiko.

- Horretara doa gehiago galdera, e? Igual ez zaizu hainbeste gustatzen, baina zelan zure lagunak ikusten duten duten...

Hori gustuen arabera da. Zuri ahal zaizu gustatu, adibidez, *CSI*, eta Izarori gustatzen zaio, baina niri ez zait gustatzen. Niri halako gauzak ez zaizkit gustatzen. Ikusten duena komentatzen du eta nik ez dut ikusten: "Ikusi ezazu" Eta ez, ez zait gustatzen. Hasi ikusten eta nazkatu eta kendu.

- Eta ez da gertatzen ezer? Esan nahi dut...

Ez, ez, ez, ez. "A, ez zaizu gustatzen? Ba niri bai." "A, ba niri ez horrenbeste." Bakoitzak bere gustuak esaten ditu eta ya está, baina ez du esaten "Hau ikusi behar duzu."

- Ez duzu uste, orduan, norbaiten iritziak eduki ahal duenik garrantzi gehiago?

Igual pertsona batzuenak, bai. Esaten dute: "Ikusiko dut, zeren komentatzen badute nik ya badakit." Baina, bestela, segun ere koadrila nolakoa den, gu ez gara horrela. Beti, komentatzen zer edo zer, zuk badakizu besteak ez baldin badu ikusten; ez duzu komentatzen bestea gaizki sentitzeko.

- Galdera zen gehiago norbaitek koadrilan eduki ahal duen botere edo ahots gehiago eta, imajinatu, pertsona hori hasten dela ikusten...

... Eta denek ikusten dute.

- Hori da.

Ez. Igual esaten dut: "Hau ikusten hasi naiz." "A, bai? Zertaz doa?" Eta esplikatu eta gero ya zuk erabakitzen duzu. Berak bere iritzia ematen du eta gero: "Zer, ikusi al zenuen?" "Ez." A, bale." Ikusi baldin baduzu komentatu egiten duzu eta zer edo zer ez baduzu harrapatu berari galdetu diezaiokezu, baina ez dauka inork "Hau ikusi" eta denek ikusten dute.

- Ez da pertsona batek daukala botere gehiago.

Ez.

- Eta, alderantziz, pentsatzen baduzu ez dela gertatuko... Esan nahi dut: Hasten zara zerbait ikusten eta igual komentatzen duzu lagun artean eta esaten dizute: "Hori ez ikusi, hori da.." Igual horrek apur bat baldintzatzen zaitu.

Hori pasatu izan da, bai: "Hau ikusten dut." "A, ba niri ez zait ezer gustatzen." Beno, ba zuri ez bazaizu gustatzen ez ikusi, baina niri gustatzen zait. Komentarioak badaude: "Hori ez ezazu ikusi, hori txerrikeria da" eta igual zuk ikusi eta esan: "Bai, Kriston txerrikeria da." "Ba niri gustatzen zait, ez da horren itsusia." "A, ba zuk ikusi, nik ez dut ikusiko." Baina inork ez du esaten "ez ikusi" edo "ikusiko". Bakoitzak berak erabakitzen du eta ya está.

- Aukeraketa nahiko librea da orduan, eta bakoitzak bere gustuak dauzka.

Bai. Igual lagun batek esaten dizu "Kriston polita da, ikusi ezazu" eta zuk ikusi egiten duzu, behintzat esaten dizulako polita dela. Baina gero igual ez zaizu gustatu eta ez ikusi.

- Itsaso, eta interneten badakizu ea haiek ere egiten duten erabilera berdina edo ez?

Bai, adibidez, Izaro Tuentian dagoen bitartean Antena 3en sartzen da eta telebista ikusten du. Eta nik, adibidez, ez, eta beste lagunak ere ez. Telebista badaukat bertan ez dut ikusten, baina badakit Izarok... Askotan hitz egiten dugu eta "Hau ari naiz ikusten", ya serie bat ari dela ikusten.

- Eta Youtuben musikan erabilera berdina egiten dute, edo gutxiago, edo beste zerbait ikusten dute?

Nik esan dizudana eta ere bai denok dugu ohitura musika Youtubetik aditzeko. Gero, normalean izaten dira bideo batzuk, adibidez, Tuentian tabloian ikusten duzula eta hortik sartzen zara. Musikarekin egin dezakezu edo bideo dibertigarriak, edo batzuetan egoten dira...

- Tuentin esan nahi duzu, ezta?

Bai, orduan hor sartzen zara eta ikusten duzu eta zuk segi egiten duzu, edo baten batek bidaltzen dizu...

- Hortik joaten zara Youtubera esan nahiz duzu.

Hori da. Normalean Youtube ibiltzen dugu musika entzuteko, bai bideoentzako eta dena.

- Batera ikusten duzue zerbait? Geratzen zarete, norbaiten etxera joaten zarete...?

Igual arratsalde txar bat eta: "Etorri nire etxera." Youtuben sartzen gara eta bideoak ikusten ditugu edo musika jartzen dugu, edo Tuentian edo baita ere peliak.

- Musika jartzen duzue eta hirurok Tuentian aritzen zarete?

Bai, musika jarri eta nire Tuentian denok, gero bestean sartu eta horrela.

- Kontu batean hirurak, ez? Ez bakoitza bere Tuentian.

Ez, ez. Horrela bai, baina ez gara geratu izan: "Etorri, hau erakutsi behar dizuet." Igual etxean gaude eta: "Hau erakutsiko dizuet!" Hori bai; akordatu eta...

- Baina ez zarete geratzen...

Ez.

- Hori, eguraldi txarra dagoelako edo dena delakoa...

Igual nazkatuta gaude eta : "Goazen nire etxera." Baina bestela, ez.

- Amaitzeko, Itsaso, berriro gogoraziko dugu: Partekatzea kuestionarioan esan duzu ez dela garrantzitsua, ezta? Ez daukazula ohitura gehiegi partekatzeko bideoak, ezta, zuen artean Tuentin?

Ez.

- Bukatzeko, nahi dut apur bat pentsatu dezazun ea ikusten duzunak telebistan edo interneten ikusten dituzun bideoklipek, bertan gertatzen denak, pertsonaiek... uste duzun eragina duten zuregan? Zein puntura arte, edo pentsatu duzun noizbait horren inguruan...?

Nire ustez, serieak, segun eta zer gustatzen zaizun edo zein motatakoa den, ere bai da zure gustuak edo zu nolakoa zaren. Adibidez, *CSI* eta tiroteoak ez baldin bazaizkizu gustatzen, ez zara... Ez dakit, gustuen araberakoa dela. Musikarekin, adibidez, diferentea da popa edo heavya aditzea. Bakoitza zure pertsonalitatea ere bada: kantu lasaiak, erromantikoa zarela; heavya, ahal zara izan erromantikoa, baina ere bai un poquito...

- Ondo, e? Baina zein puntura arte zuk esaten duzu: "Ni naiz horrelakoa eta ni naizen moduan aukeratzen dut." Baina zein puntura arte gertatu ahal da alderantziz?

Berak zuri aldatu?

- Hori da.

Batzuetan, hasten zara ikusten, eta zuri berez ez zaizkizula gustatzen, baina igual pasatzea aldatu egiten dizula, ahal dizula gero: "Beno, ba, hau gustatzen bazait, ahal zaizkit ere bai honelako gauzak gustatu." Ahal dizula ere bai aldatu: serie bat gustatzea horrelakoa dela, gustatzen baldin bazait, ahal zait hau gustatu. Segun.

- Adibidez, serie asko ikusten dituzue eta serie horietan agertzen da jende asko zuen... Beno, ez hainbeste zuen adinekoa, baina apurtxo bat...

Adibidez, *Física o química*, ateratzen zen.... Reflejatzen zen ere bai gu nolakoak garen, zeren zu zaude laugarren DBHn eta igual neska bat bulimika zela, beste batek porroak erretzen zituela... Dena horrela zen, eta zu asko errelejatzen zinen ea bera nola ikusten zen. Eta gero ere bai egiten zuen: "Hori ez da egin behar edo txarra dela." Igual zuk ere bai pentsatzen duzu: "Jesus, ez da horrenbesterako..." Zuk ere errekapazitatu egiten zenuen hori ikusita.

- Esan ahal dugu *Física o química* moduko serie batek eragina eduki ahal duela gero zuk pentsatzeko gertatzen diren gauzen inguruan?

Bai.

- Jantzkerak, adibidez, zer esango zenuke? Ikusten dituzun jantzkerak *Física o química* batean badauka eragina zuen jantzteko eran?

Nire ustez alde batetik bai, zeren zuri ahal zaizu gustatu janzkera bat eta beste bat ez. Baina, ez dakit, zuk pentsatzen duzu flaka zaudela, edo gorda zaudela, eta ikusten duzu horrek ez duela inporta; bakoitzak bere janzkera duela eta igual duela horrela jantzi. Edo esaten duzu: "Hori jantzen dutela, ba guk ere bai" edo... Eta ikusten duzunean ere bai, gustatu eta: "Ba ni ere bai horrela jantziko naiz."

- Gertatu izaten da halakorik?

Niri ez zait pasa. Nik nire janzkera daukat eta kitto, baina nire ustez serieak baino gehiago dira lagunak. Igual esaten dizute: "Hori gaizki geratzen zaizu" eta lagun batek esan dizulako ya ez duzu jantzen.

- Lagunek eragin asko daukate janzkeran?

Bai.

- Baina lagun talde horren jantzteko era edo eredia ere nonbaitetik etorri ahal da...

Bai. Nirea nirea da eta kitto, baina ni tope aldatu naiz.

- Jantzteko eran?

Bai.

- Lagunek eraginda?

Ez, neu. Edadean aurrera, lehen, adibidez, arrosa odiatu egiten nuen eta orain gustatzen zait. Edo edadearen kontua edo ikusi hori ondo doala arrosez jantzita eta: "Probatu egingo dut" eta gustatu.

- Eta aipatu duzu Aizarnazabaleko koadrilan asko ikusten dela *Goenkale*, baina, gero, zure lagun talde txikian gehien bat gaztelaniazko saioak ikusten dituzu, ezta?

Bai.

- Uste duzu gaztelaniaz edo euskaraz ikustea saio bat edo beste bat eragina eduki ahal duela lagun taldean hizkuntza bat edo beste bat erabiltzerako orduan?

Guk serieak ikusten ditugu erdaraz eta euskaraz hitz egiten dugu, baina igual hasten zara: Serie hori erdaraz da, eta esplikatzen ari zara: "Sí, dijo esto" eta trak! Erdaraz esan. Horrelako gauzak, bai. Igual euskaraz bada: "Bai hau gertatzen da" eta horrela. Baina, igual, erdaraz denez, "dijo esto" eta horrela sartu egiten dira.

- Bai, beno, saioaren gauzak zabiltzatenean imitatzen, baina, ikustea miresten dituzuen pertsonaiak edo gustuko dituzuen pertsonaiak gaztelaniaz hitz egiten edo euskaraz hitz egiten, horrek...?

Ez.

- Nire partetik ez dago galdera gehiago, ez dakit zerbait pentsatzen duzun gogoarekin geratu zarela komentatzeko eta...

Ez, egia esan ez. Gustura egon naiz.

[D, M:5] Martin, 15 urte. Donostialdea.

- Elkarrizketa hasteko, kontatuko zenidake pixkatxo bat zer egiten duzun klasetik ateratzen zarenean aste barruan? Zer egiten duzu aisialdian?

Bukatutakoan eskola, lehenengo gauza etxera joan eta han egon telebistan, bazkaldu, eskolako gauzak egin edo ikasi eta arratsaldean, normalean, gelditu. Denbora laburra, baina lagunekin gelditu pixka bat.

- Eta gero afaldu eta...

Normalean gelditzen gara nahiko berandu, egoteko ordu bat edo horrela, eta gero etxera iritsi eta afaldu.

- Badakazu aisialdiko jarduerarik?

Bai.

- Ez dakit ea musika eskolara joaten zaren...

Musika eskolara bai. Han, Igeldon, trikitixa ikasten dut, eta gero ere astean bitan igeri egitera joaten naiz.

- Asteburutan ohitura gehiago daukazu kalera irteteko, etxean geratzeko...?

Bai. Lagunekin gelditzen naiz gehienetan.

- Goiz eta arratsaldetan edo...?

Ez, arratsaldetan bakarrik.

- Telebista ikusten duzun momentua zein da gehien bat? Noiz ikusten duzu telebista?

Bostetatik arratsaldeko zazpietara edo pixka bat gehiago. Ordu bat edo bi ordu.

- Aste barruan, ezta?

Bai.

- Gauetan badaukazu ohiturarik telebista ikusteko?

Noizbehinka. Baldin badago zerbait interesantea afaldu eta gero, baina bestela ez.

- Eta zer da telebistan ikusten duzuna?

Programak eta? *Otra movida*, eguerditan ere *Los Simpson* eta gauean pelikulak daudenean ikusten ditut. Ikusten baldin badut periodikoan baten bat dagoela edo.

- Otra movida eta Los Simpson dira zuk aukeratutakoak? Esan nahi dut: Zuk jartzen duzu telebista hori ikusteko?

Bai.

- Esan nahi dut: Ez da etxean jarrita dagoela eta...

Ez.

- Los Simpson ezagutzen dut, baina Otra movida ez dut asko ezagutzen. Azalduko zenidake pixkatxo bat zer den?

Ez dakit ezagutzen duzun, lehen Cuatro katean zegoen *Tonterías las justas*.

- **Bai.**

Ba orain hiru pertsona berdinak, presentatzaile berdinak, pasa dira Antena Neox, beste etxe batera.

- **Florentino Fernandez eta hauek, ezta?**

Bai. Izena aldatu du *Tonterias las justasetik Otra movida* egin du.

- **Eta Antena Neoxen daude orain. Ordutegia zer da, arratsaldean, zuk aipatu duzun...?**

Bai, esan dudan bezala; lau t'erdietatik aurrera.

- **Eta zer da gustatzen zaizuna saio horretatik?**

Tontakeriak egiten dituztenean. Gehienetan interes kulturala duten gairik ez dute ukitzen. Tontakeriak egitea, vamos.

- **Oso ageriko umorea eta...**

Bai.

- **Eta *Los Simpson*etik?**

Txikitatik gustatu zait. Egiten dituzten gauzak eta, gustuko.

- **Ohitura izan daiteke, ezta?**

Bai.

- **Eguerditan beti ohitura izan baduzu ikusteko... Pertsonaiak, istorioak, umorea ere badauka *Los Simpson*ek; ikusten dut umore aldetik doala zure aukeraketa gehiena. Pertsonaiak, *Los Simpson*ekoak, adibidez? Badaukazu pertsonaia gustukoren bat?**

Homer, aita.

- **Komikoena. Besterik? Telesailik edo realityrik ez duzu ohiturarik ikusteko edo ez duzu ikusi izan?**

El conquistador eta horrelakoak? Ez.

- **Ez duzu jarraitu horrelako programarik, ez *Los protegidos* bat edo?**

Ez. Hemengoak gutxienez, ez. Jarraitu nuen Prison break; denboraldi guztiak ikusi, baina horretaz aparte ez.

- **Badaukazu ohiturarik... Pentsatzen dut *Los Simpson* eta *Otra movida* pentsatzen dut ez dela hain erraza izango Antena 3eko webgunean ikusteko, baina ohiturarik badaukazu?**

Ordenagailu bidez ikusteko?

- **Hori da.**

Telebista ordenagailu bidez ez. Telebista, telebistan.

- **Eta ordenagailuan bideorik ikusten duzu?**

Musika eta horrela bai. Youtuben sartuta, baina telebistari buruzkoak ez.

- **Youtuben, esan duzu, musika. Ikusi edo entzun egiten duzu?**

Biak, baina gehien bat entzun.

- **Elkarrizketa askotan komentatu izan didate Youtuben jartzen dutela musika, baina beste edozein erreproduzitzaile...**

Jarri entzuteko bakarrik, ez bideoklipa ikusteko.

- Hori da.

Gehien bat entzuteko bakarrik.

- Eta bitartean beste jarduera batzuk egiten dituzu.

Bai, edo gela txukuntzen nagoenean jartzen dut ordenagailuan musika.

- Beste bideo motarik ikusten duzu Youtuben?

Musikaz aparte? Igual lagun batek gomendatu baldin badit: "Begira zer egiten duen honek" edo barregarria, ona edo interesgarria dela jartzen dut, baina bestela gutxi.

- Normalean ze bideo mota gomendatzen dizute lagunek?

Komikoak. Monologoak.

- Dira telebista kateetako pertsonaiak?

Bai. Ni ez naiz sartzen ordenagailuan telebista ikusteko, baina, adibidez, egun batean ezin nuela ikusi telebista, jartzen dute monologo bat, ezin nuela ikusi eta hurrengo egunean ordenagailuan sartzen naiz eta ikusten dut. Baina jarraitzeko ez, bakarrik noizbehinka garrantzitsua edo interesa baldin badauka.

- Galdu baduzu eta lagunek esan badute oso ondo egon zela eta.

Hori da.

- Eta badaukazu ohiturarik, adibidez, etxeko umorezko bideoak ikusteko. Esan nahi dut gomendatzen dizutela. Badaude, ezta, Youtuben bideo pila bat oso famatuak egin direnak.

Bai, esan didate behin baino gehiagotan.

- Baina zuk esaten duzu zuk ez duzula egiten, lagunek gomendatzen badizute... Eta esan duzu ohitura badaukazula grabatzeko bideoak?

Nik? Ez.

- Euskarazko saiorik ikusten duzu, Martin?

Telebistan?

- Edo ikusi izan duzu?

Bai, ikusi izan dut, baina...

- Orain ez daukazu ohiturarik horretarako.

Ez, ez daukat ohiturarik.

- Zein da zure iritzia euskarazko telebistaren inguruan? Zer iruditzen zaizu botatzen dutena telebistan, sartu gabe Euskal Telebista ente bezala.

Ea zer iruditzen zaidan.

- Bai. Bai ETB 1, ETB 3ko saioak, ezagutzen baldin badituzu, behintzat.

Gutxi ikusten ditut, baina ondo. Nik ikusten dudanean ETB 1, ikusi ditudanak gehien bat izan dira, esan dugun bezala, erdaraz *El barco* eta horrelako jarraipena duten serieak. Baina, horretaz aparte, realityak eta gero Mihiluze eta horrelako gauzak. Bestela, gehien bat ETBn nire aitak *Teleberria*; horretaz aparte, ez.

- Uste duzu zure adin tartearantzat badaudela telebista saio erakargarriak?

Bai.

- Badaude. Pasatzen dena da zure aukeraketa dela beste bat.

Baldin bada kate bat egiten duela serie bat, igual hori gure adineko gazteen artean izan daiteke interesgarria baldin bada *Física o química* bezala. Gazteak dira eta ikastetxean gertatzen da eta, orduan, askoz gehiago hurbiltzen da gure ingurura Teleberri bat bezala.

- Identifikatuago sentitzen zaretela pertsonaiak direnena gazteak, ez?

-Mugikorrik badaukazu?

Bai.

- Eta ohiturarik badaukazu mugikorrean bideoak ikusteko?

Ez. Musika.

- Musika sartzen duzu edo deskargatzen duzu...

Deskargatzen dut eta mobilean sartu.

- Nondik deskargatzen duzu?

Ares.

- Eta gero mobilean sartzen dituzu deskargak. Martin, aipatu didazu badaukazula lagun talde edo koadrila finko bat, ezta?

Bai.

- Guztiok zarete mutilak, neska eta mutilak...?

Mutilak. Gara koadrila bat mutilak, beste koadrila neskak eta noizbehinka elkartzen gara, baina normalean, mutilak.

- Aipatu duzun dozenatxo hori, mutilak. Eta adin berdinekoak.

Bai. Igual baten bat hamalau urte, baina hamabost ingurukoak.

- Badakizu zure lagunek zer ikusten duten telebistan?

Gutxi gorabehera ni bezala. Nahiko gustu berdinak ditugu. *Otra movida* badakit ikusten dutela, ere monologoak *La Sextan*, botatzen dute *El club de la comedia*. Cuatron ere bai gauetan botatzen dute *Frank de la jungla* ere ikusten dute, eta *Los Simpson* ere, eguerditan.

- Orduan, esango zenuke, adibidez, Los Simpson eta Otra movida badirela telebista saio batzuk denok ikusten dituzuenak? Frank de la jungla zuk ez duzu ikusten, adibidez.

Nik bai.

- A, ikusten duzu ere bai?

Beno, gutxitan. Bakarrik kapitulu bat egingo duela... Esaten dute, ez?: "Hurrengo astean, kapitulu honetan gertatuko da zerbait." Bestela, gehien bat, *Los Simpson*; *Los Simpson* bai ikusten dutela.

- Eta zer egiten duzue koadrilako denok berdina ikusteko? Esan nahi dut: Norbaitek animatu zaituzte ikustera?

Bai, nik uste dut hasiera batean bakoitzak bere kate ezberdinak ikusiko zituela eta, denborarekin, batek ikusi zuen aldi batean hau eta: "Jo, ba interesgarria da" eta besteak: "A, ba bai." Ikusten baduzu koadrilako batek esaten duela gustatzen zaiola, ez diozu kasu handirik

egingo, baina koadrilako guztiek esaten dute: "Ikusi dugu guztiok eta guztiok ados gaude." Orduan, gehiago interesatzen zara horretan.

- Uste duzu koadrilan norbaiten iritziak bereziki izan ahal dezakeela garrantzi gehiago? Esan nahi dut igual pertsona bat ez dela hain garrantzitsua, ez zaiola kasu gehiago egiten, beste bati gehiago...

Kasu gehiago egingo diozula pertsona bati berak esaten badu hau ondo dagoela eta hori?

- Bai.

Nik uste dut guztiak berdin. Niri esaten badit pertsona batek: "Hau interesgarria da" eta besteak: "Ba beste gauza bat interesgarria da niretzat", biak ikusiko ditut eta gustatzen zaidana ikusiko dut.

- Batera ikusten dituzue ikus-entzunezkorik? Hau da, geratzen zarete...?

Ikusteko telebista?

- Bai.

Ez, bakoitza bere kabuz. Gero gelditu eta komentatu ea zer iruditu zaigun.

- Eta asko komentatzen da? Zuek esan duzu egunero geratzen zaretela, asteburuetan ere bai... Denbora guzti horretan zenbat denbora edukitzen du telebistaren inguruan hitz egitea?

Gutxi. Justu esateko: "Lehenago gustatu zitzaizun?" "Bai, interesgarria" eta ya. Labur.

- Dena dela, esaten duzu lagunek ikusteak eragina duela ere bai zuk aukeratzeko orduan, ez?

Bai.

- Hau da, ez duzue asko hitz egiten horren inguruan eta denen iritziak balio du berdin, baina garrantzia ematen zaio.

Bai.

