



IKER
GAZTE
NAZIOARTEKO
IKERKETA EUSKARAZ

I. IKERGAZTE

NAZIOARTEKO IKERKETA EUSKARAZ

2015eko maiatzaren 13, 14 eta 15
Durango, Euskal Herria

ANTOLATZAILEA:
Udako Euskal Unibertsitatea (UEU)

GIZARTE ZIENTZIAK

**Euskaldunok eta telebista XXI.
mende hasieran: ikus-entzuleen
hitzetan oinarritutako hurbilketa
kualitatiboa**

Xabier Landabidea Urresti

198-205 or.
<https://dx.doi.org/10.26876/ikergazte.i.26>

ANTOLATZAILEA:



BABESLEAK:



LAGUNTZAILEAK:



Euskaldunok eta telebista XXI. mende hasieran: ikus-entzuleen hitzetan oinarritutako hurbilketa kualitatiboa.

Xabier Landabidea Urresti
Euskal Gaien Institutua. Deustuko Unibertsitatea.
xlandabidea@deusto.es

Laburpena

Telebista milioika pertsonaren eguneroko errealitatearen parte zentrala eta XXI. mendearen hasieran komunikabideekin lotutako aisia eragilerik garrantzitsuenetarikoa dela esan daiteke. Egunerokotasunean telebistak duen zentraltasunaz jabeturik, lan honek lau adin-taldetan banatutako (Gazteak, Helduak 1, Helduak 2, Nagusiak) bederatzi eztabaida-talde eta sei sakoneko elkarrizketaren telebistarekiko harremanen esplorazioa eta aisia humanistaren perspektiban oinarritutako interpretazio-eredua eskaintzen ditu. Komunikabideen kontsumoaren eta ikus-entzulerien ikerketa batez ere tenika kuantitatiboen bidez bideratu da orain arte Euskal Herrian, baina komunikabideen ingurunearen aldaketa azkar eta hazkorak eragindako erronkei erantzun aldera, hurbilketa kualitatiboa proposatzen da lan honetan.

Hitz gakoak: telebista, aisiazko ikaskuntzak, ikus-entzuleriaren ikerketa, esperientzia, komunikabideen ekosistema.

Abstract

Television is a central part of the daily reality of millions of people, and arguably one of the most important (f)actors informing media related leisure in the XXIst century. Aware of the centrality of television in the everydayness this paper proposes the exploration of nine focus groups and six in-depth interviews of four age-groups (Youngs, Adults 1, Adults 2, Elder) and an interpretative-explicative model based on the humanist leisure theory. Although most of the research on media consumption and audience research in the Basque Country has been oriented to quantitative techniques the paper puts forward a qualitative approach in order to deal with the challenges that the rapid and incremental changes happening in the media environment.

Keywords: television, leisure studies, audience studies, experience, media ecosystem.

1. Sarrera

Telebista milioika pertsonen eguneroko errealitatearen parte da munduan egun eta XXI. mendearen hasieran pertsonen aisiaren zutaberik garrantzitsuenetarikoa izaten jarraitzen du, baita Euskal Herrian ere. Euskal gizartearen egunerokotasunean telebistak duen zentraltasunaz jabeturik lau adin-taldetan banatutako bederatzi eztabaida talde eta sei sakoneko elkarrizketaren telebistarekiko harremanen esplorazio kualitatiboa eta aisia humanistaren perspektiban oinarritutako interpretazio eredua eskaintzen ditu lan honek.

Komunikabideek egungo gizarteetan aisia definitzeko agertzen duten garrantzia hazkorra ikusita Aisiazko Ikaskuntzen eta Ikus-entzuleriaren Ikerketaren artean zubi-lana egitea ezinbestekoa eta emankorra da. Izan ere, komunikabideen ekosisteman ematen ari diren aldaketek erronka berriak ez ezik, erronka hauei eremu bietatik elkarrekin

erantzuteko aukerak ere zabaltzen dituzte. Erronka hauei erantzute aldera hurbilketa kualitatiboa proposatzen da lan honetan, Ikus-entzuleriaren Ikerketa batez ere komunikabideen kontsumoaren azterketa kuantitatibora bideratu baita, eta denbora-aurrekontuak bezalako Aisiaren Ikaskuntzekin lotutako ikerketa jarduerak jarduera behagarrien neurketa hartu izan baitute ardatz, jarduera hauetatik eratorritako esanahiei entzungor eginik sarri.