- Eta, interneti dagokionez, Martin, badakizu zure lagunek ohitura gehiago duten Antena 3 edo Cuatro, hau da, telebista kateetako webguneetan telebista saioak ikusteko?

Ez, ez dute ikusten. Ez dut uste, seguruenik ez. Telebistan ikusiko dute, ordenagailurik, ez.

- Galdetzen dizut hau, gehien bat, badakizu interneten beti daudela foru gehiago... Daukazu telebista saioa, baina ondoan badauzkazu foruak, daukazu aukera aktoreen arropaz hitz egiten duen ez-dakit-zein gune... Eta horregatik interesatzen zait gehien bat jakitea ea telebistan bertan ikusten duzuen. Eta Youtuben ere zure berdin? Musika ikusten dute?

Bai. Musikaz aparte, esan dudana: bideoen bat gomendatuta, baina gehien bat musika. Eta gomendatzen dizute musika eta deskargatu programetarik mobilera pasatzeko edo entzuteko etxean. Deskargatu beharrean zuzenki, egongo zarela itxaroten deskargatzeko, Youtuben sartzen zara, entzuten duzu eta gustatzen bazaizu esaten duzu: "Beno, jaitsiko dut."

- Baina lehen Youtuben beti, ezagutzeko. Amaitzeko, komentatu duzu lagun arteko aukeraketak badaukala eragina, baina galdetu nahi nizun ea ikusten duzun horrek

ponentsatu duzun ea konturatu zaren eragina daukan zuregan. Adibidez, umorea da gauza bat asko azpimarratu duzuna zuk, ezta? Telebistan ikusten duzun txistek edo umore estilo hori kontagiosoa da? Esan nahi dut: Eragina du zure umorea...?

Nik uste dut baietz. Segun zein, bai. (...) bat topatzen da eta...

- Zer topatzen da, barkatu?

Adibidez, bideo bat ikusten duzu monologo batena, bat ez dizula graziaz egiten edo ez duzu harrapatzen, ez dituzu jarraituko pertsona horrek egiten dituen monologoak, baina gustatzen bazaizu nik uste dut jarraituko duzula ikusten. Gomendatu ere esaten dizute egun batean: "Interesgarria da tipo honena." Ikusten duzu eta gustatzen bazaizu, nik uste dut beste bideo batzuk tipo berarenak ikusiko ditudala.

- Galdetu nahi nizun gehiago eragina zure izateko eran, hau da, zure portaeran edo zure pertsonan eragina duen.

Gomendatutako bideoak?

- Ez. Ikusten dituzun bideoak. Ikusten baduzu *Otra movida* eta *Otra movidan* umore estilo bat dago, ez? Txiste konkretu batzuk egiten dira gai batzuen inguruan. Umore estilo hori zuk hartzen duzu zure izaeraren barruan ere bai?

Nik uste dut baietz. Gustatzen bazaizu nik uste dut hartzen duzula eta eragiten duela zure barruan. Bestela, txiste bat kontatzen dutela *Otra movidakoak*, adibidez, ez dizu batere graziaz egiten, orduan ez zara egongo beraiekin jarraitzen. Nik uste dut bai, eragiten duela.

- Eta, aldi berean, entzuten duzun musikak badauka eragina zure izateko eran?

Bai, uste dut baietz.

- Zein zentzutan?

Adibidez, ez dakit, entzuten duzu talde baten kanta bat eta talde horrek segun zein pentsaera edo zer esaten duen... Nik uste dut kanta bat ez duzu bakarrik gustuko izango musikagatik, igual letragatik ere gustatuko zaizu edo ikusiko duzu identifikatuta...

- Eta modak ere asko etorri ahal dira, ezta, musikatik?

Bai.

- Zure kasuan?

Nire kasuan, orain modan dago musika diskotekakoa, eta ez zait batere gustatzen.

- Ez?

Ez, niri musika, gehien bat, reggae; Bob Marley, Peter Tosh eta horrelako kanta jamaikarrak.

- Estilo hori gustatzen zaizu gehien bat.

Bai.

- Aipatu didazu, amaitzeko, ikusten dituzun saio gehienak gaztelaniaz direla, ezta? Euskaraz oso gutxi: *Teleberria* jartzen dute gurasoek edo. Uste duzu gaztelaniaz ikustea telebista eta bideoak eta dena-delakoak, zure gustuko dituzun pertsonaiek telebistan gaztelaniaz hitz egiten dute, ezta? Uste duzu horrek eragina duela gero zu eta zure lagun taldeak hizkuntza erabiltzerako orduan?

Nik uste dut baietz. Ikusiko bagenu guztia erdaraz eta eskolan egotean ere erdaraz egongo bagina beti, azkenean erdaraz hitz egiten bukatuko genuke. Nik uste dut baietz. Kateetan erdaraz hitz egiten badute, hitz egingo duzu gehien bat.

- Nabaritzen duzu, adibidez, telebistako saioen inguruan hitz egiten duzuenean lagun taldean gaztelaniara jotzen duzuela gehiago? Edo ez dauka harremanik?

Nik uste dut baietz, jotzen dugula gaztelaniara, zeren zu esplikatzeko ari zara gaztelarazko kate batean gertatu dena eta gaztelaraz hitz egiten duzu: "Beraiek esan zuten hau." Beti euskarara itzultzen egon beharrean, aipatzen duzu beraiek esandakoa, eta nik uste dut gehien bat jarraitzen duzula edozer beste gauza esateko, ez duela zerikusirik horrekin, jarraitzen duzula erdaraz.

- Beno, ba nire partetik pentsatzen dut hori zela dena. Ez dakit zerbait komentatzeko gogoarekin geratu zaren edo...

[D, M:6] Julen, 12 urte. Donostialdea.

- Komentatuko zenidake pixkatxo bat zer egiten duzun klasetik ateratzen zarenean?

Klasetik ateratzen naizenean etxera joatean naiz eta gero jaisten naiz ingelesa egitera eta, etxera itzultzen naizenean etxeko lanak eginda baditut, lagunekin joaten naiz edo bestela etxean gelditzen naiz, eguraldiaren arabera. Baina eguraldi ona egiten badu, gehienetan lagunekin.

- Eta etxean geratzen bazara zer da egiten duzuna?

Etxeko lanak ez baditut bukatu, bukatu egiten ditut eta Tuenti batzuetan, euria egiten duenean, baina bestela dena kanpoan.

- Telebista eguneko zein momentutan ikusten duzu, ikusten baldin baduzu behintzat?

Lagunekin gelditu ondoren.

- Eta hori da afal ostean, afal aurretik...?

Etortzen naizenean afal aurretik... Beno, beti etortzen naizenez afal aurretik, ba afal aurretik; zortzietatik bederatziak laurden gutxietara, eta gero afal ostean, pixka bat. Horrela, adibidez, astelehen eta asteartetan niri gustatzen zaizkidan telesailak daude eta...

- Eta zein telesailak dira astelehen eta asteartetan ikusten dituzunak?

ETB 1en *Goenkale* ikusten dut eta, beste egunetan, Disney Channel, Boing, Nickelodeon edo Clan.

- Horiek dira telebista kateak, ezta?

Bai.

- Eta zein saio ikusten dituzu kate horietan?

Disney Channelen telesailak: *Los magos de Waverly Place*, *Los padrinos mágicos* eta horko telesailak; gero, Clanen ere gauetan batzuetan ikusten dut *iCarly*, Nickelodeonen ere *iCarly*, arratsaldetan, zeren lehenago botatzen dute; eta Boing ez dut bereziki ikusten asko, baina ikusten badut, *Ben 10* edo horrelako zerbait; eta, gero, aparte, Neoxen eguerdian, etxera etortzen naizenean, bazkaldu ostean, hamabost minutu dauzkat eta aprobetxatzen dut ikusteko Megatrix.

- Saio pila bat, orduan!

Bai.

- Eta zer da gustatzen zaizuna aipatu dituzun saio horietatik? Zergatik aukeratzen dituzu saio horiek?

Bereziki daudela guretzako eginda eta errepresentatzen dutela pixka bat gure bizitza. Baina segun zein telesailan, batzuek gure bizitza akzioarekin, baina beste batzuek gure bizitza normala.

- Adibidez?

Adibidez, *Goenkale*. Ia-ia ezin dituzula fikzioa eta errealitatea, zeren oso erreala iruditzen zait. Eta, gero, aparte, *iCarly*, direlako gure adineko pertsonak daukatela página web bat, eta ostiralero bideo batzuk partekatzen dituzte.

- Horren inguruan doa *iCarly*?

Bai.

- Aipatu dituzun beste telebista saioak fantasiakoak dira edo ez? Kontatuko didazu pixkatxo bat zeri buruz doazen?

Boingen izaten dira asko fantasiakoak, eta horiek gutxitan ikusten ditut, zeren beste telesailak hasi arte hori ikusten dut. Gero aparte, Neoxen batzuk dira errealitatekoak eta beste batzuk, lehen esan dizudan bezala, errealitatea fikzioarekin.

- Nahastuta, ez?

Bai.

- Badaukazu pertsonaia bereziren bat asko gustatzen zaizuna telebistan? Oso saio ezberdinak aipatu dituzu; *Goenkale* batetik *iCarly* batera... Baina badaude pertsonaiak bereziki: "Begira, gustatzen zait pertsonaia hau arrazoi honengatik edo beste hau beste honengatik..."

Bai. Adibidez, *iCarlyn* gustatzen zait Freddie, zeren oso ona da ordenagailuan efektu espezialak egiten bideoetarako, eta niri ere ondo ematen zait bideoak editatzea eta ordenagailuan ere ona naiz, eta pertsonaia hori bereziki *iCarlyn* gustuko dut.

- Identifikatuta sentitzen zarela?

Bai.

- Eta beste saioetan edo beste pertsonaiaren bat gogoratzen zarela?

Beste saioetan bereziki, ez.

- Zein iritzi daukazu *Goenkaleren* inguruan, Julen?

Urte pila bat daramat ikusten eta iruditzen zait oso telesaila ona. Gero eta hobeto egiten dute eta gustatzen zait delako telesaila euskaldun bat fama handia duena, eta beste batzuek gustuko dituzte telesaila amerikanoak, baina *Goenkaleren* sentitzen naiz identifikatuagoa nire bizitzarekin.

- Hurbilagokoa delako.

Bai.

- Aktoreren bat bereziki *Goenkale* barruan?

Ez.

- Istorioa bera da gustatzen zaizuna.

Bai.

- Pentsatzen duzu, orduan, oso hurbilekoa dela, ez?

Bai.

- Ordenagailuan ikusten duzu bideorik?

Bai. Adibidez, telesailaren bat galtzen badut, ipintzen dut EITB Nahieran.com eta hor ikusi ditzaket ipini dituzten guztiak, edo beste kateen telesailetan. Hor, adibidez, ez galtzeko...

- Baina aipatu duzu EiTbn *Goenkale* bakarrik ikusten duzula, ezta?

Bai.

- Nahieran-en ikusten duzu *Goenkale* batzuetan?

Bai, batzuetan bai. Galtzen badut kapituluren bat, ikusten dut. Zeren bestela ikusten dut hurrengo kapitulua eta ez dakit zer...

- Ez dakizu zeren inguruan doan. Eta beste kateetako webguneetan esan duzu ere sartzen zarela?

Bai. Adibidez, *iCarlyk* dauka web-orria benetakoa izango balitz bezala. Daukate web-orri bat deitzen dela *iCarly.com* eta hori ere telesailen agertzen da, eta hor sartzen naiz eta ostiralean batzuetan seriean bezala egiten dute programa benetan.

- Webgunean bertan?

Bai.

- A, bai? Eta zelan egiten dute? Emititzen dute?

Bai, batzuetan zuenean. Gutxietan, baina batzuetan zuzenean. Adibidez, da komedia bat bezala eta gonbidatzen dituzte pertsonaia famatuak edo eskolako jendea eta abar.

- Eta egoten zara ostiralean zain ea badagoen edo ez dagoen?

Lehen bai, baina orain ez, zeren nola gero telebistan botatzen duten, ez naiz sartuko web-orrian.

- Eta lehenago ez dute abisatzen inon?

Bai. Telebistan, kapitulua bukatzen denean, hasten da: "Esta noche conectamos con *iCarly.com*. Gaur egongo da ez-dakit-nor eta ez-dakit-nor." Orduan, sartzen zara.

- Orduan badakizu botako dutela saio berezi hori interneten.

Bai.

- Mugikorrik badaukazu, Julen?

Bai.

- Eta badaukazu ohiturarik mugikorrean bideoak ikusteko?

Ez, normalean musika sartzen dut, gustuko dudana musika sartzen dut mobilean.

- Nondik lortzen duzu musika?

Emuletik eta Aresetik deskargatuta. Gero, entxufatzen dut mobila...

- ... eta sartzen duzu mobilean. Eta mobilean ere ez dituzu grabatuko, ezta?

Ez. Bideoak ez ditut grabatzen mobilean. Daukat dena hutsik; horrela, adibidez, zerbait bereziki dagoela kalean, grabatzen dut, baina gero beti borratzen dut.

- Baina ohitura bezala ez duzu askotan egiten.

Ez.

- Kontatu didazu daukazula lagun pila bat, baina bakoitza bere aldetik, ezta? Ez dela koadrila-koadrila, ezta?

Ez, koadrila-koadrila ez. Batzuek, adibidez, badaukate; dago jende pila bat koadrila batean esaten diotela "la cuadrilla de más de veinte" eta koadrila hori, adibidez, ibiltzen da

Bentaberritik, eta ni nire auzoko lagunekin gelditzen naiz, lagunekin ikastolan asko ibiltzen naizela, eta hartzen ditugu bizikletak eta joaten gara Bentaberrira.

- Eta irteten zarete con "la cuadrilla de más de veinte"?

Bai.

- Baina daukazu auzoan lagun batzuk, klasean beste batzuk...

Bai.

- Denak dira, edo gehienak, zure adinekoak?

Bai. Denak dira DBH 1ekoak.

- Eta neskak eta mutilak zarete edo mutilak bakarrik?

Neskak eta mutilak.

- Zure auzokoak dira neskak eta mutilak?

Bai, baina bereziki gelditzen gara mutilak, zeren neskak joaten dira lehenago eta, orduan, gu joaten gara... Adibidez, gaur gaudela hiru, joaten gara hirurak; aste egun batean ahal dugula bost, joaten gara bostak.

- Baina normalean neskak lehenago joaten dira harantz.

Bai.

- Eta badakizu zure lagunek zer ikusten duten telebistan?

Gutxi gorabehera, bai. Batzuek ikusten dute Boing eta kate batzuk Digital Plusekin; beste batzuek, Disney Channel eta Neox. Bestela, aparte, ez.

- Eta kate horietan zein saio ikusten dituzte?

Batzuek marrazki bizidunak, beste batzuek *iCarly* edo horrela, eta futbola gustuko dutenak, futbola Gol TV-tik ikusten dute.

- Badago telebista saioen bat dakizuna denok ikusten duzuen?

Momentu hauetan ez, lehen askok ikusten genuen *iCarly*, baina orain batzuek futbola, beste batzuek ez-dakit-zer...

- Banatzen hasi dira.

Bai, eta jendea hasi da hartzen ohitura telebista ez ikusteko askotan, ordenagailutik Tuentian hitz egitea edo Tuentitik bideoak ikustea... Telebistan ohitura galtzen ari dira, pixka bat.

- Uste duzu lehen telebista gehiago ikusten zenutela lagun taldean?

Bai, zeren lehen askok ez zeukaten ordenagailua, eta gurasoek ez zieten uzten Tuentia egiten, baina orain uzten dietela, Tuentian ibiltzen dira.

- Eta zer esaten duzu, ez dela hainbeste zure kasua?

Ez. Ni naiz batzuetan telebista eta, beste batzuetan, Tuenti. Horrela, lagun bat duela asko ez dudala ikusi, adibidez, lagun batzuk ditut agregatuta, nire lagunik onena, lehenago urtean mudatu zela Erreteriarra, eta berarekin hitz egiten dut.

- Batera egoten zareten denbora denetik, zenbat denbora betetzen dute telebistaren inguruko elkarrizketek?

Telebistaren inguruko elkarrizketek bost minutu edo. Oso luzea izaten bada, zortzi minutu edo horrela. Bestela, ikastolan geratu diren kontuak; adibidez, gela ezberdinetan gaude batzuk eta: "Gaur eduki degu Natur azterketa" "A, ba guk eduki dugu Gazte."

- Baina telebistaren inguruan ez duzue asko...

Askok ere ez, baina bereziki programa bat dagoenean, bai.

- Eta badago norbait ez duena programa hori ikusi eta hasten zarete hitz egiten horren inguruan?

Hori lehen gehiago, baina orain gutxiago, errespetuagatik.

- Zelan errespetuagatik?

Adibidez, berak ez badu ikusi, sentitzen da apartatuago, zeren berak ez daki ezer programari buruz eta geratzen da: "E?" Gure ondoan badago eta hitz egiten ari bagara eta denek badakigu, bera gelditzen da apartatua bezala.

- Gertatu izan dira horrelakoak?

Bai. Telebistarekin gutxi, baina gertatu zitzaigun lehengo urtean bideojoko batekin, *Animal crossing*, dela daukazula herri bat eta bizi zarela herri batean eta ordaintzen baduzula dirua etxea handitu egiten dizute. Orduan, nik ez neukan, nik neukan Nintendo DSrako eta beraiek Wiirako, eta gauza gehiago egin ahal ziren Wiian Nintendo DSan baino, eta ni gelditzen nintzen: "Baina nor da hori?" Gero, nire urtebetetzean oparitu zidaten eta orain, hobeto. Orain horrelako gauzak ez zaizkigu gustatzen.

- Momentu horietan zer esaten duzu, galduta sentitzen zinela?

Bai.

- Eta horregatik erosi zenuen beste Nintendoa Wiirako?

Ez, ez nuen erosi. Oparitu zidaten nik ezer esan gabe.

- Aipatzen duzu, orduan, lagun taldeak badaukala eragina saio bat aukeratzeko edo beste bat aukeratzeko.

Bai, zeren batzuei gustatzen zaizkie gauza batzuk eta beste beste gauza batzuk. Orduan, lagun talde handi batean inoiz ez dugu bukatzen bereziki gauza batez hitz egiten.

- Baina imajinatu ikusten duzula edo hasten zarela telebista saio bat ikusten eta zure lagun taldeko norbaitek esaten du: "Telebista saio hori tontakeria bat da!" Horrek badauka eragina bakoitzaren aukeraketan?

Bai. Niri ez zait asko inporta, baina badaude batzuk gustatzen zaiela pila bat, eta norbaitek esaten du eta iskanbila batean hasten dira eta gero azkenean haserretu egiten dira.

- Zein zentzutan?

Adibidez, batek esaten du: "Programa hori da... Ez zait batere gustatzen! Zergatik ez dute kentzen telebistatik?" Eta beste batzuk ari direla beti jartzen hasten dira: "¿Qué dices? Hori da super ona!" Eta horrela hasten dira eta...

- ... eta haserretu egiten dira?

Bai.

- Uste duzu taldeko norbaitek badaukala garrantzia gehiago edo botere gehiago besteen iritziak...?

Bai, zeren batzuk, adibidez, koadrilan, daude lehenago eta uste dute direla jefeak, eta batek esaten du: "Hau da hoberena" eta horrek esaten du: "Ez, hori ez da hoberena" eta jendea gelditzen da kontestatu ezinik horri. Eta batzuk daude uzten dietela pertsona horiei jendea triste jartzen eta aparte sartzen dira beraiekin gero programa bat gustatzen bazaio edo horrela, eta horregatik boterea daukate.

- Zu sentitu zara noizbait baldintzatuta horregatik?

Ez.

- Eta uste duzu zure lagun taldean jendeak ikusten duela zerbait pertsona horiek ikusten dutelako?

Bai. Batzuek bai, zeren, adibidez, esaten du batek: "Zergatik ez duzu ikusi? Ikusi behar duzu!" eta gero etortzen zaizkit eta: "Zuk atzo ikusi zenuen?" "Ez" "Nik ikusi nuen eta ez nuen ezer ulertu."

- Esaten duzu ez zaiela gustatzen, baina esaten diete ikusteko.

Bai, ikusten dutela gero edukitzeko elkarrizketa bat.

- Beste galdera bat da ea geratzen zareten bereziki joateko norbaiten etxera edo guneren batera ikusteko saioen bat edo. Badaukazue ohitura hori?

Telesailak ikusteko orain ya ez, baina batzuk hasten dira: "Etorriko zarete nire etxera partidua ikustera?" Horrelakoak, bai.

- Partiduak ikustera joaten zarete elkarrekin?

Bai. Edo, adibidez, polideportiboan partidu bat ikusten gelditu eta horrela. Baina ni, bereziki, berandutu egiten bada etxera joaten naiz, zeren gero bestela gaua egiten da. Nire amak esaten dit gaua egin baino lehen saiatzeko etxera...

- Eta zergatik uste duzu gustatzen zaizuela edo gustatzen zaiela partidua batera ikustea?

Ez dakit, horrela komentario gehiago ahal dituzte egin eta, aparte, lagun taldean askoz hobeto da ikustea partidua, zeren hor bakarrik zaude eta...

- ... eta ezin duzu komentatu, ez?

Ez.

- Eta batera ez baduzue ikusten ez daukazue ohitura Tuentian komentatzeko, adibidez, partidua?

Bai, bukatzen denean partidua hasten gera: "Horrek egin du falta."

- Baina amaieran, ez? Bitartean ez.

Ez.

- Esan didazu ere partekatzen dituzuela bideoak Tuentian, ezta?

Bai.

- Baina asko-asko ere ez?

Nire lagun batzuek, bai. Beno, nire lagun-lagunak ez, baina koadrilakoak, bai; horiek partekatzen dituzte pila bat.

- Eta zure lagunek interneten, adibidez... Hitz egiten dugu telebistaren inguruan, baina interneten ere... Zein erabilera egiten dute interneteko bideoena? Esan nahi dut, badago afizio asko Youtuben ikusteko bideo batzuk?

Bai, batzuek daukate afizioa aurkitzeko bideo graziosoak eta gero zintzilikatze. Gero, batzuek, hartzen dute pertsona batena eta ipintzen dute de loquendo, eta etiketatzen dute jende guztiari. Gero, aparte, batzuek loquendorenak insultoak botatzen dituztela...

- Zer da loquendo hori?

Da tipo bat kritikatzeko dituela pelikulak eta horrela berari ez zaizkionak gustatzen eta hasten da: "Esto es una mierda" eta hartzen dute telesaila bat beraiei ez zaiena gustatzen, hartzen dute hori loquendorenarekin eta Tuentian partekatzen dute. (OHARRA: Loquendo da sistema bat non zuk teklatuaz idazten duzun nahi duzun testua eta ahots batek hitzez hitz esaten duen hitzez hitz idazten ari zarena. Horrela, nahi duzuna esan dezakezu audio batean zure ahotsa erabili gabe)

- Orduan, musikaz gain, badago ohitura zure lagun taldean umorezko bideoak ikusteko?

Bai, adibidez, niri zintzilikatu zidaten bat de *Piratas del Caribe*, niri pixka bat gustatzen zaidala, eta zintzilikatu zidaten.

- Piratas del Cariberen bideo bat, baina zer zen, pelikularen zati bat, edo...?

Bai. Badago bat pelikulako zatiarena ahotsa aldatuta dagoela; aldatzen dute el tema. Adibidez, da pelikulan ordaindu behar diotela zerbait eta hor da: "Zergatik ez didazu esan?"

- Aldatzen dituzte ahotsak, ezta?

Bai, hartzen dituzte Youtubetik, ahotsak jarri eta...

- Julen, amaitzeko, galdetu nahi nizun ea pentsatu duzun noizbait zuk telebistan ikusten dituzun istorioen edo pertsonaien janzkerak, edo musikak, edo dena delakoak zuregan eragina daukan; zuk janzteko era aldatzen duzulako, edo izateko era aldatzen duzulako, edo...

Ez. Normalean, arropak eramaten badituzte antzekoak edo, konbinaketa horiek egiteko bai, baina bestela, ez.

- Eta zure lagun taldean?

Bai, uste dut baietz. Ez dituzte eramaten exactamente berdinak, baina, telebistan hasten direnean agertzen arropa horiek justu, beraiek eramaten dituzte. Adibidez, praka motzak, gero DCko zapatila horiek, kamiseta bat alkandora batekin gainetik eta horrela.

- Eta hori telebistan agertzen dira?

Bai.

- Eta uste duzu telebistan agertzen direlako...?

Bai, uste dut baietz.

- Janzkeraz gain, esango zenuke beste zerbaitetan eragina daukala?

Ez. Adibidez, badaude neska batzuk gustatzen zaiela serie bat edo kantante bat eta hasten direla bera bezala konportatzen.

- Zein, adibidez?

Badago bat... Beno, ez da gure gelakoa, baina bat gustatzen zaiola pila bat Justin Bieber eta dago denbora guztian Justin Bieberen kamisetarekin eta dago denbora guztian bere abestiez hitz egiten; baina, nola orain jendea hasi den sartzen berarekin, berak esaten du ez zaiola gustatzen, baina gustatzen zaio zeren Tuentian zintzilikatzen ditu Justin Bieberen argazki pila bat eta esaten diot: "Baina ez etiketatu niri!"

- A, eta etiketatzen zaituzte denak?

Bai, jende guztiari etiketatzen dio!

- Eta besteek esan diete hori ez dela politena eta hasi da esaten ez zaiola gustatzen?

Bai, zeren, adibidez, bere lagun taldean bera zihoanean bere lagunekin, bere lagunak haserretu ziren, zeren, berari gustatu arren Justin Bieber, gero bere lagunei ere jotzen zien.

- Goenkale badakizu zure lagunek ikusten duten?

Lehen bai, baina ya ez. Igual izan naiteke bakarrenetakoa ikusten duena serie horietakoak, zeren beste batzuk hasi dira ikusten series de mayores como *CSI Miami*.

- Goenkalerekin, aipatu dituzun beste serie eta bideo guztiak gazteleraz dira, ezta?

Bai.

- Uste duzu horrek badaukala eragina gazteleraz edo euskaraz hitz egiteko zuen artean?

Bai.

- Zein zentzutan?

Zeren, adibidez, bosgarren mailan edo horrela hasi ziren ikusten telesaila horiek eta hasi ziren hitz egiten erdaraz.

- Telesailtako pertsonaien moduan?

Bai.

- Zein telesaila, adibidez?

iCarly. Eta gero beste telesaila batzuk, baina ez ditut gogoratzen izenak. Horrela hasten ziren hitz egiten.

- Imitatzen?

Bai.

- Nire partetik uste dut dena dagoela, ez dakit zerbait aipatzeko gogoarekin geratu zaren edo...

Ez.

[D, N:13] Sara, 12 urte. Donostialdea.

- **Elkarrizketa hasteko, kontatuko didazu pixkatxo bat zer egiten duzun ikastolatik ateratzen zarenean?**

Egoten gara jolasten zazpiak arte, gero etxera joaten naiz, etxeko lanak egin, dutxatu eta ordenagailua. Gero, afaltzen dut eta telebista ikusten dut.

- **Orduan, telebista noiz ikusten duzula esan duzu, Sara?**

Afaldu ondoren.

- **Egunero ikusten duzu telebista?**

Batzuetan bakarrik: Ostegunetan, igandetan eta pelikulak. Momentu honetan ez dago ezer telebistan.

- **Eta zer da ikusten duzuna? Zer gustatzen zaizu ikustea?**

El barco, Los Simpson, Los protegidos, baina orain...

- **Ez dago, ez?**

Ez, denborada amaitu zen. *Pekin express* ikusten dut ere bai, eta pelikulak.

- **Eta zer da, adibidez, *El barcorena* gustatzen zaizuna?**

Amorea pixka bat eta abenturak pasatzen direnak eta horrelako gauzak.

- **Intriga, ezta?**

Bai.

- **Eta dauka tentsioa, ezta?**

Bai.

- **Pertsonaiak gustatzen zaizkizu, *El barcokoak*?**

Bai.

- **Eta zein pertsonaia gustatzen zaizu?**

Mario Casas, Ainhoa eta gustatzen zait Piti eta El Capitán eta... Denak.

- **Esan duzu *Pekin express* ikusten duzula ere bai?**

Bai.

- **Eta zer gustatzen zaizu *Pekin expressekoa*?**

Pruebak eta autostop eta horrelako gauzak.

- **Autostop egiten dute? Eta heldu behar dira Pekinera?**

Ez, orain Sudáfrican daude, eta joan behar dira hiru egoeratan: adibidez, ehun kilometrora eta inmunidad irabazi behar dute eta frogak egin behar dituzte eta autostop egin behar dute, eta zazpitan bukatu da autostop egitea; oinez edo etxea bilatu behar dute, eta egunean euro bat daukate.

- **Egunean euro bat bakarrik gastatzeko?**

Bai.

- **Eta zer egiten dute jateko?**

Etxean, batzuetan, janaria ematen die jendeak. Egunean, erosi.

- Eta pertsonaiak gustatzen zaizkizu?

Bai, gustatzen zait bi...

- Nahi baduzu gauza batzuk gaztelaniaz esan, esan dezakezu.

Son de la universidad. Ere gustatzen zaizkit bi anai Sevillakoak direnak eta pareja bat.

- Eta zergatik gustatzen zaizkizu horiek, justu?

Oso amableak direlako eta ez dute inoiz diskutitzen. Batzuk haserretzen dira oso laster.

- Eta beti daude haserre eta ez zaizkizu gustatzen horregatik.

Ez.

- Nahiago duzu rollo ona.

Batzuetan gustatzen zait diskutitzea, zeren beti berdina esatea...

- Bestela aspergarria izango zen.

Ez, baina ere ondo dago gauzak diskutitzea.

- Bestela aspertu egingo zinen igual, ez? Horrela diskutitzen dute eta gertatzen dira gauzak.

Tentsio gehiago.

- Eta zer gehiago esan duzu ikusten duzula?

Los Simpson.

- Eta zer da gustatzen zaizuna *Los Simpson*etik?

Kapitulu asko daudela. Ikusten dudanean ezberdinak dira beti.

- Kapitulu bakoitza aldatu egiten dela.

Bai, batzuetan, adibidez, *El barco* eta horrela astean aldi batean daude, eta *Simpson* egun guztian kapitulu asko. A, eta ere gustatzen zait *La que se avecina*!

- Eta zergatik gustatzen zaizu *La que se avecina*?

Oso dibertigarria delako.

- Umorea, ezta?

Bai.

- Eta pertsonaiak, adibidez, *La que se avecinan*?

Bi... abuelas?

- Bi amonak.

Bai, eta Antonio Recio gustatzen zait.

- Zein da Antonio Recio? Calvoa? (...) A, el presidente de la comunidad?

El pescadero.

- A, pescaderoa da?

Bai, uste dut pentsatzen ari zarela *Aquí no hay quien vivan*.

- A, bai, egia, konfundituta nago. Eta da pescaderoa *La que se avecinan*?

Dira berdinak (...), baina gehiago gustatzen zait *La que se avecina*.

- Gehiago gustatzen zaizu *La que se avecina*. Zergatik ez zaizu gustatzen hainbeste *Aquí no hay quien viva*?

Ez dudalako inoiz ikusten; nik ez nuen ezagutzen. Oporretan ezagutu dut eta ikusi nuen *La que se avecina* (...) eta beste bat *Aquí no hay quien viva*. Kapitulu batzuk gustatu zitzaizkidan gehiago *La que se avecinakoak*, zeren ere dago Coque.

- Zein da Coque?

(...)

- A, bai?

Eta (...) eta gustatu zitzaidan gehiago. Gero, *La que se avecina* ikusi dut eta...

- ... eta jarraitu duzu ikusten.

Bai.

- Euskaraz ikusten duzu telebista programarik?

Ez.

- Eta txikitan ere ez duzu sekula ikusi izan?

Bai, txikitan Betizu ikusten nuen, baina ez naiz gogoratzen zer pasatzen zen. Gustatzen zitzaidan, baina ez naiz gogoratzen.

- Ordenagailuan ikusten duzu bideoarik?

Bideoak?

- Ordenagailuan internetera konektatu eta webgune batera sartu...

Batzuetan Cinetube eta Seriesyonkis; telebista bezala, hor. Eta orain ikusten ari naiz bi egunetan pelikula bat dena jarraian, edo bideoak ere ikusten ditut, musikakoak.

- Non ikusten dituzu bideoak?

Youtuben edo Tuentin.

- Esan duzu, orduan, edo Cinetube edo Seriesyonkisen ikusten duzula pelikula bat... Cinetuben pelikula, ez? Suposatzen dut...

Bai, eta Seriesyonkisen, serieak.

- Eta zein serie ikusten duzu Seriesyonkisen?

La que se avecina. Ikusten ari naiz, baina orain ateratzen ari naizenez, ez dit denbora ematen.

- Eta badaude kapitulu denak *La que se avecinakoak*?

Bai, temporadaka daude.

- Eta denak horrela jarraian?

Bai.

- Eta Cinetuben, adibidez, uste dut ahal dela bakarrik ikusi 70 minutu, ez?

Bai, baina gero ordenagailua reiniziatu eta gauza bat egiten duzu.

- Eta ze gauza da?

Itxi behar duzu internet edo wifi, gero piztu eta ez da gogoratzen wifia eta ikusten duzu.

- Eta 70. minuturaino aurreratzen duzu, orduan?

72 minutu pasatzen direnean itxaro behar duzu 54 minutu, eta rollo bat da. Orduan, egiten dut hori eta aurreratzen dut horra iristeraino, eta gero ditut 72 minutu.

- Eta normalean ematen du denbora ikusteko pelikula bat, orduan, horrela?

Bai.

- Orduan, esan dugu Youtube ere bai, ezta?

Bai.

- Eta Youtuben esan duzu musika, ezta?

Bai.

- Baina musika zer egiten duzu, entzun edo ikusi?

Entzun.

- Egiten duzu Youtuben musika jarri eta beste zerbait bitartean?

Bai.

- Mugikorra badaukazu?

Badaukat, baina galdu nuen sofa azpian hiru hilabete eta orain (...) ezin dut jarri, baina ez zait inporta.

- Ez duzu asko erabiltzen, orduan.

Ez.

- Ez daukazu ohiturarik bideoak eta grabatzeko...

Ez. Daramatza bi hilabete etxean piztu gabe.

- Orduan, badaukazu baina ez duzu erabiltzen asko.

Ez.

- Esan didazu zaretela zazpi lagun, ezta?

Bai, eta beste batzuetan, gehiago, mutilekin biltzen gara.

- Orduan, zarete denak neskak eta zure adinekoak denak?

Bat txikiagoa eta gero gure klasekoak. Beno, batzuk ez dira klasekoak, baina ia guztiak bai.

- Eta badakizu zure lagunek zer ikusten duten telebistan?

Bai, ikusten dute *El barco*, *El internado*, gero...

- *Los protegidos*, *El barco*, *El internado*...

Eta... Nik ez ditut ikusten, ez ditut ezagutzen.

- Serie pila bat, orduan?

Beno, bai, *La que se avecina*, *Los Simpson* eta horrela.

- Zer esaten duzu, badaudela batzuk ez dituzula ezagutzen?

El internado eta gero no sé qué de *Los gavilanes*...

- *Pasión de gavilanes*? Horrelako zerbait?

Bai.

- Eta *Mujeres y hombres y viceversa*?

Hori bai!

- Hori gustatzen zaie?

Bai.

- Eta hitz egiten dute saio horien inguruan beraien artean?

Zertxobait bai, eta ni ez naiz ezertaz enteratzen, eta nire lagun batek ere ez du ikusten eta berarekin juntatzen naiz eta beraiek hitz egiten dute.

- Eta zer egiten duzue, beraiek hitz egiten dute eta zuek joaten zarete?

Ez, leku berdinetan, baina gu bi hitz egiten.

- Zuek zuen rollora eta besteak beste rollo batera. Zer sentitzen zara, pixkatxo bat baztertuta?

Ez, nik ere batzuetan hitz egiten dut de *El barco* eta batzuei ez zaie gustatzen.

- Eta ez da pasatzen ezer ez?

Ez.

- Denbora asko hitz egiten duzue telebistako gauzen inguruan?

Ia ezer. Orduan, ez du axola. Ostegunean, *El barco* jartzen dute, orduan, ostiraletan, bai hitz egiten dugula.

- Ostiraletan nahikoago hitz egiten duzue.

Eta gero nik ikusten dut *Pekin express* eta naiz bakarra, orduan, esaten dut zer pasatzen den eta inori ez zaio inporta, baina beno...

- Baina zuk kontatzen duzu, ez?

Bai.

- Eta entzuten dizute?

Bai.

- Eta ez da ezer gertatzen, orduan?

Ez.

- Galdetuko banizu ea zure lagunek daukaten garrantzia zuk aukeratzeko telebista programa bat edo beste bat, zer esango zenuke?

Ez zait inporta.

- Eta norbaiti inporta zaio zure lagunaren artean? Badago norbait koadrilan daukala botere gehiago edo garrantzi gehiago besteek baino?

Ez. Beno, bate beti jarraitzen dio bati, eta beste batek beti bati.

- Batek bati, eta bete batek beste bati.

Bai, badago bat deitzen dena Lidia, eta Vanesak beti Lidiari jarraitzen dio egiten duen guztian; adibidez, "Nahi duzu joan piszinara?" eta esaten dio: "Bai." Gero, deitzen dio Lidiari eta Lidiak esaten dio: "Es que niri ez zait apetezitzen" eta ez dira joaten.

- Esan diozu Lidiak Vanesari jarraitzen diola.

Bai.

- Eta, adibidez, Vanesak telebista programa bat ikusten badu, Lidiak ere egiten du?

Ez dakit, ez dut uste.

- Telebistarekin ez da gertatzen, orduan?

Ez.

- Interneten badakizu zer egiten duten? Esan nahi dut, bideoak...

Lagun batek esaten du beti egiten duela Tuentian jarri, gero página bat dela desmotivaciones eta argazkiak dira eta gero jartzen dute gauza bat behean.

- Desmotivaciones?

Bai, eta musika entzun, Seriesyonkis eta hori.

- Eta zer esan duzu dela "desmotivaciones" hori?

(...) bat Tuentira igotzen dute eta da horren argazki bat eta (...) dute eta jartzen dute gauzak. Adibidez, ateratzen da bat horrela en el campo etzanda eta jartzen du behean: "Cuéntame un secreto. Y dice la hierba: Tranquilo, que no se da cuenta nadie." (OHARRA: Horrelakoak dira desmotivazioak:

http://images6.cuantarazon.com/crs/2011/02/CR_124310_ir_solo_por_una_calle.jpg)

- Egiten dituzte argazkiekin montajeak eta horrela. Eta bideoekin ere bai?

Ez.

- Bestela, bideoak esan duzu zure berdin: Seriesyonkisen, Youtuben musika edo horrelako gauzak, ez?

Bai.

- Eta geratzen zarete batera eta... Adibidez, egun batean geratzen zarete eta joaten zarete norbaiten etxera edo lekuren batera ikustera zerbait?

Pelikulak ikustera. Batzuetan joaten gara lagun baten etxera eta edo pelikulak ikusi, edo jolastu...

- Amaitzeko, Sara, galdetzen badizut ea ikusten dituzun gauzak telebistan edo interneten ikusten dituzun bideoak ea eragina daukaten zuregan? Imajinatu *El barco* ikusten duzula, eta gustatzen zaizu pila bat zelan janzten diren *El barcokoak* eta esaten duzu: "A, ba nik ere nahi dut horrela jantzi!" eta janzten zara horrela.

Ez.

- Janzkera moduan, imajinatu portaera edo txiste batzuk egiten dituztela, daukatela oso portaera grazioso eta zuri gustatzen zaizu eta saiatzen zara...

Ez, baina batzuetan *La que se avecina* dice: "Antonio Recio no sé qué del pescadero de no sé cuántos" eta beti esaten dute nire lagunek, baina ez dut ulertzen.

- Eta hori erabiltzen duzue? Esaldi hori?

Bakarrik hori.

- Bestela, esango zenuke ez daukala eragina.

Ez.

- Beno, nire partetik amaitu da elkarrizketa, ez dakit zerbait gehiago nahi duzun esan.

Ez.

[D, N:14] Berta, 13 urte. Donostialdea.

- Elkarrizketa hasteko eta berotzen joateko pixkatxo bat, kontatuko zenidake zer egiten duzun klasetik ateratzen zarenean?

Nire extraeskolarrak joan: astelehen eta asteazkenetan noa dantza egitera Grosen dagoen akademia batera eta asteartean eta ostegunetan orfeoira joaten naiz eta han nik abesten dut eta kontzerturako prestatzen naiz; eta bukatzen dudanean, etxera joan, etxeko lanak egin, ikasi eta gero denbora baldin badaukat Tuentian egon eta gauean, hamarretan / hamar t'erdietan, amak esaten dit txakurra ateratzeko, buelta bat eman txikia eta berriz etxera joan.

- Orduan, extraeskolarrak ia egunero dauzkazu, ezta?

Bai, ostiralak izan ezik, bai.

- Oso neska okupatua zara, orduan. Ematen dizu astia telebista ikusteko, edo ikusten duzu?

Ez, ikusten dut bazkaltzen dudanean eta afaltzen dudanean, baina afaltzen dudanean nire amak ikusten duena ikusten dugu eta, bazkaltzerakoan, ere. Orduan da *Teleberria* ikusi eta hori.

- Eta asteburutan?

Asteburutan bai, zeren adibidez botatzen dituzte nire gustuko saioak, adibidez *La que se avecina* eta horrela. Gauetan botatzen dute eta ikusten dut; *El barco* botatzen dute ostegunetan eta igandetan errepikatzen dute, orduan, ez geratzeko hamabietaraino, ikusten dut igandean arratsaldean.

- Orduan, zuk ikusten dituzun saioak zeintzuk dira? *La que se avecina* eta *El barco*?

Bai, eta gero gustatzen zait ere *Los protegidos*, baina nola kendu duten... Gero ere *bai Física o química*, baina kendu dute...

- Ez dira denborada horiek hasten laster?

Bai, *Los protegidos* suposatzen da hasi behar dela hilabete honetan edo hurrengoan, eta *Física o química* esan zuten bukatu zela, baina niri esan didate webguneetan eta horrela esaten dutela berriz hasiko dela, baina ez dakit.

- Lehen ikusten zenuen, orduan.

Bai, ez nituen osoak ikusten kapituluak, baina gero, batzuetan, koadrilan badaude batzuk ikusten dutenak bukaeraraino eta esaten dizute: "Gertatu da ez-dakit-zer" eta enteratzen zara gutxi gorabehera.

- Orduan, ez zinen heltzen amaieraraino, baina gero kontatzen zizuten.

Bai.

- Eta ohiturarik bazeneukan Antena 3eko webgunera sartu eta ikusteko?

Ez, zeren ordenagailuan daukat horrelako interneta ere, eta doa pixka bat mantso eta ez zait gustatzen, zeren gero Tuentia ere mantso doa, nire ama sartzen denean ere mantso doa...

- Daukazue USBko konexioa eta oso mantso doa, ez?

Batzuetan bai. Hilabete honetan, adibidez, doa oso azkar, baina batzuetan ez, orduan...

- Eta esan didazu Blackberrya duzula.

Bai.

- Eta, orduan, internetera Blackberryan konektatzen zara gehien bat, ezta?

Bai, baina txikia ikusten da Blackberryan eta ordenagailuan, baina Wikipedia eta hiztegiak eta hori ikusi ditzaket Blackberryan.

- Baina bideoak esaten duzu oso mantso doala...

Bideoak ezin ditut ikusi...

- Nahiago duzula... Tuentian konektatzen zarela ordenagailura.

Bai, baina bideoak ezin ditut ikusi Blackberryan, zeren gehiago kostatzen zait.

- Pantaila txikitxo da.

Ez, baina ikusten da ondo. Argazkiak eta ondo ateratzen ditu.

- Orduan, galtzen baduzu kapitulua, galtzen duzu eta listo, ez da ezer gertatzen.

Ez, berdin zait. Beno, batzuetan ematen dutenean sarrera eta ikusten duzu interesgarria izango dela, galtzen baldin badut, bai, pixka bat rabia ematen dizu, baina ez da nire bizia joaten telebistarengatik.

- Orduan, telesailak esan didazu, ezta? Física o química, Los protegidos, K...

Lehen ikusten nuen batzuetan *Mihiluze*... Ez, *Mihiluze* ez... Nola deitzen zen? Bat botatzen zutela ETB 2n, zela umeek hitz egin behar zutela euskaraz eta zen...

- ETB 2n?

Edo ETB 1n, ez dakit.

- Eta zer zen, lehiaketa bat?

Bai.

- Jokoekin, adibidez mugikorreko mezu bat...

Bai, hori.

- Mihiluze.

Bai, hori batzuetan ikusi dut. Nire orfeoiko direktoreak esan zigun aktore bat behar zela eta ikusi nuen eta gustatu zitzaidan, eta batzuetan ikusten baldin banuen telebistan zegoela eta ez neukala ezer gehiago egiteko, ikusten nuen.

- Baina gustatzen zaizu edo zein iritzi daukazu saio horren inguruan?

Ondo dago. Niri ez zitzaidan inportako han parte hartzea.

- Eta zergatik ez zara animatu?

Ai, ez, ze lotsa, mesedez.

- Beste euskarazko saiorik ikusten duzu?

Ez. Ere batzuetan ikusten nuen *Go!azen*, baina ez.

- Eta zergatik utzi zenion ikusteari *Go!azen*?