Hein horretan aisiazko esperientziaren kontzeptua telebistaren ikus-entzuleriaren eremura egokitzea gakoa da telebistaren egungo eta etorkizuneko formak hobeto ulertzeko. Hartara, ikus-entzuleriaren azterketarako eredu berri bat proposatzen da, aisia eta telebistaren adiera anitzeko izaera barne hartzen dituen eraldatzen ari den komunikabideen ekosistemaren baitan. Parte-hartzaileen kontakizunaren azterketa eta kodeketa sistematikoak adin-taldeen arteko kontzeptuzko alderaketarako eta telebistarekin lotutako aisiazko harremanen marko interpretatibo orokorrerako oinarriak eskaini ditu. Ezberdintasun esanguratsuak aurkitu dira adin-taldeen artean, baita antzekotasun nabarmenak ere adin-tarte bereko pertsonen artean. Kasu azterketan aurkitutako antzekotasun eta ezberdintasunetatik eta parte-hartzaileek belaunaldien inguruan esandakotik abiatuta proposatzen da telebistaren aisiazko ontologia, eta telebista belaunaldien arteko aisiarako eta aisiazko artefaktua dela eta belaunaldien partaidetzak eta ezberdintzeak telebistaren eguneroko errealitatearen eraikuntzan garrantzi handikoak direla ondorioztatzen da bertan.

Hedabideekin lotutako aisia garrantzia psikologiko, soziologiko eta ekonomiko hazkorra hartuz joan da gizarte industrializatuetan. Horrenbeste ezen aisia eta komunikabideak bereiztezinak bihurtu diren hein handi batean gizarte oparoenetako herritarren gehiengoarentzat. Egun geroz eta zailagoa da XXI. mendeko herritararen aisia irudikatzea honek hedabide ezberdinetako testuak (idatzizkoak, ikus-entzunezkoak, digitalak, analogikoak...) kontuan izan gabe (dela kontsumitzaile edo parte-hartzaile bezala). Masa hedabideak norbanako eta taldeen eguneroko bizitzaren lehengai esanguratsuak bilakatu dira herrialde gehienetan, eta euskal gizartea ez da salbuespena.

Eguneroko espazioak -egongela eta logelak, ikasgelak, kulturetxeak, taberna eta kafetegiak, ibilgailu publiko eta pribatuak- eta denborak – errutinak, ohiturak, maiztasunak, aldiak-hedabideen testuz saturatuta ageri zaizkigu. Ekonomikoki garatuenen dauden herrialdeetako herritarrek eskura duten astialdiaren zati handiena telebista ikusten, irratia entzuten, egunkariak irakurtzen, interneten nabigatzen eta bideokontsolan jokatzeko ematen dute.

Bestela esanda: hedabideak nonahiko bilakatu zaizkigu. Eta hala bihurtu badira batez ere aisiaren eraginez izan da batez ere. Egun, ekidiezina da aisia aztertzea komunikabideen izaera eta egoera aztertzeke, eta nahitaezkoa zaigu komunikabideak aztertzea euskal gizartearen aisiaren egoera eta izaera ulertu ahal izateko. Bata eta bestea lotuta doaz.