Ez nuen aurkitu... Ez nekien noiz botatzen zuten, eta hasi nintzen nire lehengusinarenean etxean ikusten eta interesgarria zen. Saiatu nintzen nire etxean kalkulatzeko gutxi gorabehera eta ez nuen aurkitzen, eta nola ez dudana telebista asko ikusten...

- Aipatu dizkidazun telesaila guztien gainean, zergatik gustatzen zaizkizu telesaila horiek? Zer da gustatzen zaizuna?

Ez dakit, *La que se avecina* eta horiek dira komedia; niri barre egitea asko gustatzen zait. Eta *El barco* eta horiek beti daukatelako arazo bat eta saiatu behar direlako konpontzen eta niri hori interesgarria iruditzen zait.

- Gustatzen zaizu gehiago... Zein adineko pertsonaiak... Esan nahi dut: Pertsona gazteak agertzea gustatzen zaizu bereziki edo ez zaizu inporta?

Nahiago dut nire adinekoak izaten badira. Ezberdina da nire adinekoak badira eta pixka bat 20-30, desberdina da.

- Zer nahiago duzu?

Gehiago ikusten ditut 15-20 horko adinetan.

- Baina ez bereziki. Ikusten dituzun telesailak gustatzen zaizu esan duzu barregarriak direlako, adibidez, *La que se avecina*...

Hori da pertsonaiak oso barregarriak direlako eta, gainera, nire koadrilan deitzen didate...

- Zeinengatik esaten duzu?

Berta, zeren ni bezala deitzen da eta daukat lagun bat oso ondo imitatzen duela konserjea eta deitzen dit berak deitzen dion bezala: Bertina. Hasi zen bera niri deitzen horrela eta batzuetan orfeoian ere entzuten duzu: "Bertina!"

- Orduan, deitzen dizute *La que se avecina*ko pertsonaia bat bezala?

Bai.

- Eta ez zaizu inporta?

Ez, eta bera gustatzen zait, izen hori gustatzen zait; Blackberry Messengerrean izen hori daukat.

- Esango zenuke identifikatuta sentitzen zarela?

Ez, berarekin ez. Da oso erlijioso. Gustatzen zait pertsonaia, baina ni ez naiz horrelakoa. Guztiz kontrakoa naiz, ez erlijiosoki, baina bere izaera... Bera oso lasaia da, eta ni...

- Oso nerviosa?

Ez, naiz lasaia ere, baina beste modu batean. Nik barre egin behar badut, barre egiten dut, baina berak oso ondo kontserbatzen ditu formak, eta ni ez naiz horrelakoa.

- Eta esan duzu, adibidez, beste telesailetatik gustatzen zaizula arazo bat dagoela?

Bai, adibidez *El barco*n direla munduan bizitzen diren bakarrak suposatzen da, eta barkuan daude eta hori. Interesgarria iruditzen zait, zeren arazoak dauzkate; adibidez, egun batean, orain dauden kapituluetan, dago kaskada bat eta erortzen dira eta, beno, kapitulu hori ez dut ikusi, baina esan didate gelditzen direla ataskatuta kaskadan. Ez da sinesgarria, baina egun batean ere zeuden arrainak euritik jausten. Eurria beharrean zeuden arrainak, eta, beno, hori ez da oso...

- Nahiko fantasiakoa da, ez?

Bai, eta *Los protegidos* ere, zeren botereak eta hori... Baina, beno, interesgarriak dira. Egon behar ez banaiz arratsalde guztia hori ikusten, ez daukat problemarik.

- Orduan, gauza pila bat gertatzen direlako.

Bai.

- Eta fantasiakoak izatea gustatzen zaizu bereziki?

Ez, hasieran niri *El barco* ez zitzaidan batere gustatzen. Esaten zidaten lagunek: "Ikusi duzu *El barco*?" "Ez, ez zait gustatzen." Zeba ez?" "Ez dakit." Ez nion ikusten zentzurik, baina beste egun batean eseri nintzen beste lagun batekin eta esaten dit: "Ikusiko duzu *El barco*, eta gustatuko zaizu." Hasi nintzen ikusten eta ikusi nion bere gauza, eta orduan engantxatu... Beno, engantxatu...

- Jarraitu egin duzula.

Bai.

- Izan daiteke ere pertsonaien artean dauden istorioengatik?

Bai, hori agian bai. Adibidez, daude bikote asko eta ere ume txiki bat dago eta interesgarria da.

- Esan didazu, orduan, Blackberrya badaukazula, baina ez dituzu bideoak ikusten. Eta grabatu?

Grabatu bai. Ez ditut asko grabatzen, baina, adibidez, Aste Nagusian, joan nintzen Marta Sánchezen kontzertura, eta nire amak ikusi nahi zuen eta esan zidan joaten baldin banintzen, grabatzeko. Orduan, grabatu nion eta hori. Gero abestiak nire amak hartzen baldin badit mobila abestiak grabatzen ditu nik ikusteko, eta atzo, tontakeriak egiten, bai, baina normalean ez.

- Eta, orduan, batzuk badira ikastolakoak, beste batzuk ez...

Beste batzuk beste ikastolakoak.

- Badakizu zer ikusten duten zure lagunek telebistan?

Gutxi gorabehera nik ikusten dudana: *Los protegidos*... Hori ez, baina *El barco* bai. Eta *La que se acerca* ere.

- Eta Física o química ikusten zuten?

Uste dut ezetz, baina ez dakit.

- Esango zenuke badagoela saio bat ikusten duzuen denok?

La que se acerca.

- La que se acerca ikusten duzue denok.

Bai, gure adineko pertsona gehienei galdetzen diezu: "Zein da zure saiorik gustukoena?" Eta esaten dizute *La que se acerca* edo *Aquí no hay quien viva*, supuestamente berdinak direlako, baina desberdina da.

- Gehienek La que se acerca.

Bai.

- Eta nola gertatzen da? Zelan egiten duzue? Koadrilako denak batera hasi zarete ikusten edo norbait hasi zen lehenengo eta gero...?

Ez dakit. Ni, adibidez, nengoen nire bizilagunarekin ikusten telebista eta bere arrebak ikusten zuen. Eta egun batean hasi ginen berarekin ikusten eta barregarria da. Orduan, hasi ginen ikusten: "Ikusten dugu *La que se avvicina*. Ikusten duzue?" "Bai, batzuetan." Eta gero engantxatzen zara eta errepikatzen dituzte asko.

- Baina jartzen dute lehena berria...

Bai, herenegun, adibidez, bota zuten berria eta gero zaharra. Ez zen berria, zen berrietariko bat. Ez zait asko inporta berriro errepikatzea, baina errepikatzen baldin badute bat, nago beste gauzetara, ez bakarrik telebistara.

- Orduan esan duzu hasten zarela zu zure bizilagunarekin ikusten eta gero hasten zarela hitz egiten eta, eta bata besteari esaten dio eta ikusten duzue.

Bai, edo, adibidez, esaten diozu: "Bai, ikusi nuen atzo programa bat oso ona. (Ez da izan behar *La que se avvicina*, e?) Ez-dakit-nola deitzen da, botatzen dute larunbatetan." "Bale, ba ikusiko dut." Orduan, ikusteagatik...

- Uste duzu lagunak iritziak daukela inportantzia gero zuk aukeratzeko gauza bat ikusi edo beste bat?

Ez. Zeren nik txikitan, beno, txikitan edo lehengo urtean, ikusten nuen Disney Channel. Zen gauza bat beti ikusten nuena eta nire lagunak esaten zuten: "Nola ikusi dezakezu hori?" Niri berdin zitzaidan, niri gustatzen zait. Zuri gustatzen zaizu Antena 3 eta niri gustatzen zait hau. Niretzako, ez.

- Eta lagun taldean uste duzu gertatzen direla horrelakoak? Esan nahi dut: Alde batetik, badago pertsonaren bat ikusten duena telebistan... Arrazoia ikusteko dela lagunak ikusten dutelako edo?

Ez. Agian badago norbait ez zaiona gustatzen eta ikusten du, baina ez du esaten. Hori ez dakit, baina uste dut gehienei guri gustatzen zaigula.

- Eta kontrara? Badago jendea ikusten duena gauza bat besteei ez zaizuen gustatzen eta horregatik adarra jotzen zaio?

Ez. Uste dut ezetz. Gainera, ez diogu garrantzi handirik ematen telebistari. (...) zaudenean kalean, batzuetan komentatzen duzu: "Ikusi duzu Tuentiko ez-dakit-zer?" Baina ez. Da lagunetan; adibidez, neska batek izan du arazo bat beste neskekin. Horren inguruan daramagu arratsalde osoa edo, sin más, hitz egiten.

- Baina telebistak ez dio hartzen garrantzi asko.

Ez.

- Uste duzu Tuentik daukela garrantzi gehiago telebistak baino?

Bai.

- Askoz gehiago?

Bai. Hasieran, jendea hasi zenean Tuentian, ez; zeukaten bost pertsonak edo lauk. Baina gero jende guztiak dauka Tuentia. Ahal duzu nire adineko edo hiru urte gutxiagoko... "Tuentia daukazu?" "Bai." Eta nik egin nuen duela bi urte... Ez, urte bat. Eta kostatu zitzaidan ere nire egitea; nire klaseko guztiak zeukaten (beno, guztiak ez, baina ia guztiak) eta neska guztiak. Eta

nire amari esaten: "Ama, es que denek daukate Tuentia!" "Berdin zait, ez sartu Tuentian ilegal!" O sea, ezin dugu sartu. "Ez duzu egingo!" eta egun batean aurkitu nuen, umore ona zeukan eta: "Ama, Tuentia egin dezaket?" "Bai, bai, egin nahi duzuna!" Eta orduan egin nuen.

- Noizbait itxi dizute kontua Tuentikoa?

Ez.

- Oraindik ez.

(...) urtea hamabost egun oraindik. Kentzen dizute Tuentia, adibidez, azaroaren 1ean, eta daukazu hamabost egun zure DNIA bidaltzeko eta urteak baldin badaukazu, hamalau urte...

- Bai, konprobatzeko badaukazula.

Bai, eta orduan nik bete behar ditut hurrengo hilabeteetan eta nago pentsatzen: "Mesedez, ez kendu", zeren egiten dizute faena bat.

- Bai, dena kentzen dizute, ez?

Bai, dena: lagunak eta zuk igotako argazkiak ere kentzen dituzte, zeren nire klasekideei... Egon zen racha bat kendu zietela hiruei; bi pertsoneri eta beste bati, eta egin zieten faena, zeren zeuzkaten bi mila foto edo horrela.

- Orduan, apurtxo bat borobiltzeko, esango zenuke telebistak ez daukala garrantzi asko zuen artean, bakoitzak ikusten duzuela...

Nahi duena.

- Eta hitz egiten duzue telebistaren inguruan edo asko ez?

Asko ez, baina, adibidez, suposatzen zen larunbatean bota behar zutela nire kontzertu bat, eta badaukatzat lagunak gustatzen zaiela hori ikustea, eta esan nien: "Hamaikak laurden gutxitan botako dute." Eta deitu zidaten hiru edo lau pertsonak: "Berta, ez dute ezer botatzen." Eta ni: "Ya, badakit, hasi dira ez-dakit-zer botatzen eta ez dute ezer bota!" Baldin badakizu zerbait botako dutela besteei gustatzen zaiena, ikusten dute.

vBaina bestela ez.

Ez.

- Eta interneten badakizu zein erabilera egiten duten, interneteko bideoena? Esan nahi dut: Zuk esan duzu, adibidez, konexio txarra daukazula eta orduan ez zarela asko sartzen, baina zure lagun taldean jendeak badauka ohitura Antena 3eko webgunean ikusteko telebista?

Bai, badaukatzat lagun batzuk ez diela denbora ematen ikusteko eta ikusten dute antena3.com-en. Edo beste batzuek, botatzen dutela *Atrapa un millón*, botatzen dutenean, bitartean, jolasten dute ordenagailuan, baina ez asko. Eta, gero, bideoak gehienak musikarenak dira, bideoklipak eta hori. Edo, bestela, programa bat galdu dutena eta ikusi nahi zutena, ikusten dute. Adibidez, Youtuben sartzen naizenean beti joaten naiz Orfeoi Txikiko bideoetara, zeren, nola gustatzen zait abestea eta nire kontzertuak dira, gustatzen zait ikustea nola ateratzen naizen. Zeren garrantzitsua da; ezagutzen bazaituzte, lotsa pasatzen duzu.

- Orduan egoten zara ikusten zelan agertzen zaren.

Bai, zeren, adibidez, Orfeoiko uniforme niri askoz lodiagoa egiten dit, ez zait batere gustatzen.

- Eta orduan gelditzen zara ea zelan agertu zaren.

Bai, igo baldin badituzte bideo berriak, zeren egon da azkeneko denboraldi honetan izan ditugula hiru edo lau kontzertu, eta, orduan, ikustea. Eta gainera hauekin ikusteko zer moduz abesten dugun, zeren nik bakarrik entzuten dut nire ahotsa. Orduan, da konjuntua ikustea.

- Amaitzeko, galdetu behar nizun ea telebistan ikusten dituzun serieak edo interneten entzuten duzun musika bideoklipetan uste duzun eragina dutela zure pertsonan edo zure lagun taldean.

Ez. Beno, musika inguruan bai. Ez pertsona izateko moduan, baina musika bai, zeren baldin badazude aspertuta koadrilan edo horrela esaten dugu: "Mobila atera" eta musika jartzen dugu. Normalean da denei gustatzen zaiguna, baina telebista saioak ez.

Ez duzu uste, adibidez, pertsonen janzteko erak eragina daukala zuen gustuetan janzteko? Esan nahi dut: Igual musika estilo bat entzuten duzue eta modan dagoen musika estilo horrek badauka janzteko era bat.

Ez, hori ez. Baina, adibidez, musikan gustuak gure koadrilan badaude bi edo hiru gustatzen zaiela asko Platero y tú, eta besteei ez digu grazia asko egiten, baina nik, adibidez, ez diet ezer esaten. Jartzen baldin badute, entzuten dugu eta listo. Baina beste batzuek esaten dute: "Kendu hau, que es una mierda."

- Eta normalean denek entzuten duzue antzerako musika?

Bai, Los 40. Ni, adibidez, larunbatean, goizean, esnatzen naiz, altxatzen naiz, dutxatzen naiz, joaten naiz gosaltzera eta lehenago egiten dudana. Logelara joan, radioa jarri eta Los 40 entzun. Eta etxeko lanak egin eta hori, baina...

- Eta, amaitzeko, Berta, aipatu dituzun saio gehienak dira gaztelaniaz, ezta? Esan duzu *Mihiluze* noizean behin ikusi duzula, baina... Uste duzu zuk gaztelaniaz ikusten duzulako telebista eta irratia ere, horrek badaukala eragina zuk gaztelaniaz gehiago egitean eta euskaraz gutxiago?

Ez, es que nire lagun talde gehienak bere gurasoekin ere erdaraz hitz egiten dute eta da gure hobeto espresatzeko forma, eta horregatik, baina niregatik izango balitz entzungo nuen ere Gaztea, zeren badakit euskaraz, baina ez dut sintonizatzen. Ez dakit zein kanal den, eta saiatzen ari naiz bilatzen, baina ez dakit. Baina ez dauka...

- Ez dauka zure ustez eragina.

Beno, pixka bat agian bai, e? Segun eta zein pertsona bai, zeren badaude pertsonak bakarrik euskaraz hitz egiten dutenak eta ikusten dutena dela euskaraz. Baina hitz egin dezakezu euskaraz eta ikusi telebista saioak erdaraz.

- Eta euskaraz hitz egiten dutenek bakarrik, badaude erdaraz ikusten dutenak gauza pila bat, zein hizkuntzatan hitz egiten dute beraien artean? Zure inguruan, zure klasean.

Erdaraz. Denek erdaraz.

- Eta badago euskaraz hitz egiten duenik bere normaltasunean?

Ez, badaude nire klaseko neskek bere gurasoekin hitz egiten dutela euskaraz, baina gure artean euskaraz, zeren badaude batzuk ez zaiena euskara gustatzen. Orduan, ez bazaizu gustatzen ez dizugu...

- Behartuko.

Hori.

- Beno, nire partetik hau zen dena, ez dakit zer bait komentatu nahi duzun gehiago.

Ez.

[D, N:15] Maider, 15 urte. Donostialdea.

- **Hasteko elkarrizketa, Maider, azalduko zenidake pixkatxo bat zer egiten duzun klasetik ateratzen zarenean?**

(...) edo etxera joaten naiz etxeko lanak egitera eta abar edo ordenagailuan egoteko pixka bat, Tuentin. Edo liburutegira joaten naiz lagunekin eta, ondoren, denbora badaukat irteteko, buelta bat emateko edo. Eta, ondoren, etxera.

- **Extraeskoletan batera joaten zara?**

Ostegunetan, bai. Ingelesa egiten dut.

- **Orduan, lagunekin pasatzen duzu denbora asko klasetik ateratzen zarenean?**

Bai, normalean bai.

- **Eta zer egiten duzue, liburutegira joan...?**

Etxeko lanak egin... Beno, pixka bat gutxiago, zeren hitz egiten zaude eta ez da berdina zu bakarrik egotea.

- **Telebista ikusten duzu, Maider?**

Gutxi. Ikusten dut, agian, gauean telesailaren bat, baina nahiko gutxi.

- **Ikusten baduzu, zeinek pizten du telebista? Zuk baduzu ohitura telebista pizteko zerbait ikusteko bereziki?**

Normalean, bai. Bestela ez dut pizten.

- **Pizten duzu hori ikusteko, ezta? Bestela ez duzu pizten.**

Bai.

- **Eta zer da ikusten duzuna?**

Telesailaren bat, gaur egun ikusten direnak. Edo hori edo pelikularen bat, baina gutxi.

- **Izenen bat emango zenidake telesailena?**

Bai; *Gran hotel* edo *El internado*.

- **Física o química ikusten zenuen?**

Ikusten nuen, bai.

- **Eta Los protegidos?**

Ez.

- **Zergatik ez zenuen ikusten?**

Denak ez ditut ikusten, zeren gauean gelditu behar naiz eta lo egin behar dut.

- **Oso berandura arte egoten dira, ezta?**

Bai.

- **Orain ikusten duzu Gran hotel, orduan?**

Bai, normalean bai.

- **Ze iritzi daukazu Gran hotelen inguruan?**

Interesgarria iruditzen zait, eta, nola pertsonaiak gustatzen zaizkit, ikusten dut. Interesgarria iruditzen zait.

- Zer dauka, emozioa...?

Bai, eta pixka bat intriga eta. Aktoreak ere gustatzen zaizkit.

- Ze aktoreak, adibidez?

Yon Gonzalez. Eta gero ez dut gehiago ikusten...

- Bai, zeren *El internado* ya ez dute botatzen.

Ez, bukatu zen.

- Eta zer da gustatzen zaizuna *El internadotik*?

Azkenean asko liatu zuten, baina lehenengo engantxatu egiten zidan. Ikusten zenuen eta beti gauza gehiago sartzen zizkieten eta ez dakit... Jakiteko gogoia beti.

- Amaitzen zen kapitulu bat eta...

... Eta beti jakiteko gogoia, hurrengoa ikusteko.

- Ea ze istorio kontatuko zuen.

Bai.

- Uste duzu zure adineko jendea agertzea baduela garrantzia gehiago edo gutxiago ikusteko?

Telesailean agertzeko? Nik uste dut baietz, zeren azkenean pertsonaiak ez badituzu gustuko gogo gutxiagorekin ikusten duzu. Egia da ezagutzen baduzu eta istorioa badakizu, gogo gehiago dituzu ikusteko, baina nik uste dut pertsonaiak garrantzitsuak direla.

- Garrantzitsuagoa dela gazteagoak izatea?

Bai, edo ez... Brad Pitt ere gustuko du jende askok eta ez da hain gaztea, baina aktore ezagunak...

- Aktoreak izatea gustukoak, ezta?

Bai.

- Guapoak direlako, edo ezagunak direlako...

Bai.

- Euskarazko telebista saiorik ikusi izan duzu / ikusten duzu?

Ez. Lehen zerbait ikusten nuen, baina ez dakit...

- Aspaldi.

Bai, baina ez nago ohituta euskaraz...

- Ez zaude ohituta ikustera.

Ez.

- Zer iruditzen zaizu euskarazko telebista? Jarraitzeko zaila edo...?

Nik uste dut ohituta bazaude interesgarria izango litzatekeela, baina nik ez daukat ohitura euskaraz hitz egiteko eta gustatuko litzaidake, baina asko kostatzen zait, eta, orduan, ez dakit... Arraroa egiten zait.

- Ordenagailuan ikusten dituzu bideoak, Maider?

Bai. Normalean edo musikazkoak (abestiak eta) edo telesaila batzuen zatiak.

- Eta zergatik aukeratzen duzu telesaila zati horiek ordenagailuan ikustea? Esan nahi dut: Telesaila bat ikusi nahi duzunean nora jotzen duzu lehenago, ordenagailura edo telebistara?

Telebistan ez badut ikusten, ordenagailuan. Agian zati bat galdu duzu eta ikusten duzu, edo interesgarria iruditzen zaizun zati bat berriro ikusten duzu.

- Berriro ikustea gustatzen zaizu.

Bai.

- Eta nora jotzen duzu ikusteko telesaila zati horiek?

Youtube edo egoten dira... Nik ez dut ezagutzen, baina serieak ikusteko eta pelikulak ere ikusten dira webgune horietan.

- Baina normalean zu Youtubera sartzen zara, orduan.

Bai.

- Musika edo telesailak ikusteko. Baten bat berriz ikusteko edo galdu baduzu ikusteko.

Bai.

- Eta ze musika, adibidez?

Denetarik, egia esan; popa, pop rocka... Denetarik gustatzen zait. Rap ez asko, baina gainerakoa bai.

- Youtuben sartzen zara ya taldeak buruan daukazula edo...

Edo entzuten duzun abestiren bat aurkitzeko edo.

- Baina aukeraketa zeuk egiten duzu, ez?

Bai.

- Zeren gero, zuk aukeratzen duzunean kantu bat, Youtubek gomendatzen dizkizu beste batzuk.

Bai.

- Badaukazu ohitura bertan sartzeko edo..

Ez. Nik normalean edo zerbait bilatzera joaten naiz edo ezagutzen dudana bat eta horrela.

- Eta zer egiten duzu, bideoa ikusten duzu edo musika jartzen duzu...?

Normalean entzun bakarrik.

- Maider, mugikorrik badaukazu?

Bai.

- Eta mugikorrean badaukazu aukera bideoak grabatzeko?

Bai.

- Egiten duzu?

Ez.

- Eta ikusi?

Ez.

- Mugikorrean interneten sartzen zara?