Bestalde, komunikabideen ikus-entzuleen aisiazko esperientzien miaketarako abiapuntu kontzeptual eta enpiriko emankorra eskaintzen du telebistak. Telebista eta ikus-entzuleriak Aisiazko Ikaskuntzen perspektibatik ikertzea ez du soilik berau ikustera eskaintzen zaion ordu kopuru agregatu itzelak justifikatzen, baita haren zentralitatearen zalantzazkotasunak ere azkar aldatzen ari den komunikabideen paisaia digitalak berak ere: telebistaren orainaldia eta etorkizuna, biak dira gai kritikoak Aisiazko Ikaskuntzentzat. Ikus-entzulerien ikerketak tradizionalki pantailaren aurrean igarotzen dugun denbora zenbatu eta pisatzeaz eta komunikabideek haien ikus-entzuleriengan duten eragina neurtzeaz arduratu dira batez ere, baina gutxiago landu izan dute nola eta zergatik txertatzen dugun telebista gure eguneroko bizitzan, zein eguneroko esangura hartzen dituen telebistak edota zein esanahi eta plazer aurkitzen dituzten norbanako eta taldeek harekin ezartzen dituzten harremanetan. Aisiaren eta ikus-entzulerien ikerketek ezin dute erronka hauek ekiditen jarraitu. Lan honek ikus-entzulerien zenbakien atzean ezkututzen diren aukera pertsonal eta kolektiboak ulertzen lagundu nahi luke, pertsonak telebistarekin harremanean aurkitzen dituzten esanahiak eta telebistak haien eguneroko bizitzan jokatzeko dituen paperak aztertuz.

2. Arloko egoera eta ikerketaren helburuak

Lan honetan Aisiazko Ikaskuntzen eta Ikus-entzulerien Ikerketaren alorretara ekarpena egin nahi izan da denboraren zenbaketaz eta hedabidearen eduki testualaren azterketaz haratago doan ikus-entzuleen telebistarekiko aisiazko harremanen azterketaren bidez. Horretarako telebista haren ikus-entzuleen aisiazko esperientziarekin hartuemanean dagoen entitate konplexu eta dimentsio anitzekoa bezala ulertu eta esploratu da, komunikaziorako teknologia bereizi edo aisiazko jarduera zehatz bainoago. “Telebistak jada ez du lehen zuen esanahi bera” (Shimpach, 2010: 1), eta, hartara, haren ikus-entzuleriek ere ez lukete esangura bera izan behar. XX. mendeko parametro nagusiak denbora eta espazioa izan badira, XXI. mendeko euskal ikus-entzuleriaren ikerketek norbanako eta komunitateen esperientzia hartu beharko lukete ardatz. Ardura horrekin eman zaio hasiera proiektu honi, eta horri begira planteatzen da azken ekarpena ere: telebista aisiazko esperientzien gaitzaile, baldintzatzaile eta eraldatzaile bezala ulertzeko eredu eskaintzea.

Telebistak belaunaldi ezberdinen eguneroko aisian duen lekua ulertze aldera luzatutako galderak honako iker-galdera bezala laburbildu daitezke:

- Nolako harremanak dituzte adin-talde ezberdinetako pertsonak telebistarekin haien eguneroko bizitzan? Hauetatik, zeintzuk dira aisiaren esparrukoak?
- Nola artikulatzen dira aisialdia, aisiazko jarduerak eta aisiazko esperientziak informatzaileen diskurtsoan aldaketa teknologiko azkarreko agertoki batetan txertatutako telebista batekin harremanean?
- Nola hautematen dituzte bateratze digital eta multimediararen aukera eta mugak?
- Antzekotasun eta ezberdintasunak aurkitzen al dira adin-taldeen artean telebistarekin lotutako aisiazko esperientziei dagokienez?
- Belaunaldi eta belaunaldiekiko partaidetzak paralelotasun eta dibergentzia hauek azaltzen lagundu dezakete?
- Zein da telebistaren izaera aisia humanistaren perspektibatik?

Iker-galdera hauek ikerketaren helburuen ondorengo formulaziora eraman gaituzte, helburu nagusi, helburu espezifiko eta hauen azpi-helburutan banatuta:

Helburu nagusia:

- Lau adin-talderen telebistarekiko harremanak aisia humanistaren perspektibatik miatzea belaunaldien arteko antzekotasun eta ezberdintasunak aztertu, interpretatu eta azaltzeko gai den eredu teoriko bat proposatze aldera.