Bai, baina gutxi: Tuenti eta, etxeko lanak egiten baditut, hitzen bat jakiteko esanahia edo zein eguraldi egingo duen. Baina bideoak eta ez.

- Maider, esan didazu lagun talde finkorik ez daukazula, ezta?

Ez.

- Irteten zara batzuetan batzuekin...

Bai, zeren izan ditut lagun talde finkoak, baina nik uste dut gaur egun lagun taldeetan nahiko arazo daudela pertsonen artean eta. Aldaketak eta izaten dituzun harremanak... Agian bat ez da besteekin ondo eramaten eta, orduan, horrek arazotzen du. Ni orain, nola egon naizen hilabete bat Ingalaterran, jendea ezagutu dut, eta ahal badut beraiekin gelditzen naiz.

- Gelditzen zara Ingalaterran ezagutu duzun jendearekin.

Bai.

- Donostiakoak dira ere.

Gipuzkoakoak. Ahal dudanekin gelditzen naiz.

- Eta zer dira, zure adinekoak...

Bai.

- Neskak, mutilak...?

Bai, denetarik.

- Orduan, heltzen da asteburua eta deitzen diozu bati edo beste bati.

Bai, ea ahal duten edo ez.

- Eta geratzen zaretenean zer da, binaka-binaka edo...

Bai, edo batzuetan beraiekin gelditzen naiz, adibidez, nire lagun batekin, eta bere taldearekin egoten naiz baita ere.

- Eta zergatik esaten duzu... Arazoak izan dituzu zuk lehen koadrilan?

Beno, ez arazoak, baina ez nengoen gustura. Orduan, niretzakoa beharrezkoa nuen aldatzea, zeren gaizki egoteko.

- Eta koadrila hori zure klasekoa da?

Bai, nire klasekoa. Ez nago gustura zeren kanpoko pertsona batzuekin elkartu dira.

- Eta zer moduz eramaten zara orain beraiekin?

Bai, ondo, nahiko ondo.

- Hori da interesgarriena azkenean, eta inportanteena, ezta?

Bai.

- Zure lagunek badakizu zer ikusten duten telebistan?

Batzuek futbola eta beste batzuek telesailak, baina gehiago agian barrezkoak. Eta, gero, batzuek *Física o química*.

- Denetik, orduan.

Bai, nik uste dut baietz.

- Asko hitz egiten dute zure lagunek telebistan ikusten dutenaren inguruan?

Ez asko-asko, baina nik uste dut pixka bat bai hitz egiten dutela.

- Eta, hitz egiten dutenean, hitz egiten dute saioen inguruan zuk ikusten dituzunak edo zuk ez dituzunak ikusten?

Nik eduki ditudan lagunak, ez. Nik ikusten ditudanak normalean ez.

- "Normalean ez", zer, barkatu?

Nik ikusten ditudan telesailak nik bakarrik ikusten ditut.

- Zure lagunek ez dituzte ikusten.

Ez.

- Eta hitz egiten dutenean beste saio horien inguruan zu zelan sentitzen zara?

Niri ez zait inporta. Nik telebista ez dut asko gogoko. Nik gutxi-gutxi ikusten dudanez...

- ... Ez zaizu inporta.

Ez.

- Orduan, esango genuke ez daukala eraginik, ezta? Zure lagunek gauza batzuk ikustea ez zaizu inporta. Zuri ez bazaizu gustatzen, ez duzu ikusten eta listo.

Ez.

- Maider, amaitzeko, zuk ikusten dituzun saioek uste duzu badutela modu batera edo beste batera zuregan eragina?

Ez. Nik uste dut direla oso fantastikoak, zeren oso gauza irrealak dira normalean. Gauza batzuk agian pentsatzen duzu: "Hori gertatu daiteke." Baina normalean, ez.

- Normalean ez duzu izaten erreferenterik.

Ez.

- Eta janzteko moduan edo jarraitzen duzun musikak daukan moda...

Ez. Ikusten baduzu zerbait gustukoa duzula, agian esaten duzu: "Horrelako bat nahi dut." Baina ez dut hori ya nahi. Nik gustukoa dudana, gustukoa dut. Agian ikusi dudalako gustukoa dut, baina ez zait inporta ezta ere ez edukitzea.

- Eta ez daukazu bereziki telebista saio bateko pertsonaia bat edo musika cantante baten modelo eredu...?

Ez.

- Denetik apur bat ikusten duzu eta...

Bai.

- Hauxe zen dena. Ez dakit beste zer edo zer aipatu nahi duzun. Beno, hemen daukat beste galdera bat: Ea euskaraz edo gaztelaniaz hitz egiteak badaukan eragina telebistarekin, baina uste dut berez gaztelaniaz moldatzen zaretela zuek, ezta?

Bai.

- Betidanik.

Bai.

[UK, M:7] Sambou, 12 urte. Urola Kosta.

- **Hasteko elkarrizketarekin, kontatuko didazu zer egiten duzun klasetik ateratzen zarenean?**

Klasetik ateratzerakoan, batzuetan entrenamendua edukitzen dut, futbolarena, eta bestela etxera joaten naiz eta Tuentira konektatzen naiz.

- **Eta zenbat egunetan daukazu entrenamendua?**

Astean hiru aldiz.

- **Orduan nahiko denbora pasatzen duzu etxetik kanpo, ezta?**

Bai.

- **Telebista eguneko zein momentutan ikusten duzu? Ikusten baduzu, behintzat.**

Entrenamendutik etorri eta gero.

- **Afal aurretik da hori?**

Bai.

- **Eta gaua?**

Gauean pixka bat.

- **Eta zer da telebistan ikusten duzuna, Sambou?**

Adibidez, *El hormiguero* edo, bestela, marrazki bizidunak.

- **Zein marrazki bizidun?**

One piece.

- **Eta besterik?**

Ez.

- **Hori gehien bat, *El hormiguero* eta *One piece*.**

Bai.

- **Eta zer da gehien gustatzen zaizuna *El hormiguero*tik?**

Trancas y Barrancas.

- **Txingurriak?**

Bai.

- **Zergatik gustatzen zaizkizu?**

Barregarriak dira.

- **Umore asko dauka, ezta, saioak?**

Bai.

- **Eta elkarrizketatuak eta? Hau da, inbitatuak?**

Bai, horiek ere bai.

- **Aurkezlea gustatzen zaizu?**

Bai.

- **Zergatik gustatzen zaizu?**

Zeren hori ere bastante umoretsua da.

- Oso dibertigarria dela esango zenuke saioa?

Bai.

- Beste zerbaitengatik gustatzen zaizu?

Ez.

- Eta *One piece*?

Interesgarria ikusten dut.

- Ez dut ezagutzen hori. Zeren inguruan da?

Pirata batzuk. (...)ko altxorra bilatu behar dutela eta hori.

- Abenturazkoa, orduan?

Bai.

- Umorea badauka edo...?

Gutxi.

- Gehien bat abenturak.

Bai.

- Eta gustatzen zaizu abenturengatik, orduan?

Bai.

- Euskarazko telebista saiorik ikusten duzu?

Ez.

- Ikusi izan duzu noizbait?

Bai.

- Zein, adibidez?

Ez dakit. *Ipupomamua*, baina hori gutxi.

- Noizean behin. Eta zergatik ez duzu ikusten, orduan?

Ez dakit. Euskarazko telesailak ez zaizkit gustatzen.

- Badakizu zergatik?

Euskaraz pixka bat gutxiago ulertzen dut, eta orduan...

- Nahiago duzu orduan gaztelaniaz ikusi. Ordenagailuan badaukazu ohiturarik bideoak ikusteko?

Ez. Normalean txateatu egiten dut.

- Normalean Tuentin konektatzen zara. Eta mugikorra badaukazu, Sambou?

Bai.

- Eta mugikorrean badaukazu ohiturarik bideoak ikusteko? (...) Ezta ere. Interneten, orduan, ez zara konektatzen?

Ez.

- Eta grabatu, orduan, ezta ere. Esan didazu koadrila handia zaretela, ezta?

Bai.

- Hogeita...

Ez dakit, hogeita bi edo horrelako zer edo zer.

- Zer zarete, gelakoak?

Ez, gelakoak... DBH 1 guztia, baina denak mutilak dira.

- DBH 1eko mutil denak elkartzen zarete?

Eta kanpoko batzuk.

- Handia koadrila! Adin berdinekoak, orduan, denak.

Bai.

- Badakizu zer ikusten duten telebistan?

Ez, ez dakit. Batzuetan *El hormiguero*. Horretaz hitz egiten dute.

- Hitz egiten dute eta suposatzen dut zuk ere bai, ez? Esango zenuke El hormiguero dela saio bat ia denek ikusten duzuen?

Bai.

- Asko hitz egiten da zure koadrilan horren inguruan?

Bai.

- Zer komentatzen duzue?

Ez dakit, adibidez, zein etorri den egun horretan.

- Denbora asko egoten zarete hitz egiten?

Ez.

- Apurtxo bat.

Bai.

- Eta badago telebista saiorik asko komentatzen dena ere bai, baina zuk ez duzuna ikusten?

Ez dakit. Ez zait ezer bururatzen.

- Orduan, esango zenuke telebistak ez daukala garrantzi asko zure lagun taldean, ez?

Bai.

- Ez, ez dauka? (...) Ez, gutxi. Gehiago Tuentik, orduan?

Bai.

- Eta zer egiten duzue Tuentin?

Txateatu eta egunean zer gertatu zaigun hitz egin, adibidez, futboleko partiduak noiz diren eta hori galdetzeko.

- Ikusten dituzu futbol partidak? (...) Non ikusten dituzu?

La Sextan edo, bestela, La 1-n.

- Eta horren inguruan hitz egiten duzue?

Batzuetan.

- Badago norbait ez zaiona gustatzen futbola?

Ez.

- Denoi gustatzen zaizue?

Bai.

- Eta interneten esaten duzu ere ez duzula uste... Badakizu bideoak ikusten dituzten Youtuben?

Ez dakit. Adibidez, futboleko jugadak edo horrelako zer edo zer. Bestela, jokoak edo.

- Jokoetan aritzen zarete. Zu ere bai?

Ni ez. Niri ez zait gustatzen.

- Eta asko hitz egiten da jokoen inguruan?

Ez.

- Sambou, geratzen zarete, adibidez, futbola ikusteko lagun taldea, denok batera, joateko...?

Gutxi-gutxitan.

- Bakoitzak ikusten du bere etxean, orduan?

Bai.

- Amaitzeko, Sambou, esango zenuke ikusten duzunak telebistan, adibidez, *El hormiguero* daukan umorea esan duzu gustatzen zaizula, ezta? Esango zenuke horrek badaukala eragina zure izateko moduan? Sentitzen duzu gustatzen zaizkizula, adibidez, Trancas y Barrancas, eta umore hori saiatzen zara zuk edukitzen edo?

Ez.

- Ikusi bakarrik egiten duzu, ezta?

Bai.

- Nire partetik hau izango zen dena. Ez dakit beste zerbait komentatu nahi duzun...

Ez.

[UK, M:8] Danel, 12 urte. Urola Kosta.

- **Hasteko elkarrizketa, kontatuko zenidake pixkatxo bat zer egiten duzun ikastolatik ateratzen zarenean?**

Ateratzen naizenean, normalean, lagunekin geratzen naiz, campo de futbolera joaten naiz futboleko ibiltzera eta gero gauza bat edukitzen dut: edo entrenamendua edo perkusioa edo horrelako zerbait.

- **Egunero daukazu, orduan, extraeskolarrak?**

Egunero ez. Asteartean libre eta ostegunean ere bai.

- **Eta egun horietan zer egiten duzu ateratzen zarenean ikastolatik?**

Asteartean lagunekin geratu eta etxeko lan asko baldin badauzkat, etxera joan bastante goizago. Bestela, berandura arte.

- **Berandura arte kalean.**

Beno, berandu... Zazpi t'erdia / zortziak.

- **Afal ordu aurrera arte edo.**

Bai.

- **Eta gero, gauz edo etxera heltzen zarenean, zer da egiten duzuna?**

Etxera heltzen naizenean telebista ikusi edo Tuentian ibili.

- **Zer izaten da gehiago: Tuenti edo telebista?**

Telebista.

- **Eta zer da ikusten duzuna telebistan, Danel?**

Normalean, marrazki bizidunak, edo, beste batzuetan, Cuatro edo *Deportes Cuatro* eta hori.

- **Cuatron *Deportes Cuatro* ikusten duzu.**

Bai.

- **Edo marrazki bizidunak.**

Bai.

- **Zein marrazki bizidun gustatzen zaizkizu, Danel?**

Niri gustatzen zaizkit *Phineas y Ferb* eta *Generador Rex*.

- **Zein kateetan botatzen dituzte?**

Phineas y Ferb Disney Channelen eta bestea, Clanen.

- **Eta zer da gustatzen zaizuna marrazki bizidun horietatik? Zergatik aukeratzen dituzu marrazki bizidun horiek?**

Zeren akzioa daukate eta gauzak egiten dituzte. Gustatzen zait.

- **Entretenigarria da, orduan?**

Bai.

- **Umorea daukate edo ez? Zer dira gehiago, abenturak, intriga dauka...?**

Igual *Phineas y Ferb* umore pixka bat badute, baina *Generador Rexen* gehiago borrokan daude. Super-eroi batzuek (...) dute.

- Super-eroi batzuen marrazki bizidunak dira.

Bai.

- Eta *Deportes Cuatro* zergatik aukeratzen duzu?

Gustatzen zait, zeren futboleko ibiltzen naiz, eta gehien bat hori futbola botatzen dute.

- Beste kate batzuetan ere botatzen dute futbola, ezta?

Bai, baina gehiena Cuatron.

- Eta zein bereizgarri dauka zure ustez *Deportes Cuatro* gehien gustatzeko? Hau da, zergatik *Deportes Cuatro* eta ez beste saio bat futbolaren inguruan?

Deportes Cuatro gehiena botatzen dute eta niri hori gustatzen zait. Hori gustatzen zait: pertsonak, botatzen dituzten gauzak... Igual besteetan gauza diferenteak egiten dituzte, hockey eta saskibaloia... Baina *Deportes Cuatro* gehiena futbola.

- Gehiena futbola botatzen dute *Deportes Cuatro*?

Bai.

- Eta esan duzu pertsonak gustatzen zaizkizula. Aurkezleak esan nahi duzu?

Bai.

- Zergatik aurkezleak? Zer dira, oso guapoak, umoretsuak...?

Guapoak ez, umoretsuak.

- Euskarazko telebista saiorik ikusten duzu, Danel?

Euskarazkoak? Ez, normalean ez.

- Ikusi izan dituzu noizbait?

Ez dut uste.

- Eta ordenagailuan, Danel, Tuentian konektatzeaz gain ohitura badaukazu bideoak ikusteko? Adibidez, *Phineas y Ferb* bat...

Phineas y Ferb eta hori ez. Igual futbola eta gero jokotan ibili.

- Futboleko bideoak ikusten dituzu.

Bai.

- Non ikusten dituzu?

Youtuben.

- Eta zelan egiten duzu bilaketa? Norbaitek abisatzen dizu daudela bideo horiek edo zuk...?

Ez, ni sartzen naiz. Edo, norbaitek esaten badit zerbait dagoela Youtuben, probatu egiten dut.

- Baina, printzipioz, zu sartzen zara.

Bai.

- Eta zer ipintzen duzu bilaketan?

Ez dakit, igual "golazos" edo... Erdaraz normalean, zeren euskaraz ez dakit hainbeste aterako den.

- Gutxiago egongo dira, ezta?

Bai, gutxiago.

- Eta, adibidez, jartzen duzu "golazos" eta agertzen diren bideoak ikusten dituzu?

Bai.

- Topatuko dira gehiago denetatik, ezta? Esan nahi dut, ez bakarrik futbol profesionalekoak, ezta?

Igual beste bideo batzuk ere bai. Normala, kaleko futbolariekin.

- Kaleko futbolari batzuekin, ezta?

Bai.

- Eta gustatzen zaizkizu horiek ere bai?

Bai.

- Orduan, futbola gehien bat. Eta bestela esan duzu... Barkatu, ahaztu zait.

Eta jokoetan.

- Non sartzen zara jokoetan jolastera?

Juegosjuegos hori eta joko batzuk ateratzen dira edo horrelako gauzak normalean.

- Eta zer jolasten duzu, sarean beste batzuekin edo zuk bakarrik?

Ez, nik bakarrik.

- Zeren aukera badago, ezta, sarean jolasteko?

Bai, badago, baina ez dut erabiltzen asko.

- Esan beharko bazenu... Aipatu duzu Tuenti, aipatu duzu Youtube ikusteko futbolaren bideoak, Juegosjuegos, eta aipatu duzu *Phineas y Ferb*, beno, telebista. Orden bat jarri beharko bazenuke zuretzako garrantzitsuena denetik gutxienera arte, zelan egingo zenuke?

Beno, nire ustez garrantzitsuena telebista gehien bat ikusten dut, gero ordenagailuan Tuentin gehiena eta gero jokotan. Eta ere bai daukat kotsola bat, Xbox-a, eta horretan ere pixka bat ibiltzen naiz, baina hori asteburuan gehien bat.

- Zer daukazu, gurasoak apurtxo bat esaten dizutena aste barruan zaintzeko hori?

Bai, zaintzeko pixka bat.

- Mugikorra badaukazu, Danel?

Ez, mugikorra nire urteetarako erosi behar didate. Behar dut, baina ez daukat.

- Esan didazu lagun taldean bazaretela sei eta hamar bitartean, ez?

Bai.

- Denak mutilak, neska eta mutil...?

Normalean, denak mutilak.

- Eta adin berdinekoak?

Bai.

- DBH 1go mailakoak. Hemen, ikastolakoak?

Bai, hemengoak.

- Badakizu zer ikusten duten eurek telebistan, Danel?

Más o menos igual. Beraiek asko-asko ere bai *Deportes Cuatro* ikusten dute eta hemen komentatzen dute: "Ez-dakit-zer Messik gola sartu duela" eta hori. Nire ustez, hori gehien bat ikusten dute.

- Asko komentatzen da, orduan, zuen artean.

Bai, normalean bai.

- Zenbat da "asko" zuretzat?

Asko-asko ere ez, baina... bastante. Igual astean hiru aldiz.

- Esango zenuke, orduan, *Deportes Cuatro* badela saio bat denok ikusten duzuen koadrilan?

Den-denok ez. Igual dago pertsona bat edo bi ez dutena ikusten eta horiek bakarrik ez dira sentitzen.

- Adibidez, hitz egiten duzuenean *Deportes Cuatro*ren inguruan, zer egiten dute beraiek?

Entzun.

- Interesatzen zaie.

Bai.

- Nork animatu zaituzte ikustera denoi? Hau da, zelan hasten da bat-batean koadrila ia denok ikustea *Deportes Cuatro*? Denok batera hasi zineten ikusten?

Ez, denok batera ez. Igual pertsona batek: "*Deportes Cuatro* probatuko dut" eta gero: "E, ba ondo dago", igual bestea ere bai eta, azkenean, besteak beste pertsona bati, gero besteak besteari eta, azkenean, denok ikusten dugu.

- Uste duzu zure lagunek *Deportes Cuatro* ikusteak badaukala eragina zuregan *Deportes Cuatro* ikusteko? Imajinatu, ez balute ikusiko *Deportes Cuatro* zure lagunek uste duzu berdin-berdin jarraituko zenukeela ikusten?

Nik bai. Edo beste gauza bat ikusten badute beraiek, gehiago gustatzen bazait, bai. Igual aldatu egingo nuke edo segituko nuke *Deportes Cuatro*ren.

- Esan nahi dizudana da ea lagun taldeak egiten duen aukeraketa eta hitz egiten duzuen programek eta daukaten eragina zure aukeraketa pertsonalean.

Bai, nire ustez badauka.

- Eta interneten badakizu zer egiten duten? Bideoak ikusten dituzten edo ez...

Tuentian gehien bat, baina ere bai bideoak eta jokoak. Ni bezala, nire ustez.

- Eta bideoak ere bai futbolaren inguruan?

Bai. Edo beste gauzak, baina nik ez dakit.

- Badago zure koadrilan norbait ez duena telebistarik ikusten edo ez daukana internet eta pixkatxo bat sentitzen dena galduta horregatik?

Telebista denok daukagu; gero, ordenagailua batzuek ez daukate, baina ez. Bakarrik eta ez dira sentitzen gaizki. Ondo sentitzen dira, baina telebista denok. Ordenagailua ez dakit, batzuek ez.

- Orduan, hitz egiten duzunean Youtubeko golen inguruan beraiek ere egoten dira, entzuten dute?

Bai. Jakiteko zer geratzen den.

- Geratzen zarete batera ikusteko zerbait? Imajinatu: Larunbata eta geratzen zarete denok, joaten zaretela norbaiten etxera edo gazte-txokoren batera... ikustera bideoak.

Eguraldi txarra egiten duenean joaten naiz beste jendearen etxera edo lotara edo jolastera, eta ere bai inbitatzen ditut nire etxera. Eta ere bai gazte-lekura.

- Eta gazte-lekuan zer egiten duzue?

Playstation 3 bat jarri dute. Normalean ping pong, baina horretan, Play-an, ere ibiltzen gara. Normalean jendea dago beti, ping pongean ere bai.

- Amaitzeko, egingo dizut galdera bat pentsatzeko: Uste duzu zuk ikusten duzuna telebistan eta, adibidez, bideoak ikusten dituzunak futbolaren inguruan, daukazu hor ere pertsonaia batzuk ere gustukoak dituzunak... Uste duzu eragina izan ahal duela modu batera edo bestera zure izateko moduan ikusten duzunak telebistan, edo pertsonaia zelan janzten diren, edo zein umore daukaten, edo dena delakoak?

Beno, bai, gustatzen zait hori ere bai. Niri jugadoreak Cristiano Ronaldo eta horiek... Madrilekoa naiz; Barça ez zait asko gustatzen.

- Eta uste duzu eragina badaukala zuregan?

Bai, badauka.

- Zein zentzutan esaten duzu baietz?

Zeren ni ere bai futbolearen aritzen naiz eta gustatzen zait nola jolasten duten.

- Eta saiatzen zara imitatzen?

Bai, batzuetan bai; zein truko egiten dituzten, lagunekin.

- Trukoak egiten dituztenak, paseak eta?

Bai, horrelako gauzak.

- Eta, adibidez, aipatu dituzun saio guztiak badira gaztelaniaz, ezta? Esan nahi dut, euskarazko saiorik ez duzu ikusten ez zuk, ez zure lagun taldeak?

Ez, gazteleraz normalean.

- Eta esan duzu euskaraz hitz egiten duzuela normalean.

Bai, euskaraz, baina gazteleraz ordenagailuan eta.

- Gazteleraz ordenagailuan? Hitz egin, esan nahi duzu?

Ez, hitz egin ez. Hitz egin euskara, baina gazteleraz Youtuben eta sartzen gauzak.

- Uste duzu eduki ahal duela eragina gazteleraz egotea ikusten dituzuen bideoak, telebista saioak eta zuen hizkuntza ohiturak aldatzeko? Esan nahi dut: Joera nabari duzu gaztelerara jotzen duzuela, adibidez, hitz egiteko Youtubeko paseen inguruan edo *Deportes Cuatroren* inguruan?

Beno, bai, igual bai. Edo igual ez, ez dakit. Youtuben da gazteleraz sartu. Euskaraz hitz egin... zeren euskaraz ez da asko azalduko.

- Baina esan nahi dut: Zuen lagun taldean, adibidez, klasetik kanpo zaudetenean nabari duzu gai batzuk igual gazteleraz hitz egiten dituzuela euskaraz baino?

Ez dut uste. Euskara gehiena. Dena euskaraz, gazteleraz ez.

- Beno, ba nire partetik hori da. Ez dakit beste zerbaiteko komentatu nahi didazun.

Ez dut uste.

[DG, M:9] **Mattin, 14 urte. Deba Garaia.**

- Hasteko elkarrizketa kontatuko didazu pixka bat zer egiten duzun ikastolatik ateratzen zarenean?

Normalean dauzkat extraeskolarrak, eta, extraeskolarrak izaten badira ordu erditxo batera, sartzen naiz ordenagailuan: Tuentin jolastu, bideoak ikusi edo horrelako zerbait. Eta egiten dut extraeskolarra, gero etxeko lanak... Eta aste batzuetan igual dauzkat bi extraeskolalar batera; etxera, zuzenean extraeskolalar batera eta gero bestera.

- Eta etxera heldu afal ordurako, ezta?

Eta etxera heldu afal ordurako.

- Afal ostean zer egiten duzu?

Ikusi telebista apur bat, baina gutxi. Irakurri, lo egin...

- Kuriosidadez, ze extraeskolalarretara joaten zara?

Ingelesa, solfeo, solfeorekin batera gitarra eta pintura. Eta gero ere bai igeriketa egiten dut.

- Ez daukazu denbora larregi aste barruan. Asteburutan zer egiten duzu, Mattin?

Asteburutan gehienetan joaten naiz gurasoekin kanpora: mendira, kostara... Eta, bestela, lagunekin gelditu edo patinetean ibili.

- Patinetea gustatzen zaizu.

Bai.

- Asko ibiltzen zara.

Bai, bastante.

- Orduan, esan duzu telebista noiz ikusten duzula, Mattin?

Telebista gehien ikusten dut ostiral eta larunbat afal ostean, familiarekin. Pelikula bat edo...

- Aipatu ahalko zenuke saioen bat ikusten duzuna konstantzia batekin edo ohitura daukazuna ikusteko?

Beno...

- Esan nahi dut: Askotan etxean telebista piztuta egoten da eta beste batzuek aukeratzen dituzte saio batzuk eta zuk ikusten duzu piztuta dagoelako, baina zuk ikusten duzu zer edo zer telebistan?

Normalean saiatzen naiz aurkitzen *Bones* edo *Dos hombres y medio*.

- Horiak biak?

Bai.

- Eta zergatik esaten duzu "saiatzen naiz aurkitzen"?

Igual sartzen naizenean ez dagoelako.

- Ez dakizu zein ordutan botatzen duten.

Ez, beno, arratsaldean asteazkenetan ikusten dut eguerdietan apur bat ordu bi t'erdietan irteten garelako eta denbora dagoelako, eta *Bones* egoten da.

- **Gustatzen zaizu *Bones*, orduan?**

Bai.

- **Zergatik gustatzen zaizu *Bones*?**

Dauka misterioa, dago ondo.

- **Intriga dauka?**

Bai.

- **Eta aipatu duzu *Dos hombres y medio* ere bai.**

Bai, gustatzen zaidalako komedia, eta hori besteak baino gehiago, zeren besteak dira...

- **Zelan besteak baino gehiago?**

Badaude batzuk, komedia, direla oso... gauzak dauzka diferenteak.

- **Beste komediak zer iruditzen zaizkizu, sinpleagoak?**

Bai, tontakeriak, sin más. Badaude beste programa batzuk *Big bang* edo ez-dakit-zer, eta horiek dira demasiado... Ez dakit, ez zaizkit gustatzen asko.

- **Astunagoak?**

Ez, tontoagoak.

- **Umore sinpleagoa, ez dizuna graziarik egiten.**

Hori da.

- **Eta *Dos hombres y medioko* umorea gustatzen zaizu.**

Eta nire lagunek ikusten dute normalean (beno, nire lagunek ez, neskek gehien bat) *Mujeres y hombres*.

- **Hori ere ikusten da.**

Eta niri ez zait gustatzen.

- **Mutilek ez dute ikusten, zure lagunek, hori?**

Batzuetan, baina iruditzen zait tontakeri bat.

- **Zer egiten dute, berba asko horren inguruan ala (*Mujeres y hombres y viceversa* ren inguruan ari gara)?**

Bai. Klasean eta.

- **Orduan, nahi edo ez nahi tokatzen zaizu jarraitzea zer gertatzen den han?**

Ez.

- **Ez duzu kasurik egiten.**

Esaten dut: "Oraindik ikusten duzue hori?"

- **Esan duzu, orduan, batzuetan saioa ez duzula jakiten zein ordutan izaten den.**

Ez.

- **Badaukazu ohiturarik interneten ikusteko saio horiek, aipatu dituzunak?**

Ez.

- **Esan nahi dut, igual...**

Bai, bai, bai. Ez.

- **Euskarazko saiorik ikusten duzu, Mattin?**

Bai.

- Zein adibidez?

Normalean edo berriak edo... ez dakit, ez dut gogoratzen.

- Albisteak, teleberria; beno, Gaur egun.

Bai.

- Eta zein iritzi daukazu Gaur egunen inguruan? Zergatik aukeratu duzu euskarazko albistegia eta ez beste albistegi batzuk?

Normalean gehiago ikusten dut La 1, bakarrik aita dagoelako.

- Aitak jartzen du.

Bai, hori da.

- Eta badaukazu iritziren bat euskaraz... ETB 1en inguruan? Zein iritzi daukazu?

Egiten dutela ondo. Ahal dutena egiten dute, aukera asko daude. Hain herri txikia izateko gu badauzka...

- Baliabideak, ez?

Bai.

Orduan, aipatu didazu ordenagailura ez zarela joaten ikustera *Bones* eta *Dos hombres y medio*.

Ez.

- Baina beste bideorik ikusten duzu ordenagailuan?

Bai. Surf bideoak edo skate bideoak.

- Eta non ikusten dituzu?

Skate bideoak gutxietan ikusten ditut; gomendatzen dizkidanetan batzuek edo bidaltzen dizkidanetan Tuentitik. Eta surfa, orrialde batean sartzen naiz.

- Zein da orrialdea, kuriosidadez?

Bat da Surf30 eta bestea Surfing magazine. Eta jarraitzen dut ere, noizbehinka, surf konpetizioak ematen dituzte... Hori da uste dut ASPWorldTour dela surfeko kanpeonato mundialen pagina.

- Eta daukate orrialdea eta hor jartzen dituzte bideoak, orduan?

Bai, normalean jarraitzeko finalak eta horiek.

- Youtuben badaukazu ohitura bideoak ikusteko?

Bai. Normalean, musika entzuteko.

- Musika entzun egiten duzu.

Bai.

- Hau da, zer egiten duzu, bideo bat ipini musikala, baina entzun egiten duzu eta ez duzu ikusten?

Hori da. Batzuetan ikusten dut, baina normalean musika entzuteko gehiago.

- Normalean, entzuteko.

Bai, zeren imagen kalitatea Vimeon hobea da.

- A, eta Vimeon ere ikusten duzu.

Bai, batzuetan, bai.

- Zein bideo mota ikusten duzu Vimeon?

Skatekoak.

- Beste lekurik okurritzen zaizu ez duguna aipatu?

Ez.

- Horiek gehien bat: Youtube eta Vimeo?

Bai.

- Mugikorra badaukazu, Mattin?

Ez.

- Ba ez dizut galdetuko mugikorraren inguruan. Zer uste duzu mugikorraren inguruan? Kuriosidadea daukat.

Ni ez naiz sentitzen beharrezkoa edukitzeko mugikorra. Ez naiz hasten pentsatzen.

- Ikusten duzu zure inguruan zertarako erabiltzen duten mugikorra?

Bai. Etxera deitzeko edo lagunak non dauden jakiteko eta horrelako gauzak.

- Ez dago ohiturarik musika ipintzeko mugikorrean?

A, hori ere bai.

- Eta musika ipini altuan denentzako?

Bai, batzuetan.

- Zer, klase orduetan eta?

Ez, ez, ez. Taldean edo.

- Irakasleek badaukate araututa klase ordu barruan mugikorrek ezin direla eduki, edo itzalita...?

Hori guk badakigu eta logikoa da, ez? Baina...

- Ez dela ohikoena izaten...

Nik uste dut itzaltzen direla. Ez dugu eduki oraindik telefono dei sorpresa.

- Ez da normalena.

Igual alarma bat edo, baina hori da arazoa, saltatzen da: "Jo, es que alarma ez-dakit-zer, ez dabil ondo." Eta listo.

- Mattin, aipatu didazu ez daukazula... Daukazula koadrila alde batetik, baina gero beste lagun batzuekin asko irteten zarela ere...

Ez naiz gelditzen, zeren hor dago jendea ibiltzen dena bizikletarekin, gero patinetik, gero patinetearekin. Ni normalean joaten naiz patinetean ibiltzen den lekura eta hor nabil. Ezagutzen gara normalean gehienak.

- Zer zarete, neska eta mutilak, mutilak bakarrik...?

Mutilak. Koadrilan?

- Bai.

Koadrilan, mutilak. Gero elkartzen gara neskekin, baina...

- Baina skateko parkean ere...?

Ez.

- Mutilak bakarrik.

Hori da. Gero igual beste batzuk ibiltzen direla patinetean orain ere ibiltzen dira neska batzuekin, eta hortik ere ibiltzen dira neska horiek. Baina patinetearekin eta horrela, mutilak.

- Eta zein adinekin? Denak zure adinekoak edo...?

Ez. Batzuk txikiagoak, batzuk unibertsitatean dabilta...

- Hori koadrilan edo skateko parkean?

Koadrilan, nire edadekoak, eta skateko parkean, edozein edade. Gure adinekoak ere bai.

- Zure koadrilan ez dago beste norbait gustatzen zaionik skatea?

Bai, baina ez da skatea, da monopatina, manillarrekin eta. Eta hori ibiltzen da ere kaletik.

- Monopatina...

Manillarrekin. Ibiltzen da eta egiten ditu bere piruetak eta.

- Mattin, badakizu zer ikusten duten lagun horien denek telebistan?

Ez dakit. Ikusten zuten *El conquistador del fin del mundo*.

- Nortzuk?

Koadrilakoek. Eta besteek... Batzuetan ados gaude: Nire lagun batzuei gustatzen zaie *Bones*, beste batzuei ere *Dos hombres y medio*... Baina normalean gutxi hitz egiten dugu, ez bada partidukoak edo...

- Ez duzue hitz egiten asko, orduan, telebistan dagoenaz.

Ez.

- Esan behar bazenue ze garrantzia daukan telebistak gero zuen lagun taldean, zenbat esango zenuke?

Nahiko gutxi.

- Aipatu duzu, dena dela, *Mujeres y hombres y viceversaz* asko entzuten dela.

Bai, baina hori normalean gehiago neskak.

- Neskak klasean eta?

Bai.

- Edo han elkartzten zaretenean...?

Klasean, eta orain uste dut haien artean ibiliko direla ere bai.

- Esango zenuke badagoen telebista saio bat ikusten duzuen denok?

Ez dakit, ez.

- Galdera da gehien bat koadrila askotan gertatzen delako badagoela telebista saio bat bereziki koadrila denak ikusten duena, eta kuriosidadea daukat jakiteko apur bat zelan sortzen den nukleo hori. Nor hasten den lehenengo ikusten, nork konbentzitzen duen nor, ikusteko zer...

Lehenengo hasten dira bi lagun eta gero hasten dira beti hitz egiten programarena eta hasten dira gehiago ikusten eta, azkenean, asko hasten dira ikusten. Baina normalean guk ez daukagu programa bat.

- Uste duzu horrek badaukala garrantzia?

Zer?

- Aukeratzeraoan telebista saio bat bi lagun hastea hitz egiten telebista programa batena eta, hori dela eta, beste denok hasten zarete ikusten?

Bai, nik ere igual kuriosidadeak, baina gero ez duzu... Nik badaukat... Igual nago zapping eta ikusten dut *Mujeres y hombres*: "A ver zer den?" Eta segituan aldatzen dut.

- Bost minutu eta itzali.

Bai, bost minutu edo gutxiago.

- Eta gertatu da noizbait norbaitek ikustea telebista saioaren bat besteei ez zaiena gustatzen bat ere ez eta horregatik utzi diote ikusteari?

Bai, hori gertatuko zen seguramente.

- Ez duzu gogoratzen adibide bat...

Ez.

- Eta interneti dagokionez, Mattin, badakizu bideoak ikusten dituzten Youtuben, aipatu dituzun orrialdeetan...?

Nik uste du musika entzuteko gehienek, bestela...

- Nahiko generala da, orduan, musikarena.

Bai.

- Youtuben sartu...

Igual nago jolasten, jarri musika jolastean zabiltzan bitartean.

- Jolasak internetekoak ere dira oso-oso erabiliak, ezta? Esaten duzunagatik...

Bai.

- Ze joku, adibidez?

Minijuegos eta horrelako paginetan dauden joko sinpleak. Dira tontakeri batzuk, baina... Eta, bestela, Tuentian egoten dira eta bitartean entzun musika.

- Beste galdera bat egingo dizut. Apurtxo bat igual da pertsonalagoa edo, baina uste duzu zure lagun taldean badagoela norbait daukana bereziki botere gehiago erabakiak hartzerakoan?

Bai.

- Gertatzen da?

Askotan.

- Askotan gertatzen dira horrelako gauzak? Eta pertsona horiek daukaten estiloa edo daukaten... telebista programak ikusten dituztenak edo bideoak ikusten dituztenak uste duzu eragiten duela besteongan?

Bai, batzuegan, bai. Beste batzuk dira (...) eta ez.

- Adibiderik jarriko zenuke? Adibidez, gogoratzen duzu zein programarekin edo ez-dakit-zein bideoarekin...

Igual joko batzuekin gertatu dena hori, baina ez dakit. Zehazki ezin dizut esan.

- Baina bai gertatu izan da, ezta?

Bai. Musikarekin gertatzen da askotan.

- Zelan?

Gustatzen bazaie musika hori, beste batzuk hasten dira musika berdinarekin, arroparekin moduan.

- Bukatzeko, Mattin, aipatu dugu apur bat lagun taldearen eta zure arteko harremana eta, baina orain gustatuko litzaidake jakitea ea pentsatu duzun noizbait telebistan edo interneten ikusten duzunak eragina daukan zuregan.

Bai, izan liteke, bai. Beno, niregan, ez; jendearengan, bai.

- Eta zergatik esaten duzu zuregan ez, jendearengan bai?

Niregan ez dut uste.

- Ez dakit, janzkeran... Adibidez, aipatu duzu *Dos hombres y medioko* umorea asko gustatzen zaizula, ez? Imaginatu saiatzen zarela umore estilo hori ea aurkitzen duzun...

Ez dakit, ez dut uste. Igual bai, baina ez dut uste.

- Eta besteengan bai zergatik esaten duzu?

Egongo direlako batzuk... Denak ez, baina batzuek igual ikusten dute janzkera bakarrik. Janzkera ez, beste zerbaiten... Ez dakit zelan esan.

- *Mujeres y hombres y viceversa* bat ikusten duzu, adibidez, eragina eduki ahal duela?

Ez dakit zelako eragina eduki dezakeen.

- Esaten dut esan duzulako hain argi "bai"...

Igual gero motibatu egiten dela gehiago hitz egitean eta horrela. Ez dakit.

- Adibidez, janzteko era *Mujeres y hombres y viceversa*koak uste duzu eragina eduki ahal duela?

Ez.

- Eta honekin lotuta, aipatu dituzun saio gehienak gaztelaniaz dira, ezta?

Bai.

- Uste duzu gaztelaniaz egoteak saioa eragina daukala zuen hizkuntza joeran?

Hori bai. Nik uste dut baietz. Oraintxe ez dakit zein izango den arrazoa denak gabiltzala erdaraz.

- Zein da erdararekiko daukazu pertzepzioa zuk?

Zelan pertzepzioa?

- Iruditzen zaizu gaztelaniaz hitz egitea izan daitekeela modernoagoa euskaraz hitz egitea baino edo? Pentsatu duzu noizbait zergatik zabilzaten gaztelaniaz hitz egiten?

Uste dugulako dela guay edo horrela. Ya automatikoki irteten zaizu. Nola entzuten diezun zure lagunei erdaraz, ere zu hasten zara erdaraz. Ni, oraintxe, batzuetan saiatzen naiz euskaraz.

- Eta esaten duzu uste duzula eragina badaukala ikusten duzunak telebistan?

Bai.

- Eduki ahal du eragina.

Erdara gehien bat telebistan ikusten da, zeren telebistan programa aukera gehien dagoena da erdaraz.

- Nire partetik hauek ziren galdera denak, ez dakit beste zerbaiteko komentatu nahi duzun...

Ez.

[DB, M:10] Aitor, 16 urte. Deba Behea.

- **Aitor, kontatuko didazu apurtxo bat, hasteko elkarrizketa, zer egiten duzun klasetik ateratzen zarenean?**

Gehiena entrenamenduak eta horrela.

- **Zeren entrenamenduak?**

Futbolekoak.

- **Eta egunero joaten zara entrenamendura?**

Ez, astean bi edo hiru aldiz, segun.

- **Asko gustatzen zaizu futbola, orduan.**

Bai.

- **Besterik egiten duzu klasetik irteterakoan?**

Partikularrak ere bai, edo bestela lokalean.

- **Lokala daukazue?**

Bai.

- **Eta egunero joaten zara lokalera?**

Gehienetan.

- **Eta zer heltzen zara, afal ordurako etxera?**

Bai, zortziak edo aste barruan.

- **Afaldu eta gero?**

Ordenadorean edo, bestela, ohera.

- **Telebista eguneko zein momentutan ikusten duzu, Aitor?**

Eguerdian eta gauean batzuetan.

- **Badago telebista saiorik bereziki gustatzen zaizuna?**

Denetatik.

- **Esango zenuke saioaren bat... Esan nahi dut, batzuetan telebista pizten dugu eta egiten dugu zapping eta dagoena ikusten dugu, ezta? Baina beste batzuetan gogoratzen dugu dagoela zerbait telebistan eta pizten dugu telebista hori ikusteko.**

La que se avvicina edo horrelako programak.

- **Beste saioaren bat gogoratzen duzuna gustatzen zaizuna?**

(...).

- **Eta beste programarik? Esan beldur barik, horren inguruan egin behar dugu berba.**

Eguerdian, *Mujeres y hombres*.

- **Horiek hirurak.**

Bai, gehienak horiek. Gero de risa eta horrelakoak.

- **Umorezkoak eta barregarriak. Zeintzuk, adibidez?**

Aquí no hay quien viva...

- Pila bat, ezta? Asko ikusten duzu telebista?

Bastante.

- Eta horietan gogoratzen zara gehien bat.

Bai.

- Eta esan duzu umorea oso inportantea dela zuretzat, orduan?

Bai, asko.

- Asko baloratzen duzu umorea. *La que se avvicina eta Aquí no hay quien viva* horregatik ikusten dituzu, adibidez?

Bai, gehien bat.

- Zer gehiago gustatzen zaizu saio horiena?

Hori, barregarriak direla.

- Esan duzu, adibidez, eguerditan *Mujeres y hombres y viceversa* ikusten duzula, ezta? Eta saio hori zergatik aukeratzen duzu?

Engancha.

- Engantxatu egiten du?

Bai.

- Zer engatxatzen du programa horretan?

Los rollos que hay.

- Zer daude, eztabaida pila bat?

Bai, egunero eztabaidan.

- Eta zeren inguruan doa? Kontatu apurtxo bat.

Daude bi tronista eta gero sartzen direla a pretender eta horrela.

- Bi tronista daude eta...?

Eta sartzen direla a pretender.

- Konkursante ezberdinak daude gero?

Bai.

- Eta zer egin behar dute pretenditzeko?

Dituzte zitak eta horrela

- Eta euren artean gertatzen dira, orduan, diskusioak?

Bai.

- Eta programan gertatzen dena zer dira, zitak edo diskusioak gehiago?

Ematen dituzte zitak eta gero hitz egiten dute horri buruz.

- A, ziten inguruan.

Bai.

- Eta non gertatzen dira diskusio gehien, zuri gustatzen zaizkizun diskusioak?

Gero ere bai esaten dituzte konfidentziak eta horrela.

- Konfidentziak? Platoan edo...?

Bai, platoan.

- Eta zer, sekretuak kontatzen dituzte?

Ez, igual que la otra se ha liado con ez-dakit-nor...

- Eta hor ya se lía.

Bai.

- Eta horregatik gustatzen zaizu, dagoelako... Zelan deituko zenuke?

Entretenigarria da.

- Eta esan duzu *Frank de la jungla* ere bai ikusten duzula.

Bai.

- Eta zergatik gustatzen zaizu, adibidez, *Frank de la jungla*?

Animaliak eta gustatzen zaizkidalako.

- Asko gustatzen zaizkizu animaliak?

Bai.

- Eta animalia asko ikusten dira?

Bai.

- Zeren inguruan doa *Frank de la jungla*?

Animaliak ezagutzeko eta horrela. Aurkitzen baldin badute animalia bat, deskripzioa egin eta...

- Baina zer da, dokumental bat edo?

Bai, dokumental bat gehiago.

- Eta pertsonaiarik badago ezaguna programa horretan?

Ezaguna, ez. Da bat Frank eta beste batzuk kamerarekin.

- Dago pertsonaia bat Frank deitzen dena. Eta pertsonaia hori zelakoa da? Zelan deskribatzen duzu?

Ez dakit.

- Umorea badauka programak?

Bai, batzuetan bai.

- Zeren adibidez ez da La 2eko dokumentalen moduan *Frank de la jungla*...

Ez, hori da más...

- Aspergarriagoa da?

Bai, pixka bat bai.

- Eta zergatik uste duzu *Frank de la jungla* ez dela hain aspergarria?

Porque da con más acción.

- Aguroago pasatzen dena edo?

Bai.

- Eta zer dago, intriga edo arriskuan jartzen da *Frank de la jungla*?

Pixka bat bai.

- Eta hori da gustatzen zaizun...?

Bai.

- Esan duzu futbola ere gustatzen zaizula, ezta, Aitor?

Bai.