Helburu espezifikoak

- 1) Aisiazko Ikaskuntzen eta Ikus-entzulerien Ikerketaren esparruak elkar-harremanean jartzea bata eta bestearen ekarpenak erabiliz iragaitze egoeran aurkitzen den telebista ikertzeko.
 - Hizkuntza eta tradizio ezberdinetako aisiaren ulerkera klasiko zein garaikideak berrikusi eta hauek telebistarekin lotutako aisiarekiko hurbilketarako moldatzea.
 - Telebista bestelako hedabide eta komunikazio modu berriekin harremanean kokatzea aurpegi anitzeko bateratze multimediarren testuinguruan.
 - Ikus-entzulerien Ikerketaren ekarpen esanguratsuak berreskuratzea hedabidearekiko esposizoaren neurketa soilaz harago doazen ikus-entzuleria eta ikus-entzuletzaren lanerako definizioak berrikusi eta proposatzeko.

- 2) Eguneroko bizitzan telebistarekiko jarrera, emozio eta sentimenduen inguruan parte-hartzaileek duten diskurtsoa aztertzeo marko metodologiko kualitatiboa eskaintzea.
 - Kasu azterketaren abantailatz baliatzea eguneroko telebistaren esperientziaren kontakizun subjektiboaren sakoneko ikerketa burutzeko.
 - Korpusari geroztiko azterketa dinamikoak egitea ahalbide-tuko duen kodeketa arkitektura koherente eta sistematikoa eraikitzea.
- 3) Proposatutako telebistarekin lotutako aisiarako hurbilketa integralaren arabera adin-talde ezberdinen telebistarekiko harremanaren eta beronen ulerkeraren ezaugarri gakoak identifikatu eta alderatzea.
 - Telebistarekin lotutako jardurekin lotuta.
 - Astialdiaren ulerkera eta esperientziarekin lotuta.
 - Telebistarekin lotutako aisiaren ulerkera eta esperientziarekin lotuta.
- 4) Telebista aisiazko esperientzien marko gisa hartzen duen ikus-entzuleen aisiaren azterketa, interpretazio eta azalpenerako eredia proposatzea.
 - Behatutako aisiaren koordenatuen ezaugarriak karakterizatzea.
 - Adin-taldeen telebistarekiko harreman bereizgarriak interpretatzea.
 - Kasu azterketaren interpretazio eredu orokorra proposatzea.
 - Telebistarekiko aisiazko harremanetan belaunaldiek duten esanguraren azalpenean aurreratzea.

Helburuok ikerlariaren ardurak islatzeaz gain ikerketaren eremua definitu eta lerro gidari nagusiak marrazten dituzte. Horrela, angelu ezberdinetatik heltzen zaio helburu eta azpigelburu bakoitzari lanaren atal ezberdinetan.

3. Ikerketaren muina

Lan honen helburua ez da adin talde ezberdinetako euskaldunek (kasu honetan Bizkaitarrek) telebista ikusten duten denbora eta espazioak (non, noiz, zenbat, zenbat aldiz...) edo edukiak (zer, nola, zein kanalen bidez) aztertzea edota euskal ikus-entzulerien joera orokorrak identifikatzea, baizik eta parte-hartzaileen kontakizunak jaso eta alderatzea haien telebistarekiko aisiazko harremanak hobeto ulertzeko. Zentzu horretan lanak ez du lurralde ordezkaritzarik edo aurkitutako ondorioak Bizkaiko biztanleria osora orokortzerik bilatzeko inolako asmorik. Kontrara, helburua telebistak pertsonen egunerokotasunen bizitzan dituen esanahien ugaritasuna argitzea da helburua. Hori dela eta, lanaren anbizio metodologikoa ulerkerazkoa da, ez orokortzailea (Velasco & Díaz de Rada, 2006). Giza esperientziaren izaerak eta fenomenoaren konplexutasunak hurbilketa kualitatiboak eskatzen ditu. Chris Rojekek adierazi bezala, hemen behar dena hurbilketa ideografikoa da nomotetikoa baino gehiago: metodologia ez-orokortzailea, orokortzailea baino gehiago (Rojek, 2009). Ikerketaren interesa esanahiaren eraikuntzan eta aisiaren bizipen esanguratsuan datzanez, esperientzia hauen kontakizunaren bidez soilik hurbil gaitzke iker-objektuarengana, berau pertsonaren baitan gertatzen baita, inoiz ere ez harengandik kanpo.

Ikus-entzuleek telebistari esleitzen dioten garrantzia, adiera eta esanahia beraien adierazpenaren bidez soilik ezagutu ditzakegu. Hori esanda, ikerlanaren izaera kualitatiboa ez da hurbilketa kuantitatiboekin kontrajarrita bezala aurkezten ezta ulertzen ere, osagarriak eta elkar lotesleak baitira zentzu askotan. Tesia azterketa kualitatiboaren tradizioan kokatzen den arren, beste hurbilketa eta ekarpenetara irekita dago. Landa lanari erreparatuz gero, bi ikerketa teknika erabili dira: eztabaida taldeak (aldakuntza maximozko laginketa jarraituz) eta sakoneko elkarriketak (kasu

kritikoen aukeraketari jarraituz) galdetegi semi-egituratu eta dinamiko bera harturik oinarri. Teknika bakoitzaren ostean parte-hartzaileen idatzizko kontakizuna ere jaso da saio guztietan. Bi eztabaida talde pilotu burutu dira pretest bezala: bata gaztelaniaz (landa lanean euskaraz burutu ez den saio bakarra izan da hau) eta bestea euskaraz. Pilotu hauek elkarrizketa eta eztabaidetan erabili den gidoi semi-egituratua testatu eta teknika bakoitzak ezarritako helburuekiko agertzen dituzten muga eta indarguneak hobeto ezagutzea ahalbidetu dute. Bai datuen analisi eta kodeketaren ondoz ondoko faseetan eta informazioaren berreskurapen eta ikusarazpenean ere ATLAS.ti softwarea erabili da, zein ezinbesteko tresna bilakatu den QDA ereduaren araberrako azterketa sistematikoa burutu eta kategoria teorikoak sortzerako orduan.

Lanaren lehen atalak tesiaren abiapuntu teorikoa jasotzen du Aisiazko Ikaskuntzen eta Ikus-entzuleriaren Ikerketen ekarpenak hiru ikuspegitik esploratuz. Lehen kapituluak aisiaren eta aisiazko esperientziaren kontzeptuak mahaigaineratzen ditu, euskarazko, gaztelarazko eta ingelesezko iturri klasiko eta garaikideak alderatuz eta lan osoan oinarri izango den telebistarekiko aisiazko hurbilketa integrala proposatzen da, Astia-Aldia-Aisia eredu. Bigarren kapituluak telebista komunikabideen ekosisteman kokatzen du, aldaketa sozial, teknologiko eta industrialen zeresana azpimarratzeko. Komunikabideen ekosistema komunikabide eta ikus-entzulerien arteko interakzio sare konplexu bezala aurkezten da, non telebista zer den eta telebista ikustea zer den birpentsatzea ezinbestekoa bihurtu zaigun. Hirugarren kapituluak telebista eta ikus-entzuleriaren ikerketan fokatuta dago. Bertan, audientzia, ikus-entzuleria, ikus-entzuleta eta ikus-entzuleen kontzeptuak aztertzen dira eta Euskaldunak eta telebista XXI. mende hasieran audimetria tradizionalaren mugak eta ikus-entzuleriaren ikerketaren ekarpen kritiko esanguratsuenak gogora ekarriz. Bigarren atalak lanaren marko metodologikoa eta azterketaren alde enpirikoak zehazten ditu. Hala, laugarren kapituluak lanaren izateko arrazoia, helburuak, hipotesiak eta erabilitako ikerketa teknikak zehazteaz gain tesiaren perspektiba metodologikoan sakontzen du, logika ideografiko eta nomotetikoaren eta kasu azterketaren figuraren ezaugarri garrantzitsueni erreparatuz. Bertan azaltzen dira baita ATLAS.ti programaren bidez erabilitako azterketa eta kodeketa estrategiak eta eredu interpretatibo-esplikatiboa osatzeko erabilitako triangulazioaren eredu ere. Bostgarren kapituluak tresneria analitiko honetatik ondorioztatutako kontzeptuzko kasu analisia aurkezten du: parte-hartzaileen deskribapen estruktural konparatiboa. Bertan, Aisia-Aldia-Astia ereduari jarraituz telebistarekin lotutako aisiaren dimentsio ezberdinak aletzen dira (telebistarekin lotutako praktikatik hasi, astialdiarekin duen loturarekin jarraitu eta telebistaren esperientzia eta esanahien geruza ezberdinekin amaitzeko).