- Ikusten duzu futbolik telebistan?

Asko.

- **Eta futbolarekin lotutako programak ikusten dituzu?**

Zelan programak?

- **Jende askok aipatu dute *Deportes Cuatro* ikusten dutela.**

A, bai.

- **Ikusten duzu *Deportes Cuatro*?**

Bai.

- **Eta bete informatibo batzuk ere bai kirolaren inguruan?**

Bai, dagoenean ETB 1 ikusten dut.

- **Egunero?**

Ahal dudanean. Pasatzen ikusten dudanean...

- **... gelditzen zara ikusten.**

Bai.

- **Aitor, euskaraz ikusten duzu programarik?**

Gutxi, porque telebistan ia dena da erdaraz.

- **Ez?**

Euskaraz ez, gutxi.

- **Eta "gutxi" hori? Jakingo zenuke esaten programaren baten izena?**

Ez.

- **Ez duzu gogoratzen programarik. (...) Ez. Ordenagailuan ikusten duzu bideorik?**

Ordenadorean? Bai.

- **Bai? Non ikusten dituzu bideoak?**

Youtuben eta horrela gehiago.

- **Eta zein bideo mota ikusten dituzu Youtuben?**

Denetarik. Txorradak eta futbola ere bai.

- **Txorrada horiek zer dira?**

Edozer gauza.

- **Eta zelan bilatzen dituzu bideo horiek Youtuben?**

Igual lagun batek esanda: "Ipini hau eta ikusi."

- **Musika, adibidez, ikusten duzu Youtuben?**

Bai.

- **Esan beharko bazenu zer den gehiago ikusten duzuna Youtuben zer izango zen?**

Musika?

- **Denetarik. Esan duzu denetarik ikusten duzula. "Lehenengo bideoak gehien ikusten ditudanak dira ez-dakit-zelakoak, gero gehien ikusten ditudanak...".**

Gehien musika entzuteko.

- **Musikaren ostean?**

Futboleko bideoak.

- Zer izaten dira, jugadak errepikatzerakoan edo?

Bai, edo partiduren bat.

- Eta gustatzen zaizu berriz ikustea.

Bai.

- Eta futbolaren ostean?

Igual txorradak.

- Zer izaten dira, bideo kaseroak eta horrela?

Lagun batek esanda, ez dakit, edozer gauza. Caídak eta.

- Eta gustatzen zaizkizu horrelako bideoak.

Bai.

- Umorea ere badaukate, ezta?

Bai.

- Mugikorra badaukazu, Aitor?

Mugikorra? Bai.

- Eta ohiturarik badaukazu bideoak mobilean ikusteko?

Ez, bideoak ez.

- Eta grabatzeko?

Ez.

- Komentatu didazu badaukazula koadrila, ezta?

Bai.

- Zenbat pertsonak osatzen duzue gutxi gorabehera?

Hogei edo.

- Denok mutilak zarete?

Bai.

- Eta zenbat urtekoak?

Hamabost / hamasei.

- Kurtso berekoak zarete edo...?

Beno, oraintxe daukagun lokalean gehiago gaude.

- Egia da, lokala daukazuela, ezta?

Bai.

- Eta lokalean koadrila bat baino gehiago zaudete?

Bai. Hasi ginen ekipokoak, futboleko ekipokoak.

- Eta horregatik konpartitzen duzue.

Bai.

- Orduan, ni situatzeko: Zure koadrilako jendea futboleko ekipokoa da?

Bai, batzuk bai.

- Baina denok ez.

Ez.

- Eta futboleko ekipokoak ez direnak zure koadrilakoak, horiekin konpartitzen duzue lokala.

Bai.

- Eta dira nagusiagoak zuek baino.

Bai.

- Badaukazue telebistarik lokalean?

Bai.

- Eta zer ikusten duzue lokalean?

Ez dakit. Etxeko berdina. Gehienok ikusten dugu berdina.

- Arratsaldetan joaten zarete lokalera?

Bai.

- Egunero-egunero?

Bai, gehienetan.

- Eta arratsaldetan zer egoten da telebistan? Zeren *Mujeres y hombres* eguerditan da, ezta?

Bai.

- Orduan, aste barruan arratsaldetan? *Aquí no hay quien viva* gauez izaten da.

Bai. Arratsaldetan ere botatzen dute batzuetan.

- Eta hori ikusten duzue, adibidez?

Bai. Eta Cuatroko programa bat ere bai. Ez dakit zelan den izena.

- Zertaz doa programa?

Beno, *Otra movida* ere bai.

- Hori ez dut ezagutzen. Non dago hori?

Ez dakit zein kanal den. FDFn edo.

- Eta zeren inguruan doa *Otra movida* hori?

Umorea.

- Baina zer da, platoan, da serie bat...?

Platoan.

- Eta zeren inguruan doa, Aitor?

Egiten dute denetik. Notiziak ematen eta horrela hitz egiten.

- Zer izango zen, apur bat *El intermedio*ren antzekoa edo?

Bai, más o menos.

- *Otra movida* esan duzue, orduan, lokalean ikusten duzuela asko. Askotan edukitzen duzue telebista piztuta?

Zelan piztuta?

- Lokalean zaudetenean telebista ikusten duzue askotan edo beste zerbait egiten duzue?

Peliak ere. Bestela berba egiten, sin más.

- **Esan beharko bazenu lokalean zaudetenean telebista asko edo gutxi dagoen piztuta, zer esango zenuke?**

Asko.

- **Eta esaten duzu *Otra movida...* Gogoratzen duzu beste programarik?**

Cuatron *No le digas a mamá que trabajo en la tele.* 12:50

- **Hori ere ez dut ezagutzen.**

Zer edo zer ikustearren.

- **Ez zaizu gustatzen zuri saio hori?**

Ez, gehiegi ez.

- **Eta besteei ez?**

Batzuei bai.

- **Eta eurek aukeratzen dute zer...?**

Mandoa daukanak.

- **Eta zeinek edukitzen du mandoa normalean?**

Ez dakit, edozeinek.

- **Uste duzu koadrilan edo lokalean zaudenean norbaitek eduki ahal duela botere gehiago mandoa edukitzeko?**

Ez, denok berdin.

- **Hartzen duenak. Orduan, esan duzu zure lagunek hori dena ikusten dutela, ezta? Badakizu zure lagunek euren etxean daudenean zer ikusten duten?**

Ez.

- **Asko egiten duzue berba zuen artean ikusten duzuenaren inguruan?**

Gehiegi ez.

- **Lokalean zaudetenean ikusten duzue eta dagoena telebistan.**

Bai.

- **Galdetzen dizut hau, Aitor, zeren ikerketan ere bai interesa badaukat ikusteko... Igual lokala edukitzearena ez da izaten ohikoena. Zara lehenengo pertsona elkarrizketatzen dudana lokala daukana, beste inork ez dauka lokalik. Orduan, normalean telebista bakoitzak ikusten du bere etxean, eta interesa dut jakiteko koadrilan irteten zaretenean ea asko edo gutxi egiten duzuen berba etxean ikusten duzuenaren inguruan. Horregatik egiten dizkizut galdera hauek, zeren batzuetan pasatzen da: Igual nik ez dut ikusten programa bat, baina irteten naiz koadrilarekin eta koadrilan egiten da berba pila bat programa baten inguruan eta horregatik hasten naiz ni programa bat ikusten. Edo igual nik ikusten dut programa bat eta nire lagunek esaten didate hori dela kaka bat eta uzten diot ikusteari. Orduan, apur bat zein eragin eduki ahal duen koadrilan ikusten denak zuregan. Uste duzu hori pasatzen dela zure koadrilan?**

Batzuetan igual bai.

- **Bai? Zelan gertatzen da?**

Igual hitz egiten dugu eta batek ez du ikusten programa hori eta gero derrepente hasten da ikusten ere bai.

- Gogoratzen duzu zein programarekin pasa den adibidez hori?

*Frank de la jungla*rekin, adibidez, pasa zen.

- Zeren hori lokalean zaudeten orduan ez dute botatzen, ezta?

Ez. Gauean, bederatzi t'erdietan.

- Igandetan izaten da gainera, ezta?

Bai.

- Eta badakizu, orduan, jendea hasi dela ikusten *Frank de la jungla*...?

Bai, hori esaten dute behintzat.

- Eta pasatu izan da alderantziz? Igual pertsona batek ikusten du programa bat eta lagunek ez dutelako ikusten edo esan diotelako zatarra dela edo apur bat hori dela umeentzako edo horrelako zerbait utzi diola ikusteari programa?

Ez dut uste, ez dakit.

- Zuri ez zaizu pasa.

Ez, niri ez.

- Eta inguruan ere ez dakizu...

Ez dakit.

- Gero galdetu behar nizun, Aitor, beste gauza bat eta da: Egin dugu berba apur bat zein harreman daukan lagun taldeak zure aukeraketan, ezta? Baina gabiltza berban telebistaz bakarrik. Ohitura badaukazue... Badaukazue ordenagailurik lokalean?

Ez, ordenagailua ez.

- Orduan, internetera sartzeko aukerarik ere ez daukazue.

Ez.

- Galdetzen dizut hau zeren jende askok ere bai, zure adinekoak, esan didate ya ez dutela ikusten telebista. Joaten direla internetera, adibidez, ezagutzen duzu *Los protegidos*?

Bai.

- Ikusi izan duzu?

Ez, hori ez dut ikusten.

- Adibidez, *Los protegidos*, zelan oso berandu den telebistan, interneten ikusten dutela, Antena 3en sartzen direla eta interneten ikusten dutela. Zuek egiten duzue horrelakorik?

Ez.

- Ez daukazue ohiturarik, normalean.

Nik horrelako programak ez ditut ikusten.

- Baina, adibidez, komentatu didazu... Imajinatu *Frank de la jungla* bat. Zein katetan botatzen dute?

Cuatro.

- **Daukazu ohitura, adibidez, interneten sartzeko Cuatrora eta *Frank de la jungla* Cuatroko interneten ikusteko?**

Nik ez.

- **Eta lagunek?**

Ez dakit. Nik gehienetan ikusten dut telebistan.

- **Normalena izaten da hori, e? Baina galdetzen dizut beste jende askok komentatu didalako. Orduan, esaten duzu interneta erabiltzen duela bakoitzak bere etxean.**

Bai.

- **Eta ohitura badago interneten bideoak ikusteko zure lagunak...?**

Bai.

- **Eurek komentatzen dizute...**

Bai, bideo batzuk ikusteko.

- **Esango zenuke horrek badaukala garrantzia zure lagun taldean?**

Zelan garrantzi asko?

- **Youtuben ikusten dituzue bideo asko bakoitzak bere etxean eta hitz egiten duzue asko: "Ikusi dut bideo bat ez-dakit-zerena, ikus egin behar duzue!"**

Batzuetan bai.

- **Esan nahi dut: Egunero-egunero dago bideoen bat Youtuben ikusteko?**

Ez, egunero-egunero, ez.

- **Astean behin, birritan?**

Bitan edo.

- **Bukatzeko, Aitor, gustatuko litzaidake jakitea ea pentsatu duzun noizbait zuk telebistan ikusten duzun horrek badaukan zugaragatza. Azalduko dizut hobeto: Ikusten duzu *Aquí no hay quien viva* eta *La que se avecina*, ezta? Eta esan duzu ikusten duzula umoreagatik, gustatzen zaizulako ze umore estilo dagoen programa horretan, ezta?**

Bai.

- **Pentsatu duzu noizbait, umore hori zelan gustatzen zaizun zuri, saiatzen zara zu imitatzen moduan umore estilo hori? Adibidez...**

Igual broma berdina gero egiten...?

- **Bai.**

Batzuetan, bai.

- **Batzuetan gertatzen zaizkizu horrelakoak.**

Bai.

- **Edo, umorearen moduan, imajinatu musikak daukala influentzia asko zuregan, ikusten duzunak telebistan edo futbola esan duzu asko gustatzen zaizula... Saiatzen zara zu imitatzen telebistan ikusten duzun...?**

Gauza batzuetan bai igual.

- **Zeintzutan, adibidez?**

Edozein musika gustatzen bazaizu, gero mobilean eta horrela.

- Mobilera deskargatzen duzu.

Bai.

- Eta da telebistan ikusten dituzun musikak?

Bai.

- Eta janzkera, adibidez, beste gauza bat esateagatik?

Ez, janzkera ez.

- Zure estiloa ez zaizu...

Ez dut aldatzen.

- Ez zara fijatzen telebistan dauden...?

Ez.

- Komentatu dizkidazun saio gehienak, aipatu didazu euskaraz ez duzula ikusten programarik, ezta? Komentatu dizkidazun saio gehienak gaztelaniaz izanda, pentsatu duzu noizbait horrek eduki ahal duela edo ez eragina zuek koadrilan euskaraz edo erdaraz berba egiteko?

Programa erdaraz baldin bada, erdaraz gehiegi.

- Egiten duzue programaren arabera?

Bai.

- Orduan, zein puntura arte esango zenuke badaukala lotura izatea telebista eta bideoak erdaraz gero zuek koadrilan euskaraz edo erdaraz egiteko? Edo uste duzue beste arrazoi batengatik egiten duzuela zuek erdaraz?

Programa erdaraz baldin bada, erdaraz egiten dugu. Euskaraz gutxi ikusten ditugu, horregatik.

- Egiten duzue berba erdaraz telebista programez hitz egiten duzuenen bakarrik edo...?

Beno, nik gutxi, baina beste batzuek gehiago.

- Zergatik uste duzu egiten dutela gehiago erdaraz?

Ez dakit, igual etxean gehiago egingo dute erdaraz, eta gero ya...

- Ohitura daukatelako etxean.

Bai, gurasoekin.

- Beno, nire partetik, Aitor, ez zait okurrizten beste ezer. Ez dakit zerbait komentatu nahi duzun. Igual ahaztu zaiguna aipatzea: beste programaren bat edo: "Oso inportantea pentsatzen zait telebista niretzako ez-dakit-zer..."

Antena 3eko *Atrapa un millón* ikusten dut.

- *Atrapa un millón* zeren inguruan da? Da Carlos Soberak aurkezten duen programa hori?

Bai. Galderak eta horrela dirua irabazteko.

- Eta zergatik gustatzen zaizu programa hori?

Ikasteko. Saiatzen naiz ni ere erantzuten ondo.

- Zein galdera mota egoten dira?

Edozein tema.

- Denetik.

Bai.

- Eta zer da, Trivial moduan egiten dituzte galderak?

Da galdera bat eta lau erantzun ematen dizkizute eta aukeratu behar duzu.

- Zer da, *Quieres ser millonarioren* moduan edo *50x15* zegoen beste programa bat, Carlos Soberak aurkeztu zuena...?

Ez. Dira zortzi galdera eta dituzu 200.000 euro edo ez-dakit-zenbat. Eta zoaz galdera bakoitzean, acertatzen baduzu dena, bestela, dirua galtzen duzu.

- Eta zoaz, orduan, dirua pilatzen, ez? Gero eta hurbilago zaude 20.000 euro...

Bai.

- Itxaron, okurritu zait galdera bat kuriosidadeagatik apur bat. Da zure elkarrizketatik kanpora: Zure klaseko neskek badakizu zer ikusten duten telebistan, Aitor?

Ez.

- Ez daukazu tratu handirik beraiekin, ez duzu berba egiten beraiekin telebistaren inguruan...?

Ez, es que ni ez naiz egoten beraiekin ere ez.

- Mutilak ibiltzen zarete gehien bat zuen aldetik?

Bai.

- Kuriosidadea daukat ere bai, eta komentatuko dizut zergatik: Orain arte eduki ditudan elkarrizketetan normalean serieak *Física o química*, *Los protegidos*, *El barco* eta horiek denak aipatzen dituzte gehien bat neskek. Zuen artean ikusten dira serie horiek?

Ez, mutilen artean, gutxi.

- Eta pentsatzen zait kurioa *Mujeres y hombres y viceversa* ikusten duzuela. Zure lagunek ere ikusten dute?

Bai. Gehien batzuek, bai.

- Zer iruditzen zaie zure lagunei programa hori?

Ondo. Gero komentatzen dugu eta horrela.

- Komentatzen duzue?

Bai.

- Esan bazenu ea asko edo gutxi komentatzen duzuela?

Igual gutxi, baina beste programak bezala.

[DB, N:16] Alejandra, 14 urte. Deba Behea.

- **Elkarrizketa hasteko, Alejandra, azalduko didazu apurtxo bat (jada azaldu didazu hemendik kanpora, baina...) zer egiten duzun klasetik ateratzen zarenean?**

Piano, gitarra, klarinete, banda, koro, futbola, ingeleseko partikularrak eta pintura. Eta gero, astean behin, grupo musikakoa.

- **Musikako taldea.**

Bai.

- **Eta hori dena egiteko denbora noiz ematen dizu?**

Badaukat hementxe nire egutegia, zeren a ver noiz gelditzen naizen zurekin...

- **Egunero daukazu extraeskolarrak, orduan.**

Bai.

- **Eta bat baino gehiago egunean, ez?**

Bai.

- **Zelan eramaten duzu, ondo edo...?**

Bai.

- **Gustura zabiltza denetan, bestela ez zinateke ibiliko...**

Klarinetetik desapuntatu egin nintzen, baina XXX.

- **Baina kontserbatorioan zabiltza? Ez, musika eskolan, ez?**

Bai.

- **Orduan, klasetik irten eta extraeskolarrak joango zara zuzenean.**

Bai. Normalean etxera joaten naiz, baina gaur, por ejemplo, bostak laurden gutxitan neukan piano.

- **A, eta orain pianotik zatoz?**

Ez, orain etxean egon naiz; bostak eta laurdenetan atera naiz.

- **A, bostak eta laurdenetan atera zara. Gero etxera heldu, afaldu eta zer egiten duzu afal ostean?**

Normalean telebista ikusi eta ohera.

- **Eta telebistan zer ikusten duzu, Alejandra?**

Lo que haya. Adibidez, batzuetan, ostegunetan, por ejemplo, egoten da *El barco* eta beste batzuetan *El hormiguero*.

- **El hormiguero egunero egoten da, ez?**

Bai.

- **Ikusten duzu egunero edo...?**

Normalmente, bai. Segituan hartzen dut lo eta hurrengo egunean no me entero de lo que he visto en la tele.

- Badago programaren bat bereziki interesa daukazuna, jartzen duzuna eta ikusten duzuna osorik?

Los Simpson. Eskolara joan arte.

- Eguerditan, ez?

Bai.

- Eta *El barcon*, adibidez, lokartu egiten zara?

Amak ez dit osoa ikusten lagatzen. Segituan kentzen dit eta gero igandetan ikusten dut, zeren dago ez-dakit-zein ordutan repetizioa. Igandetan ikusten dut.

- Igandetan ikusten duzu osteguneko repetizioa.

Bai.

- Eta, adibidez, ez daukazu ohiturarik sartzeko internetera, Antena 3eko orrira, ikusteko?

Ez. Nire lagunek egiten dute, pero saiatu naiz y no sé cómo se hace eso.

- Ez dakizu. Etxean badaukazu internet?

Bai.

- Orduan esan duzu *El barco* dela programa bat gustatzen zaizuna.

Bai.

- *El hormiguero* ere gustatzen zaizu. Ikusten duzu osorik ere bai.

Beno, osorik ez. Berandu heltzen naiz etxera, zortzi t'erdia / bederatziak, eta afaldu...

- Eta ya hasita egoten da, ezta?

Bai.

- Eta *Los Simpson* ere bai ikusten duzu orduan...

Eta *Otra movida*.

- *Otra movida* zein da?

Lehen egiten zutenak *Tonterías las justas*.

- A, bai. Arratsaldetan dago gainera, ez?

Bai. Eskolatik irteten naizenean bostak eta erdira arte egoten da, así que denbora badaukat ikusten dut.

- Merienda orduan, ez?

Bai, egoten dena en Neox, edo *Big bang* edo hori.

- *The big bang theory*?

Bai, eta *American dad*. Eta gero berriz *Los Simpson* uste dut dagoela.

- Hori arratsaldetan esaten duzu?

Bai, gauera arte ya.

- Hori Neoxen. Orduan Neox ikusten duzu bastante, ez? Telebista pizterakoan badago kateren bat zoazena bila?

Ia beti dago piztuta hori.

- Ia beti dago piztuta Neox.

Bai.

- Kuriosidadez, aurreko denboraldiko serieak: *Los protegidos, Física o química* eta horiek ikusi zenituen?

Oraintxe ari naiz engantxatzen a lo de *El barco*. Lehen ez nuen ikusten.

- Eta zelan hasi zara orain engantxatzen?

Lagunak beti hitz egiten. Astelehenean beti goaz Gimnasiara eta beti bidean hasten dira hitz egiten de lo mismo, así que...

- *El barcorena*?

Bai.

- Eta orduan engantxatu behar edo...?

Bai, bestela no tengo costumbre de...

- Esango zenuke ikusten duzula lagunengatik edo ez?

Sin más. Luego no sabes ni de qué hablar batzuetan, baina beno.

- Orduan, konbertsazioetan jarraitzeko?

Ikusten dudanean es como que hablas más.

- Ahal duzu aportatu zer edo zer, ez?

Bai, bestela...

- Baina gustatzen zaizu seriea?

Bai, dago ondo.

- Baina hasi zara ikusten apurtxo bat horregatik?

Aparte horregatik, hitz egiten dutenean de qué va... Da polita eta hori.

- Eurak, hasieran ez zenuenean ikusten, entzuten zenien hitz egiten eta kuriosidadea eta gustatu egiten zitzaizun komentatu egiten zutena.

Bai.

- Eta orduan zer esango zenuke gustatzen zaizula *El barcorena*?

Mario Casas.

- Por supuesto. Ezta ez zara lehenengo pertsona esaten didana zuzenean "Mario Casas gustatzen zait."

Eta...

- Barkatu, e? Elkarrizketak ostiralean Mario Casasen inguruan joaten dira edo orokorrean?

Ez, Mario Casas y nada más.

- Mario Casasen inguruan hitz egiten duzue?

Ia gehiena bai, eta norbaitek ez badu ikusi dena, kontatu egiten diogu.

- Baina gehiena zer egin duen Mario Casasek komentatzen duzue.

Bai, y de lo bueno que está. Estoy de eso ya...

- Nekatuta zaude?

Bai. Son unas pesadas.

- Badaukazue beste aktore bat Mario Casasez aparte...?

Ez. Es que niri aktoreak no me...

- **Ez zara oso fan.**

Ez.

- **Orduan, *El barcorena*, Mario Casasez aparte, badago zerbait gustatzen zaizuna?**

Bai, me hace gracia de lo que va, de que todo el mundo desaparece eta hori.

- **Grazia egiten dizu?**

Bai, qué imaginación tienen eta hori.

- **Imajinazioa gionistek esan nahiz duzu?**

Bai. Ia beti movidas raras.