Hirugarren eta azken atalak prozesu teoriko eta analitiko honetatik ondorioztatutako eredu interpretatibo-esplikatiboa aurkezten du: telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien karakterizazioa (aisia humanistaren koordenatuen kontzeptuak erabiliz), adin-taldeen telebistarekiko harremanen alderaketa eta adin-talde eta belaunaldien arteko lotura (etic zein emic perspektibetatik eta belaunaldiekiko partaidetza eta belaunaldien arteko ezberdinetari helduta).

1. irudia: lanaren egitura orokorra



4. Ondorioak

Ikerketa abiatu ahal izateko ontzat eman diren zazpi lanerako hipotesi hauen baliozkotasuna lanaren ikerketaren prozesuaren eta ondorioaren argitan berraztertuta ondoko ondorioetara heldu gara:

- 1) *Pertsona ezberdinek harreman ezberdinak garatzen dituzte telebistarekin. Telebista-ikusleek trebetasun, helburu, estrategia eta erabilera ezberdinak agertzen dituzte telebistarekin hartuemanean, eta ondorioz bizitako esperientziak ezberdinak dira, baita aisiazkoak ere.* Lanean elkarrizketatu diren 73 parte-hartzaileek telebistarekiko interes, iritzi eta ideia ezberdinak eta harekiko estrategia, helburu, erabilera eta aztura ezberdinak agertu dituzte, eta haien telebistarekiko aisiazko esperientzien kontakizunak idiosinkratikoak izan dira erabat (hipotesia baieztatu da).
- 2) *Hedabideak eurek eta ikus-entzuleriek hedabideekin dituzten harremanak sakonean aldatzen ari dira. Belaunaldi ezberdinek ukitze puntu ezberdinak izan dituzte hedabideekin, zeinen ondorioz iaioitasun eta interes ezberdinak garatu dituzten, baita hedabideekin harremantzeko modu berezkoak ere, zeinak belaunaldien eratzaille eta bereizgarritzat har daitezkeen.* Komunikabideen ingurunean gertatutako aldaketak belaunaldien ezaugarritze eta ezberdintzerako erreferentzia bezala erabilia azaltzen dira behin eta berriro eta komunikabide berrien agerrera norberaren bizitzan noiz gertatzen den (haurtzarora, zahartzarora, helduarora...) belaunaldiarekiko harremana sustengatzen duen markagailu biologiko gisara (hipotesia baieztatu da).
- 3) *Telebistaren kontsumoarekin lotutako trebezia, helburu, estrategia eta azturak ezberdinak dira adin-taldeen artean informazio eta komunikazio teknologien erabileraren abilezia, hedabideetan alfabetatze maila eta agenda sozial eta pertsonal ezberdinen eraginez. Hala ere adinak ezin ditu bere horretan telebistarekiko aisiazko harremanen ezberdintasunak azaldu.* Adin-tarteek ezberdintasun nabarmenak agertzen dituzte telebistarekiko aisiazko harremani dagokienez, baina belaunaldiarekiko partaidetza indartsuagoa den kasuetan kokapen subjektiboa telebistarekiko harremanarekiko adierazle hobegagoa da (hipotesia baieztatu da, abileziaren inguruan ikerketa gehiago behar den arren).
- 4) *Telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak konplexuak eta anitzak dira, eta audientziaren neurketa kuantitatiboak ez ditu agortzen, ezta igorpenaren edukiak soilik azaltzen. "Telebista ikustea" adiera bakarrekoa denaren ustea engainagarria da, ikus-entzuleek eguneroko ohitura, estilo eta errepertorioetan txertatutako jardueraren baitan aurkitzen dituzten motibazio, erabilera, sari eta esangura ezberdinak ezkututzen baititu.* Telebistako eduki berarekiko oso harreman ezberdinak eratu dituzte parte-hartzaileek, baita telebista ikustearen ekintzarekiko ere, hau edozer izan baitaiteke: denbora galtzetik asteko unerik onenera, familia osoa batzeko aitzakia zein elkarrekin hitz egin behar ez izatekoa (hipotesia baieztatu da).
- 5) *Telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak ez dira zertan telebista gailua piztean hasten, ez eta hau itzaltzean amaitzen ere. Telebistarekiko harremanak esposizio hutsa baino zabalagoak dira.* Telebistaren inguruan berba egitea (aurretik, tartean eta gero) unibertsaiki hedatuta dago adin-talde guztietan, eta berehala moldatu da sare-sozial digitaletara (hipotesia baieztatu da).
- 6) *Telebistarekin lotutako aisiaren subjektuaren esperientzia haren kontakizunetik bakarrik ezagutu dezakegu. Informatzaileen diskurtsoaren azterketa sistematikoak Euskaldunak eta telebista XXI. mende hasieran aisia fenomeno subjektibo bezala esploratzeko aukera zabaldu eta norbanako eta taldeen bizi-munduaren berri eman diezaguke.* Hitzean oinarrituta ez dauden ikerketa teknika sortzaileak saiatzea interesgarria litzatekeen arren, telebistaren eta harekiko harremanaren inguruan hitz egin eta eztabaidatzeak pertsonen egunerokotasunaren alde subjektiboara hurbiltzeko oso erabilgarria izan da (hipotesia baieztatu da).

- 7) *Hizkuntzan oinarritutako hurbilketa (eztabaida talde eta sakoneko elkarrizketen bidez) parte-hartzaileen eguneroko bizitzan telebista zer den eta zein toki betetzen duen hobeto ulertzeko baliagarria da. Parte-hartzaileen kontakizuna haien euskalkian eta erabilitako hitzekin aztertzeak subjektuen esperientziaren ikerketa beraien koordinatuetan egitea ahalbidetzen du. Eztabaida-talde eta sakoneko elkarrizketen hitzez-hitzezko transkribapenak jatorrizko eran (edo modu natiboan) azaldu diren terminoak teoria berria sortzeko erabili eta parte-hartzaileen bizi-munduarekiko hurbiltasuna mantendu eta berrikuntza teorikoa ahalbidetu ditu (hipotesia baieztatu da)*

Orohar, beraz, hipotesi nagusia ere baieztatu dela esan dezakegu: belaunaldi ezberdinetako partaideek haien bizitzan zehar hedabideekin izan dituzten harreman eta esperientziek haiekiko aisiazko harreman bereizgarriak taxutu dituzte. Telebista, salbuespena izatetik urrun, eraldaketa hauen kristalizatzeen paradigma da, belaunaldiek etengabeko aldaketan dauden hedabideekin dituzten harremantze modu berezien eredu eta erdigune.

5. Etorkizunerako norabideak

Lan honek erronka zahar eta bide berri ugari zabaltzen dituen arren, hiru esparru azpimarratuko nituzke:

- Corpusaren ondoz-ondoko azterketa: aztertutako kasuen eredu interpretatibo-esplikatibo bat proposatu den arren jasotako datuen aberastasunak hurbilketa berriak ahalbidetzen ditu (adibidez emakume eta gizonen arteko harremanari edo ezberdintasun sozio-ekonomikoen eraginari erreparatuz).
- Landa lan berria burutzea Euskal Herriko lurralde ezberdinetan eta ikerketa teknika berriak saiatuz (teknika kuantitatibo orokortzaileak, hizkuntzan oinarritutako teknika kualitatiboak eta teknika sortzaileak: marrazketa, bideogintza, eraikuntza...) batez ere ume eta pertsona nagusien partaidetza ahalbidetzeko.
- Diziplinar-teko eztabaida sustatzea, aisiazko ikaskuntzen eta ikus-entzuleriaren ikerketaren arteko elkarrizketaz harago. Teoria oro kontrastatu, eztabaidatu eta birpentsatua izan behar da diziplina ezberdinen argitara, euskal komunikazio ingurumenaren errealitate aldakorra azaltzen lagunduko badigu. IkerGazte abiapuntu egokia da horretarako.

6. Erreferentziak

- Aroldi, P., & Colombo, F. (2007). Generational belonging and mediascape in Europe. *Journal of Social Science Education*, 6 (1), 34-44.
- Blumler, J. (2001). Foreword. In S. Livingstone, & M. Bovill (Eds.), *Children and their changing media environment: A European comparative study* (xi. or.). Mahwah, New Jersey & London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Caldwell, J. (2004). Convergence television: Aggregating form and repurposing content in the culture of conglomeration. In L. Spigel, & J. Olsson (Eds.), *Television after TV* (41-74 orr.). Durham & London: Duke University Press.
- Cuenca Cabeza, M. (2000). *Ocio humanista. dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (2012). Zer da aisia? 25 erantzun klasiko eta lekukotza bat. (X. Landabidea Urresti, J. Arieta-Araunabeña Alzaga, S. Muniozguren Ortiz & M. Bilbao Ormaetxea Itzultz.).
- de Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.
- Landabidea Urresti, X. (2014). *Belaunaldien telebistarekiko aisiazko harremanak: Bizkaiko lau adin-talderen kasu azterketa. (Doktorego tesia)*. Bilbao: Deustuko Unibertsitatea.
- _____ (2014). Television as an intergenerational leisure artefact: an interdisciplinary dialogue. *Participations. Journal of Audience and Reception Studies*. 11:2. pp. 123-55.
- Rojek, C. (2009). *The labour of leisure: The culture of free time*. SAGE Publications Ltd.
- Shimpach, S. (2010). *Television in transition*. Chichester, UK: Wiley-Blackwell.
- Velasco, H., & Díaz de Rada, Á. (2006). *La lógica de la investigación etnográfica*. Madrid: Trotta.

7. Eskerrak eta oharrak

Egileak eskerrik beroenak eman nahi dizkie artikulu honen oinarrian dagoen doktorego tesia (“Belaunaldien telebistarekiko aisiazko harremanak: Bizkaiko lau adin-talderen kasu azterketa.”) burutu artean ezinbesteko laguntza eta bultzada eman duten pertsona eta erakundeei: Iratxe Aristegi eta Aurora Madariaga tesi-zuzendariei, Deustuko Unibertsitateko Aisiazko Ikaskuntzen Institutuari eta Euskal Gaien Institutuari -eta bereziki azken honetako zuzendaria den Nerea Mujika Ulaziarri, hasieratik eskaintako konfidantza eta babesagatik-, Westminsterreko Unibertsitateari Londresen lau hilabeteko egonaldi ezinbesteko hura ahalbidetzeagatik eta Lehendakartzari, “Euskal Gizartearen Egoera” 2014 ikerketa-sariarekin egindako lanari balioa eta egiteko dagoenerako indarrak emateagatik.

Eta Jone Goirigolzarri, preziorik ez duen konplizitate horregatik.