- **Astero-astero pasatzen dira...**

Zer edo zer arraroa, bai.

- **Eta egiten dizu grazia imajinazioa daukatena?**

Bai, eta gero lagatzen da batetik bestera tensión eta, ez dakit, ikusi egiten duzu berriz.

- **Eta, azkenean, bukaeran jakin nahi duzu hurrengo astean zer dagoen, ez?**

Bai.

- **Esan duzu *Otra movida* ere bai, adibidez. Eta *Otra movida* zer da gustatzen zaizuna?**

Direla super graziosoak.

- **Pertsonaiak?**

Beti daude tontakeriak esaten.

- **Zeren inguruan doa apurtxo bat?**

Egiten dituzte erreportajeak sobre cosas eta gero famosoren bat edo. Eta egiten dute entrebista, gero hartzen dute mobila y le llaman a uno.

- **Edozeini?**

Ez, igual joaten da un actor cualquiera eta gero, después de hacerle la entrevista, sartzen da tipa bat eta hartzen du mobila y le llama a uno que tiene en la agenda, no sé por qué.

- **Eta zer esaten diote deitzen diotenean?**

Que le llaman de *Otra movida* eta hori. Es que eso no pilló bien.

- **Orduan, dira pertsonaiak gustatzen zaizkizunak, graziosoak direlako.**

Bai, porque te ríes un rato.

- **Umorezkoa delako. Eta zein gai tratatzen dira *Otra movida*?**

Jendea umiliatzea batzuetan.

- **Bai? Baina ze jende, famatuak?**

Igual bideoak agertzen direnak Youtuben.

- **A, jendea jausten denean eta.**

Bai, horrelako...

- **Horrelako bideoak?**

Bai.

- **Gustatzen zaizkizu horrelako bideoak.**

Es que me hace gracia cómo les umillan. Luego da pena, pero...

- Lagunen artean badaukazue bideo horiek ikusteko Youtuben?

Ez.

- Ez dago ohiturarik. Askok esan didatelako: "Igual lagunek esaten didate: 'Begira hau, jausten dela ez-dakit-nondik Youtuben ez-dakit-zelan!'" eta jende askok egiten duelako hori. Zure koadrilan da horrela?

Ez.

- Beno, *Los Simpson* aipatu dugu ere bai. *Los Simpsonen* zer da gustatzen zaizuna?

Dena. Txikitatik ikusten dut nire anaiarekin eta, aunque dauzkat ikusita ia denak, kapitulu guztiak, ez naiz aspertzen, no sé por qué. Beti automáticamente jartzen dut egunero ordu bietan.

- Esango zenuke ohitura bat dela?

Bai.

- Ohituragatik egiten duzula?

Bai. Nire anaiarekin ohitu nintzen ikustera desde pequeña eta no me aburro.

- Eta daukazu ikusita mila bider kapitulu bakoitza.

Eta ya nire anaia, nik ipintzen dut *Los Simpson* eta: "Pero si ya tenemos visto" eta ni: "Ya, pero da igual."

- Eta ikusten duzue berdin.

Bai.

- Eta pertsonaien inguruan zer edo zer esango zenuke edo...?

Ez dagoela bat ere ez burutik sano.

- Bereziki pertsonaiaren bat gustatzen zaizu?

Homer. No está bien de la cabeza. Nire amak esaten dit que tendrían que quitar esos dibujos de la tele. Tipo *Shin Chan*, txikitan... Que son unos maleducados eta ez-dakit-zer. Beno, ez dira normalak egiten dituzten gauzak ere, baina beno.

- Beno, baina kontziente zara ez dela erreal, ez?

Bai.

- Amari esaten diozu, ez? "Ama, badakit hori ez dela benetakoa."

Esaten dut: "¿Tú cuándo me has visto hacer algo que ha hecho *Shin Chan*?"

- *Shin Chan* ez duzu ikusten?

Ez. Txikitan, bai, baina euskaraz kendu zutenean orain dela ez-dakit-zenbat urte, erdaraz jarri zuten eta ez zitzaidan gustatu.

- Zergatik ez zitzaizun gustatu?

Arraroa egiten zitzaidan eta ez zitzaidan gustatzen.

- Ohituta ya euskaraz entzuten?

Bai, ez-dakit-zenbat urte... Nahikoa.

- Badakizu jatorriz ez direla ez euskaraz eta ez erdaraz, ez?

Ya, ya.

- Los Simpson ere esan dugu... Zer gehiago esan duzu? Ahaztuta daukadala ya...

Ez dakit.

- El hormiguero ere bai esan duzu.

Bai. *El hormiguero* ya gutxitan ikusten dut.

- Zergatik gero eta gutxiago?

Ez dakit, ahaztu egiten zait badagoela, eta nabil egiten zapping batzuetan eta: "¡Ostras, pero si hay!" Eta utzi egiten dut.

- Esan beharko bazenu zein puntura arte den inportantea telebista zure bizitzan, zenbat esango zenuke?

Sin más, aspertzen naizenean. Ez oso inportantea. Erdikoa.

- Ez da oso inportantea, baina ezta ere... Badela tresna bat erabiltzen duzuna.

Bai.

- Eta zure koadrilan?

Ere bai.

- Asko hitz egiten da telebistan ikusten duzuenaz?

Gehiago Tuentian, dagoen jendeagatik. Igual, como vivimos en un pueblo pequeñito, si eres amiga de una de Elgoibar, tipo popular, pues eres más y eso.

- Hori zure lagunen artean?

Bai.

- Uste duzu badagoela ezberdintasuna zure lagunen artean horregatik?

Bai.

- Eta horrek eragina dauka gero koadrilan?

Ez, baina igual joaten bagara kanpora, bai.

- Badaukazue ohitura Elgoibarrera joateko?

Nire lagunek bastante, baina nire aitari ez zaio gustatzen.

- Gutxiago joaten zara, orduan?

Lagatzen dit joaten, baina esaten diot: "Aita, ¿puedo ir a Elgoibar?" "Vete, pero por mí no irías."

Ya badakit que va a estar toda la semana cabreado conmigo...

- Eta orduan ez zara joaten... edo bai?

Eta gainera gero aspertu egiten naiz segituan. Gainera, gero aitak beti esaten dit: "Es que, ¿ves? Siempre tengo razón." Porque beti esaten dit lehenago joateko bila.

- A, bera joaten da zure bila.

Esaten diot: "¿Hasta qué hora, aita?" eta igual behin lagun batek ekarri behar ninduen bederatzietan eta deitu nion zortzitan joateko bila, porque ya me estaba rayando.

- Eta esaten duzu han dauzkatela batzuek lagun gehiago, ez?

Bai.

- Zuk badaukazu ezagunik Elgoibarretik?

Ez.

- **Eta esaten duzu Elgoibarren lagunek daukatela... Tuentian direla euren lagunak ere bai?**

Bai.

- **Eta horregatik dira inportanteagoak?**

Bai, sin más. Denbora guztian.

- **Badakizu zure lagunek zer ikusten duten telebistan?**

El barco bai. Eta ez dakit zer gehiago. No hablamos mucho de la tele.

- **Ez duzue asko hitz egiten. *El barcon*, adibidez, esan duzu koadrilan badaudela ezberdintasunak bata eta bestearen artean, uste duzu eduki ahal duela eragina desberdintasun horrek koadrilan erabakitzeke... Imaginatu: Pertsona bat hasten da ikusten *El barco* edo beste edozein programa eta pertsona horrek ikusten duelako beste pertsonak ere ikusten dute? Edo ez da pasatzen horrelakorik zure koadrilan?**

Puede. Igual telebistagatik ez, baina beste gauza batzuegatik, bai.

- **Beste gauza batzuegatik pasatzen da.**

Bai.

- **Baina telebistagatik ez da pasatzen.**

Ez. No creo.

- **Eta alderantziz? Imaginatu: Zuk ikusten duzu programaren bat zure lagunek ez dutena ikusten?**

Ez dakit, es que telebista no es tema...

- **Ez bada Mario Casas, ez da tema. Imaginatu ikusten duzula programa bat... Gertatu da aurreko kasu batzuetan pertsona batek marrazki bizidunak ikusten dituela oraindik: *Phineas y Ferb*, adibidez, baina nire lagunek ez dituzte ikusten eta, gainera, esaten didate: "Hori da ez-dakit-zer..." Horrek badauka influentzia niregan eta ez dut ikusten nire lagunek bazilatu egiten didatelako...**

Niri gustatzen zait hori, y si me dicen algo pues no me importa.

- **Ez zaizu inporta. Pasatu izan da? Gogoratzen duzu kasuren bat edo?**

Bai. Badago bat gelan txikiagoak ginenean beti joaten zela... Igual geunden lagun baten etxean eta "Que me tengo que ir a grabar no-sé-qué dibujos." Eta hor denak hablando mal de ella.

- **Eta zer ikusten zuen? Marrazki bizidun batzuk grabatu egiten zituen?**

Bai, ez dakit zer ziren. No me acuerdo.

- **Eta berari esaten zioten?**

Ez.

- **Bere atzean ibiltzen ziren?**

Bai.

- **Apur bat bukatzeko gai honekin, esango zenuke, orduan, telebistak zure lagun taldean ez daukala eragina.**

Ez.

- **Elkarrizketa askorako ez duela ematen, ostiraletan normalean egiten duzuela berba *El barcorena*, baina bestela normalean ez. Eta ez daukala telebistako programak influentzia asko nor den gehiago, nor den gutxiago...**

Telebistaz (...), que yo sepa...

- **Tuentiak esan duzu gehiago, ez?**

Bai.

- **Baina Tuentian lagunak, ea...**

Ea nork dauzkan lagun gehiago, zeinek daukan bizitza gehiago eta hori.

- **Horren artean ere bai sortzen da?**

Niri igual zait, a mí eso no me importa.

- **Eta zer sortzen da, horren artean pikea edo?**

Ez, sin más.

- **Ondo eramaten zarete zuen artean koadrilan?**

Bai, beno. Hay un par que preferiría que no estuviesen.

- **Eta zer da, jenerala iritzia?**

A espaldas sí, pero luego cuando están delante, lo contrario.

- **Ez diezue ezer esaten.**

Ez.

- **Inork ez die ezer esaten.**

Mutilek bakarrik, eta a esos sí que no les hacen caso.

- **Koadrilan zaudete neska eta mutilak?**

Ez, neskak bakarrik.

- **Baina gero elkartuko zarete mutilekin, ez?**

Bai, batzuetan bai, beste koadrila batzuekin. Gu baino urte bat gehiago daukatenak. Una miseria de cuadrilla, siete solo. Eta besteak dira hogei, hamar, hamabost...

- **Baina numeroak ez du inporta, ez?**

Ez, baina lokal bat hartzeko bai.

- **Hemen oso ohikoa da lokalak hartzearena eta?**

Bai.

- **Askok daukazue?**

Denboraldi batean izan ginen bakarrak herrian que no teníamos eta, tío, da rabia.

- **Eta beste koadrila batzuekin ezin zarete sartu lokalean?**

Bai, baina niri ez zait gustatzen, zeren imajinatu zu zaudela hilero ordaintzen ez-dakit-zenbat diru y que te vienen ahí todos a gorronear. A mí no me gustaría, pero si van no me voy a quedar sola.

- **Beno, baina beste koadrila txikitxo batekin sartuz gero...**

Bai, baina daude igual nire koadrilan unas que son muy así...

-**¿Qué son muy así?**

Nire koadrilan dago bat dagoela beste koadrila bat que está su hermana. Y como se llevan muy mal entre ellas, ez zaio gustatzen berarekin edukitzea lokala. Eta mutilekin ere ez; tampoco querrían porque dago beste bat dagoela bere anaia beste koadrilan.

- Eta ezta ere ez du nahi lokala konpartitu.

Berari ez zaio inporta, baina bere anaiari bai. Mutila da gure edadekoa, baina bestea da gu baino urte bat txikiagoa.

- Zure koadrilan, ezta?

Betidanik ibili da gurekin.

- Eta mutila da zuen adinekoa?

Bai.

- Eta lokala konpartitzeko esaten du ezetz.

Berari igual gutxiago inporta zaio, baina besteari... "Qué agobio, chaval."

- Eta horren gaizki eramaten dira? Beno, hitz egin dugu berba telebistaren inguruan, baina internetez hitz egin dugu apur bat gutxiago. Esan duzu... Interneten badaukazu ohitura bideoak ikusteko?

Ez.

- Normalean ez?

Ez.

- Youtube ere ez, Antena 3 ere ez...

Ez.

- Eta zure lagunek badakizu egiten duten, ez duten egiten...?

Ez, nik Youtuben jartzen dudana igual abestiak bakarrik. Sin más.

- Baina entzuteko?

Bai.

- Baina ez duzu ikusten...

Batek esaten badit: "Ikusi duzu el videoclip de no sé qué canción?" Orduan, ikusten dut, baina bestela...

- Fondo moduan jartzen duzu musika. Eta zure lagunek badaukate ohiturarik? Esan duzu igual batzuk bai sartzen direla Antena 3era ikustera.

Bai. Igual ez ikustearren salan telebista, goian ikusten dute. Nik hori ez dakit zelan doan. Igual en vez de ver *El barco* en la sala, bere kuartoan ikusten dute ordenagailuan.

- Daukate euren gelan ordenagailua.

Bai.

- Eta telebista, salan. Zure etxean telebista zer dago, salan?

Salan, sukaldean, nire kuartoan eta nire anaiaren kuartoan.

- Lau telebista daukazue etxean?

Bai. Ahora solo funcionan dos.

- Zure kuartokoak funtzionatzen du?

Bai.

- Eta zer egoten zara, zu bakarrik telebista ikusten?

Bai. Eta igandean nire amarekin ikusten dut. Batzuetan aitari lagatzeko nire kuartoa, es que bestela sukaldean egoten da sillan, eta TDTa apurtu egin da eta nire anaiaren kuartokoak no funciona tampoco.

- Eta zer ikusten duzue igande arratsaldetan amak eta biok?

El conquistador del Aconcagua, que se me ha olvidado decir antes.

- Gustatzen zaizu ere bai.

Bai. Eta hori ikusten dugu.

- Zergatik gustatzen zaizu?

Sin más, deporte eta horrela gustatzen zaidalako eta...

- Futbola egiten duzu, ez? Eta emozionantea da...

Bai.

- Zer gustatzen zaizkizu gehiago, probak edo euren artean pasatzen diren...?

Dena.

- Telefono mobila badaukazu?

Bai.

- Eta ohitura badaukazu telefono mobilean bideoak grabatzeko?

Ez.

- Eta bideoak ikusteko?

Ezta. Dauzkat bideoak Oierrena, del (...). Eta zaldienak.

- Internetera ez zara sartzen orduan mobiletik?

Ez, porque gastas mucho dinero. Ez dauka wifi, así que...

- Bukatzen joateko, esan didazu lokala ez daukazuela, baina geratzen zarete joateko norbaiten etxera ikustera...

Txikiagoak ginenean igual bai, baina orain ya ez. Dago lagun bat daukala etxea justo parean eta dauka tipo sotano handi bat, que es lo mismo que la casa. Eta hor egoten ginen, baina aspaldian ez gara joan.

- Hori lokala moduan da, ez?

Bai, baina ama... Ez da berdina lokal bat edukitzea.

- Ez? Zergatik ez? Gurasoez aparte...

Zarata eta.

- Ezin da egin zaratarik.

Hor zegoen lehen lokal bat nire lagunena eta bota egin dituzte, justu hor behean. Ni nengoen desiatzen que les echaran, zeren beti zeuden guri bazilatzen porque no teníamos local.

- Asko bazilatzen dizuete horregatik, ala?

Igual zoaz eskolara eta: "Laga etxeko lanak kopiatzeko." Eta: "¿Tú qué pasa, que tú no haces nunca los deberes?" Eta: "Es que, mira: Vas a las dos y media a casa. Luego vas a clase, vas otra vez a casa. Dices: 'Voy a hacer los deberes. Bueno, no, voy a echarme la siesta. Voy a ir al

local.' Ah, claro, como tú no tienes local, no pues no sabes lo que es eso. Entonces ya no te da tiempo a hacer los deberes." Qué majo.

- Bazilatu egiten zaituzte.

Denei, e? Me da una rabia... Ahora que se fastidien ellos, que no tienen local. Por listos. Es que denek esan dugu berdina: Que se fastidien.

- Oso inportantea da hemen lokala edukitzea?

Ez, baina gero neguan dago gazte-leku bat eta dago beti itxita, eta no se puede ni comer ni hacer nada... Dago beti itxita, pues no vamos.

- Nondik irteten zarete, kaletik eta horrela?

Bai.

- Orduan ez zarete geratzen joateko norbaiten etxera, ordenagailuan ibiltzeko edo telebista ikusteko?

Ez.

- Bukatzeko, gustatuko litzaidake jakitea ea noizbait pentsatu duzun edo pentsatzea orain ea zuk ikusten duzunak telebistan eta ikusten dituzun bideoek, pertsonaiek, zelan janzten diren, zelan konportatzen diren, zein musika daukan programa batek... Horrek denak uste duzu zuregan badaukala influentzia?

Ez.

- Esango zenuke ezetz. Ez zara fijatzen, adibidez, zelan janzten diren *E/ hormiguero*?

Ez, berdin zait.

- Zure janzkera nondik dator? Edo zelan gustatzen zaizu gauza bat eta beste bat ez?

Txikitan era tipo un chico yo. Dena txandala, ilea motz-motza... Sin más, ez dakit.

- Lagunek uste duzu badaukatela hor eragin gehiago?

Ez.

- Sin más, zuk aukeratzen duzu eta...

Bai.

- Adibidez, euskaraz ikusten duzu programarik?

Es que zer ikusi behar duzu euskaraz? Kanal bat bakarrik dago eta pilota bakarrik ematen dute.

- Beno, badaude programa batzuk ere bai, e? ETB3 ere euskaraz da, ETB1...

Ya ez dut jartzen inoiz. Txikitan beti jartzen nuen ETB1 eta orain ya, inoiz.

- Ezagutzen duzu, adibidez, *Finlandia*?

Bai, baina ezagutzen dut igual anuntzioa ikusten dut eta ikusi behar dut eta gero ahaztu egiten zait. Beti gertatzen zait berdina.

- Edo *Mihiluze* bat.

Hori lehen gustatzen zitzaidan, pero ahora ya me aburre.

- Aspertu egiten zara.

Bai.

- Zer da, oso berdina beti? Adibidez, aipatu dituzun programa denak gustatzen zaizkizunak dira erdaraz.

Bai.

- Pentsatu duzu horrek eragina eduki ahal duela gero zuek gehiago edo gutxiago egiteko erdaraz koadrilan?

Igual bai, ez dakit.

- Zeren esan duzu gehien hitz egiten duzuela erdaraz koadrilan, ezta?

Bai.

- Zergatik uste duzu dela hori?

Ohituragatik.

- Eta ohitura hori nondik sortu da?

Igual telebistatik, ez dakit. No me he puesto a pensar.

- Galdetzen dizut ea pentsatu duzun edo oraintxe pentsatzeko galdetzen badizut...

Pues no me he quedado nunca a pensar, egia esan. Ez dakit.

- Izan liteke, ez liteke izan...

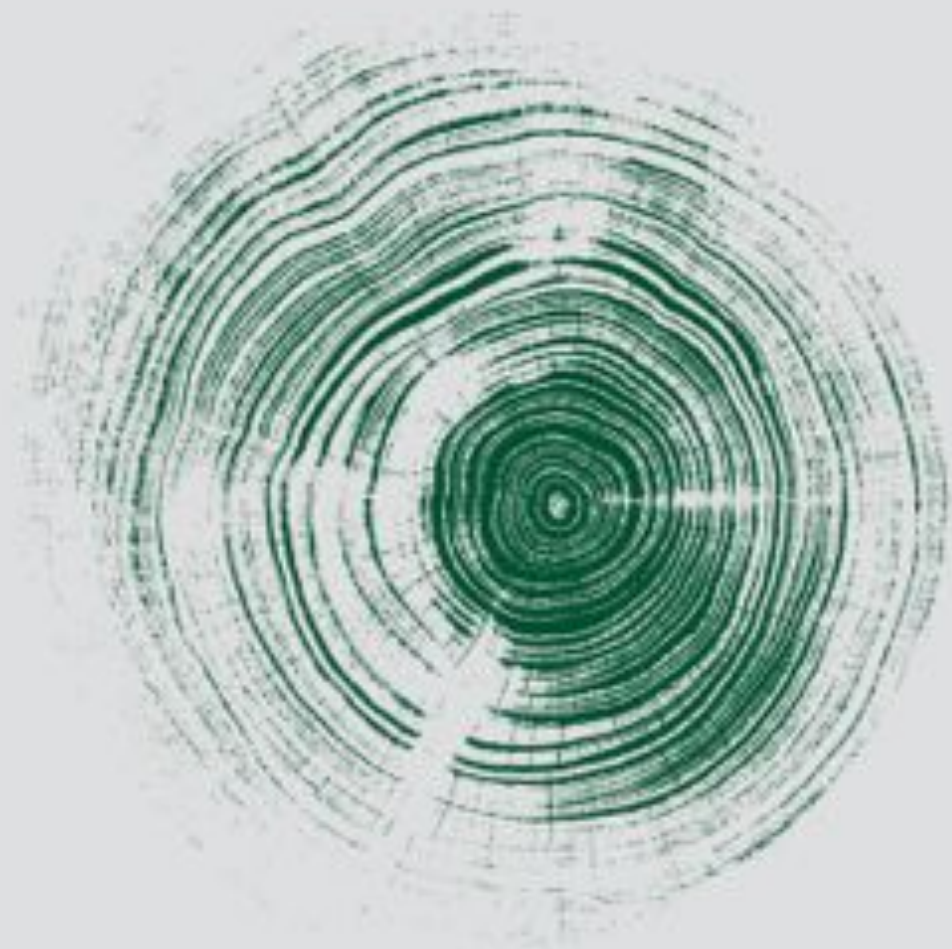
Bai, igual bai.

- Beno, ez dakizu, ez? Ez duzu pentsatu sekula. Beno, niri ez zait okurritzen beste ezer. Ez dakit zerbait gehiago nahi duzun komentatu ahaztu zaiguna. Uste dut dena aipatu dugula, zeren esan duzu zelan interneten eta bideoak ez duzun asko... Entzuten duzula musika, zure koadrilan ere ez dela asko hitz egiten telebistaren inguruan, interneten inguruan... Zure lagunek ohitura asko dute internet erabiltzeko bideoak ikusteko?

Ez dut uste.

- Gehien bat da Tuentia zuen koadrilan. Tuenti eta, telebista izatekotan, *El barco*, ezta?

Bai. Telebistan ez dakit zer ikusten duten.



HUMANITATE ETA
HEZKUNTZA ZIENTZIEKIN
FAKULTATEA
FACULTAD DE
HUMANIDADES Y
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN