

2015

Euskal Hedabideen Urtekaria

berriro ondorio berera gator: h...
mass media zio...
arrazoia politikoa da,
Komyunikabideen egoera
unza txikiak
formazi
eta ekosistema
Euskara
te...
formatu etus...
mass media
politikoa da,

Babelea:



Gipuzkoako
Foru Aldundia

ISBN: 978-84-608-4381-8
Lege gordailua: 1440-2015

Alberto Barandiaran
Hekimeneko zuzendaria

Lorea Agirre Dorronsoro
Jakin aldizkariko zuzendaria

HEKA ikertaldeko kideak

Iñaki Zabaleta
Itxaso Fernandez
Nikolas Xamardo
Arantza Gutierrez
Carme Ferré-Pavia

Mondragon Unibertsitateko Hezikom ikerketa taldeko kideak

Eneko Bidegain
Aitor Zuberogoitia
Txema Egaña
Ainhoa Larrañaga

Koldo Diaz Bizkarguenaga (**UPV/EHU**)
Xabier Landabidea Urresti (**Deustuko Unibertsitatea**)
Gorka Salces Alcalde (**UPV/EHU**)

EHUko Hedabideak, Gizartea, Hezkuntza Ikertaldea (HGH)

Beatriz Zabalondo
Alazne Aiestaran
Antxoka Agirre
Txema Ramirez de la Piscina

NOR taldea (UPV/EHU)

Patxi Azpillaga

aurkibidea

1. Euskal hedabideen sektorea, agerira	5
2. Komunikabideak komunitate	9
1. Mikroak makroa behar du, eta alderantziz	11
2. Merkatuz kanpoko funtzioak	12
3. Massmediazioa eta ekosistema	13
3. Euskarazko hedabideen errealitatea 2015ean	15
1. Sarrera eta metodoa	16
1.1. Hamar hizkuntza horien hedabideak eta kazetaritza hainbat lan-ildotatik jorratu ditugu:	17
2. Hedabide sistemak aztertzeo ardatzak eta teoriak	18
2.1. Beranduago, Unescoren batzorde berezi batek, 2003ko martxoaren 10-12an, bederatzigomendio onartu zituen arriskupeko hizkuntzak babesteko:	20
2.2. Madrilgo Prentsa Elkartearen arabera, estatu espainiarrean 2008-2013 epealdian 284 hedabide desagertu ziren:	21
3. Euskarazko hedabideen sistema 2015ean	22
3.1. Egitura orokorra	22
3.2. Hedabide nagusiak:	23
3.3. Euskal hedabideen banaketa komunitateka	24
3.4. Euskal hedabideen banaketa probintziaka	25
3.4.1. Hedabideen kopurua probintziaka	25
3.4.2. Hedabideen banaketa probintzia barruan	27
4. Hedabideak eta jabetza	28
4.1. Jabetza mota bakoitzaren portzentajeak	28
4.2. Hedabide mota bakoitzaren jabetza portzentajeak	29
4.3. Hedabideen jabetza probintziaka	30
5. Hedabideak eta zabalkundea	31
5.1. Hedabideak zabalkundearen arabera	31
5.2. Hedabideen zabalkundea probintziaka	32
6. Hedabideak eta edukia	33
6.1. Hedabideak edukiaren arabera	33
6.2. Eduki bereziko hedabideak	34
7. Euskal hedabide sistemaren ratioak	36
Ondorioak	39
4. Euskarazko komunikabideak euskal Pirinioetan	41
1. Eskualdeko komunikabideak	43
2. Komunikabideen egoera	44
2.1. Herria astekarria	44
2.2. Kanaldude	45
2.3. Irulegiko Irratia	45
2.4. Xiberoko Botza	45
2.5. Irati Irratia	46
2.6. Xaloa Telebista	46
2.7. Xorroxin Irratia	47
2.8. Pulunpe eta Esan Erran Irratia	47
3. Langile kopuruak	48
4. Gizartearen parte hatzea	49
5. Komunikabideen arteko harremana	50
6. Ondorioak	52

5. Euskarazko komunikabideen kontsumoa eta Internet: euskal audimetrien alde kualitatiboa **53**

1. Sarrera: euskal audimetria berrien beharraz	54
2. Ikerketaren abiapuntua eta helburuak	56
2.1. (Euskal) ikus-entzuleria sortu egiten da	56
2.2. (Euskal) ikus-entzuleriaren ikerketak adostasunak eraikitze gaitasuna izan behar du	57
2.3. Euskararen jabekuntza eta gaitasuna aldagai gisa ikertu behar dira	58
2.4. Bateratze digitalak eragin(go) dituen eraldaketak kontuan hartu	58
2.5. Kontsumo motak eta zergatien identifikazioan aurrera egin beharra	59
3. Lanaren metodologia	59
4. Azterketa ardatzak: lotuneak, etendurak, trantsizioak, migrazioak	61
5. Atariko ondorioak: kontsumoaren momentuak, moduak, zergatiak eta harremanak . 66	
5.1. Kontsumo momentuak: hogeita lau orduko kontsumo bereiztua	66
5.2. Kontsumo moduak: arina, motza, zeharkakoa, nahierakoa	67
5.3. Kontsumo zergatiak: euskarazko hedabideak euskararen arnaguneak	68
5.4. Hedabideen interneteko atarietara heltzeko bideak eta harreman mota: online sare sozialen garrantzia eta foroen mugak	69
5.5. Aurrera begirakoa: euskarazko komunikabideak eta kontsumitzaileen pertzepzioa	70
5.6. Erreferentzia bibliografikoak	73

6. Euskal prentsa Europako estandarretan **75**

1. Aurkezpen gisa	76
2. HGHren ikerketaren nondik norakoak	77
2.1. Albisteen kalitatea neurtzeko ikerketa	77
2.2. Kalitatezko kazetaritzaren etorkizunari buruzko Nazioarteko Jardunaldia	79
2.3. Profesionalei eta erabiltzaileei galdezka	81
3. Zenbait argitalpenen berri	82
3.1. Kalitate-indizeak euskarazko kazetaritzan	82
3.2. Kazetaritzaren garabideak: Kalitatea, berrikuntza eta prestakuntza	83
3.3. Euskal Herriko eta Europako kazetari eta prentsa irakurleak lanbidearen geroari begira	83
3.4. Kalitatezko kazetaritza: Ba al dago etorkizunik? Erreferentziatzko prentsaren eboluzioa Euskal Herrian eta European (2001-2014)	84
4. Emaita esanguratsuenak	85
4.1. Salmenez eta irakurleez	85
4.2. Kalitateaz	87
4.3. Kritik irteteko, kazetariet galdezka	90
4.4. Etorkizunaz	93
5. Aurrera begira, zer?	95
6. Erabilitako bibliografia	96

7. Euskal Komunikazioaren gaineko bibliografiaren erretratu **97**

1. Ikerketa esparrua	99
2. Dozentziarako materialak	100
3. Lan historiografiak	101
4. Euskal hedabideen egituraren azterketak	102
5. Jardunaldiak eta Kongresuak:	102
6. Euskara eta komunikabideak	103
7. Tokiko hedabideak	104
8. Hizkuntza gutxituak eta komunikabideak	105
9. Komunikazio eremua eta identitatea:	105
10. Audientziak	106
11. Kalitatea	106
12. Publizitatea	107
13. Internet, teknologia berriak eta euskara	107

1. Euskal hedabideen sektorea, agerira

Alberto Barandiaran

Hekimeneko zuzendaria

Hekimen elkartea sortu zenetik, 2012ko abenduan, etengabe errepikatu dugu euskal hedabideen sektorea agerira atera beharra. Lan tresnatzat hartzeaz gain, euskara izaera komunikatiboren ardatzean paratu duen hedabide bakoitza arrakasta txiki bat da, egote hutsak esan nahi duelako eskaintzak babes nahikoa lortu duela irakurle, entzule edo ikusleengana maiztasun batez iristeko. Gaur eta egun, laurogei komunikabide baino gehiago egotea euskara hutsez azpimarragarria da oso, eta asko esaten du hiztun komunitateak bere buruari eskaintzen eta eskatzen dionaz.

Baina euskaraz sortzeak, euskararen ardatz horrek berak, ifrentzua badu noski, merkatu ez normal batean aritu behar dutelako euskal hedabideek, etengabe. Normalizatu gabeko egoera baten erdian. Horregatik da hain garrantzitsua produkzioa ikusgarri egitea, kalitatea azpimarratzea, eragina nabarmentzea.

Euskal hedabideen sektorea mundu zabalean komunikazioaren alorrean gertatzen ari diren aldaketen zurrunbiloaren erdian dago eta erronka berdinak ditu. Prentsak, sektorearen muina, gero eta irakurle gehiago eta gero eta eragin handiagoa dauka, sarean gero eta presentzia handiagoa daukalako, baina hain zuzen ere horregatik, eta era berean, gero eta erosle gutxiago etortzen zaizkio. Sektoreari eusten dioten enpresak krisi etengabea daude eta ezinbesteko arnasa izan diren administrazioen inbertsioen beherakadak —diru laguntzak izoztuta daude azken urteetan— ez du epe luzeko planteamenduak egiten uzten. Lan baldintzak prekarioak dira, sektorea ez da gai langile kualifikatuenei eusteko.

Horraino, bagenekien.

Azken urteotan egin hainbat azterlan eta ikerketari esker, berriz, beste zerbait dakigu orain.

Badakigu, esaterako, bertako hedabideen kalitatea estandarra dela Europako egunkarien parametroekiko, eta kritikotasuna dela gure kazetaritzaren markatako bat. Bea Zabalondo, Alazne Aiestaran, Antxoka Agirre eta Txema Ramirez de la Piscina UPV/EHUko irakasleek argitalpen honetarako prestatutako artikulu batean gogoratu dutenez, euskal hedabideetan egon badago joera "aginteari eragiten dioten gaiak zorrotz samar lantzeko, eztabaida publikoa sustatzeko, pertsonen duintasuna bermatzeko, kultur aniztasuna agertzeko edota bazterketa soziala borrokatzeko".

Badakigu, esaterako, euskal hedabideen Interneteko jarduna %60 igo dela azken bi urteotan, eta prentsa nazionala irakurtzen duten ia erdiak sarean irakurtzen duela, gazteak direla eta goi mailako ikasketak dituztela. Tokiko prentsa ia txoko guztietara iristen dela eta 200.000 irakurletik gora dauzkala. Produktuen irismena, hainbatetan, erdal hedabideenaren pare edo goitik dagoela. Atxikimendu handia dutela euskal hedabideek.

Orain badakigu inoiz ez dela hainbeste hedabide egon euskaraz, eta kontsumoa gero eta gehiago dela arina, motza, zeharkakoa eta nahierakoa.

Hedabideak ere badirela hizkuntzarentzat arnasmuneak.

Badakigu, jakin, komunikabideetako profesionalen ustez kalitatea dela, nola ez, kontsumitzaileekiko hariari eusteko formula ez magikoa, eta horretarako analisi gehiago sartu behar dela, informazio espezializatuagoak behar direla, ikus-entzunezko baliabide gehiago erabili behar direla, eta tokiko informazioa gehitu, narratiba berriak esploratu, eta finantzaketa-bide berriak topatu.

Sektorearen inguruko informazio uholde hau —parte bat unibertsitateek beraiek egindako ikerketan jasota dagoena, parte bat sektoreak berak martxan jarri dituen proiektuetatik ondorioztatu duguna— behar bezala interpretatzen eta antolatzen lagunduko dioten antenak behar dituzte euskal hedabideek: sektorearen taupadak neurtuko dituzten begirada askotarikoak; kanporantz soa luzatuko duten adituak.

Hori da argitalpen hau kaleratzearen arrazoi nagusietako bat. Hekimenek eta UPV/EHU, Mondragon Unibertsitatea eta Deustuko unibertsitateek sustatu duten Behategia euskal hedabideen datu base handia antolatzen ari da unibertsitatearen eta komunikazio enpresen arteko jarioa ziurtatzeko. Ekarri egin beharko dugu lan akademikoa enpresetara, benetan jakintzaren transferentziaz hitz egiten hasteko; eraman egin behar ditugu profesionalen beharrak eta kezak unibertsitateera, sinergiaz hitz egiteko. Hiru unibertsitateek gogo onez heldu diote erronkari. Hitzarmen anbiziotsua sinatuko dute laster Hekimen elkartarekin.

Elkarlan horren fruituetako bat duzu hau.

Lorea Agirre Jakin aldizkariko zuzendariak komunikabideen talaiatik hitz egin du, administrazioei ardura eskatzeko euskarak behar duen prestigio publiko, kultural eta instituzionala lortzearen. Iñaki Zabaletak zuzentzen duen UPV/EHUko Europako Hizkuntza Gutxituen Hedabideak eta Kazetaritza (HEKA) ikerketa taldeak sektorearen erradiografia zabala egin du, gaur egungo egitura zein den zehazteko. Unibertsitate bereko NOR ikerketa taldeko Patxi Azpillagak euskal hedabideen inguruko ikerketaren kartografia marraztu du, mundu akademikoan egon diren ekarpenak sistematizatu eta agertzeko. Txema Ramirez de la Piscinak zuzentzen duen Hedabideak, Gizartea eta Hezkuntza taldeak (HGE) Euskal prentsa Europako estandarretan izeneko artikulua sinatu du, informazioaren kalitatearen eta kazetaritzaren etorkizunaren inguruan azken hiru urteetan egindako lanaren berri ematen duena.

Deustuko Unibertsitateko Euskal Gaien Institutuko irakasle Xabier Landabideak eta Gorka Salcesek eta Koldo Diaz Bizkarguenagak sinatutako *Euskarazko komunikabideen kontsumoa eta Internet: euskal audimetrien alde kualitatiboa* izenburuko artikuluak ohiko audientzia eta inkesta lanetatik harago joan eta metrika berriak sortzeko beharraz dihardu. Mondragon Unibertsitateko HEZIKOM taldearen ekarpenak Pirinioetako euskal hedabideen inguruan egindako ikerketa eta ondorioak laburbiltzen ditu.

Ekarpen xumea da honako hau.

Azken urteotan unibertsitatean egin diren lan akademikoen birpasa eta gaur egun zertan ari garen erakusteko argitalpen txiki bat. Baina seguru gaude ekarpen interesgarria izango dela hedabideetako profesionalentzat ez ezik sektore honetan interesa daukan edonorentzat. Seguru gaude balioko digula egiten duguna hobeto ulertzeko eta norantz aldatu behar dugun irudikatzeko.

Lehen urratsa baino ez da hau.

2. Komunikabideak komunitate

Lorea Agirre Dorronsoro

Jakin aldizkariko zuzendaria

Hiru urte baino ez ditu bete Hekimen elkarteak, eta, hemen, lehen urtekaria kalean, euskal komunikazio esparruaren baitan hiru urte horietan egin den lanaren, bideratu diren lankidetzaren eta abian jarri diren egitasmo eta ikerketen berri ematen duen bilduma. Hiru baino ez, eta zenbat etorkizuneko lerro zabalik. Eta batek pentsatzen du nola bizi izan garen Hekimen gabe, euskarazko hedabide sektorea bilduko duen elkarterik gabe. Eta batek pentsatzen du Hekimen sortu izanak iraganaren beste irakurketa bat ahalbidera dezakeela, eta are garrantzitsuagoa dena, etorkizunari aurre egiteko bide berriak begitantzen lagundu diezagukeela.

Iragana irakurtzeari eskapo egitea ez dago erraz Egunkaria sortu zela 25 urte bete diren honetan, kontuan izaki Egunkaria izan dela azken 40 urtetan herri ekimenetik sortu den 'esperimentu' garrantzitsuetako bat. Eta Hekimenen existentziaren argitara, batek galdetzen du ze lezio atera dezakegun Egunkariaren sorrera hartatik? Orduan mahaigaineratu ziren eztabaida eta konfrontazioak gainditu al ditugu? Bide berriak jarri al ditugu abian?

Eztabaidak asko ziren: goizegi da euskarazko egunkari batentzat, euskarazko kazetaritza hizkuntza tajutu gabe dago, ez dago kazetari prestaturik, ez dago irakurlerik, euskara ezin da politikaren lokazetara eraman, euskarak produktu kulturalak kaleratu behar ditu soilik. Horiek denak ekinak argitu ditu. Bai, posible zen, eta, beharrezko. Eta ez zen goizegi, beranduegi baizik ziurrenik.

Baina kezka izu horiek baino funtsezkoagoa izan zen Egunkaria bera nola eratu zen. Euskal kulturgintzaren bihotzetik nola jaio zen, nola saretu ziren norbanakoak, taldeak, elkarteak eta eragileak egunkari bat kaleratzeko. Eta nola inoizko Eusko Jaurlaritzako Kultura sail beligeranteenak boikotatu zuen. Eta hor bada lezioren bat kontuan hartzekoa: herri ekimenetik sortutako proiektu serio eta estrategiko batek pareko erantzuna behar du erakunde publikoetatik. Baieztapen horrek baditu hainbat galdera atzean: iraun eta hazteko diru publikoen beharra duen herri ekimeneko proiektu normalizatzaile baten eta erakunde publikoen arteko harremana nola gauzatu behar da? Zergatik behar du titularitate publikoko hedabide bat izan diru publikoa inbertsio gisara jasotzeko? Publiko izatea zer da? Publiko eta estatala berdinak al dira? Publiko eta gobernu autonomiko parekatu al daitezke?

Gurean, behin eta berriz, demostratu da euskararen bueltako herri ekimeneko egitura eta proiektuek bokazio publiko garbia dutela, helburu nagusia euskararen normalizazioa dutela. Eta alde horretatik, sarritan, erakunde publikoek arduragabekeriaz egiten ez dutena herri ekimenak egin behar izaten du: herritar orok euskaraz bizitzeko duen eskubidearen berme izan.

1. Mikroak makroa behar du, eta alderantziz

Euskal hedabideen oinarri nagusietako bat eroslea, harpideduna eta babeslea da. Eta horiek euskal hiztun gisa bere duten eskubidea egikaritzen dute. Eskubideen autogestioa, nolabait esan, estatu egiturek bermatzen ez dizutenean. Mikropolitika esaten zaio gaur egun –azken boladako pentsalari liberalenek infrapolitika deitzen badiote ere, baina ez gaitezen tronpa-. Eta nago mikropolitika horien baturak, praktika horren ugaritasunak egiten duela makropolitika, erakundeen politiken faltan. Alegia, mikro-politikak ateratzen duela aurrera kultur sistema eta kontsumoaren zati handi bat. Bestela esanda, mikro-politika horiek administrazio publikoak egin gabe utzitako lana betetzen dutela. Eta kontua ez da betetzea. Osagarritasuna eta elkarlana baizik.

Orain 25 urte mahaigaineratutako eztabaida horiek denak argitu al dira? Publikotasunarena? Ikasi al dugu bereizten kritika politikoa, eta iritzi eta ideologia askatasunak ez duela zerikusirik, ez duela izan behar, diru publikoen banaketan? Bideratu da herri ekimenaren eta erakunde publikoen arteko harreman eraikitzaile bat? Bideratu da gobernantza moduen afera? Gaur egun ez dela zilegi gizarte zibilaren parte hartzerik gabeko gobernantzarik, are gizarte zibila parte izan gabeko politika publikorik? Hori ulertzen dugu, edo ez dugu ulertzen? Pentsatu nahi dut bide horretara hurbiltzen ari garela euskarazko hedabideen eremuan Hekimen sortuz geroztik.

Orain artean, egia da euskarazko hedabide idatzien eremuan ez duela gobernatzen gaituen inongo gobernuak planteamendu seriorik egin inoiz. Bere kasara utzi izan da, urteroko diru-laguntzen menpe. Mikroaren eskutan. Eta horrek bizi iraupena baino ez dakar, ze zail da inbertsioak egitea ez badago lorpenei lotutako diru-laguntza publikoen politika bat, demagun. Industriaren eremuan egiten den antzera, adibidez. Hazi eta loratzeko, makroaren osagarritasuna, sinesmena eta apustua ezinbesteko da.

2. Merkatuz kanpoko funtzioak

Inork esan lezake, bo, euskarazko hedabidea ez bada gai bere burua estaltzeko, ez badu nahikoa erosle, agian ez zaio inori interesatzen eta agian ez du laguntzarik merezi. Inork izan lezake tentazio liberalik.

Baina gurea ez da merkatu kontu bat. Bada, baina ez hain simple esanda. Alegia, ez dugula masa kritiko nahikorik, egia da. Txikiak garela geure burua sostengatzeko, egia da. Baina arazoa ez da hori. Arazoa ez da txikia izatea. Arazoa ez-normala izatea da. Alegia, hizkuntza minorizatuetakoa hedabideen ikerketa eremuan baieztatzen den legez, eremu publikoan, administrazioan eta kulturaren eremuan prestigiorik gabeko hizkuntza izatea da arazoa. Horrek baldintzatzen du ondorengo guztia. Ze hizkuntza txikiak badira European, baina normalizatuak dira. Eta, hala ere, hizkuntza handi guztiek bezalaxe, hizkuntza politika propioak dituzte, kultur politika propioekin batera, eta horren guztiaren sostengu gisara hedabideen politika propio bat.

Bartzelonako Unibertsitate Autonomoko ikerlari eta hizkuntza minorizatuetakoa hedabideetan aditu den Bernat Lopezek dioen legez, "identitate kultural indartsu eta dinamikoa lortzea ezinbesteko du edozein gizartek edo komunitatek kanpora zein barrura begira komunitate egituratua eta sustraitua izango bada, are hizkuntza minorizatua, ahultasun instituzionala (estaturik eza), lurralde zatiketa eta bere buruaren definizio identitarioa argi ez duen edo modu konfliktiboan bizi duen komunitate baten kasuan. Horretarako hizkuntz politika eta kultur politika oinarri-oinarrizkoak dira, baina hedabide politika jakin baten markoan gauzatu behar dira". Gu hor ez bagaude ez gara urruti egongo.

Ez da merkatu kontua, politika kontua da. Bestela esanda, ekosistema kontua da. Alegia, hizkuntzaren egoera ez-normalizatuak baldintzatzen duela hedabideen eta kulturaren kontsumoa. Euskarak berak irismena oztopatzen duela. Aditu eta inkestek dioten datu batzuk, hemen: Araba, Bizkai eta Gipuzkoan idatzizko hedabideen kontsumoa biztanleriaren %50ekoa da, euskarazkoa %22koa baino ez. Horrek esan nahi du euskaraz izate berak jaitsi egiten duela irismena. Edo, bestela esanda, egoera soziolinguistikoak ez diola euskarari bere lekua hartzen uzten.

Kontsumitzaile potentzialaren kopurua txikia da, neurri bereko hizkuntza normalizatu batekoa baino txikiagoa, euskara jakitea ez baita nahikoa kontsumitzaile potentzial kontsideratzeko, zer nolako gaitasuna duen euskararekin eta euskararekiko ze jarrera duen ere faktore garrantzitsuak baitira, alegia, gorago aipatu dugun prestigio publiko, kultural eta instituzional ezak distorsionatzen duela irakurle potentzialaren hautu 'librea' nabarmen. Pentsa euskaldunen artean euskarazko komunikabideak ez kontsumitzeko arrazoi nagusiak zeintzuk diren:

%54k gaztelera-koak irakurtzeko ohitura duela, eta %40k euskaraz irakurtzeko zailtasunak. Hizkuntza subalernoaren ezaugarri guztiak betetzen ditu euskarak gizartearen eta merkatuaren eremu hertsakor luze-zabalean.

Eta, aitzitik, edo hala eta guztiz ere, euskal idatzizko hedabideen irismena ez ote da datu objektiboek ematen dutena baino harago iristen, alderaketa egiten badugu, demagun, Espainiako egunkarien presentziarekin. *El País* egunkaria %2ra iristen da Araba, Bizkai eta Gipuzkoan, eta *Berria*, aldiz, %10era. Aurreko guztiak kontuan izanda, ez al da *Berria*-ren arrakasta itzela? Hori zer egin behar da, saritu edo zigortu? Aztertu dezagun zer beharko lukeen %20ra iristeko, baina aztertu dezagun baita ere zergatik baldintza soziolinguistiko, mediatiko, politiko eta sozial kontrakoenetan hizkuntza handi bateko hedabide handiago bat baino harago iristen den.

Agian, ez iristeko aldagaia euskara da, baina iristekoa ere euskara izan daiteke. Aldagaia hizkuntza ez bada ez da urruti ibiliko. Izan ere, eta euskara euskara baino gehiago da. Balioak dira, egiteko moduak dira, taldetasuna da, komunitatea da.

Ez da merkatu kontu bat, soilik. Audientzia eta diru kontu balantzeei bakarrik begiratuta emaitza txikia izan liteke, baina beste ekarpen garrantzitsu batzuk egiten dizkio euskal gizarteari. Ekarpen sozialak: hizkuntza normalizazioari, lurralde kohesioari, kulturaren zabalkundeari, komunitategintzari

3. Massmediazioa eta ekosistema

Ez da merkatu kontua bakarrik, eta hala ere nago inoiz baino gehiago kontsumitzen dela euskaraz, inoiz baino gehiago irakurtzen direla euskarazko hedabide idatziak. Irakurri, iruzkindu, zabaldu, txiokatu, datsegin, atzamarra goratu edo beheratu, bihotza piztu edo itzali. Euskarazko informazioa non-stop dabil. Azkar, arin, zapping eginez. Baina hor gaude. Twitterren 50.000 txiotik gora euskaraz, astean, batez beste. Eta beste datu esanguratsu bat: azken lau urteetan %73 hazi da Herkimeneko hedabideetara bisitari kopurua. Izan ere, *Egunkaria* bideratu zuen *Argia* aldizkariaren sorreratik gaur egunera euskarazko hedabide idatziek egin duten saltoa ikaragarria da.

Inoiz baino gehiago, baina beste modu batez. Papera eta pantailaren arteko trantsizioa badago baina ez etena, paperak bere tokia atxiki du atsedenaldiarekin lotuta; pantaila uneorokotasunaren erregina da, irratia kotxea, eta telebista Interneteko produktu bat gehiago nahie-

rara kontsumitzen dena. Baina egia da, baita ere, pantailan papera, entzutekoa eta ikustekoa, orain dena batera datorrigula. Hedabideen klasifikazio tradizionala aspaldi gailendu zela. Orain informazioa sare sozialetatik jasotzen dugu, eta hortik goaz hedabideetara. Baina joerek diote informatuta egoteko hedabideetara jotzen dugula orain lehen bezalaxe. Lehen, egunean behin jasotzen genuen informazioa, egunkaria irakurrita, irratia entzunda edo telebista ikusita. Gaur egun uneoro ari gara informazioa jasotzen, eta horretarako iturriak, gailuak eta tresnak askotarikoak dira. Igorlearen eta hartzailearen rola, lehen ez bezala, trukagarriak edo gutxienez osagarriak dira gaur egun. Eta hori euskararentzat ikaragarri ona da. Eta komunikazioarentzat, eta komunitategintzarentzat. Horizontaltasun hori aukera bat da txikiontzat, hedabide handi eta hegemonikoentzat ez bezala.

Gutako bakoitzaren patrika kiosko handi bat bihurtu da. Eta kiosko horretan inoiz baino euskarazko hedabide gehiago dago gaur egun, inoiz baino euskarri, formatu eta eduki askotarikoagoak ditugu. Baina hala ere ez da aski, hutsuneak badirelako nabarmenak. Eta gainera, kiosko handi horretan bere lekua hartu behar du.

Euskarazko hedabideak hainbeste garatu diren honetan, euskal hiztunak ere ugaritu dira, baina geografikoki atomizatu egin dira. Hau da, zonalde euskaldunak erdaldunago dira orain, eta erdaldunak zirenak euskaldunago. Eta horri lotuta familia transmisioa gutxiago egiten da orain. Euskal hiztunak gehiago gara, baina sakabanatuago gaude, nahastuago beste hizkuntzetako hiztunekin. Sakabanatutako hiztuna biltzea, bere burua komunitatearen ispiluan ezagutzea ezinbesteko da. Eta horretarako dira hedabideak, komunikabideak. Hizkuntzaren massmediazioa deitzen zaiona, gero eta hedabide askotariko eta ugariago gehiagoren hizkuntza nagusia euskara izatea ezinbesteko da normalizazioa erdietsiko bada.

Eta hemen berriro ondorio berera gatoz: hizkuntza txikien massmediazioaren beharraren arrazoia politikoa da, merkatu izatea edo ez izatea ez da baldintza erabakigarria euskarazko hedabideak egon behar duten edo ez erabakitzeko. Euskarazko hedabide baten funtzio, balio eta izatea ezin da neurtu merkatu kuotetan. Merkatuak bere garrantzia du, baina merkatua 'fabrikatu' egin behar da, audientzia fabrikatu behar den bezala.

Ekosistemaz ari gara, azken finean. Zaintzeaz, landatzeaz, ereiteaz, elkar elikatu, elkar erreplikatu, elkar erreferentziatu eta elkar komunikatuko duen euskal hedabide esparru bat eratzeaz, komunitatea eta komunitatekideak 'fabrikatu' ditzagun.

3. Euskarazko hedabideen errealitatea 2015ean

AUTOREAK:

Iñaki Zabaleta (inaki.zabaleta@ehu.eus)

Itxaso Fernandez (itxaso.fernandez@ehu.eus)

Nikolas Xamardo (nicolas.xamardo@ehu.eus)

Arantza Gutierrez (mirenarantza.gutierrez@ehu.eus)

Carme Ferré-Pavia (carme.ferre@uab.cat)

HEKA ikertaldeko kideak

HEKA ikerketa proiektua:

Europako Hizkuntza Gutxituen Hedabideak eta Kazetaritza

Media and Journalism in European Minority Languages

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea
Euskal Herriko Unibertsitatea, UPV-EHU

1. Sarrera eta metodoa

Idazlan honetan, HEKA izeneko ikerketa-taldeak, Euskal Herriko Unibertsitateko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatean kokatua, euskarazko komunikabideen sistema aztertu eta 2015eko errealitatea zein den adierazten du, kanpo-lan eta datu-bilketa handia egin ondoren. Beraz, hemen, euskal hedabideen sistema 2015eko azarora gaurkotzen da, hau da, errolda zehatza egiten da, gizakien edozein lanak izan ditzakeen gabeziak ahaztu gabe.

Ikerlan honetan, euskarazko hedabideen egitura hainbat alderditatik aztertzen da: hedabide mota, jabetza, zabalkundea eta eduki mota, nagusiki. Emaiza hauek baliagarriak izan dakizkieke euskal kazetaritzan eta euskaingintzan jarduten duten eragileei, erakunde publikoetako politikari eta arduradunei, irakaskuntzako irakasleei eta, oro har, hizkuntz politikarekin zerikusia duten guztiei. Izan ere, idazlan honetan euskal hedabideen sistemaren indarguneak eta ahulune sistemikoak agerian jarriko dira, parametro geografiko-politiko eta sozialetik begiratuz.

Gogora ekarri nahi dugu Euskal Herria bere osotasunean hartzen dugula, hau da, hizkuntz komunitate osoa dela gure analisi esparrua; zazpi probintzietan dauden euskarazko hedabide guztiak ikertu ditugula, eta beraz, gure ikerketa-esparrua ez dugula mugatu banaketa politiko-administratibo partzial batzuetara (frantziar eta espainiar estatuek ezarriak eta euskal herritarrek gainditu gabeak), EAera adibidez. Honen inguruan, uste ere uste dugu, harrotasunik gabe, ikerketa hau dela euskal hedabideen inguruan dagoen osoena eta gaurkotuena, egituraren aldetik behintzat.

Ikerketa honetan, euskarazko hedabidea, elebekar modura adjektibatua, hurrengo lanerako definizioarekin mugarritu dugu: edukiaren %70a gutxienez euskaraz egotea¹; pertsona, gune, elkarte edo enpresa batek ekoiztea; urtean behin baino gehiagotan argitaratzea; informazioaren aldetik eduki orokor/deneterikoa edo berezia (politika, ekonomia, kultura, gizartea, etab.) izatea; zabalkunde orokorra edo tokikoa edukitzea; eta gizartean edonorentzat eskuragarri egotea, kanpoan utziz elkarten buletinak eta barne-aldizkariak, bazkideei soilik zalbaduak izaten direnak.

Hedabideen tipologiari begiratuta, lau mota edo kategoria bereizten ditugu: hedabide inprimatuak edo prentsa, irrati, telebista eta ziberhedabidea (soilik interneten jarduten duen informazio-gunea, hedabide tradizional baten kide edo osagarri ez dena²).

1 Hedabide elekabarraren lanerako definizioan berriaz jarri dugu gutxienez edukiaren %70a hizkuntz propioan izatea, irizten baitugu ez dela beharrezkoa %100 euskaraz edo Europako beste hizkuntz gutxitu batean egotea hedabide elebakar edo monolinguea izateko, zeren eta %70etik gora, eduki edo programazio osoa eskaintzen baita hizkuntz horretan.

2 Gaur egun, interneteko "egunkari" edo albiste-plataformei "agerkari digital" ere deitzen zaie euskaraz, baina multzo honetan ez dira bereizten internet-en soilik dauden plataforma periodistikoak batetik, eta hedabide tradizional (prentsa, irrati, telebista) batekin lotuta edo kidetuta daudenak bestetik.

Jabetzaren aldagaiari dagokionez, hiru mota bereizten ditugu: publikoa, erakunde edo konpainia publiko baten menpe dagoena; pribatua, irabazi-asmoko enpresa baten hedabidea; eta soziala, irabazteko asmorik gabeko elkarte edo fundazio batena. Zabalkundearen aldagaien bi multzo dauzkagu: tokikoa, hau da, herri edo eskualde edo probintzia batean hedadura duen komunikabidea; eta orokorra, komunitate politiko (EAE, Nafarroa eta Iparralde orokorrean hartuta) edo linguistiko osora heltzen den hedabide mota, alegia, Euskal Herria bere osotasunean.

Azkenik, edozein hedabide sistemaren bizkar-hezur lana egiten duten hedabide nagusiak (*major media*) ditugu, hau da, eduki eta zabalkunde orokorrekoak diren egunkari eta astekari inprimatu, telebista, irrati, eta ziberhedabideak.

Hauek dira metodoaren inguruan aipa daitezkeen alderdi nagusienak. Artikulu honen garapen sakonago eta landuagoa *Uztaro* aldizkari akademikoan argitaratuko da 2016an, behar diren galbahe zientifikoak igarota.

Gogora ekarri nahi dugu HEKA ikerketa talde honek (*Media and Journalism in European Minority Languages*), 2001 urte inguruan hasita, ia hamabost urte daramatzala Europako hamar hizkuntza gutxituen hedabideak eta kazetaritza aztertzen eta ponentzia, artikulu eta liburu-atal franko argitaratu dituela nazioarteko aldizkari eta kongresu zientifiko nagusietan. Aztertutako hamar hizkuntzak hauek dira: galegoa, euskara, katalana, bretoiera, korsikera, frisiera, irlandera, galesa, eskoziar-gaelikoa eta sámiera.

1.1. Hamar hizkuntza horien hedabideak eta kazetaritza hainbat lan-ildotatik jorratu ditugu:

- 1) hedabide-sistemak eta horien ezaugarriak (mapa edo kartografia ere deitua);
- 2) finantzaketa ereduak eta bolumen ekonomikoa;
- 3) kazetaritzaren eragina hizkuntzaren eta identitatearen garapenean; eta
- 4) kazetari kopurua eta horien estrategiak eguneroko jarduera praktikoan (prentsaurrekoetan, adibidez).

Seguruenik, argitalpen zientifiko horien balio handienetako bat euren konparaketa-mailan legoke, alegia, Europa osoko hizkuntzak eta hedabideak modu sistematikoan alderatzen direla, Europa osoko ikuspegi koherentea erakiz (nahiz eta komunitate eta hizkuntzen errealitateak desberdinak izan)³. Alderaketa-marko horretan ere kokatzen da Euskal Herriko hedabideen izana eta pisua.

³ Estatuaren Europaren ere berdin gertatzen da, alegia, oso tamaina desberdineko herrialdeak daudela eta, hala ere, Europa mailako konparaketak onargarritzat jotzen dira.

2. Hedabide sistemak aztertzeko ardatzak eta teoriak

Hedabideen ikerkuntzak hainbat funtzio⁴ edo zeregin nagusi aitortu dizkiete hedabideei: informazio, korrelazio, transmisio eta entretenimendu funtzioak, nagusiki. Funtzio horiek aipatzea oso ohikoa da hizkuntza nagusietako (gaztelania ingelesa frantsesa, etab.) hedabideen ikerkuntzan, baina hizkuntza txiki, gutxitu edo "txikituen" (txiki egindakoaren zentzuan, apurtuan baino) hedabideei, aurreko funtzioez gain, beste batzuk ere ezagutzen zaizkie, hizkuntzaren egoera minorizatuak eragiten dituenak bereziki. Zeregin osagarri horien artean daude kulturaren ikuspegi desberdin bat suspertzea eta bertan parte hartzeko bidea jartzea, espazio edo esfera publiko propio bat garatzea, hizkuntza propioetik egituratutako identitatea eraikitzen laguntzea, eta hizkuntza bera egokitzea eta indartzea, beste batzuen artean. Egia esan, aurreko funtzio horiek ere betetzen dituzte hizkuntza nagusiek ere, baina agian hizkuntza gutxituetan ageriagoa gera daitezke.

Hizkuntz minorizatu baten indarra eta garapen maila ezagutzeko, hainbat kontzeptu eta teoria garatu dira. Horietako bat bizitasun edo bitalitate etnolinguistikoa da (ethnolinguistic vitality), psikologia sozialean eta soziolinguistikan ugari erabilia.

Seguruaski, kontzeptu horren "etno" osagaia ken liteke eta soilik "hizkuntz bizitasuna" deituran utzi, ezen hizkuntz komunitate minorizatu asko ez baitira gaur egun etnien oinarritzen euren izaera sozial eta antropologikoa definitzeko orduan (Euskal Herria, adibidez), baizik eta kultura eta hizkuntza partekatzen dituen komunitate zibil dibertsoan – hau da, jatorriz sorleku, identitate, kultura eta hizkuntza desberdinetako jendez osatua –, zeinetan beti dagoen etnia propioaren komunitate enborra, lehenalditik datorrena ("betiko euskaldunak", nolabait deituta, adibidez). Etnia propioaren komunitate enbor horren baitan, denboraren joanean, etorkinez osatutako gizarte multzoak batu eta elkartu dira, belaunaldi geruzak bezala, eta etnia propioaren enborra handiagotuz, zabalduz eta etniatasuna urrituz.

Zehazkiago, HEKA ikerketa talde honek aztertzen dituen hamar hizkuntzetatik bederatzi ez dira etnien oinarritzen euren komunitatea definitzeko, gizarte zibilaren borondatean eta kultur eta hizkuntz errealitatean baizik, eta soilik Sámi-en komunitatea eta hizkuntza(k)⁵

4 Ez soziologia funtzionalistako funtzio kontzeptua, era batean determinista, baizik "rol" edo paperaren ikuspegitik hartuta.

5 Gogoan izan behar da Sámi hizkuntza ez dela bak bakarrik, baizik hainbat eta desberdinak daudela (Iparrekua, Hegokoa, Lule, Inari, besteak beste), elkar ulertzeko ere zailtasunak izanik. Dena den, Iparrekua (Northern Sámi) nagusitza ari da eta, bestetik, batasun modura har litezke Sámi-en komunitatearen ikuspuntutik, alegia, denek Sámi herria osatzen dutela.

oinarrizten dira etniaren konzeptuan, Nazio Batuen Erakundeak aitortu dieten modura.

Hizkuntzaren bizitasuna ikertzeko hainbat adierazle edo osagai hartzen dira kontuan, konzeptu honen teorizazio nagusia egin zutenen autoreen arabera (H. Giles, R. Bourhis, D. Taylor, D. Rosenthal, besteak beste)⁶.

Autore horiek, hasiera batean, hizkuntz bizitasunaren hiru faktore-esparru nagusi, izaera konposatua eta objektiboa dutenak, bereizi zituzten: estatusa, demografia eta babes instituzionala. Azken finean, hiru esparru horiek komunitatearen bizitasun objektiboa neurtzen zuten, beste komunitate batzuen aurrean entitate kolektibo berezi eta propio modura jokatzeko gaitasuna.

Lehen adierazlean, estatus kontzeptuari dagokiona, hainbat alderdi sartu zituzten: estatus ekonomikoa, estatus soziala, estatus sozio-historikoa eta hizkuntzaren estatusa. Bigarren adierazlean, demografiari dagokiona, beste hainbat faktore daude: jende-banaketa, jende-kopuruak (populazio osoa, jaiotza tasa, ezkontza mistoak, inmigrazioa, emigrazioa). Hirugarren adierazlean, erakundearen babes eta kontrolari dagozkion faktorea, bi azpimultzo nagusi ezarri zituzten: formalak eta ezformalak. Faktore formalen artean jarri zituzten hedabideak, hezkuntza, gobernu zerbitzuak, industria eta politika; eta informalen artean, erlijioa eta kultura.

Neurketa objektibo honek kritikak jaso zituen alderdi subjektiboak jasotzen ez zituelako. Horregatik, urte batzuk beranduago, faktore-multzoko objektibo horiei beste aspektu eta galdetegi subjektiboak gehitu zieten autore horiek, ezagutzeko, komunitateko kideek bakanka eta era subjektiboan pertzibitzen duten komunitatearen eta hizkuntzaren bizitasuna, beste komunitateekin alderatuz.

Azkenean, hizkuntz bizitasunaren kontzeptua lau mailako egitura batean definitu zuten: soziala, sozio-psikologikoa, psikologikoa eta hizkuntz portaera (Landry & Bourhis, 1997)⁷.

6 Giles, Howard, Richard Bourhis and Donald Taylor (1977) "Towards a theory of language in ethnic group relations." In Howard Giles (ed.) *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*. London: Academic Press, 307-348

7 Landry, Rodrigue and Richard Y. Bourhis (1997) 'Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study', *Journal of Language and Social Psychology*, 16:1, 23-49.

2.1. Beranduago, Unescoren batzorde berezi batek, 2003ko martxoaren 10-12an, bederatzi gomendio onartu zituen arriskupeko hizkuntzak babesteko⁸:

- 1) belaunaldi arteko hizkuntz transmisioa;
- 2) hiztunen kopuru absolutua;
- 3) hiztunen proportzioa populazio osoarekiko;
- 4) hizkuntzaren erabilera-joerak esparru desberdinetan;
- 5) erantzuna eta aurrerapena hedabideen eta esparru berrietan;
- 6) hizkuntzaren hezkuntza eta alfabetizaziorako materialak;
- 7) gobernuaren eta erakundeen jarrera eta politikak hizkuntzaren aurrean, estatus ofiziala eta erabilera barne;
- 8) komunitateko kideen jarrera euren hizkuntzari buruz; eta
- 9) dokumentazioaren kantitatea eta kalitatea.

Beste alde batetik, Lanweeder autoreak (2000)⁹ eta Summer Institute of Languages (SIL) erakundeko kideek zortzi indikadore erabili zituzten 76 hizkuntz komunitate etnikoren profil soziolinguistikoak aztertzeko. Horietako gehienak, aurreko autoreek erabilitakoen antzekoak dira. Hizkuntz gutxituen hedabide-sistemei begiratzen badiogu, argi dago Giles-en eta Unescoren aipatutako faktoreak beharrezkoak direla garapena eta hazkundera izateko. Euskarazko hedabideen kasuan, esan liteke babes instituzionala eta estatusa nahiko positiboak direla orokorrean (Nafarroan orain arte horrela izan ez bada ere), baina ikusi beharko da ea beste faktore batzuk nola eragiten duten: hiztunen kopurua eta dentsitatea batetik, herri dinamikak bestetik¹⁰ eta abertzaletasunaren eragina hirugarrenetik.

Abstrakzio mailan gorago joanez, onartuta dago hizkuntza gutxitueta-ko komunikabideen aldeko politika (gobernuaren diru laguntzak hedabideei, ikus-entzunezko hedabide publikoak sortzea eta mantentzea, berrikuntza proiektuak, etab.) interes publikoaren eta esfera publikoaren teorietan oinarritzen direla, gizarte demokratikoen printzipio nagusiak direnak.

Interes publikoa era orokorrean hartutako gizarteari dagokio (*general public*) eta, kontzeptu hori komunikabideei aplikatzen zaienean, komunikazio lege eta arauen bihotzean egon eta horretan oinarritzen dira. Izan ere, horrek adierazten du "informazio enpresa eta elkarteek gaur egungo gizartean funtsezko zeregin batzuk betetzen dituztela" (McQuail, 2000: 142¹¹ or.; Rogers, 1995¹²) eta eragile sozial modura joka-

8 Recommendations to UNESCO for Action Plans on the Safeguarding of Endangered Languages.

9 Lanweeder, L.M. (2000), 'Indicators of ethnolinguistic vitality', *Notes on sociolinguistics*, 5:1, pp. 5-22.

10 Unescoren "komunitateko kideen jarrera" izeneko faktorearekin erlazionatua.

11 McQuail, Denis (2000) *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage

12 Rogers, E. (1995) 'The press and the public interest: A definitional dilemma', in D. McQuail (ed) *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, pp. 161-171. London: Sage.

tzen dutela “herritartasun aktiboa suspertzeko” (Croteau eta Hoynes 2011: 37)¹³. Hala ere, aspaldidanik egiten zaie kritika negatibo gogorra Europako hedabideei, esaten, herritarren interesak ahaztu egiten dituztela (Hamelink, 1993)¹⁴.

Esfera publikoa, beste alde batetik, gizartean eragina duten auzien inguruan elkarrizketa eta diskurtso publikoa garatzeari dagokio, foro modura, eta hemen komunikabideek paper nagusia jokatzen dute (Habermas, 1989)¹⁵, baita Europar Batasunaren bideragarritasunean ere (Fârte, 2009)¹⁶.

Horren harira, digitalizazioak eta 2009 inguruan hasitako krisi ekonomikoak efektu handia izan du gizartean eta baita hedabideetan ere (Franklin 2012)¹⁷. Krisi hitz grekoak “erabakia” esan nahi duenez bere jatorrian, 2009tik hona hedabideen enpresak erabakiak hartzera behartuta egon dira eta baita negozio-eredu berrien bila jarri ere. Azken 20 urteetako digitalizazio prozesuak (teknologia berriak, hedabide eta plataforma digital berriak, betiko hedabideen kanal digitalak eta kontsumo aldaketak) arazoaren parte eta irtenbidea dira aldi berean.

Ikuspuntu global batetik begiratuta, 2009an prentsaren nazioarteko merkatua %11,4 jaitsi zen, aldizkarien kontsumoa %10,6, eta prentsa inprimatuaren publizitatea %19,1 (PwC, 2010)¹⁸.

2.2. Madrileko Prentsa Elkartearen arabera, estatu espainiarrean 2008-2013 epealdian 284 hedabide desagertu ziren:

182 aldizkari, 31 egunkari, 29 telebista, 20 agerkari digital (interneteko egunkari), 11 doako agerkari, 9 irrati eta 2 agentzia (Asociación de Prensa de Madrid, 2013)¹⁹.

Hizkuntz minorizatuen kasuan egoera larriagoa izan liteke, baldin eta laguntza publiko nahikorik ez bada egon, edo ez badago, merkatua txikiagoa baita normalean, bizi-irauteko tamainakoa soilik. Kalatanezko hedabideen kasuan, komunikabide itxiera diru laguntzen jaitsieragati izan da (Col’legi de periodistes, 2013)²⁰.

13 Croteau, D. and W. Hoynes (2001) *The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*. London: Pine Forge Press-Sage.

14 Hamelink, C. (1993) ‘Europe and the Democratic Deficit’, *Media Development* XL: 8-10.

15 Habermas, J. (1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge, MA: MIT Press.

16 Fârte, G. (2009). ‘Mass Media and European Cultural Citizenship’. *Cultura*, 6(1), 22-33.

17 Franklin, B. (2012). ‘The Future of Journalism’. *Journalism Studies*, 13(5-6), 663-681.

18 PwC (2010) *Global Entertainment and Media Outlook: 2010-2014*. Resumen ejecutivo. Recuperado de <http://www.pwc.es/gemo2010> (2014-08-15ean ikusia)

19 .9Asociación de la Prensa de Madrid (2013). *Informe de la Profesión Periodística 2013*. Recuperado de <http://www.apmadrid.es/publicaciones/informe-anual-de-la-profesion-periodistica>. (2014-02-20an ikusia)

20 Col’legi de Periodistes de Catalunya (2013). *Dossier informe Nínxols d’ocupació. 2014-27-20ean ikusita* hemen <http://media.e-noticies.com/ext/20130220/infor-me---part-1.pdf>

Digitalizazioaren aldetik, euskal Hedabideen kasuan, 2009 inguruan hedabide tradizionalen %28k ez zeukaten oraindik webgunerik²¹, porzentaia nahiko handia.

3. Euskarazko hedabideen sistema 2015ean

Euskal Herri osoa kontuan hartuta (ez Euskal Autonomi Erkidegoa soilik), euskarazko komunikabideen sistema nahiko indartsua dela esan daiteke, Europako beste hizkuntz minorizatuen hedabide sistemekin alderatuz (ikus (Zabaleta, Ferre-Pavia, Gutiérrez, Fernández, & Xamardo, 2014). Orain, 2015eko azaroaren hasieran, euskal hedabideek digitalizazioan aurrerapauso nabarmenak urratu dituztelarik, eta krisi ekonomikoan zazpi urte eman eta krisi horren azpia jo delarik, beharrezkoa da gaurko euskal hedabideen sistema neurtzea hainbat alderditatik: hedabide mota, jabetasuna, zabalkundea, eduki motak, eta baita probintziaz probintzia nola dagoen egituratuta egitura, alegia, zer-nolako pisua daukan probintzia bakoitzak euskal hedabideen sistema osoan. Pisu erlatibo honek informazio eta argibide interesgarriak eman ditzake euskalgintzak, euskal gizarteak eta erakundeek egiten duten ahaleginaz eta lortzen duten fruituaz, kuantitatiboki begiratuta.

3.1. Egitura orokorra

Euskarazko hedabideen sistema aztertzeko, lau kategoria edo hedabide mota erabiliko ditugu, sarreran esan dugun bezala: prentsa, irratia, telebista eta ziberhedabidea²².

Ondoko taulan ikusten denez, orain, 2015eko azaroan, euskal hedabideen sistema orokorra 125 hedabidek osatzen dute, ikerketa talde honek egindako azterketa eta datu-bilketa arduratsu baten arabera. Horien banaketa sektoreka ikusiz, erdia baino gehiago prentsa dira (68 hedabide, %54,4); bigarren, irratia dator (29 irrati, %23,2); hirugarren, ziberhedabideen sektorea (18 ziberhedabide, %14,4%); eta azkenik, telebista (10 kanal, % 8,0).

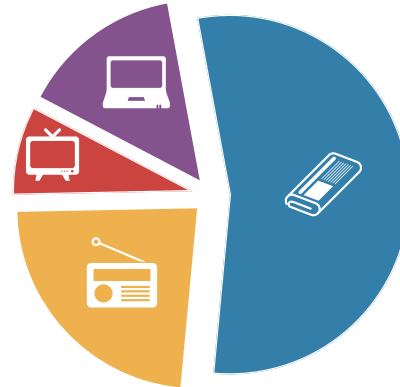
21 I. Zabaleta, A. Gutierrez, Carme Ferre-Pavia, I. Fernandez, S. Urrutia, N. Xamardo (2013). "Website Development and Digital Skill: The State of Traditional Media in European Minority Languages". *International Journal of Communication* 7 (2013), 1641-1666 or.

22 "Ziberhedabidea" (gaz. "cibermedio", ingel. "cybermedium") deitzen dugu interneten soilik dagoen eta dabilen hedabidea, alegia, hedabide tradizional (prentsa, irratia, telebista) batekin zerikusirik ez duena. Beste deitura bat, gaur egun hainbatek erabilia, "agerkari digitala" izan daiteke, baina azken izen honek ez du bereizten behar bezala ziberhedabidearen ezaugarrietako bat, alegia, hedabide tradizionalen osagarri eta parte ez izatea.

Taula 1. Euskal komunikabideen sistema osoa, 2015 (%)

	PRENTSA	68 komunikabide %54,4
	IRRATIA	29 komunikabide %23,2
	TELEBISTA	10 komunikabide %8,0
	ZIBERHEDABIDEAK	18 komunikabide %14,4

Grafiko 1. Euskal hedabideen sistema sektoreka (%)



Iturria: HEKA ikertaldea, 2015

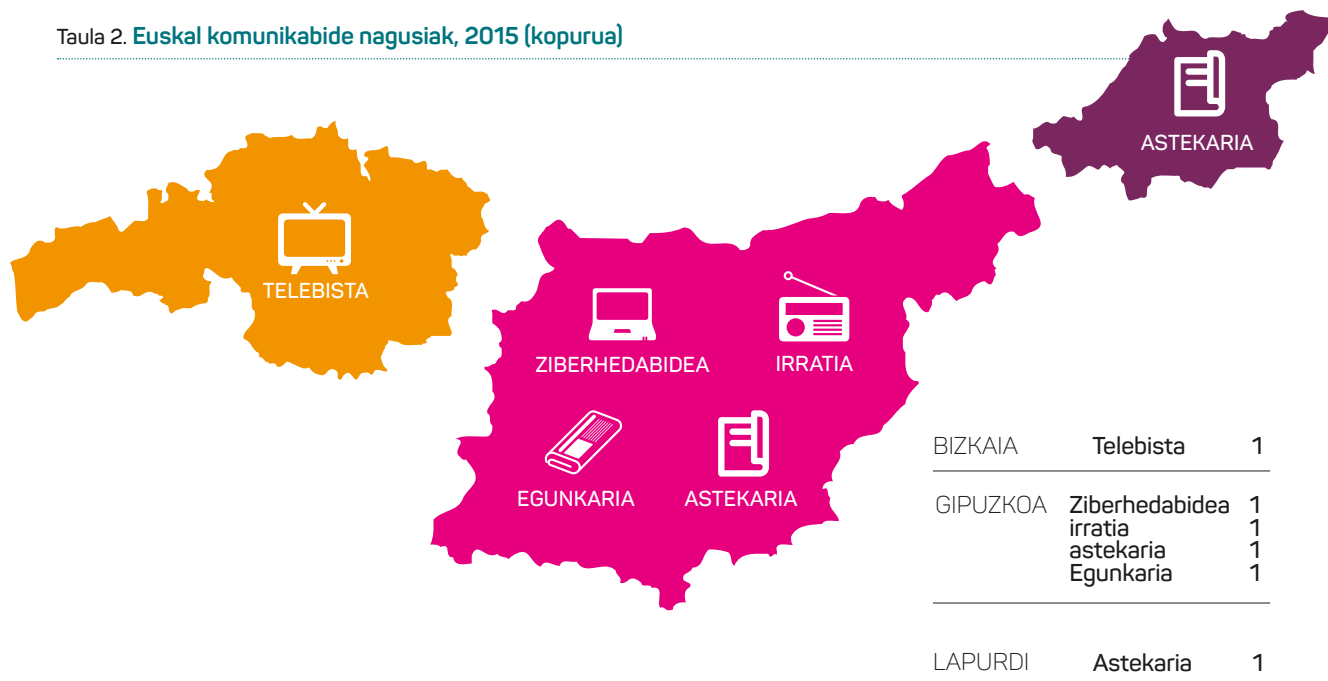
Beraz, zenbaki bakarrekiko proportzioetara datuak eramanez, aurkitzen dugu telebista bakoitzerako 7 prentsa-hedabide, 3 irrati eta 2 ziberhedabide daudela. Deigarria da online soilik dauden hedabideek, ziberhedabide deitzen ditugunak, nolako gorakada izan duten azken urteotan. Jakina, horien artean ez ditugu sartzen komunikabide tradizionalek dituzten webguneak, horietako franko oso indartsu eta informazioaren aldetik ongi jantziak direnak (Argia astekariarena, Berria egunkariarena, etab).

Iruditzen zaigu ratio horiek ez direla desegokiak hizkuntz gutxitu batarako, baina seguruaski ziberhedabideen sektorea gehiago garatuko da datozen urteetan, nahiz eta zaila izan oraindik prentsaren ratoria heltzea.

3.2. Hedabide nagusiak:

Hedabide nagusiak (*major media* ere ingelesez deituak) deitzen ditugu eduki eta zabalkunde orokorreko eta eguneroko edo asteroko maiztasuna duten hedabideak. Hauek dira edozein hedabide sistemaren bizkar-hezurra. Horien barnean daude prentsa idatziko egunkariak eta astekariak; irrati eta telebista orokorrak; eta baita eduki orokorreko ziberhedabideak ere.

Taula 2. Euskal komunikabide nagusiak, 2015 (kopurua)



Iturria: HEKA ikertaldea, 2015

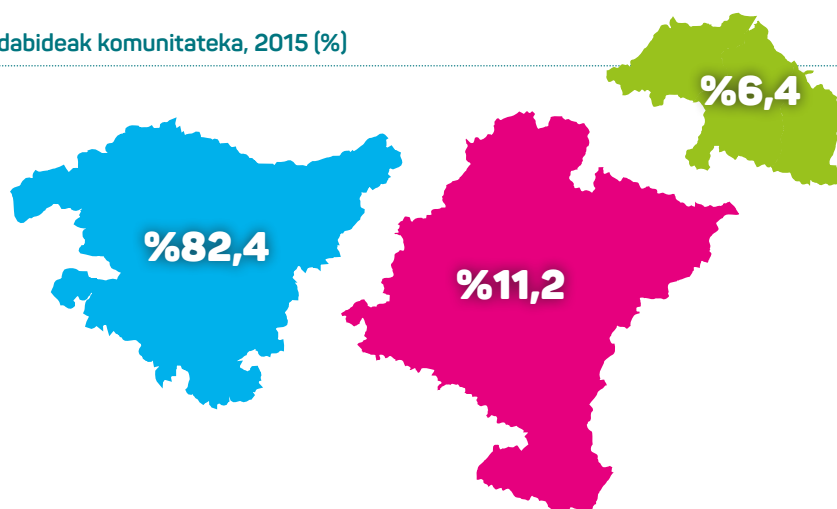
Euskal Hedabideen sisteman sei hedabide nagusi ditugu: egunkari bat, astekari bi, irrati bat, telebista bat eta ziberhedabide bat. Beraz, esan daiteke, euskal hedabideen sistemak badituela komunikabide nagusiak (*major media*) sektore guztietan eta horrekin ondoriozta daiteke gutxieneko egitura osoa mantentzen duela (prentsa, irrati, telebista), nahiz eta aniztasuna edo ikuspegi desberdina ezin bermatu sektore bakoitzaren barrenean. Alegia, telebista nagusi bat bakarrik dagoenez, gizartearen inguruko ikuspegia (politika, kultura, ekonomia, etab.) ere bakarra edo nahiko homogeneoa izan daitekeela, kontraste gutxi izateko arriskuarekin.

Aipatzekoa da seietatik lau Gipuzkoan editatuak edo argitaratuak izatea eta Bizkaian bat bakarrik egotea, ETB1. Lapurdikoa, Herria astekaria dugu. Uste dugu Bizkaiaren pisua behar baino txikiagoa dela hedabide nagusien aldetik. Ikusi beharko da ea sistemaren orokorrean nolako indarra daukan Bizkaiak.

3.3. Euskal hedabideen banaketa komunitateka

Euskal hedabideen banaketak, komunitateka, datu hauek ematen ditu: EAEn daude hedabide gehienak (82,4%); Nafarroa bigarren lekuan dago (11,2%) eta Iparraldea (6,4%), hirugarrenean. EAEn indar hori oso nabarmena da sektore guztietan (prentsa, irrati, telebista eta ziberhedabidea), baina irrati gutxiago. Aldiz, Nafarroan eta Iparraldean, irratiek pisu handiagoa dauka proportzionalki.

Taula 3. Euskal hedabideak komunitateka, 2015 (%)



	PRENTSA	IRRATIA	TB	ZIBERH.	GUZTIRA
EAE	%89,7	%62,1	%80	%88,9	%82,4
Nafarroa	%7,4	%24,1	%10	%5,6	%11,2
Iparralde	%2,9	%13,8	%10	%5,6	%6,4

Iturria: HEKA ikertaldea, 2015; N = 125

Baina gure ustez ez du zentzu handirik azterketa komunitate autonomoka egitea, ezen zatiketa administratibo horrek ez baitu laguntzen egiazko profila ezagutzen. Horretarako, hobe da ikerketa probintziaka egitea.

3.4. Euskal hedabideen banaketa probintziaka

Azpiatal honetan euskal hedabideen azterketa hiru aldetatik begiratu dugu:

- 1) hedabideen kopurua probintziaka;
- 2) hedabide mota bakoitzaren portzentajea probintzia barruan; eta
- 3) hedabide mota bakoitzaren portzentajea probintzien artean.

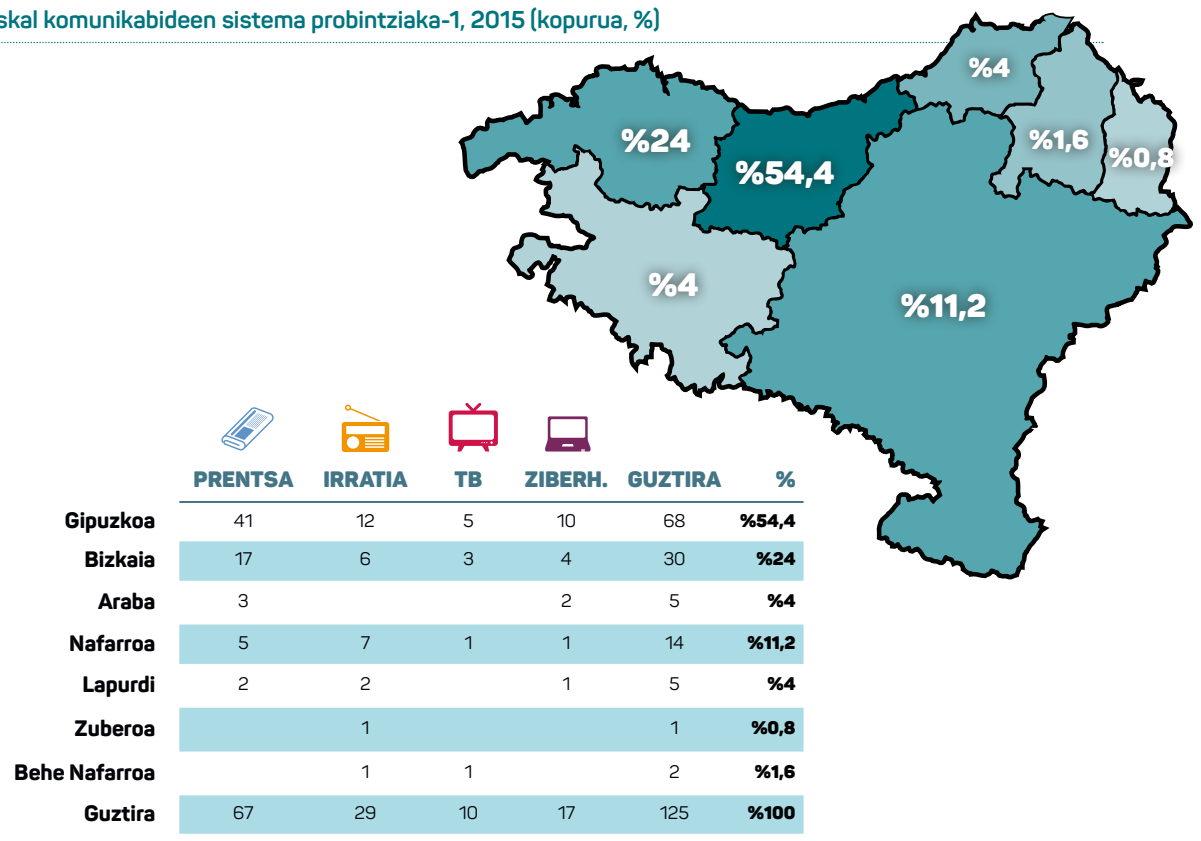
3.4.1. Hedabideen kopurua probintziaka

Euskal hedabideen erdia baino gehiago Gipuzkoan kokatzen da (%54,4). Probintzia honetan 41 prentsa-argiltapen daude, 12 irrati, 5 telebista kate eta 10 ziberhedabide.

Bizkaia bigarren agertzen da, kopuru gordinak begiratuta. Hemen guztira 30 hedabide daude, hau da, euskal hedabide guztien ia laurdena (%24,0): 17 aldizkari, 6 irrati, 3 telebista kanal eta 4 ziberhedabide. Nafarroan kopuruak txikiagoak dira: 14 hedabide (%11,2) guztira, eta horietatik zazpi irrati, bost aldizkari eta telebista eta ziberhedabide digital bana.

Iparraldeko probintziei begiraturaz, zortzi hedabide aurki daitezke guztira: Gure Irratiak multzoan dauden lau irrati, tokiko telebista bat (Kanaldude), eta bi aldizkari. Zehazkiago, Lapurdin bost hedabide daude: 2 prentsa, 2 irrati eta ziberhedabide bat. Behe Nafarroan, berriz, bi hedabide daude: irrati bat eta tokiko telebista txiki berezi bat (Kanaldude), zeinak bideo-ekoizpen interesgarria daukan interneten. Azkenik, Zuberoan irrati bat dago.

Taula 4. Euskal komunikabideen sistema probintziak-1, 2015 (kopurua, %)



Iturria: HEKA ikertaldea, 2015; N = 125

Datuen ganean gogoeta eginez, nabarmendu behar dugu Arabako egoera eta Bizkaikoa deigarriki kezkarriak direla. Euskal hedabideen portzentajea eta kopuruan, Arabak Nafarroaren pisuaren erdia baino gutxiago du, nahiz eta bertan Eusko Jaurlaritza egon eta Gasteiz EAE-ko hiriburua izan. Zorionez, azken urteotan Audio inguruan indartsu jaio den Aiaraldea talde komunikatiboak emaitzak hobetzen lagundu du, baina oraindik lan handia dago egiteke.





Bizkaiari dagokionez, oraindik egoera larriagoa da, euskal hedabideen sisteman oso portzentaje eta kopuru txikia dituelako, kontuan hartzen baditugu bere biztanleria, euskaldun tasa eta abertzaletasunaren pisua (EAJ Bizkaiko Foru Aldundian egon da eta dagoela legegintzaldi guztietan).

3.4.2. Hedabideen banaketa probintzia barruan

Hurrengo taulan probintzia bakoitza bere baitan aztertzen da, hedabide mota bakoitzak probintzia barruan zer pisu duen kalkulatu.

Ikusten denez, Gipuzkoak eta Bizkaiak oso portzentaje parekideak dituzte lau hedabide klasetan: %60 inguru prentsan, %20 inguru irratan, %10 inguru telebistan eta %10-15 inguru ziberhedabideetan (balioak hurrengo taulatik hartu eta borobilduta daude, ehuneko ehuna zehazki betetzen duten edo ez begiratu gabe). Portzentaje-bloke horiek dira, halaber eta logikoki, modu orokorrean hartuta, euskarazko hedabide guztien zenbakiak. Hala ere, ez dugu ahaztu behar, lehen esan duguna, alegia, Bizkaia Gipuzkoaren erdira ez dela ailegatzeko hedabideen kopuruan, nahiz eta hitun kantitatea antzekoa izan eta bietan ere Foru Aldundia abertzaleen eskuetan egon.

Taula 5. Euskal komunikabideen sistema probintziak-3, 2015 (%)

	 PRENTSA	 IRRATIA	 TB	 ZIBERH.
Gipuzkoa	%60,3	%17,6	%7,4	%14,7
Bizkaia	%56,7	%20	%10	%13,3
Araba	%60	%0	%0	%40
Nafarroa	%35,7	%50	%7,1	%7,1
Lapurdi	%40	%40	%0	%20
Zuberoa	%0	%100	%0	%0
Behe Nafarroa	%0	%50	%50	%0
Guztira	%54,4	%23,2	%8	%14,4

Iturria: HEKA ikertaldea, 2015; N = 125

Araban, prentsa da nagusi (%60; 3 hedabide), eta bigarren ziberhedabideen sektorea (%40; 2 hedabide). Irrati eta telebistaren sektoreetan gaur egun ez du hedabiderik, ez tokikorik ez zabalkunde orokorrekorik.

Nafarroaren kasuan, nabarmenezkoa da irratiak duen indarra, izan ere bere euskarazko hedabideen egitura irratiak %50 hartzen baitu, portzentualki Hegoaldeko beste probintzietan baino gehiago.

Azkenik, Iparraldeko probintzien kasuan, Lapurdin da hedabide-sistema baten oinarritzko egitura duena, non prentsa, irrati eta ziberhedabideak dituzten euskaraz, nahiz eta telebistarik ez dagoen.

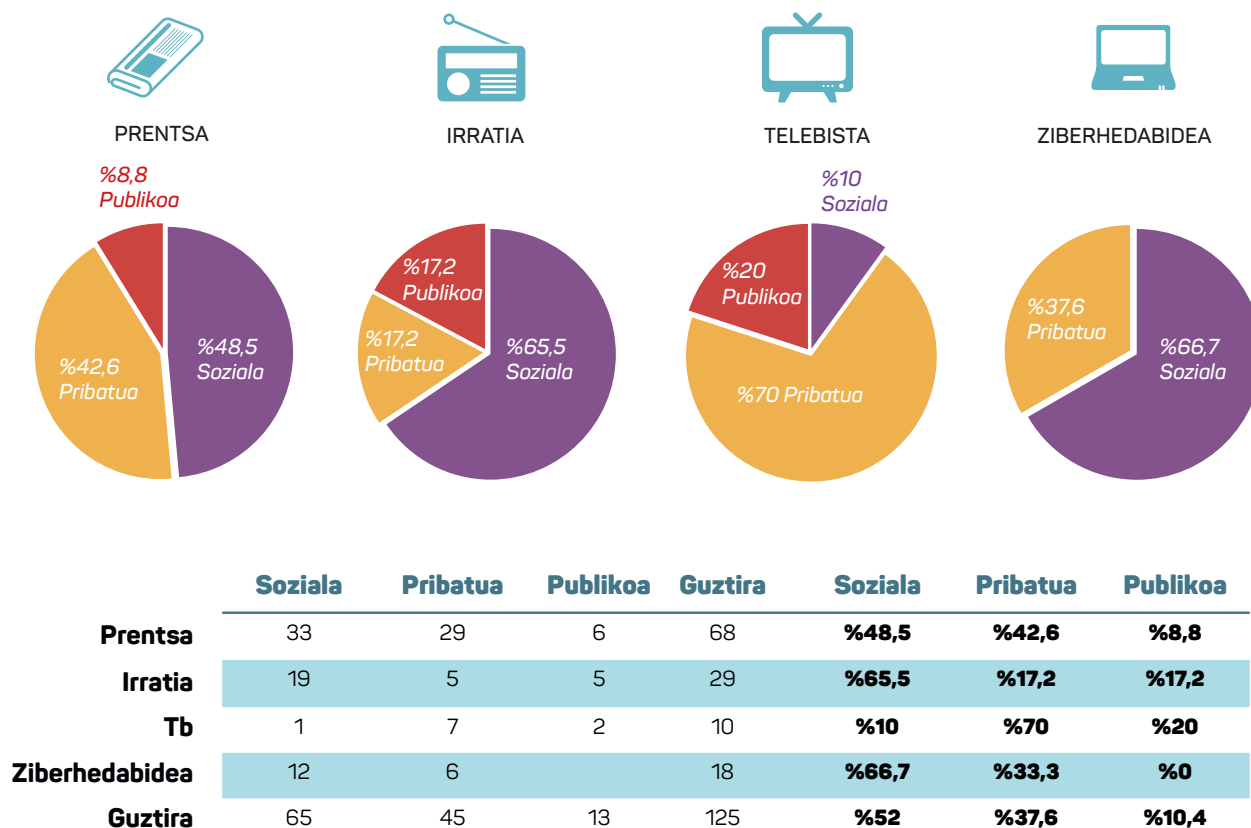
4. Hedabideak eta jabetza

Hedabideen jabetzari dagokionez, hiru kategoria ditugu, sarrerako atalean esan dugun modura: publikoa, instituzio publikoek kudeatzen eta finantzatzen dutena; pribatua, irabazi-asmoko enpresa edo jabearen eskuetan dagoena; eta soziala, irabazi-asmorik gabeko elkartearen hedabidea.

4.1. Jabetza mota bakoitzaren portzentajeak

Hurrengo taulan ikus daitekeenez, euskarazko hedabideen %52,0 (65 hedabide) jabetza sozialekoak dira; %37,6 jabetza pribatukoak (45 hedabide); eta soilik %10,4 jabetza publikoaren eskuetan daude (13 hedabide).

Taula 6. Euskal komunikabideen sistemaren jabetzaren banaketa, 2015 (kopurua eta %)



Balio horiek, Europako beste hizkuntz gutxituetako hedabide sisteme-kin alderatuz, oso bereziak direla esan dezakegu. Ikerketa talde honek aztertzen dituen hamar hedabide-sistemen batez besteko jabetza soziala %30 da; pribatua %31; eta publikoa %39. Alegia, jabetza mota bakoitzak heren bat inguru da²³. Hau da, borobilduz, Europa mailan, hiru jabetza mota horiek heren baten portzentajea daukate gutxi gorabehera. Baina, Euskal Herrian guztiz bestela da: jabetza soziala oso handia eta publikoa oso txikia. Hedabide pribatuen portzentajea Europako mailakoaren parean dago.

Argibidea egiteko, gogoan izan behar dugu Euskal Herrian mugimendu asoziatiboa indartsua izan dela beti, batez ere euskara eta euskaltzaileen eskaerei erantzuten dietenen mugimendua, eta euskal hedabideen mapa horren isla dela. Izan ere, 1980ko hamarkadan sortutako tokiko hedabide askok (Tokikom, 2013, 5) oraindik ere euskara elkar-teen menpe jarraitzen dute eta, horregatik hain zuzen, hedabideen jabetze asoziatiboa edo soziala hain handia da; erdia baino gehiago.

4.2. Hedabide mota bakoitzaren jabetza portzentajeak

Aurreko taula beste alderdi batetik begiraturaz, hedabide mota bakoitzaren jabetza portzentajetik alegia, ikusten dugu ziberhedabideak eta irratia direla jabetza soziala gehien duten sektoreak: %66,7 eta %65,5 hurrenez hurren. Irratiaren kasuan, bereziki gaztetxeen inguruan jaiotako irratia biltzen dira jabetza sozialean.

Prentsaren alorrean ere jabetza soziala (%48,5) da nagusi. Apurtxo bat beherago jabetza pribatua (%42,6) dago, hiru hedabide nagusirekin: Berria, Argia eta Herria. Esparru honetan ere indar handia hartu duten hainbat tokiko aldizkari aurkitzen ditugu, jabetza asoziatibotik enpresa pribatuaren kudeaketa eredura pasatu direnak, kooperatiba izaerarekin gehienak. Bihurketa honetan aitzindaria Goiena taldea izan zen, baina 2013-2015 epealdian beste batzuk sortu dira: Tolosako Ataria eta Getxoko Hiruka, adibidez. Azken hau Bizkaiko Uribe Kostan kokatzen da eta UK aldizkari eta UKBERRI ziberhedabidearen fusiotik sortu zen.

Prentsa publikoari dagokionez (oso espezie arraroa komunikabideen teoriazioan eta errealitatean), udal aldizkari elebakar batzuk topatzen ditugu zenbait herritan, tirada eta maiztasun txikikoak gehien bat; Bizkaiko *Eutsi Maruri* adibidez.

23 Zabaleta, Iñaki, Ferre-Pavia, Carme, Gutiérrez, Arantza, Fernández, Itxaso, & Xamardo, Nikolas. (2014). European minority language media and journalism: Framing their marginal reality. *International Communication Gazette*, 76(3), 275-295. doi: 10.1177/1748048513516907.

Telebistaren arloan nabarmentzekoa da, eta ulergarria aldi berean, jabetza pribatuak duen gehientasuna (%70,0), izan ere, telebistaren negozioa garestia baita. Ondoren dator jabetza publikoa (%20), Euskal Telebista nagusiki, bi kanalekin (ETB1 eta ETB3). Telebistaren jabetza soziala Iparraldeko Kanaldude Telebistaren adibidea ezagutzen dugu, kultur elkarte baten kontrolpean dagoena.

4.3. Hedabideen jabetza probintziak

Hedabideen jabetza probintziak aztertuz, bi eredu ikusten ditugu hurrengo taulan: sozial-pribatua eta soziala.

Taula 7. Hedabideen jabetza probintziak, 2015 (kopurua eta %)

	Soziala	Pribatua	Publikoa	Guztira	Soziala	Pribatua	Publikoa
Gipuzkoa	31	30	7	68	%45,6	%44,1	%10,3
Bizkaia	15	11	4	30	%50	%36,7	%13,3
Araba	4	1		5	%80	%20	%0
Nafarroa	10	2	2	14	%71,4	%14,3	%14,3
Lapurdi	3	2		5	%60	%40	%0
Zuberoa	1			1	%100	%0	%0
Behe Nafarroa	1	1		2	%50	%50	%0
Guztira	31	30	7	68	%52	%37,6	%10,4

Iturria: HEKA ikertaldea, 2015

Eredu sozial-pribatua, zeinetan jabetza soziala eta pribatua nagusi diren %45eko portzentajearekin gutxi gorabehera, eta jabetza publikoa txikia den (%10 inguru). Hemen kokatzen ditugu Gipuzkoa eta Bizkaia, hedabide gehien dituzten probintziak. Itxura batean, Lapurdi ere hurbil legoke eredu honetatik, lehenik jabetza soziala (%60) dagoelako eta jarraian pribatua (%40), baina jabetza publikorik ez duenez eta hedabideen kopurua ere txikia denez, ezin da hemen sartu.

Eredu soziala, zeinetan jabetza soziala guztiz nagusia den (%75 inguru), bigarren pribatua txikia (%15 inguru) datorren, eta jabetza publikoa hirugarren. Hemen Nafarroa eta Araba sartzten dira batez ere. Izan ere, Araban bost hedabidetik lau sozialak baitira. Seguruaski, ez legoke gaizki Lapurdi ere hemen kokatzea, nahiz eta jabetza soziala (%60) beste bi probintzietan bezain nabarmena ez izan.

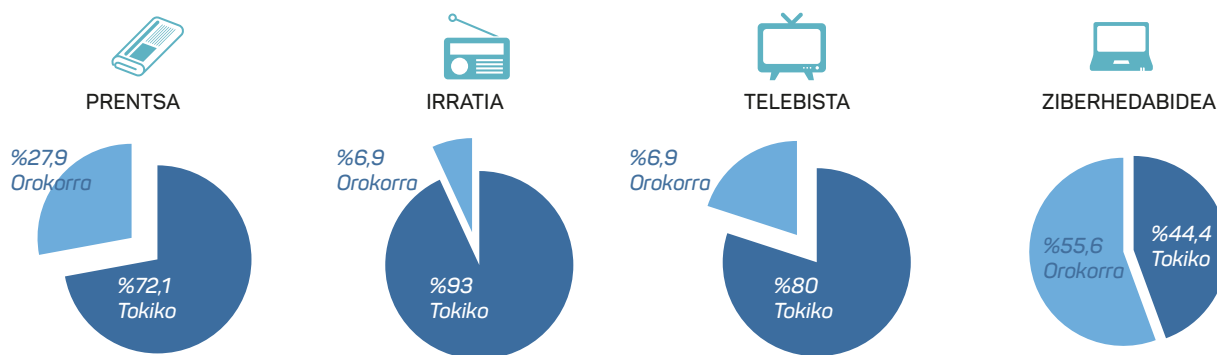
Azkenik, Zuberoa eta Behe Nafarroari dagokionez, ezin dira aurreko ereduetan sartu, euren hedabide kopuruak oso txikiak direlako. Gainera, Iparraldean ez dago jabetza publikoko euskal hedabiderik, oso datu garrantzitsua azterketa zuzen egiteko.

5. Hedabideak eta zabalkundea

5.1. Hedabideak zabalkundearen arabera

Tokiko hedabideak nagusi dira euskal hedabideen sisteman, ia 4 hedabidetik 3 herri edo eskualde mailakoak baitira. Errealitate honek antz handia dauka katalanezko hedabideen sistemarekin²⁴, zeinetan hedabideen %77,7 tokikoak ziren eta %22,3 zabalkunde orokorrekoak 2009an, ikerketa talde honek egindako lan baten arabera²⁵. Galizian aldiz tokiko hedabideen garrantzia txikiagoa da, %38,5tekoa, eta gaintzekoa orokorra.

Taula 8. Hedabideen hedapena, 2015 (kopurua, %)



	Tokiko	Orokorra	Guztira	Tokiko	Orokorra
Prentsa	49	19	67	%72,1	%27,9
Irratia	27	2	29	%93,1	%6,9
TB	8	2	10	%80	%20
Ziberhedabidea	8	10	17	%44,4	%55,6
Guztira	92	33	125	%73,6	%26,4

Iturria: HEKA ikertaldea, 2015

Paperezko hedabideen artean tendentzia hori mantentzen da, %72,1 herri, eskualde edota probintzi mailako hedabideak baitira, eta %27,9 komunitate politiko edo nazionalekoak.

Irratiari dagokionez %93 tokiko irratiak dira, 27 irrati hain zuzen, eta salbuespen bakarrak EITBko bi euskal kateak dira. Telebistaren kasua antzekoa da (%80), EITBren 2 kateak (ETB1 eta ETB3) zabalkunde orokorra duten kate bakarrak dira, beste 8ak tokiko teledistak baitira.

24 Katalanezko hedabideen sistema diogunean, ez dugu Kataluniako autonomia soilik hartzen, baizik katalan hizkuntzaren herrialde guztiak (Kataluna, balentziar komunitatea, balear irlak, Andorra eta frantziar estatuko Katalunia).

25 Ibidem, Zabaleta et al. (2014), International Communication Gazette, 10 or

5.2. Hedabideen zabalkundea probintziaka

Hedabide orokor gehienak Gipuzkoan eta Bizkaian kokatzen dira. Gipuzkoan 16 dira, tartean Berria eta Argia, paperezko hedabiderik nagusienak. Bizkaian aldiz 11 hedabidek daukate zabalkunde orokorra, horien artean EITBko hedabideak direlarik.

Taulara 9. Hedabideen zabalkundea probintziaka, 2015

	Tokiko	Orokorra	Guztira	Tokiko	Orokorra
Gipuzkoa	50	18	68	%73,5	%26,5
Bizkaia	19	11	30	%63,3	%36,7
Nafarroa	13	1	14	%92,9	%7,1
Lapurdi	2	3	5	%40	%60
Araba	5		5	%100	%0
Zuberoa	1		1	%100	%0
Behe Nafarroa	2		2	%100	%0
Guztira	92	33	125	%73,6	%26,4

Iturria: HEKA ikertaldea, 2015

Nafarroan www.entzun.com plataformak (lehen aldizkari izan zena eta gaur egun interneteko musika ataria) eta Lapurdin beste hiruk zabalkunde orokorra dute naiz eta txikiak izan: www.kazeta.eus ziberhedabidea; *Maiatz* literatur aldizkaria; eta *Herria* astekaria.

6. Hedabideak eta edukia

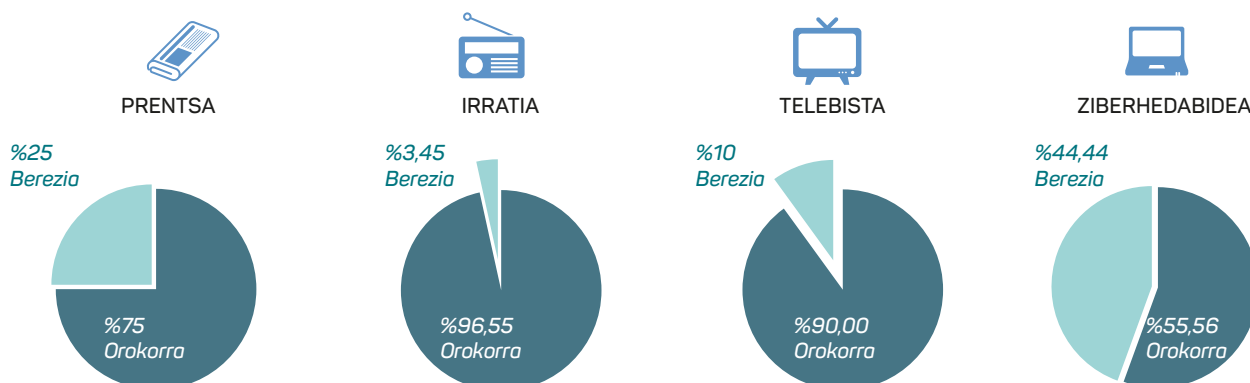
Azpiatal honetan, komunikabideen eduki mota erabiliko da aldagai modura, hainbat aldetatik aztertuz.

6.1. Hedabideak edukiaren arabera

Euskarazko hedabideen %25ek gai edo eduki bereziak jorratzen ditu eta beste %75ek eduki orokorrak, alegia, albiste eta informazio mota desberdinak (gizartea, ekonomia, kultura eta abar). Hau da, 98 hedabidek eduki orokorra lantzen dute eta 27k eduki berezia.

Eduki bereziko hedabideen artean kopuru eta aniztasun handiena papezko prentsan aurkitzen dugu, zeinetan 17 aldizkari berezi dauden. Ondoren ziberhedabideak datoz, 8 atari berezirekin. Ikus-entzunezko hedabideei dagokienez, EITBko bi kanalak dira eduki berezia dutenak, *Gaztea* irratia eta *ETB3* telebista kanala.

Taula 10. Hedabideak edukiaren arabera, 2015



	Orokorra	Berezia	Guztira	Orokorra	Berezia
Prensa	51	17	67	%75	%25
Irratia	28	1	29	%96,55	%3,45
Telebista	9	1	10	%90	%10
Ziberhedabideak	10	8	17	%55,56	%44,44
Guztira	98	27	125	%75	%25

6.2. Eduki bereziko hedabideak

Hedabideen eduki berezitasunari erreparatuz, kultura eta euskara lan-tzen dituzten 7 hedabide ditugu: hiru aldizkari (*Jakin*, *Aizu* eta *Maiatz*); irriati bat (*Gaztea*); eta beste hiru ziberhedabide (*www.nontzeberri.com*, Bilbon kokatua ea kulturaz arduratua; *www.erabili.com*, euskara gai na-gusitzat duena; eta *www.entzun.com*, musika arloa jorratzen duena).

Hezkuntza eta zientziaren presentzia ere nabarmena da, beste 7 he-dabidek jorratzen baitute gai multzo hau. Zientzian, dekanoa *Elhuyar zientzia eta teknologia* aldizkaria da, 1974. urtetik kaleratzen dena. Hezkuntzaren arloa jorratzen dituzten paperezko komunikabideak *Hik Hazi*, *Hezi Hazi* eta *Ikastola* aldizkariak dira. Agerkari digital bat ere ba-dago, *www.zientzia.net*, Elhuyar elkartearen beste produktu bat, baina eduki eta formatu desberdinez hornituta.

Taula 11. Eduki bereziko hedabideak, 2015

Kultura+euskara	3	1	3	7
Zientzia+hezkuntza	6		1	7
Gazteak	7	1	1	9
Bidaiak	1			1
Internet			1	1
Feminismo			1	1
Politika			1	1
Guztira	16	1	1	27

Iturria: HEKA ikertaldea, 2015

Gaztei eta haurrei zuzendutako bederatzi komunikabide ditugu: zazpi prentsan, telebista kanal bat eta ziberhedabide bat.

Haurrei zuzendutako aldizkarien artean *Irria* aldizkaria dago, EKTen eskutik argitaratuta. Gazteei zuzendutako hedabideen artean dau-de *Gazteon Kz* eta *Unibertsitateko Aldizkaria*²⁶, biak unibertsitateko ikasleei zuzenduak; beste bi aldizkari, *Gazteberri* eta "+-18" izenekoa, aldizkari formatuan argitaratzen dira eta kultur etxe eta institutueta banatzen dira batez ere. *Gaztezulo* aldizkari ezaguna 2000 urtean hasi zen argitaratzen gazteen topaleku izateko asmoarekin. Azkenik modu kolektiboan kudeatzen den *www.topatu.info* atari digitala dago.

Eduki berezia daukaten beste lau komunikabideak gai hauek jorratzen dituzte: bidaiak (*Lau Haizetara* aldizkaria); politika (*www.gureberriak.com*); internet (*www.sustatu.eus* ataria); eta feminismoa (*www.klitto.com*).

Lurraldeka azterketa eginez, eduki bereziko ia hedabide guztiak Gipuzkoa eta Bizkaian daude, espero zitekeen modura: 15 Gipuzkoan eta 10 Bizkaian. Baina Gipuzkoan argitaratzen diren eduki bereziko aldizkariak alor guztietakoak dira, izan ere, guk sortu ditugun zazpi kategoria edo multzoetan baitaizka hedabideak.

Bizkaian, aldiz, hiru alorretan soilik daude hedabide berezituak (kultura eta euskara, zientzia eta hezkuntza, eta gazteak). Azkenik, Nafarroan bat dago (*www.entzun.com* musika ataria) eta Lapurdin beste bat (*Maiatz* aldizkaria).

Taula 12. **Eduki bereziko hedabideak probintziak, 2015**

	Gipuzkoa	Bizkaia	Nafarroa	Lapurdi	Guztira
Kultura+euskara	2	3	1	1	7
Zientzia+hezkuntza	6	1			7
Gazteak	3	6			9
Bidaiak	1				1
Internet	1				1
Feminismo	1				1
Politika	1				1
Total orokorra	15	10	1	1	27

Iturria: HEKA ikertaldea, 2015

Beraz, hemen ere nabarmentzekoa da Araba ausentzia, ez baita eduki bereziko hedabiderik argitaratzen probintzia horretan. Zuberoa eta Behe Nafarroa taula honetan ez egotea ulergarriagoa da, alde guztietatik.

7. Euskal hedabide sistemaren ratioak

Aurreko azpiataletan euskarazko hedabideen azterketa zabala egin da hainbat aldagairen arabera. Baina datu horiek interesgarriak eta funtsezkoak direla jakinda ere, beste angelu desberdin, zeresale (eta neurri batean entseiu modukoa dena) sartu nahi dugu orain, hainbat kontzeptu erabiliz eta gurutzatuz (hedabideen penetrazioa, hiztun dentsitatea eta abertzale dentsitatea). Interpretazioan laguntzeko asmoz, hurrengo taula hiru sailetan banatu dugu: Oinarrizko datuak (kopuruak), kontzeptuen portzentajeak eta emaitzak.

Lehen sailean, biztanleria, hiztun, abertzale eta hedabideen kopuruak jarri ditugu probintziaka, datuak hainbat iturritatik jaso ondoren²⁷.

Bigarren sailean, kontzeptuen portzentajeak kalkulatu ditugu oinarrizko kopuruak erabiliz. Hedabideen portzentajea probintziaka zuzenean ezagutzen da hedabide kopuru osoarekin zatituz. Baina hiztunen eta abertzaleen kalkuluetan bi bide daude eta biak sartu ditugu taulan, egokiagoa zein den eztabaidarako utziz. Bi bide horiek honela xehe-tzen dira:

Probintziarekiko dentsitatea: hemen, hiztun eta abertzale dentsitatea ezagutzeko, probintzia bakoitzean dauden hiztun eta abertzale kopuruak probintziako populazioarekin zatitzen dira eta hortik lortzen diren portzentajeak dira probintziako hiztun eta abertzale dentsitateak, euren baitan, beste probintzietako datuekin zerikusirik izan gabe. Bide hau egokiagoa izan daiteke probintzia bakoitzean dagoen euskal hedabide egiturarekin alderatzeko, baina ez dago gaizki hurrengo bidea ere kontuan izatea, ikuspedi osoagoa izateko.

Euskal Herri osoarekiko portzentajea: bide honetan, hiztun eta abertzale dentsitatea kalkulatzeko Euskal Herri osoko hiztun eta abertzale kopuruekin alderatzen edo zatitzen da. Honela eginez, probintziak guztiak elkarrekin erlazionatuta geratzen dira. Ikus dezagun, bada, hurrengo taula arretaz.

27 Iturri ofizialak erabili ditugu, nahiz eta kasu batzuetan urte eta erakunde desberdinetakoak diren.

Taula 13. **Eduki bereziko hedabideak probintziak, 2015**

	Gipuzkoa	Bizkaia	Araba	Nafarroa	Iparralde (1)	Guztira (EH)
OINARRIZKO DATUAK (kopuruak)						
Biztanleria 2014/2015	715.148	1.152.232	323.861	640.790	296.434	3.128.465
Hauteskunde errolda 2011	554.878	921.383	245.781	485.386	200.200	2.407.628
Hiztun kopurua 2011	348.899	331.087	69.196	82.101	51.800	883.083
Abertzale kopurua 2011	225.856	354.462	72.402	92.743	17.779	763.242
Hedabide kopurua 2015	68	30	5	14	8	125
KONTZEPTUEN PORTZENTAJEAK						
Hedabideen % (kopuru guztiarekin alderatuz)	%54	%24	%4	%11	%6	%100
Hiztunak						
Hiztun dentsitatea (probintziako populazioarekin alderatuz)	%49	%29	%21	%13	%17	%28
Hiztun % (EHko hiztun kopuruarekin alderatuz)	%40	%37	%8	%9	%6	%100
Abertzaleak						
Abertzale dentsitatea (probintziako populazioarekin alderatuz)	%41	%38	%29	%19	%9	%32
Abertzale % (EHko abertzale kopuruarekin alderatuz)	%30	%46	%9	%12	%2	%100
EMAITZAK						
Hedabide penetrazioa (hiztun kopurua hedabideko)	5.131	11036	13.839	5.864	6.475	7.065
Hedabideak vs hiztunak:						
Hedabide % minus hiztun dentsitatea (probintziakoa)	%6	-%5	-%17	-%2	-%11	
Hedabide % minus hiztun %	%15	-%13	-%4	%2	%1	%0
Hedabideak vs abertzaleak:						
Hedabide % minus abertzale dentsitatea	%13	-%14	-%25	-%8	-%2	%68
Hedabide % minus abertzale %	%25	-%22	-%5	-%1	%4	%0

Iturria: HEKA ikertaldeak eginda, 2015. Datu gordinak: (1) populazioa: Gaindegia, 2014; (2) hiztunak EAEn (ondo edo nahiko ondo ulertu eta hitz egin). V mapa soziolinguistikoa, Eusko Jaurlaritza, 2014; hiztunak Nafarroan: Mapa sociolingüístico 2011; hiztunak Iparralden, IV Inkesta Soziolinguistikoa, 2006, Eusko Jaurlaritza; (3) Abertzale kopurua: EAJ eta Bilduren botoen batez bestekoa EAeko Foru hauteskundeetan 2011, 2015ean; Nafarroan, Nafarroa bai/Geroa bai eta Bilduren botoen batez bestekoa Nafarroako Parlamenturako 2011 eta 2015ean; Iparralden, EH Bairen botoak 2015eko hauteskundeetan. Oharrak: (1) hurbilketa Iparraldeko datuetan; abertzaleak 2015, EH Bai.

Taularen hirugarren sailean agertzen diren emaitzak laburtuko ditugu orain:

Hedabide penetrazioa: Gipuzkoan eta Nafarroan bost mila euskal hiztun daude gutxi gorabehera euskarazko hedabide bakoitzeko (5.131 eta 5.864 hurrenez hurren), emaitza ona, gure ustez. Horrek esan nahi du euskal hedabideek penetrazio nahiko handia dutela bi probintzia horietan, hiztun kopuruari begiratuz gero. Ondoren Iparraldea dator, non 6.475 hiztun dauden bertako euskal hedabide bakoitzeko, emaitza nahiko ona, kontuan izanik laguntza instituzional gutxi duela hor euskarak, orain arte Nafarroan bezala. Alderdi nabarmenki negatiboa, Bizkaian eta Araban dago. Bizkaian 11.036 euskal hiztun daude Bizkaian argitaratutako euskal hedabide bakoitzeko eta 13.839 euskal hiztun Araban. Oso kopuru handiak, alegia, oso penetrazio txikia eta emaitza txarra.

Hedabideak vs hiztunak: Taulan, hedabideen portzentajea minus "probintziako hiztun dentsitatea" eragiketa egiten badugu, ikusten dugu, Gipuzkoak balio positiboa duela (%6), hau da, hedabide portzentajea (%54) sei puntutan handiagoa dela hiztun dentsitatea (%49) baino. Beste probintzietan, aldiz, negatiboa da, alegia, hiztun dentsitatea handiagoa dela hedabide portzentajea baino. Balio negatibo hori oso nabarmena da Araban (-%17) eta Iparralden (-%11); Bizkaian ere espero baino handiagoa da (-%5). Nafarroan aldiz minimoa da, ia ez aipatzekoa (-%2). Kalkuluak egiteko beste irizpidea erabiltzen badugu (probintziako hiztun portzentajea EH osoko hiztun kopuruaren arabera kalkulatz), zenbakiak deserdinak izango lirateke baina orokorki argazkia ez da gehiegi aldatzen: Gipuzkoak balio positiboa dauka (%15), Bizkaiak negatiboa (-%13), Arabak ere negatiboa (-%4), eta Nafarroan eta Iparralden minimoki positiboa (%2 eta %1).

Hedabideak vs abertzaleak: Hemen hedabideak eta abertzaletasuna (abertzale botoak) alderatu ditugu eta, aurrekoan bezala, bi kalkulu prozedura berdina erabili ditugu (dentsitatea, probintziako populazioarekin alderatuz batetik eta EHko kopuruarekin bestetik). Honela, lehen prozedurari jarraiki, berriz ere Gipuzkoan balio positiboa dago (%13), alegia, euskal hedabideen portzentajea (%54) hamairu puntu handiagoa dela abertzaleen dentsitatea baino (%41). Aldiz, Bizkaian eta Araban balio negatiboak daude (-%14 eta -%25 hurrenez hurren). Nafarroan eta Iparraldean ere hedabideen portzentajea txikiagoa da abertzaletasun dentsitatea baino (-%8 eta -%2 hurrenez hurren), baina ez Bizkaian eta Araban bezainbat. Bigarren prozedura erabiliz, hau da, abertzale dentsitatea probintziak aztertu ordez Euskal Herriko abertzaletasun osoarekin alderatzen badugu, Gipuzkoak honela ere balio positiboa du (%25) eta Bizkaiak eta Arabak negatiboa (-%22 eta -%5 hurrenez hurren). Aldiz, Nafarroa ia zeroan dago (-%1) eta Iparralde berriz pitin bat positiboan (%4).

Beraz, laburbilduz, hedabideen penetrazioari edo ratioari dagokionez, Gipuzkoak eta Nafarroak oso ratio ona dute, hau da, proportzionalki hedabide asko dituztela dauden hiztunentzako; Iparraldeak ere nahiko ratio ona; baina Bizkaiak eta Arabak oso txarra.

Hedabideak hiztunen dentsitatearekin alderatzean, berriz ere Gipuzkoa nabarmenki ongi agertzen da, alegia, proportzionalki hedabideen ratioa handiagoa dela hiztunena baino. Araba eta Iparraldea, aldiz, gaizki edo negatibo daude, eta Bizkaia ere txarto. Nafarroa orekan mantentzen da.

Hedabideak abertzaletasunarekin konparatzen baditugu, berriz ere Gipuzkoan euskarazko hedabideen ratioa handiagoa da abertzaleena baino. Bizkaian deta Araban berriz, hedabideen ratioa txikiagoa da abertzaleena baino. Nafarroan eta Iparraldean bi ratioak nahiko antzerira daude.

Ondorioak

Euskarazko hedabideen sistema ²⁸nahiko indartsua eta ugaria da, Europako beste hizkuntz gutxituekin alderatzen badugu. Hiru sektore tradizionaletan hedabide nagusiak, major media deituak, daude: egunkaria, astekaria, irrati eta telebista. Baina bakoitzean bakarria izateak ezin bestean dakar ikuspuntu aniztasunean murrizketa. Alegia, ETB1ek oso ikuspuntu informatibo eta ideologiko zehatza du eta ez dago "bestekotasuna" adierazteko beste telebistarik. Hizkuntz gutxitua izatearen ondorioa da, nahi eta ez. Hori gairitzeko, ziberhedabideak beharko dira.

Euskal hedabideen sistemaren indar nagusia, gure ustez, ez dator erakunde publikoen zuzeneko eragin eta diru laguntzetatik, guztiz beharrezkoak direla ukatu gabe, baizik eta gizartearen ahaleginetik. Herri ekimena (jabetza sozial edo pribatukoa izanik) da, izan, euskal hedabideen bektore nagusia, alegia, direkzioa duen indarra. Horregatik da hain handia euskal hedabideen artean jabetza soziala eta hain txikia jabetza publikoa; katalanezko eta galizierazko hedabideen sistemetan ez bezala.

Aurreko baieztapena, herri ekimenaren funtsezkotasuna, badirudi argi geratu dela krisi ekonomiari aurre egiteko estrategian. Horretan, aipagarria izan da herri batzuetan eraman den multimedia konbergen-

28 "Ekosistema" hitza erabiltzen hasi beharko genuke, agian, hedabideek gizartearekin eta gizakiarekin dituzten harremanak eta eraginak barnean hartzeko.

tzia, zeinetan interneteko webgune bat bihurtzen den ardatz, bihotz eta sare multimediatiko, hedabide tradizional berrituekin elkarlanean jarduteko.

Baina Euskal Herri osoan euskarazko hedabideen errealitatea eta garapena ez da berdin eman eta ematen. Gipuzkoan daude euskarazko hedabideen erdia baino gehiago eta portzentaje hori bertako hiztun dentsitate eta abertzale dentsitatearena baino handiagoa da. Beraz, ez dirudi desegoki pentsatzea, bi dentsitate horien gainetik edo azpitik herri ekimenaren indarra ere badagoela.

Aldiz, Bizkaian eta Araban euskarazko hedabideen pisu erlatiboa oso ahula da, bai sistema osoarekin alderatuz bai eta hiztun eta abertzale dentsitateekin alderatuz ere. Hemen, seguruenik, herri ekimenaren indarra txikiagoa da, salbuespenak salbuespen (Aiaraldea, adibidez).

Positiboki nabarmena da ikustea Nafarroako euskal hedabideek hartzen duten portzentaje franko handia sistema osoaren baitan, kontuan izanik bertako hiztun eta abertzale dentsitateak eta orain arteko nafar gobernuaren aurkakotasuna. Proporzionalki, Bizkaia eta Araba baino handiagoa da. Berriz ere, herri ekimenaren eragina nabarmen geratzen dela dirudi. Azkenik, Iparraldean ere zantzu nahiko positiboak antzeman daitezke, duten errealitatea kontuan izanik. Bertako euskal hedabideen kopurua eta jarduera Hegoaldean uste den baino oparagoa eta hobe da.

4. Euskarazko komunikabideak euskal Pirinioetan

EGILEAK:

Eneko Bidegain
Aitor Zuberogitia
Txema Egaña
Ainhoa Larrañaga

Mondragon Unibertsitateko Hezikom ikerketa taldea

Euskarazko komunikabideen mapan pisu handiena duten eskualdeak Gipuzkoa eta Bizkaia badira ere, ezin dira gutxietsi Lapurdi, Nafarroa Beherea, Zuberoa eta Nafarroa Garaia-aren iparraldeko komunikabideak ere. Alabaina, kontuan hartu behar da eskualde bakoitzeko demografiaren pisua.

Komunikabideen arloan aktibitate handia dago Gipuzkoan, batetik, tokiko komunikabide ugari dagoelako bertan, eta, bestetik, komunikabide nazionalen egoitza nagusiak ere Gipuzkoan daude.

Baina eskualdeko edo tokiko komunikabideei so eginez, datu bat azpimarratu behar da:

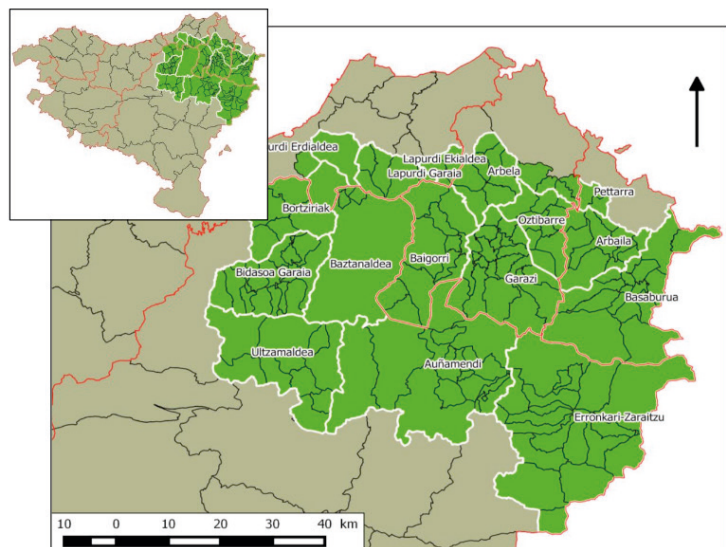
Gipuzkoan 712.097 biztanle daude eta 49 komunikabide (horietatik 19, bi astetik baino gutxiagotan ateratzen direnak). Ondorioz, 14.500 biztanleko euskarazko komunikabide bat dauka Gipuzkoak.

Euskal Pirinioetan 84.618 biztanle daude, eta 10 komunikabide. Ondorioz, 8.500 biztanleko komunikabide bat dago euskal Pirinioetan.

Bistan denez, demografiak eta euskararen egoera legalak azaltzen du non dagoen dinamika handiena. Gipuzkoa bihurtzen da, beraz, zentroa. Kontu handiarekin ibili behar da, ordea, zentroak "periferia" ez baztertzeko: beste egoera demografiko eta legal batean bizi diren euskaldunen indarra eta lana guztiz kontuan hartzekoak dira, eta lagundu beharrekoak. Horregatik, txosten honek argia egin nahi dio euskal Pirinioetako euskarazko komunikabideen errealitateari.

Euskal Pirinioak aipatzean, Kattalin Sainte-Marie-k, Udalbiltza eta Gaindegiarentzat egindako txostenean emandako definizioetik abiatzen gara:

Grafiko 2. Euskal Pirinioak.



Iturria: Gaindegia (Sainte-Marie 2015)

Eremu horrek hartzen du ia Nafarroa Behere osoa, ia Zuberoa osoa, Lapurdi hegoaldeko zati bat eta Nafarroa Garaiko iparralde gehiena.

1. Eskualdeko komunikabideak

Hauek dira euskal Pirinioetan entzuten, ikusten edo irakurtzen diren komunikabideak:

Taula 14. Euskal Pirinioetako euskarazko komunikabideak

KOMUNIKABIDEA	EREMUA	EUSKARRIA
Irulegiko Irratia	Nafarroa Beherea	Irratia
Kanaldude	Nafarroa Beherea,	Telebista
Xiberoko Botza	Zuberoa	Irratia
Herria	Nafarroa Beherea,	Astekaria
Irati Irratia	Auñamendi	Irratia
Xorroxin Irratia	Baztan	Irratia
Xaloa Telebista	Baztan	Irratia
Ttipi Ttapa	Baztan, Bortziriak,	Aldizkaria
Pulunpe	Ultzamaldea	Hilabetekaria
Esan Erran Irratia	Ultzamaldea	Irratia

Lanketa propioa.

Komunikabide guztien artean, euskal Pirinioetako eremu guztia esaltzen dute, eta Pirinioetatik harago ere zabaltzen dira, Zuberoa eta Nafarroa Beherearen iparraldera edota Lapurdi osora (Herria astekaria zabaltzen da Ipar Euskal Herri osoan, eta Irulegiko Irratiaren seinalea Lapurdira ere heltzen da).

2. Komunikabideen egoera

Euskal Pirinioetako euskarazko komunikabideetan badago mugimendua, baina ahulak dira, baliabide ekonomiko gero eta eskasagoen ondorioz, batez ere. Horra bakoitzaren egoera:

Ttipi Ttapa bi astetik behin ateratzen den astekaria da, Bortzirietan aldean banatzen dena, baina baita Lapurdiko gune batzuetan, Baztanen eta Malerrekan ere. Leskan dauka egoitza.

Ttipi Ttapa aldizkariak zortzi langile dauzka, horietatik lau kazetari lanean. Haien aurrekontua asko jaitsi da 2009tik hona. 2009an telebista utzi behar izan zuten; urte hura arte, aurrekontuak gora egiten zuen beti, geroztik beheranzko joeran dago, eta hainbat murrizketa egin behar izan dituzte. 2014 arte, soldatak murriztu zituzten.

Diru iturriak asko murriztu zaizkie, Nafarroako Gobernuak diru laguntzak kendu zituelako. Eusko Jaurlaritzak, aldiz, "nabarmen handitu" dira azken urteetan. Publizitatea jaitsi da azken urteetan. Harpidetzak ere murriztu dira. Egoera hori ikusirik, diru sarrerak dibertsifikatzeko beharra ikusi dute, eta zerbitzuak eskaintzen hasi dira: diseinua, publizitate salmenta, inprenta aukera hoberenak bilatu hirugarren enpresa batzuentzat...

Lehengo garaira itzultzea ezinezkoa dela iruditzen zaio Ttipi-Ttapa-ko koordinatzaileari. Harpidetza ordaintzen dutenak 35-40 urtetik gorakoak dira. Halaber, publizitateko sarrerak ez dira lehengora itzuliko, "tokiko saltegi asko desagertu direlako azken urteetan" eta beren publizitatea egiteko "beste sistema" batzuk aurkitu dituztelako: "lehen merkatarik batek diru bat ematen bazizun gaur egun ez dizu helburu berdinarekin ematen, berak probetxua ateratzen dion neurrian emango dizu zuri dirua. Ez lehen bezala, lagundu beharra zegoela eta kito. Hori literalki desagertu egin da. Orduan etengabe aldatzen den egoera bat da".

2.1. Herria astekaria

Herria astekariak lekuan lekuko berriak ematen ditu, hala nola Lapurdi, Nafarroa Beherea eta Zuberoko herrietako berriak, eta baita Ipar Euskal Herriko berriak ere. 1945ean sortu zen astekari bat da, eta gaur egun oraindik zabaltzen da.

Bi langile dauzka, biak Baionan ari dira lanean. Batek erredakzio konputatuak kudeatzen ditu, eta besteak administrazioa. Azkenaldian diru sarrerak murriztu zaizkie, eta inprimategiko gastuak handitu: harpidetzak %3z apaldu dira, publizitateko sarrerak ere izan dute beherakada, bai-

na batez ere diru laguntza publikoak murriztu dira.

2.2. Kanaldude

Kanaldude telebista kate bat da, Internet-en eta telebista kate bazuetan: erreportajeak eta bideoak jartzen dituzte ikusgai Interneten; horrez gain, TVPI telebista kateak eta Hamaika Telebistak tarte bat uzten die beren programazioan, Kanaldude-ren emankizunak zabaltzeko. Arrosan dauka egoitza.

Kanaldude kooperatiba bat da, eta bost langile finko dauzka. Aktibitate guztia ez da bideratua Kanaldude telebistara; aktibitate erdia bideratzen dute enpresentzako bideoak ekoiztera. Horri esker daukate aukera langile taldeari eusteko, koordinatzailearen arabera. Marjen txikia daukate soldatak handitzeko, materiala erosita eta amortizatuta dagoelako, eta soldatak ordaintzeak betetzen duelako aurrekontuaren zati handiena.

Kanaldude-k diru laguntzak lortzen ditu erakunde publikoetatik, hizkuntza politikaren baitan. Lurralde garapenaren eta sozialaren arloan ere galdetu dituzte laguntzak. Inguruko enpresekin egiten dituzten partaidetzen bidez ere lortzen dute aurrekontuaren zati bat estaltzea. Partaide horiek ere ulertu dute Kanaldude partaidetza beharrezkoa dela, hori gabe Kanaldude aurrera ateratza zaila litzatekeelako, eta Kanaldude galtzea galera bat litzatekeelako enpresa horientzat ere, koordinatzaileak dioenez. Urtez urte enpresaren aurrekontua hazten ari da.

2.3. Irulegiko Irratia

Irulegiko Irratiak hogeitaz gora dauzka, eta Nafarroa Behereko irrati eta komunikabide nagusia da. Donibane Garazin dauka egoitza.

Azken urteetan ahuldurik dago ekonomikoki. Hainbat diru laguntza murriztu dira, batetik. Bestetik, lehen Euskal Herria Zuzenean jaialdiaren antolatzaileetarikoa bat zen Irulegiko Irratia. Azken urteetan ez, eta beraz diru sarrera hori ere galdu dute. Azken bost urteetan ezin izan dute langile berririk hartu. Are gehiago, langile bat Gure Irratira bideratu zuten, soldata bat aurreztu ahal izateko. Gaur egun sei langile ari dira denbora osoz eta bat denbora erdiz.

2.4. Xiberoko Botza

1982an sortu zen, Irulegiko Irratia bezala, Frantziako Gobernuak irrati libreen legea onartu ondoren. Maulen dauka egoitza, eta Zuberoan entzuten den irratia da.

Egoera ekonomiko zailean dago Xiberoko Botza. 2007-2008 arte sei langile zeuzkan, eta 2014ean lau zeuden. Irratiaren aurrekontua eta diru sarrerak apaldu dira azken urteetan. Diru laguntza handiena Frantziako Estatuko laguntza da, irradi libreei ematen zaiena. Euskal Irratiak federazioaren (Gure Irratia, Irulegiko Irratia, Xiberoko Botza eta Antxeta Irratia biltzen dituen federazioa) kutxa komunetik datorkie bigarren laguntza handiena. Gainerako diru laguntzak 25.000 eurotik 11.000 eurora jaitsi dira. Etxez etxe egiten duten kanpainan ere duela hamar urte baino askoz diru gutxiago biltzen dute. Horrez gain, 50 lagunek hilabetero ematen diote dirua irratitari.

2.5. Irati Irratia

Irati Irratiak hogeitau urteko historia dauka. Gaur egun Aezkoa, Erroibar, Orreaga eta Luzaiden entzuten da. Mila biztanleko eremu batean ari da Irati Irratia, eta egunero 150 entzule leial dituztela uste dute. Udal irratia da, baina elkarte batek kudeatzen du. Hogeitau urte horietan gorabehera handiak izan ditu. Zazpi-zortzi urteko isilune bat izan zuen, azpiegitura zaharkituak zituztelako. Nafarroako Gobernuak Euskarabidea erakundea sortu zuen, eta diru laguntzak ematen zituen euskararen presentzia bultzatzeko asmoz. Irati Irratia diru laguntza horiez baliatu zen 2009-2010ean, eta irratia berpiztu zuen. Baina gero berriz egon zen egoera larrian, eta 2014ean hasi dira berriz programazio bategin.

Aezkoako irratia Garraldan izan zuen lehen egoitza. Orain Aribetik emititzen du, Aezkoako udaletxearen laguntzarekin.

Irratiarentzat garai zailak hasi ziren Nafarroako Gobernuak diru laguntzak kendu zituenean: Irati elkarteak eta eskualdeko jendeak indar bat egin zuen irratia mantentzeko asmoz. Bazkide gehiago biltzeko kanpaina egin zuten, langile baten soldata ordaindu ahal izateko. Gaur egun 170 bazkide dituzte kuota ordaintzen dutenak, eta horietatik 60-80 azken lau urteetan egindakoak dira. Publizitatea sartzeko indarra egin dute eta hainbat ekitaldi antolatu dituzte, besteak beste Pirineorock jaialdia. Horrez gain, udaletxeko kontzejuek diru-laguntza bat ematen dute.

2.6. Xaloa Telebista

Xaloa Telebista Baztango telebista da. Oronoz-Mugairin dauka egoitza. Diru iturriak murrizten ikusi ditu azken urteetan. 2014 arte, Eusko Jaurlaritzako laguntza anitz murriztu da. Nafarroako Gobernutik jasotzen zituzten laguntzak ere desagertu ziren. Publizitateko diru sarrerak mantendu dira, baina diru iturri berriak aurkitzeko zailtasun han-

diak dituzte. Murrizketa horien ondorioz, langileak lanaldi erdian egon dira azken urteetan.

Iruñerrian emititzeko lizentzia lortu berri du Xaloa Telebistak, eta horrek aukera berriak zabaldu dizkio, diru-laguntza berriak jasotzerako orduan.

Kontu ekonomikoak orekatzen dituzte ate ezberdinak joz. Hain zuzen, irabazi asmorik gabeko erakunde bat izanik, iturri gehiagotara jo dezakete. Horrez gain, produkzioak egiten dituzte enpresa pribatuentzat ere. Europako diru laguntzak jaso izan dituzte, baina azkenaldian ez dute deus eskuratu.

2.7. Xorroxin Irratia

Xorroxin Irratia Baztango irratia da, Baztandik harago ere entzuten dena. Haren egoera ekonomikoa aski aldakorra izan da azken urteetan. Azken urteetan diru-laguntzak anitz murriztu zaizkie. Nafarroako Gobernuak 24.000 euroko diru laguntza ematen zion, hala nola aurrekontuaren %10. Hala ere, Eusko Jaurlaritzako diru laguntzarekin osatzen zuten aurrekontuaren %30. 2009tik hona, Nafarroako Gobernuak ez du gehiago diru laguntzarik ematen, eta Eusko Jaurlaritzak laguntzak erdira murriztu ditu. Baztango udalak 7.500 euro ematen ditu, Bortzirietako mankomunitateak 12.000 euro eta Malerrekaok 3.000. Gaur egun, 200.000 euroko aurrekontua dauka Xorroxinek.

Ondorioz, publizitatearen pisua anitz hazi da azken urteetan, %75era heldu baita. Irratia bera ibiltzen da publizitatearen bila. Nafarroako Gobernuko diru laguntza galdu zutenean, "behi kaka" lehiaketa sortu zuten, eta horri esker urtean 10.000 eta 15.000 euro bitartean eskuratzen dute. Bestetik, azkenaldian elkarlan bat daramaten Euskal Kultur Fundazioarekin. Fundazio horren helburua ahozko ondarea piztea da, eta horretarako Xorroxin Irratiarengana jotzen dute. Lankidetzaz horretatik 5.000 euro eskuratzen dute.

Aurrekontu murrizteari buru egiteko asmoz, langileak EEE (Enplegu Erregulazio Espediente) egoeran daude, 2014tik aitzina. Baina neurri hori hartu baino lehen, langileen soldatak %10ez murriztu zituzten.

2.8. Pulunpe eta Esan Erran Irratia

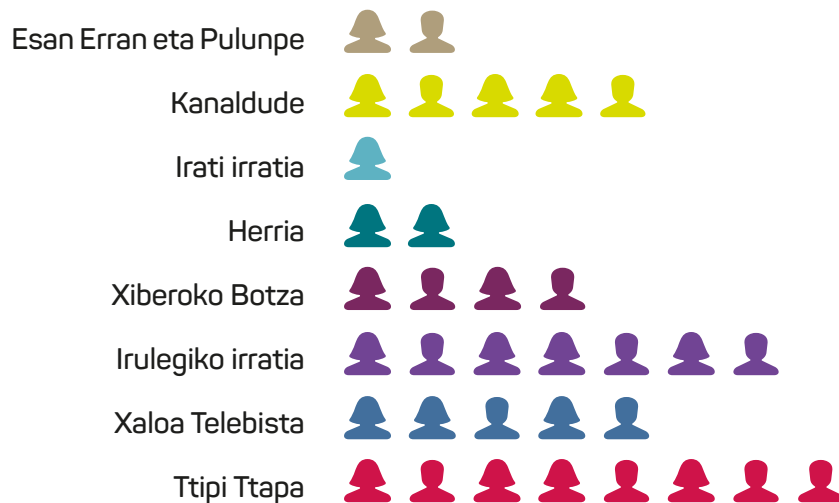
Pulunpe hilabetekari bat da, Ultzamaldean zabaltzen dena. Esan Erran irratia bat da, eskualde berean entzuten dena. Bi komunikabideak Ametzak kultura elkarteak kudeatzen ditu. 2015ean bigarren langilea hartu dute, baina aurreko lau urteak langile bakarrarekin iragan dituzte.

Langile horien gain dago irratia eta aldizkaria aurrera ateratzea eta laguntzaile sarea koordinatzea. Egoera ekonomiko zailak jasan dituzte azken urteetan, eta horrek eragina izan du Esan Erran Irratiaren programazioan. Gaur egun, egunean ordu bateko ekoizpen propioa dute, eta gainerako 23 orduak errepikapenekin, Arrosa sareko edukiekin edota Euskalerrria Irratirako deskonexioekin betetzen dituzte. Azkenaldian egoera ekonomikoa pixka bat hobetzen ari da, Eusko Jaurlaritzaren diru-laguntzari esker batetik, baina, oroz gaineratik, bazkideei, laguntzaileei edota beste motako ekimenei esker (zozketak, adibidez). Publizitatetik ez zaie diru asko sartzen, Ultzamaldean industria eta saltegi gutxi dagoelako. Ondorioz, oso ekintzaileak izan behar dute, dirua ezker-eskuin lortzeko.

3. Langile kopuruak

Komunikabide horien artean 41 lagun ari dira lanean, lan-talde handienak Ttipi Ttapa, Irulegiko Irratia eta Xorroxin Irratia izanik.

Grafiko 3. Euskal Pirinioetako komunikabideetan lanean ari diren pertsona kopurua



Langile guztiek ez daukate denbora osoko lan kontratua. Irati Irratiko langileak egunean bost orduko lanaldia dauka. Irulegiko Irratian bi lagun ari dira denbora erdiz. Xorroxin Irratiko lau ari dira denbora osoz, eta beste hiruak 4-5 orduz. Xaloa Telebistako bost langileak denbora erdira pasatu dira, diru sarreren murrizketen ondorioz, nahiz eta dagozkien orduak baino gehiago pasatzen duten lanean. Xiberoko Botzako langileak denbora osoz ari dira, baina berezko lan orduz gain ere orduak sartzen dituzte, bileretan edo diru-bilketa kanpainetan, adibidez. Irulegiko Irratiko langileek ere berdin.

4. Gizartearen parte hartzea

Pirinioetako komunikabideen ezaugarrietariko bat izan da herritarrek aktiboki parte hartzen dutela komunikabideko orrialde edo emankizunetan. Komunikabide bakoitzak bere historia dauka, eta herritarrek gisa batean edo bestean hartzen dute parte:

Herria astekaria

Herria astekariaren oinarri sendoa da laguntzaile sare zabala. Kazetari bakarra ari da lanean, baina herrietako berriak laguntzaileen ekarpenei esker idazten dituzte. 40 bat lagun dira beren herrietako kronikak igortzen dituztenak. Horrez gain, harpidedun askok urtean 60 euroko ordainsaria ordaintzen dute, oinarrizko prezioa 15 eurokoa bada ere.

Irulegiko Irratia:

irradi honen indargune handia izan da, betidanik, herritarren parte hartzea, bai emankizunak egiten, bai diru-bilkueta kanpainetan, bai administrazio kontseiluan. Haatik, azken urteetan behera egin du laguntzaile kopuruak. Boluntarioek osatzen dute administrazio kontseilua, baina gaur egun hiru kide baizik ez daude; ondorioz, lan administratiiboak egitea ere kazetarien gain gelditu da azkenaldian. Irratiaren sostengu kanpainak antolatzeke, lehen baino laguntzaile gutxiago aurkitzen dute. Herrietako besta komiteetako gazteak dira etxez etxeko kanpaina antolatzen dutenak. Jendeak dirua ematen du. Kanpaina parte hartzearen truke, Irulegiko Irratiak doan eskaintzen zien herriko besten soinu deia egiteko aukera. Gaur egun, hainbat besta komiteetan nahiago dute soinu deia ordaindu, kanpaina parte hartu baino. Baina gazteak etxe batetik ez badira pasatzen, etxe horietatik dirua igortzen duten jendeak badaude, ordaindik. Horrez gain, lehen baino askoz gutxiago dira emankizunak egiten dituzten herritarrak. Haatik, kirol informazioak ematen dituzten laguntzaile sare handi bat badauka Irulegiko Irratiak.

Xiberoko Botza:

irradi honek gero eta laguntzaile gutxiago dauka kanpainak antolatzeke edota saioak egiteko. Beraz langileen lan karga handitu da. Xorroxin Irratia: Lehen bazituzten boluntarioak, baina orain ez hainbeste. Bereziki nabaritzen da herrietako jaietan parte hartzen dutela entzuleek, eta horrek laguntza ematen die programazioa osatzeko.

Xaloa Telebista

Xaloa Telebistak aukera eskaini zien gazteei, beren emankizunak egin zitzaizkien. Baina parte-hartze horrek anitz egin du behera.

Irati Irratia

Irati Irratiarentzat ezinbestekoa izan da gizartearen parte hartzea. Biztanle gutxi daukan gune batean dago, baina herritarren parte hartzea izan da garrantzitsuena iratiak bere etorkizuna bermatu ahal izateko. Laguntza nabaritu da bazkietza kanpainan lortutako dirutik eta eskualdeko enpresek eta saltegiek jarritako iragarkietatik. Halaber, herritarrek era askotan parte hartzen dute programazioan

Kanaldude:

Telebista honek aukera zabala eskaintzen die herritarrei beren ekoizpenak edo erreportajeak ekoizteko. Kanaldude-ren kasuan, laguntzaileen eta parte-hartzaileen figura oso garrantzitsua da. Tokian tokiko saioak bertako jendearekin bilduz diseinatzen dituzte.

Pulunpe eta Eson-Erran Irratia:

Laguntzaile sare informal bat daukate, baina funtsezkoa, iratiaren eta aldizkariaren funtzionamendurako. Irratian badituzte kolaboratzaile finkoak, kirola, berdintasuna edota mendia bezalako gaiak aipatzeko; beste gaietarako, kolaborazio puntualak eskatzen dituzte. Aldizkariaren banaketa laguntzaileek egiten dute, herriz herri. Orotara 40 bat pertsonak parte hartzen du aldizkariaren banaketan, eta beste 20 laguntzaile daukate, edukietarako.

5. Komunikabideen arteko harremana

Pirinioetako komunikabideak ez dira komunikabide isolatuak. Independenteak dira, bakoitzak bere egitura eta bere produktua dauka. Baina hainbat kasutan, elkarlanean aritzen dira.

Ipar Euskal Herrikoak

Ipar Euskal Herriko komunikabideek (Herria, Euskal Irratiak, Kanaldude, Berria eta Kazeta.info) elkarlana daramate azkenaldian. Elkarrekin saio bat egiten dute hilabetean behin. Ipar Euskal Herriko komunikabide guztiek ez daukate pisu bera, batzuek langile askoz gehiago daukate. Herria-k kazetari bakarra izanez, gutxiago eskain dezake, adibidez.

Emaitza da elkarrekin elkarrizketa batzuk egiten dituztela, bestela nekez lor ditzaketen pertsona batzuekin; hauteskunde gauak eta beste zenbait ekitaldi elkarrekin lantzen dituztela...

Xiberoko Botza – Irulegiko Irratia

Xiberoko Botzak hastapenetik dauka harremana Irulegiko Irratiarekin, eta emankizunak elkartrukutzen dituzte. Horrez gain, Gure Irratiarekin eta Irulegiko Irratiarekin batera, Euskal Irratiak federazioaren parte da, eta elkarrekin programazio komuna daukate. Eta Arrosa sarean (Euskal Herriko irratilibreen sarea) ere partekatzen dituzte beren edukia.

Irati Irratia – Xiberoko Botza

Irati Irratiak badauka harremana Xiberoko Botzarekin. Elkarren berriak ematen dituzte, konexio bidez. Irati Irratiak lehen harremana bazeukan Irulegiko Irratiarekin, baina azkenaldian ez da egiten halako informazio trakerik.

Irati Irratia – Xorroxin Irratia

Xiberoko Botzarekin bezala, Xorroxin Irratiarekin ere badute harremana Irati Irratikoek. Bakoitzak bestearen irratian astean 15-20 minutuko saio bat egiten du bere eskualdeko berriak kontatuz.

Irulegiko Irratia – Kanaldude

Kanaldudek eta Irulegiko Irratiak harreman sendoa daukate. Irulegiko Irratiaren esperientziak asko balio izan du Kanaldude-arentzat, nola antolatu eta funtzionatu jakiteko.

Xaloo Telebista – Kanaldude

Kanaldude eta Xaloo Telebistek izan zuten harremana duela zenbait urte, diru laguntza batzuk ere eskuratu izan zituzten. Baina bi telebista mota ezberdin izateak egunerokoan zailtasunak sortzen dizkie, telebista bakoitzeko arduradunen hitzetan. Halaber, lege ezberdinen araberaren ibili behar izatea ere oztopotzat daukate.

Xaloo Telebista – Xorroxin Irratia

Xorroxin Irratiak noizbehinkako harremana dauka Xaloo Telebistarekin. Xorroxin Irratikoek grabatzen dituzten hainbat audio Xaloo Telebistan ere emititzen dituzte. Edo prentsaurrekoen kasuan, batek ezin badu joan beste bat joaten da, eta audioa edota prentsa oharra pasatzen dio joan ez denari. Euskarri desberdina izateak zailtasunak dauzka, genero

bakoitza euskarriaren arabera lantzen delako era batera edo bestera. Horrek lan dinamikan eragin handia dauka, eta hori da elkarnala gehiago ez garatzaren arrazoietariko bat.

Xorroxin Irratia – Irulegiko Irratia

Azken urteetan lehen baino harreman gutxiago dago Irulegiko Irratiaren eta Xorroxin Irratiaren artean, bi komunikabideetako arduradunek aitortu dutenez. Gaur egun ez dituzte erabiltzen beste irratia-aren kronikak.

Ttipi Ttapa – Xorroxin Irratia

Ttipi Ttapa-k berriak gurutzatzen ditu Xorroxin Irratiarekin. Garai batez harremana bazeukan Xaloa telebistarekin, orain baino gehiago; orain, ez hainbeste.

6. Ondorioak

Pirinioetako euskarazko komunikabideak hamar dira, eta denen artean 41 pertsona ari dira lanean, denak ez badira kazetari lanetan ari ere, ez eta ere denbora osoz. Garbi dagoena da, denen indarrak batuz gero, komunikabide nahiko sendoa ateratzeko aukera legokeela. Oro har, komunikabide horiek guztiek zailtasun ekonomiko larriak jasan dituzte azken urteetan, hainbat diru-laguntzaren murrizketen ondorioz. Haatik, entzuleen eta irakurleen diru-laguntzak jasotzen dituzte. Komunikabide horien beste ezaugarri bat da langileek ardurak hartzen dituztela lan-orduetatik kanpo. Hedabide handien kasuan, ordutegia errespetatzeko aukera gehiago daukate; baina zenbat eta hedabide txikiagoa, orduan eta zailagoa da horri eustea.

Elkarren arteko harremanak badituzte, baina harreman horiek ez dira oso sendoak; gainera, izatekotan, binakako harremanak dira, denen artean ez dute lanik egiten. Errealitate demografiko eta fisiko zailen eskualdea da, eta zalantzak sortzen zaizkie elkarrekin proiektu bat sortzeko hipotesia aipatuz gero. Aukera horretarako prestasuna aztertu zen 2014ean. Batzuek ilusioz hartzen dute, indar gehiago eman go liekeelako eta eskualdea kohesionatzeko balio lukeelako. Elkarla zabalerako aukera mahai gainean dago; ideia horri lotzea eta proiektu bat obratzen hastea falta da.

5. Euskarazko komunikabideen kontsumoa eta Internet: euskal audimetrien alde kualitatiboa

EGILEAK:

Koldo Diaz Bizkarguenaga

(koldo.diaz@ehu.eus. Euskal Herriko Unibertsitatea)

Xabier Landabidea Urresti

(xlandabidea@deusto.es. Deustuko Unibertsitatea)

Gorka Salces Alcalde

(gorka.salces@ehu.eus Euskal Herriko Unibertsitatea)

Artikulu hau egileak Hekimen Euskarazko Hedabideen elkartearentzat burutzen ari diren

“Internet eta euskal hedabideen kontsumoa” ikerketan oinarritzen da eta landa lanak Bizkaiko Foru Aldundiaren laguntza jaso du.

1. Sarrera: euskal audimetria berrien beharraz

Ondorengo orrialdeetan euskal gizartearen hedabideen kontsumoaren inguruan azken urteetan egin diren ikerketak ardatz hartuta, errealitate hau bere osotasunean azalduko duen bestelako hurbilketa audimetricoen proposamena eta ikerketa egokitu baten lehen pausuak laburtu ditugu. Izan ere, orain arte egindako ikerketek irudi orokor bat ematen duten arren, badute zer hobetu. Lehenik eta behin, ikerketa hauek ez dituzte Euskal Herriko errealitate demografiko eta geografikoak kontuan hartzen: herri txikiak eta ertainak uztartzen dituzte maiz. Kategoria zabal hauek, beraz, datu zehatzak eta fidagarriak lortu ahal izatea eragozten dute. Bigarrenik, ikerketa hauek ez dituzte hedabide guztiak kontuan hartzen: euskarazko zenbait aldizkari, kasu. Hirugarren eta azkenik, aztertutako laginaren datu soziolinguistikoak ez dituzte ahal bezain zehatz eta sakon ikertzen: besteak beste, euskararekiko jarrera eta euskararen erabilera ez dituzte bereizten.

Egoera honen aurrean diseinatu eta aurrera eraman den euskal errealitatera egokitutako irakur-ikus-entzuleriaren -finean, euskarazko komunikabideen erabiltzaileen- ikerketa proiektua azalduko dugu datozen orrietan, abiapuntu kontzeptualak eta erabaki metodologikoak ahalik eta modu sintetiko eta zehatzenean azaltzeko asmoz. Oinarri-oinarrian, euskal herritarrek hedabideen inguruan dituzten jarrerak bere osotasunean aztertu ahal izateko kontsumo hutsaz harago joan behar dela proposatu nahi da: *kontsumoaren zergatiak* eta *kontsumo moduak* aztertu behar baitira, hain zuzen ere. Bi adar hauek kontuan izateko arrazoi nagusia Informazio eta Komunikazioaren Teknologiek (IKT hemendik aurrera) hedabideen kontsumoari dagokionez sortutako berritasunetan datza, izan ere, Interneten hedatze eta egonkortzearekin batera hedabideak kontsumitzeko erak biderkatu eta eraldatu egin direla esan daiteke. Hori dela eta, orain arteko audimetricien kontuan hartu ez duten dimentsio hau aztertzeko, teknika kualitatiboak lagungarriak ezezik ezinbestekoak dira.

Bestetik, euskal komunikazio eremua erabat eraldatu da azken hamarkadetan. Euskarazko hedabideek 1980ko hamarkadan bizi izan zuten bere historiako lehen loraldia (TOKIKOM, 2013: 5), erakunde publikoetatik zein herri ekimenetatik sortutako komunikazio proiektuei esker. Ordutik hona asko eraldatu da euskal komunikazio esparrua, eta gaur egun inoiz baino eskaintza osatuagoa jartzen dute euskarazko hedabideek euskal hiztun

komunitatearen eskura: inoiz ez da hainbeste komunikabide martxan egon, hain esparru geografiko zabalean eta hain euskarri, formatu eta eduki anitzekin. Banaketa geografikoari erreparatuz, euskararen esparru tradizionaltzat hartu izan diren eskualdeak betetzen dituzte euskarazko hedabideek, baina muga horiek gainditzea lortu dute eta eremu erdaldunagoetan ere badago euskarazko tokiko informazioa jasotzeko aukera.

Jakina, hizkuntzaren ezagutzari eta erabilerari dagokionez oraindik orain alde handiak daude eskualde batetik bestera, baina euskararen eta erdararen arteko banaketa geografikoa ez da duela pare bat belaunaldi bezain zurruna. Euskarazko hedabideak hainbeste garatu diren azken hiru hamarkadetan geografikoki euskal hiztunen atomizazio prozesua gertatu da. Lehen baino euskaldun gehiago dago, eta erdara nagusi den eskualdeetan eta etxeetan bizi den euskaldunen proportzioak gora egin du nabarmen, soslai horretako hiztunak euskaldungoaren gehiengoa bilakatu direlarik (Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, 2013: 4). Haatik, euskara nagusi den herrietan erdaldunen kopuruak gora egin du, eta euskara hutsean aritzen diren etxeak gutxiago dira (Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Saila, 2013; Goikoetxea, 2015: 10-11). Esparru fisiko definitu eta ezagunen jabe ziren bi talde linguistikoz osatutako gizartetik bi komunitate horiek espazio bera partekatzen duten gizartera igaro dela esan daiteke. Polarizaziotik nahasketara, alegia.

Euskarazko hedabideentzat, hiztun tipologiak ugaritu izanak erronka berriak sortu ditu: identifikatzen errazagoa zen publiko potentzialarentzako produktuak sortzetik ezaugarri jakin batzuei lotzen zailagoa den komunitate bati zuzendutako produktuak ekoiztera igaro dira. Hortaz, balizko hartzailearen - eta areago, hartzailetzaren - ezaugarriak aldatu dira euskarazko komunikabideentzat, eta aldi berean publikoarengana heltzeko kanalek sakoneko eraldaketa prozesua jasan dute. Agerikoa da konbergentzia edo bateratze mediatikoaren garaian mundu osoko komunikabideek zailtasunak dituztela ekonomikoki bideragarri izaten jarraitu eta, aldi berean, jendartearen ohitura komunikatibo berrietara egokitzeko. Globala den krisialdi ekonomikoaz gain, hedabideek berezko kontsumo krisia bizi dute, hein handi batean bat-batekotasunean eta doakotasunean oinarritutako dinamika komunikatibo multimediei zor zaiena.

Horretaz gain - eta aldi berean - , euskarazko hedabideek hainbat erronkari aurre egin beharko diote etorkizun hurbilera begira. Alde batetik, euren eragina hiztun komunitatearen periferiara hedatzeko beharra agerikoa da. Euskal hiztun komunitatea zirkulu kontzentrikoz osatuta dago (Sanchez Carrión, 1991: 203), eta "euskal hedabideak nagusiki nukleora iristen dira" (Zubiri, Retortillo eta Alberdi, 2007: 94). Halaber, periferia geografikoetara hedatzea funtsezko beharrezana da euskarazko komunikabideentzat. Azken urteotan eginkizun horretan aurrerapauso nabarmenak egin diren

arren, gaur gaurkoz "euskarazko tokiko hedabideen eskaintza zabalena eta handiena Gipuzkoan eta Bizkaian kokatuta dago" (Bidegain, Egaña eta Zuberogoitia, 2013: 182). Halaber, edukiaren eta formaren aldetik ahalik eta komunikabide sorta zabalena eskaintzei estrategikoa da. Izan ere, hizkuntza gutxituetako hedabideen eskaintzaren aniztasunak erabiltzaileen hautua baldintzatzen du (Moring, 2007), eta formatu zein euskarri bakoitzak publiko mota bereziak biltzen dituzte (Skobergo eta Winsvold, 2011). Finean, euskal hiztun komunitatea zein mundu mailako komunikazio sistema eraldaketa sakonean murgilduta dauden garai honetan, komunikabideek hizkuntzaren normalizazio prozesuari egin diezaieketen ekarpena ulertzeko inoiz baino beharrezkoagoa da euskaldunen ohitura komunikatiboak kualitatiboki aztertzea, euskarazko hedabideek konbergentzia mediatikoaren itsaso zakarrean nabigatzeko mapa egokiak izan ditzaten.

2. Ikerketaren abiapuntua eta helburuak

Audientziaren ikerketa tradizionalak muga garrantzitsu eta alboraezina dituen euskal errealitateak aztertu eta azaltzerako orduan. Ez soilik euskarazko komunikazioak errealitate linguistiko eta kultural berezi bezala ezaugarri propioak agertzen dituelako, baita merkatuaren tamaina txikiak hurbilketa estatistiko-audimetricoei ezartzen dizkien mugak tarte ere. Gainera IKTek hedabideen kontsumoari dagokionez sortutako berritasunek -Interneten zabalkunde sarkorraren eraginez hedabideak eurek kontsumitzeko erak eraldatu, konplexutu eta biderkatu direla esan daiteke- euskarazko komunikazioaren eremua aztertzeko moduak erabat birpentsatzeko beharra (eta aukera) ekarri dute.

Egoera honen aurrean euskal gizartera egokitutako ikus-entzuleriaren ikerketa bat egiteko jarraitu beharreko bost oinarritzko planteamendu proposatuko ditugu abiagune epistemologiko bezala. Bosteko abiagune honetan oinarrituta ikerketa-kasu bat aurkeztuko dugu: oraindik martxan dagoen Interneteko euskal hedabideen erabilera mota eta zergatien oinarritutakoa.

2.1. (Euskal) ikus-entzuleria sortu egiten da

Audientzia ez da berez existitzen. Ekoiztu egiten da. Audientziak, ikus-entzuleriak ez *daude*, ekoiztu egiten dira: ez dira errealitate objektiboa, prozesu zehatzen produktua baino. Aldiz, audientzia interes konkretuei erantzuteko eraikitzen da - adibidez, publizitatearen kokapenaren bidez dirua

lortzeko eta ikerketako galderen formulazioak berak sortzen du audientzia edo ikus-entzuleriaren konstruktua.

Euskal Herrian egin diren datu-bilketa audimetrokoak ez daude euskarazko hedabideen errealtatera egokituta: erdarazko komunikabide handiagoentzat pentsatuak dira, eta ez dira gai herri edo eskualde mailako hedabide txikien kontsumoa neurtzeko. Bestalde, egungo neurketa audimetrokoek ez dute euskal gizartearen kontsumoa modu osatu batean aztertzen: inkestek kontuan hartzen ez duten aniztasun demografiko eta kontsumo zergatiak ez aztertzeaz gain, euskarazko hainbat eta hainbat komunikabide ez dituzte kontuan hartzen. Herri zein eskualde mailako proiektuek euskarazko komunikazio eremuaren zati garrantzitsua hartzen dutela aintzat harturik, eta tokiko mailan esaguratsua izango litzatekeen lagina oinarri duen azterketa kuantitatiboa egin ahal izatea balizko aurrekontu orotik kanpo gelditzen dela jakinda, orain arte itsu-puntu izandako eremu hori argitzeko teknika kualitatibo zein etnografikoak beharrezkoak dira. Modu honetan, aipatu komunikabideek helarazten dituzten balioetan murgilduz, aurreko puntuetan azaldutako kontsumo zergati eta esperientzietan sakontzeko aukera egongo litzateke.

2.2. (Euskal) ikus-entzuleriaren ikerketak adostasunak eraikitzeko gaitasuna izan behar du.

Adostasuna eta onarpena dira ikus-entzuleriaren monetaren gakoak, ez zehaztasun gradua. Bestela esanda, ikus-entzuleriaren neurketarako industria metodologikoek adostasuna dute helburu, ez ikus-entzuleriaren ezagutza sakona. Unai Break Argia aldizkarian jaso bezala “Denek ematen dute ontzat audimetroaren sistema, inperfektua dela aitortu arren” (Brea, 2011): lagina txikiegia da, ikus-entzuleriaren gutxiengo agerpenak ondo ordezkatu ahal izateko. Komunikazio eragile ezberdinak (industria, kontsumitzaileak, iragarleak, akademia...) adostasun ezerosoan daude kasurik onenean, komunikazioaren ekosistema bateratze eta digitalizazio prozesuaren eraginez anitzagoa, aldiberekoagoa eta transmediatikoagoa bilakatzen doan heinean.

Ikus-entzuleriaren ikerketak eta bertatik eratorritako ezagutzak komunikabideen ekosistemako eragileen onarpena behar du, merkatuan jarduteko, baita euskarazko komunikazioaren esparruan ere. Euskarazko komunikabideen sektoreak, sektore publikoak, iragarleak, ikus-entzuleak eta bestelako gizarte eragileak onartuko duten euskal audimetria sistemetan ikertzea eta inbertitzea estrategikoa da. Euskal errealtatea modu egokiagoan islatuko den konstruktua, fikzioa sortzean datza erronka. “Fikzio” objetibagarria, sinesgarria, baliagarria eta adostasunak sortzeko gaitasuna izango duena. Euskararen eta euskal kultur(ar)en errealtateari erantzuteko ahalmena izango duena.

2.3. Euskararen jabekuntza eta gaitasuna aldagai gisa ikertu behar dira

Asko dira hizkuntza erabileran eragiten duten aldagaiak. Pentsatzekoa da euskararen moduko hizkuntza gutxitu batean aritzen diren komunikabideen kasuan, hizkuntza beraren jabekuntza prozesuan eragiten duten faktoreek garrantzi handia izango dutela kontsumoaren (edo kontsumo ezaren) zergatiak azaltzeko. Ondorioz, eta Sanchez Carrionen (1991) teoriak makulu gisa erabilia, inkestatuen motibazioak, ezagutza eta erabilera neurtu beharko litzateke.

Alde batetik, eguneroko bizitzaren espazio soziofuntzional ohikoenean (lana, etxea, auzoa, lagunartea edota administrazioarekin harremanak) euskararen *erabilera* zenbatekoa den jakin beharko litzateke; bestetik, hizkuntza gaitasun absolutuaren zein erlatiboaren inguruko datuak bildu beharko lirateke eta, azkenik, euskararekiko motibazio eta jarreraren berri izan beharko litzateke. Izan ere, azken hauek pertsonaren gertuko sare sozialaren errealitate linguistikoarekin korrelazio argia izaten du sarritan, eta ingurune horrek gutxieneko baldintzak bete ezean, hizkuntzaren erabilera efektiboa egitea ia ezinezkoa da. Hortaz, gure iritziz, kontsumo mediatikoa neurtzerakoan euskal herritarren gertuko sare sozialean euskarak duen presentzia antzemateko mekanismoak txertatu beharko lirateke.

2.4. Bateratze digitalak eragin(g) dituen eraldaketak kontuan hartu

Bateratze multimediaren eta komunikabideen ekosistemaren eraldaketan ondorioz hedabideen arteko mugak lausotu egin dira eta testua - zentzu zabalean- ez da, dagoeneko, lehen zena. Gaur egun testua, zeinuen ehundura bezala ulertuta, idatzizko erregistrotik aldendu eta irudiz, ikusizko zeinuz, komunikatu daitekeen mezu oro adieraztera heldu da: interaktiboa eta ikus-entzunezkoa ere bihurtu zaigu.

Testuaren estatusa zalantzan egoteak irakurlearen figura (eta ikus-entzulearena) ere zalantzan jartzen ditu, eta hortaz baita haren neurketa eta ezagupideak ere. Subjektuen bizi-munduari erreparatu beharrean gaude, subjektuek komunikazio-inguruari ematen dioten erabilera eta zentzuei erreparatzeko. Euskal ikus-entzuleriaren ikerketa garaikide arrakastatsu baterako, bateratze digitalaren eta medioen uztarketa-
ren ondorioz indarra hartu duten kontsumo zein esperientzia hauek neurtzeko eta ezagutzeko beharra dago.

2.5. Kontsumo motak eta zergatien identifikazioan aurrera egin beharra

IKT-en zabalkunde eta egonkortzearekin batera hedabideak kontsumitzeko moduak biderkatu egin dira. Kontsumo modu, esperientzia eta zergatia hauek ezagutu ahal izateko, ordea, inkestek eskaintzen dituzten datu kuantitatiboak ez dira nahikoak, izan ere, teknika hauen betebeharra aldagai ezberdinak zenbatzea da eta ez esperientzietan sakontzea. Aldaketa teknologikoen esperientzia sozialak moldatzen dituzte eta egoera berri horren aurrean neurketa audimetrokoak eta ikus-entzuleriaren esplorazioak burutzeko teknika metodologikoak moldatu eta uztartzeko aukera zabaltzen zaigu: kontsumoaren zenbatekoen gain zergatiak eta esperientziak kontuan hartzekoa.

3. Lanaren metodologia

Aurreko helburuak kontuan izanik eta euskara ardatz izango dituen ikerketa audimetrokoen alorrean egiteko asko dagoela jakitun izanik, ikerketari hurbilketa kualitatibo batetik ekitea erabaki zen. Izan ere, kontsumo motak, zergatiak, bateratze digitalak eragindako eraldaketak eta, oro har, euskarazko komunikabideen inguruko balorazio, espektatiba, bizipen eta diskurtsoak hobeto ezagutzeko perspektiba metodologiko egokiena da.

Hainbat aldagai aurrez zehaztu ondoren, eta egin beharreko lan metodologikoa hain zabala izanik, ikerketa honi behar bezalako espezifikotasun maila emateko zenbait kasu interesgarri identifikatzea erabaki zen. Hekimen Euskal Hedabideen Elkartearen laguntzaz hedabideen interesak zeintzuk ziren ezagututa, ikerketa hau harpidedun gazteetan eta Internet erabiltzaileetan mugatzea erabaki zen. Bizitokia, generoa, adina eta euskararen ezagutzaren jatorria aldagai moduan kontuan izanik, ikerketaren lehen fase honetan zortzi sakoneko elkarriketa burutu dira Hego Euskal Herriko pertsona ezberdinekin. Jarraian dagoen taulak lerro hauek idazterako orduan elkarriketatu eta aztertutako pertsonen profilak laburbiltzen ditu:

Taula 15. Elkarrizketatutako pertsonak aldagaien arabera eta elkarrizketa kopurua.

KASUAK (profila)	ALDAGAIK (Bizitokia, generoa eta euskara ezagutza)	KOPURUA
Harpidedun gazteak (18-35)	Neska arabarra, mutil gipuzkoarra, mutil baxenafartarra. Hirurak euskara etxean ikasiak	3
Internet erabiltzaile sutsua eta helduak (50-tik gora)	Gizon gipuzkoarra euskara etxean ikasia eta emakume arabarra euskara euskaltegian ikasia	2
Internet erabiltzaile sutsua eta gazteak (30-tik behera)	Neska gipuzkoarra eta mutil bizkaitarra. Biak euskara etxean ikasiak	2
Hedabide materialik kontsumitzen ez dutenak	Emakume nafarra euskara euskaltegian ikasia eta mutil bizkaitarra euskara ikastolan ikasia	2
GUZTIRA		9

Elkarrizketak egiterako orduan gidoi bera erabili da bederatzita pertsonekin. Lehenik eta behin, egunerokotasunean kontsumitzen zituzten hedabideengatik zein hauek kontsumitzeko ohiturengatik galdetu zitzaizaien, galdera honek, hedabide motak zein kontsumo uneak erantzun zuelarik. Bigarrenik, kontsumo jakin horren zergatien inguruko galderak egiten ziren eta erantzun hauek, hirugarrenik, hedabide jakin bat kontsumitzeko edota horren harpidedun izateko hedabideari eskatzen zizkioten balore multzoak agerian uzten zituen. Laugarrenik, zuzenean Interneten kontsumoarekin zer ikusia zuten gaiak lantzen ziren: Internet bidez hedabideetara heltzeko bideak, Internet bidezko hedabideekin balizko parte hartzea edota bi hedabide edo gehiago aldi berean kontsumitzeko ohitura ote zuten. Azkenik, hedabideek Interneten zuten euskararen erabileraren auzia jorratzen zen euskalkien zein euskara batuaren erabileraren gaia landuz.

4. Azterketa ardatzak: lotuneak, etendurak, trantsizioak, migrazioak.

Ikerketaren landa lana oraindik abian den arren, euskarazko komunikabideak kontsumitzeko eta ez kontsumitzeko arrazoen inguruan atariko emaitza batzuk aurkeztu ahal dira, hurrengo ataletan ikerketa honetatik ondorioztatutako ideiak eta soziolinguistikaren aldetik eratorri daitezkeen zenbait ondorio marraztu aurretik. Behin behineko emaitza bezala parte-hartzaileen euskarazko komunikabideekiko harremana lau ardatz nagusitan egituratu da kontsumo (eta kontsumo faltaren) moduak eta zergatiak alderatu eta identifikatzeko. Ardatz hauei lotune, etendura, trantsizio eta migrazio deitu diegu

Lotune deitu zaie euskarazko komunikabideekin (zahar nahiz berri, analogiko zein digital, lineako zein lineaz kanpoko) gorde edo garatu diren lotura edo atxikimendu esanguratsuak: hurbiltasun, "gutasun" eta erreferentzialtasun esparruak. Esparru honetan kokatu dira bai atxikimendu ideologiko-politikoak (hizkuntzarekiko kezka eta konpromisoa, naziotasuna, lerro editoriala...) zein alderdi praktiko eta egunerokoa-goak (erosotasuna, ohitura, fideltasuna...). Oro har, lau "lotune" nagusi identifikatu dira: euskara, Euskal Herria, iritzia eta kalitatea. Tokikotasunari ere balioa eman zaio, baina ez eskusiboa, erdarazko komunikabideek ere erreferentzialtasuna hartu baitute tokiko informazioaren alorrean.

Euskararen eta "Euskal Herriaren" aldeko jarrera militantea euskarazko komunikabideak kontsumitu (eta ordaintzeko) motibazio argi eta konstante bezala agertu da:

Ba bueno, ba guk ez baditugu euskal hedabideak bultzatzen ba ez du inork egingo. Ta gainera daukagun testuinguruan eta...espainola edo frantsesa direla nagusi, ba euskal hedabideak, euskal kultura eta euskara edozein laguntza behar dutelakoan nago eta bultzadatxo bat.

Bigarren solaskidea, 2015eko Uztaila

Kontsumoa doakoa denean ere -hau da, harpidetzarik ez dagoenean eta edukiak sarean doan kontsultatzen direnean- euskarazko komunikabideekiko lotuneak, zentzu horretan, komunikabidearen eta kontsumitzailearen arteko "gutasun" bat eraiki dezake, egiten den lanaren balorazioa eta norberaren atxikimendua bultzatuz:

Berria, Argia, gusto handiz gainera. Gainera pentsatzen dut izugarrizko lana egiten dutela, ez dakit zeren truke, baina horren atzean dagoen lana. Ze klaro! Ze badakit horren atzean zer dagoen, ez? Izugarrizkoa. Eta gainera nahiko lana, multimedia da, ez? Zelakoa, benetan! Meritua da hitza. Hor jartzen dituzten bideoak, ez dakit, denetarik daukazu, ez? Momentu honetan. Dana eskuragarri, dana doainik.

Laugarren solaskidea, 2015eko Uztaila

Baina euskara eta Euskal Herriarekiko arduraren militantez gain, hau da, abertzaletasun eta euskalzaletasunaz gain "bestelako" edo "hurbilagoko" lerro editorial edo ikuspegi ideologiko bat agertzen dutelako ere azaltzen dira lotuneak:

Berria eta Gara eta Naiz, berez komunikabide bezala ez dira oso oso potenteak. Baina bueno bai agertzen dira berri asko edo iritzi artikulua asko eta abar ez dituzunak aurkitzen beste batzuetan, ez? Eta interes hori badauka. Baina batez ere nik uste dut badela horregatik, zeozer ideologikoki edo nolabait hurbilagoak direlako.

Zortzigarren solaskidea, 2015eko Uztaila

Azkenik, iritziaren hurbiltasun arrazoiez gain kalitatea aipatzen da, neutraltasunaren, objektibotasunaren eta profesionaltasunaren ideiekin lotuta:

Berria erosten dut ze iruditzen jata neutruena dala comilla askoren artean, ze azkenean neutrua ez dago bat bez, baina bueno, iruditzen jata finena Berria dala eta gainera euskara maila eta ona, porque ez dakit, dakat gainera lagun asko kazetariak Berrian eta iruditzen jata bai saiatzen dirala...

Bostgarren solaskidea, 2015eko Ekaina

Oro har esan daiteke lotuneek osotasun bezala funtzionatzen dutela, hurbiltasun edo atxikimenduzko arrazoiak mataza subjektibo moduan, pertsonaren arabera elementu bat(zue)ji garrantzia handiagoa ematen zaiolarik beste bat(zue)ji baino:

"Kalitatezko hedabideak iruditzen zaizkit, ahal den neurrian objektiboak, zuzenak, egokiak, independenteagoak ere beste batzuk baino, baina...ere nabarmenduko nuke euskararekiko begirunea edo laguntasuna."

(Bigarren solaskidea, 2015eko Uztaila).

Lotuneek jarraidura, hurbiltasun eta atxikimenduzko kontsumo praktika eta diskurtsoak barnebiltzen badituzte etendurek alderantziz, apurketa, urruntasun eta distantziatzezko formak hartzen dituzte beren baitan. Etendurak lotuneen antonimo bezala hartu dira, komunikabideekin harremanetan ematen diren haustura eta distantzia-hartzeak.

...telebistak ez du baitezpada balore... intelektual aunitzik ekartzen izan dadin Hegoaldean edo Iparraldean eta prentsak bai, egunerokoan prentsa batzuek pentsatzen dut

lan hori ez dutela... bakarrik saltzeko idei hori buruan eta gehio kritika eta ulertzeari buruz ematen diote oraino arteko... hara, ikuspuntua izan dadin prentsa paperezkoa edo interneten leitzen diren artikulua interesgarri batzuk.

Bederatzigarren solaskidea, 2015eko uztaila.

Interneten urek garaiko komunikabide guztien kostak blaitzen dituzten aro hontan lau etendura nagusi identifikatu dira parte-hartzaileen jardunean: euskarriari, praktikiari, belaunaldiari eta teknologiari dagozkienak. Euskarriari dagokionean behin eta berriro errepikatzen den ideia da euskarri tradizional batzuk bertan behera utzi izana eta irakur-ikus-entzunezkoen kontsumoetan praktika aldaketa eta praktika berrien hartzearekin lotuta agertzen dira, euskarri-praktika binomio bezala:

“Ya nire errutina da pues nik nahi dudana. Orain ez dut nahi, pues ez dut nahi. Beste gauza baina beti ya Internetean.(...) Eta ya tablet batekin ohean ya da sumum (...) telebista bat daukat egongelan baina beti beti itzalita dago”

(Zazpigarren solaskidea, 2015eko Uztaila).

Euskarriekiko etendura gainera hau belaunaldiekin lotuta agertu daiteke, guraso-seme/alaba hausturan gorpuzten delarik:

Telebista zero. Ni en plan ez dakit, anekdota gisa edo, ni ailegatzen naiz, ni gurasoekaz bizi naz, orduan ni ailegatzen naiz eta ez dut telebistan pizten. Egiten dudana da tableta hartu. ta nire gurasoak ordea ailegatzen direzenez, eh egiten duten lehenengo gauza da telebista telebista piztea. Hori ez dakit, belaunaldi aldaketa edo...

Seigarren solaskidea, 2015eko Uztaila

Etendurak, bestela ere, hizkuntzarekin lotutakoak izan daitezke, eta hala euskarri zehatzak hizkuntza batzuetan (ez) kontsumitzea gertatu. Parte-hartzaile baten kasuan adibidez euskarri batzuk euskaraz kontsumitzen dira, eta beste batzuk erdaraz.

Irratia [euskaraz] ez. Nik beti Radio 3. Es que ezin dut aldatzea, Radio 3 por... pixkat irratia. Ezin dut. Orduan entzuten, ikusten eta ezer. O sea, ez dut ikusi telebista inoiz. Beti nabil Interneten, baina beti telesailak edo filmak, euskeraz ezer.

Zazpigarren solaskidea, 2015eko Uztaila

Euskarriak eta praktikak binomio bezala agertzen badira (bai euskarri-praktika eta euskarri-belaunaldi bezala) antzera gertatzen da teknologiari eta belaunaldien artean ere. Alor honetan sakoneko ondorioak ateratzeko goiz bada ere, belaunaldiekiko partaidetza eta teknologia zehatzen erabileraren inguruko diskurtsoen arrastoak nabaritu daitezke jasotako kontakizunetan.

zuzena izateko aukera dagoen euskarazko ekosistema komunikatibo digitalaren baitan) klabea da zentzu horretan:

Zerbait interesgarri ikusten baldin badut lanera joan baino lehen, ordenagailua piztu eta hobeto ikusteko, ze klaro, hamen ez da, edo behintzat nik ez dut ondo... tabletara eta bertan edo iritzi artikuluren bat batez be. Hoiiek gustatzen zaizkit, iritzi artikulak. Eta nola ez? Bueno, hedabideen gaurkotasuna. Gero, zer gehiago? Hedabideekin lotuta bai, es que, ez dakit nolabait egun osoan nago horrekin konektatuta... (...) Twitterren zerrendak ditut eta bata hedabideak, Euskal Herriko hedabideak, eta bertan ditut hain zuzen be Argiako kazetariak. Eta batzuk oso gustoko ditut: Estitxu Eizagirre eta, zelan da, Bereziartua...

Laugarren solaskidea, 2015eko Uztaila

Irakurletza eta ikus-entzuleta "klasikoagoa" praktikatzen duten pertsonen artean ere, non ez den sare sozialetan parte-hartze handirik ematen (ez eta positiboki baloratu ere) internetek muga geografiko fisikoen gainditzea dakar, prentsa tradizionala (eta prentsa tradizionalaren irakurleak) euskarazko komunikazio ekosistema digitalean integratuz egunerokotasunean:

"Berria leitzen dut aski usu... internetean e? Ez paperez zeren eta ez niz Euskal Herrian, baina Euskal Herrian izanen nintzelarik bai, erosiko dut bai (barrez), patxadaz eta asteburutan... hara, gaur egun ez da posible. Interneten leitzen dut."

Bederatzigarren solaskidea, 2015eko Uztaila.

Hartara, prentsaren migrazio digitalak irakurletza tradizionalen jarraidura ahalbidetu duela ikus daiteke (bestela, Euskal Herritik kanpo bizi diren pertsonentzat zaila izango baita idatzizko euskarazko komunikabideetara fisikoki heldu ahal izatea). Bestela esanda, komunikabideen ekosisteman eragiten diren aldaketek etendurak, trantsizioak eta jarraidurak ahalbidetzen, bultzatzen eta baldintzatzen dituztela ikusten da.

5. Atariko ondorioak: kontsumoaren momentuak, moduak, zergatiak eta harremanak

Azterketarako ardatz gisa hartu ditugun lotune, etendura, trantsizio eta migrazio hauetatik abiatuz, lau ideia nagusi ondorioztatu ahal izan dira. Jarraian zehatzago azalduko dugun moduan, ikerketaren hasieran proposatutako helburuak jarraiki, ondorio hauek kontsumo momentuak, kontsumo moduak, kontsumo zergatiak eta Internet bidezko hedabideetara heltzeko bideak zein hedabideekin erabiltzaileek duten harremanak dira.

5.1. Kontsumo momentuak: hogeita lau orduko kontsumo bereiztua

Lehenik eta behin, elkarrizketatuen testigantzei erreparatuz, erabiltzaileek euskal hedabideak (eta oro har beste hizkuntzetako komunikabideak ere) modu antolatu batean kontsumitzen dituztela eta, era berean, kontsumo praktikak denboran zehar errepikatzen dituztela ondorioztatu daiteke. Batetik, erabiltzaileek goiza, arratsaldea eta gaua modu argi batean bereizten dituzte euskal hedabideak kontsumitzerako orduan: goizean irratia entzun, arratsaldetan Interneten dauden albiste motzak irakurri eta gauean telebista ikusi edota egunean zehar identifikatzen joan diren artikuluak patxadaz irakurtzen dituzte. Kontsumo momentuen bereizketa honen baitan, ordea, Interneteko edukiak kontsumitzeak izaera transbertsala duela azpimarratu beharra dago: telefono mugikorren bidezko hedabideen kontsumoa areagotzen den heinean, egunean zehar momentu oro ematen da testu idatzi, bideo zein audio eduki motzak kontsumitzeko ohitura. Hori dela eta, maila orokor batean hedabideen kontsumoa eguneko edozein ordutan egiten dela azpimarratzeaz gain, egunean zehar eta momentuaren arabera euskal hedabideak soportez jakin ezberdinen bidez kontsumitzen direla baieztatu daiteke.

Izan ere, bestetik, eguneko momentuaren arabera erabiltzaileek egiten duten bereizketaz gain, asteko egunaren arabera ere kontsumoa aldatzen dela ondorioztatu da. Telefono mugikorrek hedabideen etengabeko kontsumo arina ahalbidetzen duen moduan, egunkariak edota aldizkariak eduki jakin batean sakontzeko aukera ematen dute. Horregatik, astebarruko erritmo azkarraren baitan telefono mugikorra nagusi den bitartean, asteburuetan hedabide materialek garrantzia hartzen

dute: elkarrizketatuek azpimarratu bezala, lasai egoteko unea izanik, egunkariak edota aldizkariak kontsumitzeko erabiltzen dute astean zehar duten momentu lasai hori.

5.2. Kontsumo moduak: arina, motza, zeharkakoa, nahierakoa

Kontsumo momentuekin estuki lotuta daude kontsumo moduak. Azpimarratu bezala, Interneteko euskal hedabideen kontsumoa aste-barruko egunerokotasun azkarrarekin lotuta dago eta formato zein erritmo hauek kontsumo era jakin bat dute ondorio: idatzizko edukien irakurketa diagonal. Hainbat elkarrizketatuk artikulua ez osorik, gaineratik edota zeharka irakurtzen dutela azaldu dute. Beste zerbait egiten ari diren bitartean hasi dira artikulua irakurtzen (ibilgailu publiko batean, lagun bat itxaroten edota telebista ikusten duten bitartean, adibidez) eta, beraz, edukia sakontasunez irakurtzeko denbora haina ez dutenez, arin eta zeharka irakurri behar dute.

Kontsumo modu arin honi lotuta, lehenik eta behin, elkarrizketatuen arabera Interneteko euskal hedabideen kontsumoa telefono mugikorren bidez egiten dutela azpimarratu beharra dago. Batzuk, telefono mugikorrean bertan kontsumitzen dute edukia eta, beste batzuk, tresna hau eduki interesgarria identifikatzeko erabiltzen dute, Tableta edota ordenagailua duten lekura heltzean pantaila handiago batean artikulua erosoago irakurtzeko edota bideoa erosoago entzuteko. Bigarrenik, hedabideak eskaintzen duen eduki osoa gutxitan kontsumitzen dutela esan daiteke: kontsumo arina nagusi den garai batean, telebista programa osoa ikusten dutenak gutxi baldin badira ere, asko dira programa horren zati zehatzak ikusten dituzten pertsonak. Era berean, "Nahieran" kontsumitzeko aukerak indarra hartzen doala esan daiteke ere: elkarrizketatuen arabera, maiz ez dute aukerarik saio bat telebista kate jakin batek programatutako orduan ikusteko eta, horregatik, bai haiek bilatuta eta bai haien lagunek gomendatuta, "Nahieran" aukerara jotzen dute saioa ikusteko. Hirugarrenik, eta aurreko bi ideiak uztartuz, "Nahieran" zein eduki zehatzak arin kontsumitzea joera nagusia den une honetan, hedabideak Whatssapp bidez ere kontsumitzeko aukera zein honen potentzialtasuna azpimarratu beharra dago: elkarrizketatuek telefono mugikorra -hedabideak Interneten kontsumitzeko tresna nagusia den hori- notiziak zein bideoak bidaltzeko geroz eta gehiago erabiltzen dutela azaldu dute.

Kontsumo moduekin bukatzeko, edukiak sakon kontsumitzea baino modu arin zein zeharkako batean kontsumitzeak bi hedabide aldi berean kontsumitzeko aukera ahalbidetzen duela ondorioztatu da. Te-

lebistaren kasuan, adibidez, "bigarren pantaila" deritzotena geroz eta ohikoa dela baieztatu da ikerketa honen bidez: elkarrizketatuek, telebista ikusten duten bitartean Twitterren haien iritzia emateko duten ohitura azaldu dute, besteak beste.

5.3. Kontsumo zergatiak: euskarazko hedabideak euskararen arnasguneak

Zergati argi bat nabarmendu daiteke beste guztien gainetik euskal hedabide jakin bat kontsumitzerako orduan: baloreak. Erabiltzaileek ondo baino hobeto identifikatzen dituzte hedabide bakoitzaren atzean dauden baloreak eta hauekin bat egiten badute, hedabidea kontsumituko dute. Elkarrizketatu baten testigantza bereziki argigarria da: hona elkarrizketa bukaeran euskal hedabideei zer eskatuko liekeen galdetzen zaionean ematen duen erantzuna.

Martxelo Otamendiri omenaldia, ze burura datorkit, imaginatu ahal duzu, Egunkaria eta itxi zutenean, hitz batzuk etortzen zaizkit burura: giltzarrapo, tortura eta hori oso sartuta daukat, ez? Ordun alde horretatik... eta meritu hori euskaraz zegoen egunkari bakarra itxi zutela eta berriro gizarte honetan nola izan zen gai gizarte hau ba hortik, itxi zutenetik sei hilabetera beste bat ateratzeko.

Ordun izugarrizko indarra dago nonbaiten edo banatuta. Hori lehena, esker onak. Izugarritzko borroka, borondatea... burura ere datorkit Torrealdei bat, ez? Jol! Zer esango dizut? Aho bete hortz geratzen naizela horrelako pertsonaiekin, ez? Oso ondo hitz egiten eta idazten dutenak eta bizitza osoa eman dutela ofizio honetan, ez? Ordun, esan esan, esker onak. Baina benetan eh. Eskatu ez. Nahikoa eman digute.

Laugarren solaskidea, 2015eko Uztaila

Hedabideak bultzatzen dituen baloreak zein kazetariak hedabide hauek sortzeko egindako lana oso presente dago euskal irudikarian. Baina dimentsio afektibo honetaz gain, kazetariaren doaiak azpimarratzeak erakusten duen moduan, kazetarien zein hedabidearen kalitatea ere kontuan hartzen da hedabide jakin bat kontsumitzerako orduan. Beste era batera esanda, euskara, esfortzua edota nazio eraikuntzarekin lotuta dauden balore hutsak ez dira aski hedabide jakin bat kontsumitzeko. Elkarrizketatuen hitzetan: hedabide bat, Berria edota Argia bezala, ona eta interesgarria behar du izan.

Nazio mailako hedabideetatik tokiko hedabideetara igaroz, elkarrizketatuen arabera, hauek euskararen arnasguneak dira: kalean erdara nagusi den herri eta hirietan, tokiko hedabideetara jotzen dute euskal hedabideen erabiltzaileak euskaraz irakurri eta entzun ahal izateko. Amezagak eta Salcesek (2015) azaldu bezala, euskararen arnasgu-

neak ez dira soilik espazio fisikoak, hedabideak edota bestelako espazio ez geografikoak ere arnasmuneak izan daitezke. Izan ere, zenbait erabiltzailek baieztatu bezala, nazio mailako euskal hedabideen online edizioetara ere jotzen dute inguru (fisiko) erdaldunetik, inguru (digital) euskaldunetara igaro ahal izateko. Azpimarratzekoa da nazio zein eskualde mailako euskarazko hedabideek euskara ikasi edota landu nahi duten pertsonen eskaintzen dien aukera: euskara ikasten ari zen elkarrizketatuaren arabera, hedabide hauek euskararentzako arnasmunea izateaz gain, euskararen transmisio eta ezagutzarako ezinbesteko tresnak izan dira.

Azkenik, tokiko hedabideen kontsumoaren zergati moduan, hauen hurbiltasuna azpimarratu beharra dago. Inguruko gaiak lantzen dituzte hedabide hauek eta, gainera, herrian zehar hedabide hauetan jorratutako gaiak bolo-bolo daudenez, tokiko hedabideetara jotzen da herrian gertatuakoaren berri izateko. Hori dela eta, tokiko hedabideak bereziki kontsumituak dira ikasketa edota lan arrazoiak direla medio herritik kanpo bizi diren pertsonengatik: herriko egunerokotasuna jarraitzeko aukera baitute.

5.4. Hedabideen interneteko atarietara heltzeko bideak eta harreman mota: online sare sozialen garrantzia eta foroen mugak.

Elkarrizketatuen hitzetan, online sare sozialen bidez sartzen dira hedabideek Interneten duten edukietara. Gutxi batzuk dira hedabideen atarietara zuzenean sartzen direnak. Ohikoena Facebook, eta batez ere, Twitter bidez beste erabiltzaile batzuk partekatutako loturetan sakatuz hedabidearen online bertsiora heltzea da. Ideia hau aurretiaz aipatutako beste ideia batekin estuki lotuta dago, izan ere, hedabidea osorik kontsumitu ordez eduki zehatz bat kontsumitzea dute nahiago. Ildo honetatik ulertu daiteke kontsumitzaileek online sare sozialak, eta ez hedabidea beraren ataria, lehenestea eduki jakin baten berri izate-rako orduan: lehenak eduki motz eta arin bat eskaintzen dio eta, bigarrenak, eduki osoa eta sakona.

Era berean, azpimarratzekoa da beste erabiltzaile batzuk izatea hedabide baten eduki onlinea kontsumitzera bultzatzen duten agente nagusia. Online sare sozialetako lagunak edota jarraitzaileak dira edukia partekatu eta modu inplizitu zein esplizituan gomendatzen dutenak eta gomendio hauek jarraituz, erabiltzaileak eduki zehatz horretan murgiltzea erabakitzen du. Aurrez-aurreko harremanetan bezala, lagun edota senide batek aurreko gauean telebistan ikusi zuena gomendatu

eta "Nahieran" ikustera bultzatzen duen moduan, etengabeko jarioa duten Internet bidezko harremanek efektu bera dute.

Joera honek, bigarrenik, kontsumitzaileek kazetari zein hedabideekin mantentzen duten distantzia agerian uzten du. Twitter bezalako online sare sozial batek muga hau gainditzeko aukera ezin hobea den arren, elkarrizketatu gutxik azalerratu dute kazetariekin iritzi trukaketan aritzeko joera: alde bikotasuna eskaintzen duten online sare sozialak alde bakarreko norabidean erabiltzen dira maiz. Modu berean, hedabideekin zein kazetariekin parte hartzeko ohitura eza, hedabideetan parte hartzeko ohituraren ere ematen da. Hedabideek sustatutako eztabaida-foroetan parte hartzen ote duten galdetzean, elkarrizketatu guztiek ezezeko borobila erantzun dute: batzuk, aurretiaz aipatutako distantziagatik; beste batzuk, eztabaiden antzutasunagatik eta guztiek, iritzi hain luzeak eta sakonak irakurri zein idazteko denbora zein gogorik ez izateagatik.

5.5. Aurrera begirakoa: euskarazko komunikabideak eta kontsumitzaileen pertzepzioa

Euskarazko komunikabideak erabiltzeko motibazio nagusien artean hizkuntzari babes aktiboa emateari lotutako kontzeptuak agertu dira behin baino gehiagotan elkarrizketetan; horregatik, ikerketaren ondorio bat izan arren atal berezia merezi du euskarak. Euskaltzaletasun militantea agertu dira euskaraz jarduten duten komunikazio proiektuak erabiltzeko arrazoi indartsuenen artean, beraz. Hala, kontsumo mediatikoaren bitartez, ohiko beharrizanez gain (entretanimendua edota informazioa jasotzea) beharrizan etnolinguistikoak ere asetzen direla iradokitzen du analisi honek, László-k eta Moring-ek (2013: 48) proposatutakoaren ildotik.

Alabaina, pertinentzia sentimendua ez da, inondik inora ere, ebaluazio irizpide bakarra hautu mediatikoan; hots, komunikabidea aukeratzeko garaian ez da bakarrik *kodea* aintzat hartzen, *mezua* eta *forma* pisu handiko motibazioak baitira elkarrizketatuen jardunean. Kalitateari eta edukari egindako erreferentzia ugariak aditzera ematen dutenez, ez da nahikoa erabiltzaileen balizko militantzia linguistikoa, eta hizkuntza gutxituan aritzen diren komunikabideen sistemak eskaintza zabala eta anitza jarri behar du hartzaileen eskuetan berauek erabiliko badituzte (Moring, 2007). Hortaz, epe motzera begira *institutional completeness* hori betetzea estrategikoa izango da euskarazko komunikabideentzat, gero eta anitzagoa den hiztun taldearen ezaugarrietara egokituko bada.

Izan ere, euskal hiztun taldearen baitan gero eta altuagoa da arnasmune geografikoetatik kanpo bizi diren kideen proportzioa (Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Saila, 2011: 27), eta hiztun komunitatearen trinkotasun geografikoa lausotuko balitz komunikabideek banaketa fisiko irregular horretara egokitu beharko lirateke (Moring, 2007: 27), mezu ezberdinak emanez tokian tokiko egoera soziolinguistikoa- ren arabera. Alabaina, komunikabideen sektorearen baitan ematen ari diren eraldaketek hiztun taldeak trinkotasun kulturala (gehiago) ez galtzearen alde joka dezaketela pentsatzera ematen dute detektatu diren zenbait ideiek. Migrazio digitala burutzeko zorian agertzen da hainbat diskurtsotan, eta ezin da ahaztu komunikabide zein sare sozialek aurrez aurreko harremanetan posible ez diren erabilera linguistikoa emateko baligarriak izan daitezkeela (Diaz, 2014). Hala, komunikazioa lurraldera hain lotuta ez dagoen testuinguru honetan, hizkuntza erdigune duten komunikazio-espazio mediatizatuek, hots, espazio geolinguistikoez (Amezaga, 2007) berebiziko garrantzia dute.

Euskarak indar demolinguistiko eskasa duen zonaldeetan bizi diren euskaldunei inguruneak ez dizkie eskaintzen hizkuntzaren erabilera efektibo bat egin ahal izateko gutxieneko baldintzak (Martinez de Luna, 1996), baina egun, Interneteko konexioa baliatuta, euskarazko komunikabideek aukera bat ematen diete baldintza horiek gainditu eta euskararekin eguneroko kontaktua mantentzeko. Hala, mediatizatu gabeko harremanetan jokatzeko ez duen rola joka dezake euskarak lagun askoren erabilera mediatikoan. Azken finean, eguneroko hizkuntza erabilerari ateak ireki ahal dizkio aipatutako espazio mediazentriko onlineak.

Hala ere, hizkuntzaren arnasmune geografikoetan bizi diren erabiltzaileentzat ere komunitate zentzua indartzeko bidea izan daitezke komunikabideak. Batzuek eta besteek neurri berean eskura duten hiperespazioan, esperientzia komun batean oinarritutako interakzioak irudikatutako komunitatea (Anderson, 1983) trinkotzen lagun dezake, sare sozialen eta aldibereko pantailen praktikaren bitartean. Twitterrek fisikoki urrun daudenak hurbiltzen ditu, hortaz. Alta, aho biko ez-pata izan daitezke Interneten eskuragarritasuna euskarazko komunikabideentzat, mundu osoko eskaintza mediatiko zabala jartzen baitu euskaldunen esku. Euskararekin ukipen egoera fisikoan ez dauden hizkuntzek ere bere lekua dute solaskideen eguneroko erabilera mediatikoan. Pentsa daitezke Interneten ondorioz kalean baino lehiakide gehiago dituela euskarak komunikabideen alorrean, eta hein handi batean hala da. Alabaina, faktore psikosozialak direla medio, hedabideen kontsumoan praktika eleanitzak izatea aurrez aurreko harremanetan baino errazagoa izan daitezke. Izan ere, The Guardian-en artikulua bat irakurtzeak eta ingeles hiztunen arteko elkarrizketa bat aurrez-aurre

jarraitzeak, biek ala biek, gaitasun pasiboa eskatzen diote hartzaileari, baina honek biziko duen antsietate linguistikoa ez da berdina izango bi kasuetan. Horrenbestez, komunikabideen erabileran ere globalizazio prozesu zalantzaezinean murgilduta gaudenik ezin uka,

Elin Jones-ek aztertu lez (2013), hedabideek “gatekeeping” linguistiko zurruna egin dezakete hizkuntza gutxituaren eta menperatzailearen arteko muga zainduz euren jardunean. Alabaina, erabiltzaile arruntek ez dute jarraibide linguistikorik bete behar, praktika eleanitzak eta “code-switching” egiteko askatasun handiagoa dute, eta hizkuntzen arteko mugak iragazkorragoak izan daitezke sare sozialetako euren kontuetan. Twitter erabiltzaile euskaldun batek CNN-n ikusitako albistearen berri eman dezake bere kontuan, euskaraz; hain urrun joan beharrik gabe, ETB2ko saioen inguruko elkarrizketa izan dezake gaztelania erabili beharrik gabe. Kasu horietan, erdaraz jasotako “input” kulturala euskaratik interpretatu eta partekatu dezake. Landabideak (2013: 488) argi azaltzen du hedabideen erabilerak arlo sozial oso argia duela, eta (telebistaren kasuan) ikusitakoari buruz hitz egitea saio bat jarraitzearen esperientziaren parte dela. Metaelkarrizketa horiek oso azkar egokitu dira sare sozialetara, eta testuinguru horretan, esanahia zein hizkuntzatik abiatuta sortzen den oso garrantzitsutzat jotzen du Meluccik (2001). Izan ere, nork bere hizkuntza erabiltzeak errealitatea interpretatzeko modu berezia eta propioa sortzeko bidea litzateke, oro har esanahi globalizatua gailentzen den unean. Hamaika erdareta-ko edukiak hain eskura ditugun garai honetan, metaelkarrizketa horiek euskaraz naturaltasunez izaten ditu hainbat elkarrizketatuk, eta menu horren baitan hautatzen dena erreferentzialak diren euskal kazetari eta komunikatzaileen bitartez aukeratzen dituzte sarri askotan.

Beraz, konbergentzia mediatikoak euskarazko komunikabideen irisgarritasuna bezain beste areagotu du euren lehiakide kopurua. Alabaina, eduki, forma eta hizkera aldetik testuinguru berrira egokitzeko beharrezko moldaketak eginez gero euskarazko komunikabideentzako aukera garrantzitsuak irekitzen direla iradokitzen dute elkarrizketen analisitik atera diren bost ondorio ildoek.

5.6. Erreferentzia bibliografikoak

- Aierdi, X; Retortillo, A. eta Zubiri, H. (2008). "Euskal hedabideak EAEn", BAT Soziolinguistika aldizkaria, 68, 85-101.
- Amezaga, J. (2007): "Geolinguistic Regions and Diasporas in the Age of Satellite Television". International Communication Gazette, 69 (3), 239-261.
- Anderson, B. (1983): Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism, London: Verso.
- Androutsopoulos, J. (2014): "Mediatization and sociolinguistic change. Key concepts, research traditions, open issues". In Mediatization and Sociolinguistic Change, Androutsopoulos, J., 3-48. Berlin: Walter de Gruyter.
- Arana, E. (2008). "Telebista ikusten duten emakumezkoek". Zer. Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 5, 2011/12/06-349-350.
- Baker, C. (1992). Attitudes and Language. Multilingual Matters, Clevedon.
- Bidegain, E., Egaña, J.M. eta Zuberogoitia, A., (2013): "Euskarazko tokiko hedabideen erradiografia". in TOKIKOM, Euskal hedabideen etxea, tokikoen ikuspegitik, 94-191. [http://bloga.tokikom.eus/wp-content/uploads/2013/11/EUSKAL_HEDABIDEEN_ETXEA.pdf] Kontsultaren data: 2015/01/15
- Brea, U. (2011, apirilak 3). Denek onartutako datu distortsionatuak. Argia. http://www.argia.eus/argia-astekaria/2271/telebistako-audientzien-neurketa-etik hartua. Kontsultaren data: 2015/02/10.
- Diaz, K. (2014): Faceguk. Euskal Identitatearen Eraikuntza Soziala Etnografia Digitaletik Aztertuta. Bilbo: EHU. [Doktorego Tesia]
- Goikoetxea, G. (2015, Otsailak 5) Biriak estutzen. Berria. 10-11 orr.
- Hartley, J. (1987). "Invisible fictions: Television audiences, paedocracy, pleasure". Textual Practice, 1(2), 121-138.
- Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Saila (2011): V. Mapa Soziolinguistikoa. Eusko Jaurlaritzak: Gasteiz.
- Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Saila (2013). IV. Mapa soziolinguistikoa. Eusko Jaurlaritzak, Gasteiz.
- Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza (2013). V. Inkesta Soziolinguistikoa. Eusko Jaurlaritzak, Gasteiz.
- Jones, E. (2013): "Permeable and Impermeable Linguistic Boundaries: From Mass Media to Social Media in Policy and Practice in Minoritised Language Contexts". Zer, 35 (18), 29-45.
- Landabidea, X. (2013): Belaunaldien Telebistarekiko Aisiazko Harremanak. Bizkaiko Lau Adin-Talderen Kasu Azterketa. Bilbo: Deustuko Unibertsitatea. [Doktorego Tesia]
- Lull, J. (1988). "Critical response: The audience as nuisance". Critical Studies in Mass Communication, 5, 239-243.
- Martinez de Luna, I. (1996). "Hizkuntzekiko motibazioen ekarpenak inguruneak ezarritako baldintzen aurrean", BAT Soziolinguistika aldizkaria, 18, 39-52.
- Martinez de Luna, I. (2013). Euskara EAEn: gaitasuna, erabilera eta iritziak. Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, Gasteiz.
- Melucci, A. (2001): Vivencia y convivencia: teoría social para una era de la información. Madrid: Trotta.
- Moores, S. (1993). Interpreting audiences. the ethnography of media consumption. Sage, London.

- Moring, T. (2007). "Functional completeness in minority language media". Cormack, M. eta Hourigan, N. (Ed.), *Minority language media. Concepts, critiques and case studies*. Multilingual Matters, Clevedon, 52-68.
- László, V. eta Moring, T. (2013): "Towards Ethnolinguistic Identity Gratifications." In *Social Media and Minority Languages. Convergence and the Creative Industries*, Jones, E. eta Uribe-Jonbloed, E., 47-57. Bristol: Multilingual Matters.
- Ott, B. L. (2008). Introduction: The not TV text. In M. Leverette, B. L. Ott & C. L. Buckley (Eds.), *It's not TV. watching HBO in the post-television era*. New York & London: Routledge.
- Sanchez Carrión, J.M. (1991). *Un futuro para nuestro pasado*. Donostia: Elkar.
- Silverstone, R. (1989). Let us then return to the murmuring of everyday practices: A note on Michel de Certeau, television and everyday life. *Theory Culture Society*, 6, 77-94.
- Skobergo, E. eta Winsvold, M. (2011). "Audiences on the move? Use and assessment of local print and online newspapers", *European Journal of Communication*, 26. zenbakia, 3.alea, 214-229.
- Threadgold, T. (2005). Text. In T. Bennett, L. Grossberg & M. Morris (Eds.), *New keywords: A revised vocabulary of culture and society*. (345-347 orr.). Malden: Blackwell.
- TOKIKOM (2013): *Euskal hedabideen etxea, tokikoen ikuspegitik*. [http://bloga.tokikom.eus/wp-content/uploads/2013/11/EUSKAL_HEDABIDEEN_ETXEA.pdf] Kotsultaren data: 2015/01/15
- Webster, J. G., Phalen, P. F., & Lichty, L. W. (2006). *Ratings analysis: The theory and practice of Audience Research*. Mahwah, New Jersey and London: Lawrence Erlbaum Associates.

6. Euskal prentsa Europako estandarretan

EGILEAK:

Beatriz Zabalondo - beatriz.zabalondo@ehu.es

Alazne Aiestaran - alazne.aiestaran@ehu.es

Antxoka Agirre - antxoka.agirre@ehu.es

Txema Ramirez de la Piscina - txema.ramirezdelapiscina@ehu.es

EHUko Hedabideak, Gizartea, Hezkuntza Ikertaldea (HGHI)

1. Aurkezpen gisa

Euskal Herriko hedabideen esparruan lanean dihardugunontzat, berri oso ona da agerkari honen plazaratzea, eta atsegin handiz jaso dugu lehen ale honetan parte hartzeko gonbita, gure ikerketa eta lanen berri emateko. Euskal hedabideek bizi gaituzte unibertsitatean eta gizar-tean: zer egokiagorik, beraz, gure lanaren emaitzak gizar-teari eta hedabideei itzultzea baino! Euskal Hedabideen Elkarteak (HEKIMEN) eta gure herrialdeko hainbat unibertsitatek sinatutako hitzarmenari esker bideratua denez ahalegin mardul hau, lehena baina ez atzena izango den pozarekin ekingo diogu.

Datozen lerroetan, Euskal Herriko Unibertsitateko HGH ikerketa taldeak (Hedabideak, Gizartea eta Hezkuntza-Media, Society & Education) azken hiru urteetan egindako lanaren berri jasoko du irakurleak. 2011z gero, UPV/EHUK ofizialki onartutako ikertalde finkatua da (GIU-11/04-14/09) HGH taldea.

Talde honek 2003. urtean hasi zuen ikerketa ibilbidea, eta askotariko diziplinetako irakasleak bildu izan ditu lanera. Beti ere, sinetsita gizar-teak eta, bereziki, komunikazioak mahai gainean jarri dituen galderei eta erronkei erantzuteko bide bakarra jakintza alor askoren ikuspegitik heltzea dela. Taldea lanean hasi zenetik gaur arte, zenbait ikerketa lerro garatu ditu: hedabideak eta gatazkak, ikus-entzunezko alfabetatzea eta hizkuntza gutxituetako hedabideak, besteak beste. Azken proiektuarekin, informazioaren kalitatea eta kazetaritzaren etorkizuna izan ditu jomugan.

Lan honetan, HGH taldeak 2012tik esku artean izan duen ikerketaren emaitzak erakutsiko dira, kontaera, gutxi-gehiago, kronologikoa eginez. Lehenik, gure ikerketaren nondik norakoak zedarrituko ditugu. Ondoren, emaitzak zabaltzeko erabili ditugun hainbat artikuluren muina emango da. Gero, ikerketatik nabarmendu daitezkeen emaitza esanguratsuenak laburbilduko dira. Azkenik, aurrera begirako gogoeta xume batekin amaituko dugu.

2. HGHren ikerketaren nondik norakoak

Ikerlan mardul eta zabal baten barruan kokatu behar ditugu artikulu honetan aipatuko ditugun kontuak. Hiru urte eta erdiko lanaren fruitu dira (2012-2014).

Taldearen abiaburuko lana Espainiako Zientzia eta Berrikuntza Ministerioak²⁹ eta UPV/EHUk³⁰ diruz lagundutako proiektua izan da, **Albisteen kalitatea neurtzeko ikerketa** deitu genuena.

2.1. Albisteen kalitatea neurtzeko ikerketa

Proiektu honek bi ardatz izan ditu. Hasiera batean, Europan erreferentzia diren bost egunkaritako albisteen kalitatea neurtzeko helburua zedarritu zen: *Financial Times (FM)*, *Le Monde (LM)*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)*, *Corriere della Sera (CDS)* eta *El País (EP)* hautatu ziren ikerketarako³¹. Baina Europako kazetaritzaren kalitatea eta etorkizuna arras interesgarriak izanik ere, taldeak oso argi ikusi zuen euskal hedabideen errealitatea ezagutzeko bidea ere egin behar zuela. Horrela, bada, Euskal Herriko agerkarietako albisteen kalitatea neurtzea izan da ikerketaren bigarren ardatza. Horretarako, euskal prentsa modernoaren egungo hiru adibide garrantzitsu hartu ditugu, bakoitza bere esparruan erreferentia den agerkaria: *Euskaldunon Egunkaria/Berria, Argia* eta *Goienkaria/Goiena*.

Bi ardatzetako analisi diakronikoa (2001eko urtarrilaren 1etik 2012ko abenduaren 31ra bitarteko papereko edizioak) eta sinkronikoa (2013ko lehen hiruhilabeteko edizio digitalak) egin ondoren, parez pare jarri ditugu euskal prentsaren eta Europako prentsaren kalitate-indizeak.

Esku artean daukagun artikulu honetan, baina, euskal prentsari buruzko ikerlanean jarriko dugu fokua. Behategiaren egitekoa euskal prentsari lotua baita, Europako datuak bere horretan, eta europar vs. euskal prentsaren alderaketak ere pittin bat alboratu egin ditugu lan honetatik. Gure beste argitalpen batzuetara jo dezake irakurleak Europako datu-emaizten bila³².

29 Evolución de la calidad de las noticias en los medios europeos de referencia (2000-2014) [Ref. Ministerio: CSO2011-23237].

30 [Erref: GIU 11/04].

31 Europako bost herrialde populatuenetan (Erresuma Batua, Frantzia, Alemania, Italia, Espainia), tirada handiena duten egunkariak, hain zuzen.

32 Esate baterako: Ramirez de la Piscina et al. (2014a). «Periodismo de calidad en tiempos de crisis: Un análisis de la evolución de la prensa europea de referencia (2001-2012)». In: Revista Latina de Comunicación Social, 69, 248-274 or. ; Ramirez de la Piscina et al. (2014b). «Differences between the quality of the printed version and online editions of the European reference press». In: Journalism. Theory, Practice and Criticism, First online, doi:10.1177/1464884914540432 1-14 or.

Lan hau bideratzeko, ikertalde honek propio atondutako **metodologia** erabili du, Denis McQuailek plazaratutako *media performance* konzeptutik (1992) abiatuta, eta kalitateaz, azken hamarkadetan, bildu diren ekarpen nagusiak kontuan hartuta³³. Egindako sistematizazio lanarekin, albisteen alderdi kualitatibo-kuantitatiboak neurtzeko bidea zehaztu da.

Alde batetik, formatuaren kalitatea neurtu da: aspektu teknikoak, estetikoak eta funtzional edo *lapsus clavisak*³⁴, esaterako. Bestetik, edukien kalitatea neurtzeko hiru parametro hartu dira kontuan: albistearen **hautaketarekin** zerikusia duten aldagaiak, albistearen **lanketari** dagozkionak eta **gizarte ekarpenari** lotutakoak: orotara 15 aldagai neurtu dira, eta, gehienez, 10 puntuko balioa irits daiteke³⁵.

Europako agerkari bakoitzaren **analisi diakronikoa** egiteko, hiru albiste ikertzeko irizpidea hartu zen: azaleko nagusia, nagusi horren barruko garapena eta bigarren mailako beste albiste bat. Baina, bistan denez, euskal prentsako lagina osatzeko, hainbat egokitzapen egin behar izan dira: *Euskaldunon Egunkariaren* eta *Berriaren* kasuan, Europako prentsan erabilitako lagin bera eta data berak erabili dira, baina bi euskal kazetetan sei eguneko aste konposatua osatu da zazpi egunekoaren ordez, *Euskaldunon Egunkaria* eta *Berria* ez baitira astelehenetan kaleratzen. *Argia* eta *Goiena* aztertzeke, ordea, ezin izan da aste konposatua erabili, ez dira egunerokoak eta. Gainera, *Argian*, aldizkaria izanik, asteko albisterik garrantzitsuena bakarrik aztertu da: azalean ez baitu informaziorik garatzen, eta, barruko orrietan, ez baita ohikoa bigarren mailako albisteak aurkitzea. Beraz, lagin aleatorio sinplea erabiliz, urte bakoitzeko zazpi egun hartu dira analisirako. Orotara, 488 informazio piezak osatu dute euskal prentsaren lagina: *Argia* (84 item), *Euskaldunon Egunkaria/Berria* (164 item) eta *Goiena* (240 item) (Aiestaran *et. al.*, 2014, 49-50).

Inprimatutako edizioa nahiz edizio digitalak aztertu dira **analisi sinkronikoan** (2013an). Kasu horretan ez da aste konposatuaren teknika erabili, ikerketa 2013ko Aste Santua (martxoaren 28a) baino lehen bukatzea ezinbestekoa baitzen. Beraz, era horretan aste konposatu bakarra sor zitekeenez, eta emaitza fidagarriak ateratzeko lagin urriegia zela iritzita, aste jarraituaren teknika erabiltzea hobetsi da. Honako aste hauek osatu dute lagina: urtarrilaren 23tik 29rakoak, otsailaren 6tik 12rakoak eta martxoaren 13tik 19rakoak (kasu guztietan, bi datak

33 Maria Gonzalez Gorosarriren tesia barne (2011): *Albisteen kalitatea. Euskadi Irratia, ETB1 eta Euskaldunon Egunkaria/Berria (Research on Basque Media's News Quality)*. Leioa: UPV/EHU.

34 Ulermena tratatzen duten akats ez-gramatikalak.

35 Alderdi metodologikoa zehatz azalduta dago: Aiestaran *et al.* (2014): «Kalitate-indizeak euskarazko kazetaritza». In: *Uztaro*, 91, 41-64.

barne). Erabilitako prozedura honakoa izan da: lehenbizi, edizio digitaleko azaleko albiste nagusia aukeratu eta jaso³⁶; biharamunean, agerkariak papereko edizioan albiste berari eskainitako testua jaso³⁷, eta, azkenik, bi albisteok ikerketan erabilitako metodoarekin aztertu. Euskal prentsaren azterketa sinkronikoa egiteko lagina 82 piezak osatu dute (Aiestaran *et. al.*, 2014, 49-50).

2.2. Kalitatezko kazetaritzaren etorkizunari buruzko Nazioarteko Jardunaldia

Behin albisteen kalitate neurketak eginik, etorkizun gertukora begira ere jarri zen ikertaldea. 2008ko krisiak gogor astindu du Mendebaldeko ekonomia eta gizarte osoa; euskaldunok ere bete-betean harra-patu gaitu. Komunikazioaren arlo zabalera etorrira: kazetaritzan lanpostu eta ogibide asko galdu dira, hainbat hedabidek hondoa jo dute, publizitatearen diru sarrerak erdira etorri dira, paperean argitaratzen ziren agerkari asko itxi egin dira, paperak irakurleak —alegia, erosleak— galdu ditu... Hori guztia gutxi balitz, Interneteko kazetaritza indarrean etorri da goraka, eta bi ondorio nabarmen utzi ditu: doako eskaintzek lekua lapurtu diete papereko agerkariei, baina, ondorioz, aldi berean, prentsak, orotara, irakurle asko irabazi ditu (prentsa digitaleko irakurleak, alegia, doako zerbitzuen erabiltzaileak). Azkenean, lanbidearen berregituraketa betean murgildu dira hedabide talde guztiak, txiki zein handi, eta konbergentzia profesionalaren eta komunikazio negozioren molde berrien bila ekin behar izan diote.

Euskal hedabideak ez dira *tsunami* horretatik libratu. Baina egoerari aurre egiteko ahaleaginean, euskal kazetaritzak bi gertakari pozgarri ere utzi zituen 2012an: Tokikom eta Hekimen sortu ziren.

Prentsa analogikoaren eta digitalaren arteko trantsizioa nola bideratzen ari zen analizatzeko, lehenik lanbideko protagonistekin zuzenean mintzatzeko foroa antolatu genuen. Hala, HGH taldeak Kalitatezko Kazetaritzaren Etorkizuna izeneko Nazioarteko Jardunaldiak antolatu zituen 2013ko azaroaren 4an eta 5ean, UPV/EHUko Leioako Campusko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatean. Etorkizun gero eta ilunagoan, argi izpi bat jartzea izan zen Jardunaldi horien xedea, eta esperientzia luze eta zabala duten profesionalen ikuspegi anitz eta askotarikoak ezagutzeko aukera izan genuen.

36 Kazeta digitalak, aukeratutako egunean, 12:00etatik 16:00ak bitartean argitara emandako albiste nagusia.

37 Biharamunean soilik Euskaldunon Egunkaria eta Berriarekin egin ahal izan da. Argia eta Goienkaria/Goienarekin, aste bereko idatzizko edizioan albiste berari eskainitako testua jaso da.

Honako hizlari hauek parte hartu zuten Jardunaldietan: Mariano Ferrer (kazetari ohia, Herri Irratiko zuzendariorde eta *Egineko* lehen zuzendaria, besteak beste), Lander Arbelaitz (*Argiako* kazetaria eta webguneko erredaktore burua), Maddalen Iriarte (EiTB, *Azpimarra* saioko aurkezlea), Pascual Serrano (*freelance* kazetaria, *Rebellion* agerkariko sortzailea), Andoni Aranburu (EiTBko Estrategia eta Komunikazio zuzendaria), Iban Arantzabal (Goiena Taldeko zuzendaria), Iñaki Uria (Hamaika Telebistako zuzendaria), Renaud Lambert (*Le Monde Diplomatique*), Edita Slezakova (MIDAS elkarteko lehendakaria), Rita Marzoa (Catalunya Radioko esataria), Martxelo Otamendi (*Berria* egunkariko zuzendaria), Irati Agirreazkuenaga (EHUko irakaslea), Maria Gonzalez Gorosarri (EHUko ikerlaria), Luistxo Fernandez (CodeSyntax).

HGH taldeak berriki argitaratu duen liburuan (Ramirez de la Piscina *et al.*, 2015b) zabal ematen da Jardunaldion berri, baina Euskal Herriko hizlarion ekarpena laburbilduko dugu segidan.

Mariano Ferrerek Jardunaldietako irekiera hitzaldia egin zuen, eta gizartea zerbitzatzeko bokazioa berreskuratzea ezinbestekotzat jo zuen, profesioaren prestigioa berreskuratzeko. Kazetari beterano baten dekalogo aletu zuen, norbere begirada lantzearen beharra azpimarratu zuen, eta argi utzi "interes publikoak" ez duela zerikusirik "trending topic"-arekin".

Lander Arbelaitzek, sareko kazetaritzak ekarritakoen artean, iluna baino argi gehiago ikusten zuen. Haren aburuz, inprentaren asmakuntzak 200 urteko kaosa ekarri zuen bezala, Internetek mundua hankaz gora jarriko du datozen 50 urteetan; askatasun aldi hori baliatu beharra dagoela iritzi zion eta herritarrek kazetaritzari egiten dioten ekarpena balioetsi zuen.

Maddalen Iriartek kazetariaren eginbeharren inguruan gogoeta egin zuen, eta kazetaritza britainiarra jarri eredutzat: "Kazetariak zintzoa izan behar du, eta, batez ere, eszeptikoa". Egun krisian dagoena, ofizioa bera baino gehiago, kazetaritza enpresa handien eredu dela adierazi zuen.

Andoni Aranburu, Iñaki Uria eta Iban Arantzabal hizkuntza gutxitueta-ko ikus-entzunezko hedabideen erronkei buruz aritu ziren. Aranburuk EiTBren bilakaera, oinarritzako ardatzak eta Plan Estrategiko Berriaren Ildo Nagusiak azaldu zituen. "Kataklistimo baten ostean zerbait berria eraiki behar da", eta publikoaren eta pribatuaren arteko elkarlanaren beharraz mintzatu zen. Iñaki Uriak EiTB eta gainerako medioen arteko harremana izan zuen hizpide: "Eki-sistema da gurea, ez ekosistema". Sistema hori aldatu beharraz aritu zen eta euskarazko telebis-

tek dituzten hamaika erronka jarri zituen mahai gainean: hizkuntza; audientzien atomizazioa; eskaintza ugaritzea, erronka teknologikoak, sozioekonomikoak eta finantzaketaren ingurukoak, politikoak; euskarazko telebisten sistema osatzea, eta euskalgintza piztu beharra. Arantzabalek, berriz, publikoaren eta herri ekimenen arteko elkarlana behar dela azpimarratu zuen, eta, hamaika barik, hamar erronka aipatu zituen: hartzaile komunitatea ezagutzea, parte hartzea areagotzea, euskararen hedabideak antolatzea, formazioa...

Martxelo Otamendik krisiaren aurreko egoerara jo zuen, eta orduan *hiru liga* bereiz zitezkeela azaldu zuen: hizkuntza handietan egiten zen kazetaritzarena, hizkuntza txiki baina estataletan aritzen zireneka eta estaturik gabeko hizkuntza txikietan zihardutenena. Krisiarekin, *lehen liga* horretako "dorre biki" batzuei pitzadurak sortu zaizkiela adierazi zuen. Euskarazkoaren etorkizunaz, hil edo bizikotzat jo zuen irakurleek diotenari eta belaunaldi berriei adi egotea.

Irati Agirreazkuenagak, Maria Gonzalez Gorosarrik eta Luistxo Fernandezek osatu zuten 'Etorkizuneko erronkak: Kalitatea eta teknologiaren arteko uztarketa' mahai-ingurua. Agirreazkuenaga konbergentziaz aritu zen, EiTBen eta Eskoziako BBC Radio Nan Gàidhealen ereduak aztertuz. Gonzalez Gorosarrik hedabideen kalitatea neurtzeko metodologiaren inguruan egin zuen bere ekarpena. Fernandezek, aldiz, kazetaritzaren etorkizuna sarean kokatu zuen eta kazetariari *curator* funtzioa esleitu zion: "Blogetatik kanpora fax idazkera geratzen da nagusiki".

Jardunaldiok ikasle, irakasle eta kazetaritza arloko profesionalen zuzenduta egon ziren. Erantzuna ezin hobea izan zen ikasle zein profesionalen aldetik. Orotara, 200etik gora lagunek, 180 ikasle inguruk eta 30 bat profesionalak parte hartu zuten bi egunetan.

2.3. Profesionalen eta erabiltzaileei galdezka

Kalitatea neurtzea helburu duen ikerketa honetan, inkesta analitikoak ere erabili ditugu, kazetari profesional eta Interneteko erabiltzaileek duten iritzia jaso eta ezagutu ahal izateko. CIEsek egin dituzten inkesta gehienak, HGH taldeak horrela eskatuta. Guztira, Europako eta Euskal Herriko **700** Internet erabiltzailek eta eskarmentu handiko **73** kazetarik erantzun dituzte inkesta analitikoak, informazioaren kalitatearen inguruan.

Bi inkesta egin ziren. Lehenengoa, **Interneteko erabiltzaileei** zuzendu zitzaient, 2013ko abenduan burutu zen, eta Euskal Herriko 18-75

urteko 200 pertsona elkarrizketatu ziren³⁸. Erabiltzaileek betetako inkestak prentsa idatziari nahiz digitalari buruzko 31 galdera zituen; inkesta horren akats-tartea %3,8koa izan zen, eta konfiantza-maila, %95ekoa.

Bigarren inkesta 2013ko azarotik 2014ko martxora bitartean egin zen, Europako eta Euskal Herriko **hedabideetako kazetari, profesional** eta arduradun postuetan zihardutenen artean (ez soilik gure ikerketarako hautatutako agerkarietakoak). Hala, 54 profesional europarrek eta Euskal Herriko 19k erantzun zioten gure galdera sortari. Kazetaritzaren kalitateaz landa, kazetaritzaren krisiaz, teknologia berrien eraginaz eta lanbidearen etorkizunari buruzko itaunak prestatu ziren. Orotara, galdetegi honek 29 galdera bildu zituen: horietarik 19, erabiltzaileei eginiko galdera berak ziren, beste hamar lanbidearen ingurukoak, eta bost, erantzun irekikoak. Inkesta horiek, CIES etxearen laguntzarekin diseinatuak, taldeko kideok genituen Euskal Herrian³⁹.

3. Zenbait argitalpenen berri

HGH taldeak, proiektu honekin egindako lana zabalte aldera, hainbat artikulu argitaratu ditu, eta zenbait kongresutan aurkeztu ditu ikerketaren emaitzak. Horietan guztietan erdietsitako emaitzak laugarren atalean azalduko dira.

Euskal prentsaren inguruan argia ikusi duten lan oparoenak honako hauek izan ditugu:

3.1. Kalitate-indizeak euskarazko kazetaritzan

Uztaro aldizkariaren 91. alean (2014) argitaratutako artikulua da. *Euskaldunon Egunkaria-Berria, Argia* eta *Goienkaria-Goienako* albisteen kalitatea neurtzen duten datu kuantitatiboen eta kualitatiboen berri ematen da. Arestian aipatu ikerketa diakronikoaren (paperezko edizioak 2001-2012 urte aldian) eta azterketa sinkronikoaren (paperezko eta sareko 2013ko edizioak) emaitzak plazaratu ziren. Horretarako, notiziaren hautaketa neurtzen duten parametroak, albistearen lanketa kontuan hartzen dutenak eta gizarte ekarpenarekin zerikusia duten aldagaiak erabili ziren.

Euskal prentsaren emaitzekin batera, Europako prentsaren albisteen kalitateari buruzko datuak ere txertatu ziren artikuluan, eta batzuk eta besteak alderatu. Artikulu horretarako lortutako emaitzen arabe-

³⁸ 50na inkesta, herrialde bakoitzean: Araba, Bizkaia, Gipuzkoa, Iparraldea, Nafarroa.

³⁹ Inkestaren inguruko xehetasun gehiago jakiteko, ikus: Ramirez et al. (2015a). «Kazetaritzaren garabideak: Kalitatea, berrikuntza eta prestakuntza». In: Uztaro, 93, 26-28 or.

ra, hauxe nabarmenduko genuke: batetik, euskarazko kazetaritzaren kalitate-indizeak Europako kalitate-indizetik oso gertu kokatzen dira, eta, bestetik, informazioaren kalitatearen beheranzko joera antzematen da bai euskal prentsan, bai Europako prentsan.

3.2. Kazetaritzaren garabideak: Kalitatea, berrikuntza eta prestakuntza

Uztaro aldizkariaren 93. alean (2015) argia ikusi duen lana. Euskal Herrian urte luzez aritu diren 19 kazetari profesionalen iritziak jaso dira, zenbait gairen inguruan: teknologia berriek lanbidean eragin dituzten aldaketak, prentsaren krisia eta hori gainditzeko balizko irtenbideak, gaur egungo edizio digitalen kalitatea, kalitatezko kazetaritzaren be-tebeharrak eta etorkizuneko kazetaritzaren ezaugarriak. Euskal kazetariaren erantzun eta iritziak Europako eskarmentu handiko 54 kazetariren erantzunekin alderatu ziren. Kazetaritzak bizi duen krisiari aurre egiteko hiru giltzarri nagusi aipatu zituzten batzuek zein besteek: kalitatea, berrikuntza eta prestakuntza. Gehienak ados zeuden kalitatea, azkartasuna eta egiazkotasuna bateragarriak direla esatean ere. Lanbideak azken urteotan izan dituen aldaketen inguruan, euskal kazetariaren diagnosia europarrena baino zorrotzagoa izan zen honako gai hauen aurrean: lan-baldintzek txarrera egiten dutela adierazteko orduan, kode etiko eta deontologikoak ahuldu direla diotenean edota sentsazionalismoak gero eta indar handiagoa hartu duela esaten dutenean.

3.3. Euskal Herriko eta Europako kazetari eta prentsa irakurleak lanbidearen geroari begira

Artikulu hori *Zer* aldizkarirako prestatu zuen HGH taldeak duela hila-bete batzuk, baina, artean onartua izango zen berririk gabe ekin genion gure ibilbidearen laburpen honi, orain esku artean daukagun honi. EHUko aldizkariaren oniritzia, lan hau idazten ari ginela iritsi zitzaigun, eta, ondo bidean, **Zer, komunikazio ikasketen aldizkariaren 39.** zenbakian argitarako da.

Euskal Herriko eta Europako prentsa irakurleei egindako inkesten emaitzak jasotzen ditu artikuluak. Eta horien erantzunak Europako eta Euskal Herriko kazetari profesional trebeen iritziekin alderatzen dira. Honako gai hauen inguruko alderaketak egin dira: irakurleen kontsumo ohiturak, doako eta ordainpeko prentsaren asebetetze eta ahulgu-neak, edukiak ordaintzeko prestasuna, azkartasuna eta sakontasuna bateragarriak ote diren, adierazpen askatasuna, etorkizunean hobetu beharreko kazeta ohiturak eta etorkizuneko kazetaritzaren ezaugarriak.

3.4. Kalitatezko kazetaritza: Ba al dago etorkizunik? Erreferentziazko prentsaren eboluzioa Euskal Herrian eta Europan (2001-2014)

Azken lan hau liburua da, euskaraz eta ingelesez argitaratua, eta HGH taldeak burutu dituen lan guztiak luze eta zabal jasotzen ditu. Liburua bederatzi ataletan dago banatuta. Lehenengo atalean, gaia mugatze aldera, prentsa idatziak munduan eta Euskal Herrian bizi duen egoeraren berri ematen da. Halaber, hiru urtean egindako ikerketa honek izan dituen helburuak, hipotesiak eta iker galderak mahai gainean jarri eta hori guztia marko teorikoarekin osatu da. Bigarren kapituluan, kalitatezko kazetaritza adigaira hurbilpen teorikoa egin da. Hirugarrenean, albisteen kalitatea neurtzeko HGH taldeak garatu eta erabili duen metodologia jasotzen da, luze eta zehatz. Laugarren atalburuan, euskal prentsaren hiru agerkari garrantzitsuenen eta Europako prentsaren erreferentziazko egunkarien informazio-kalitatearen neurketen (ikerketa sinkronikoa eta diakronikoaren) emaitzak xehatuta aurkezten dira, eta, era berean, Europako eta Euskal Herriko prentsaren datuak alderatuta eman dira. Bosgarren atalean, Euskal Herriko eta Europako prentsa digitalaren erabiltzaileen artean egindako inkesta analitikoaren emaitzak aurkezten dira, hemen ere Europako eta Euskal Herriko erabiltzaileen arteko erkaketa eginez. Euskal Herriko eta Europako kazetari profesional ezagunei egindako inkestaren emaitzak jasotzen dira liburuko seigarren kapituluan, eta, aurrekoetan bezala, Euskal Herriko eta Europako profesionalen iritzia konparatu dira, antzekotasunak eta desberdintasunak agerian utziz. Zazpigarren atalean, 2013ko azaroan HGH taldeak antolatu zituen jardunaldien kronika osoa bildu da. Zortzigarrenean, Europako komunikabide publikoen esperientzien berri ematen da konbergentzi mediatikoaren ikuspegian sakonduz. Azken atalak argi izpi bat izan nahi du kazetaritzaren etorkizuna irudikatzeko orduan.

4. Emaidza esanguratsuenak

Ondorengo paragrafoetan, HGH taldeak 2012-2015 urte aldian egin duen lanaren eta argia ikusi duten artikuluetan bildu direnen emaitza aipagarrienak aurkeztuko dira. Hots, labor bada ere, arestian aipatu eta kaleratu diren hiru artikuluen eta liburuaren datu interesgarrienak erakutsiko dira.

85

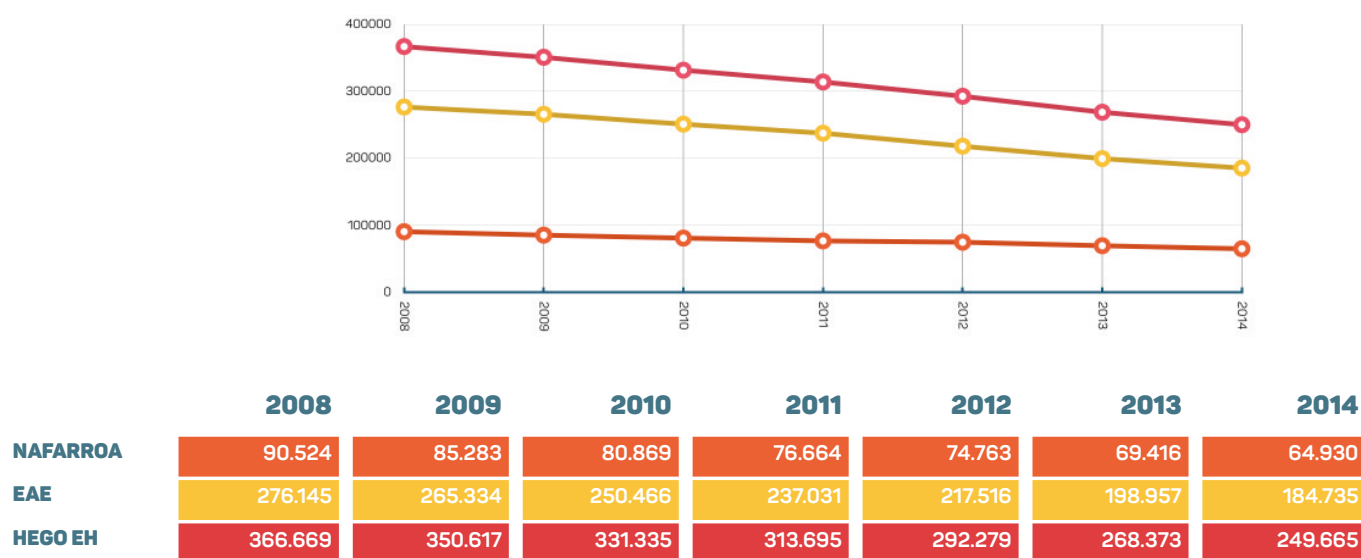
Euskal hedabideen urtekaria: 2015
Euskal prentsa europako estandarretan

4.1. Salmentez eta irakurleez

Europar bezala, Hego Euskal Herrian ere prentsa idatziaren beherakada nabarmena izan da. OJD Espainiako Hedapenerako Ikuskaritza Bulegoak zabalduko datuen arabera, 117.004 egunkari gutxiago saldu ziren Hego Euskal Herrian, 2008an krisia hasi zenetik 2014ra bitartean. Hego Euskal Herrian, zazpi urtean, %31,9 egin du behera egunkarien salmentak. Euskal Autonomia Erkidegoan krisiaren inpaktua nabarmenagoa izan da (%33,10 ale gutxiago) Nafarroan baino (%28,27).

Paperezko edizioetan egunkariak irakurleak galdu dituztela ezin da ukatu datuei erreparatuta, baina edizio digitaletan askoz ere irakurle gehiago irabazi dituztela ere ezin da ahaztu (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015b: 32).

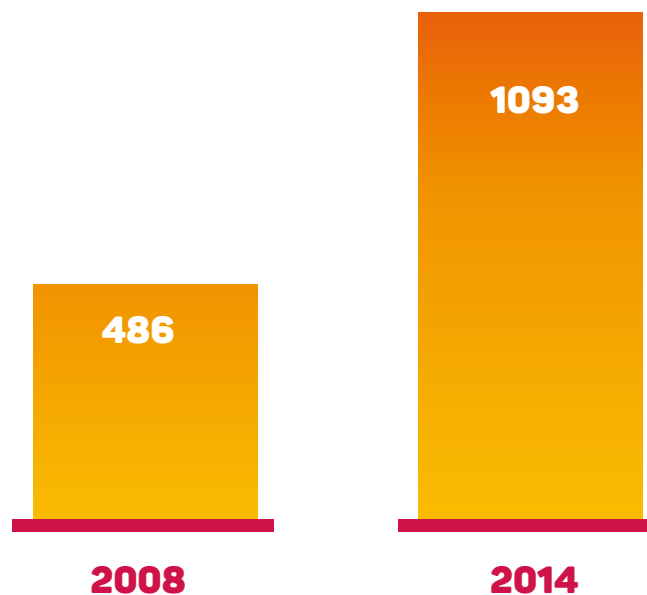
Taula 16. Egunkarien salmentak Hego Euskal Herrian (2008-2014)



Iturria: OJD. HGH ikertaldeak landua. Gara eta Berria kazeten salmentak ez dira zenbateko honetan ageri, ez baitate OJDko ikuskaritza pasatzen.

Prentsa idatziak salmentetan behera egitea eta kazetarien enplegu galtzea erabat lotuta egon dira. Bigarren grafikoan ikus daitekeen moduan, kazetarien artean langabezia bikoiztu baino gehiago egin da 2008-2014 urteetan, Hego Euskal Herrian. Emaita horiek Euskal Herri osora haztatuz (Iparraldeko datu ofizialik ez dago), ondorioztatu daiteke 2014ko amaieran 1.200 kazetari inguru zeudela langabezian. Lanean dihardutenak, berriz, 2.500 inguru direla kalkulatu da. Bestela esanda: hiru kazetaritatik bat langabezian dago (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015b: 34).

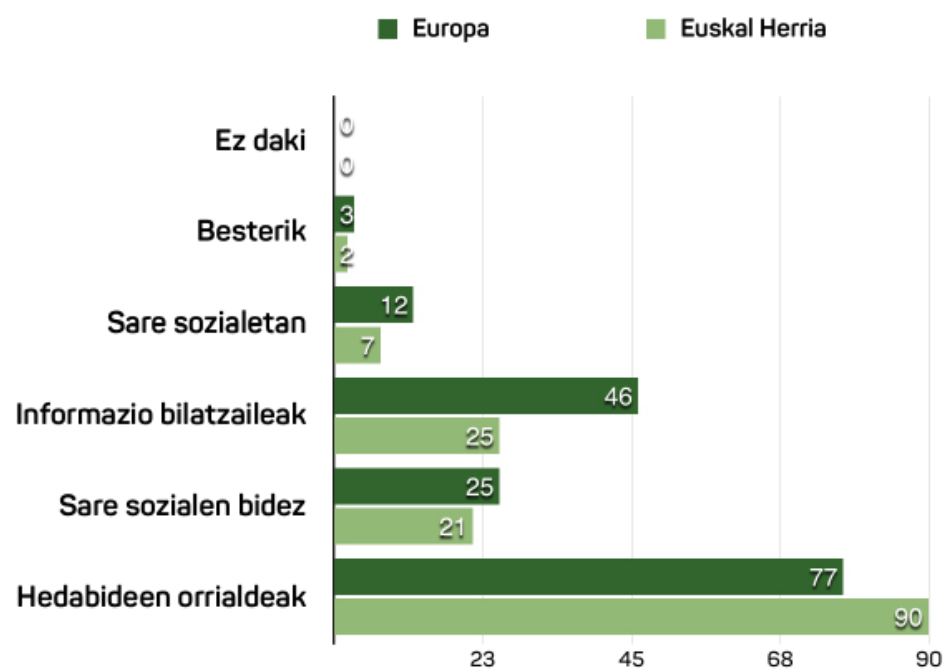
Grafiko 4. Kazetarien langabezia Hego Euskal Herrian (2008-2014)



Iturria. Lanbide EAEn eta Nafarroako Enplegu Zerbitzuko Behategia NFKn.

Sareko edo Interneteko prentsari dagokionez, ez dago alde ikaragarri esanguratsurik Europako eta Euskal Herriko Internet erabiltzaileen artean. HGHren ikestaren erantzunetan, emaitzek erakutsi zuten Euskal Herrikoek gehiago irakurtzen dutela prentsa digitala (%51k egunero, eta %46k astean bizpahiru aldiz baino gehiagotan), Europako irakurleek baino (%46k egunero eta %39k astean bi-hirutan baino sarriago). Sarean irakurtzen denbora gehien ematen dutenak gizonezkoak dira, bai European, baita Euskal Herrian ere. Eta informazio motari dagokionez, tokiko informazioa da gehien bilatzen dutena erabiltzaileek, eta, horretarako, hedabideen webguneak dituzte kanal estimatuenak (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015b: 157).

Grafiko 5. Sareko hedabideak kontsultateko kanalak



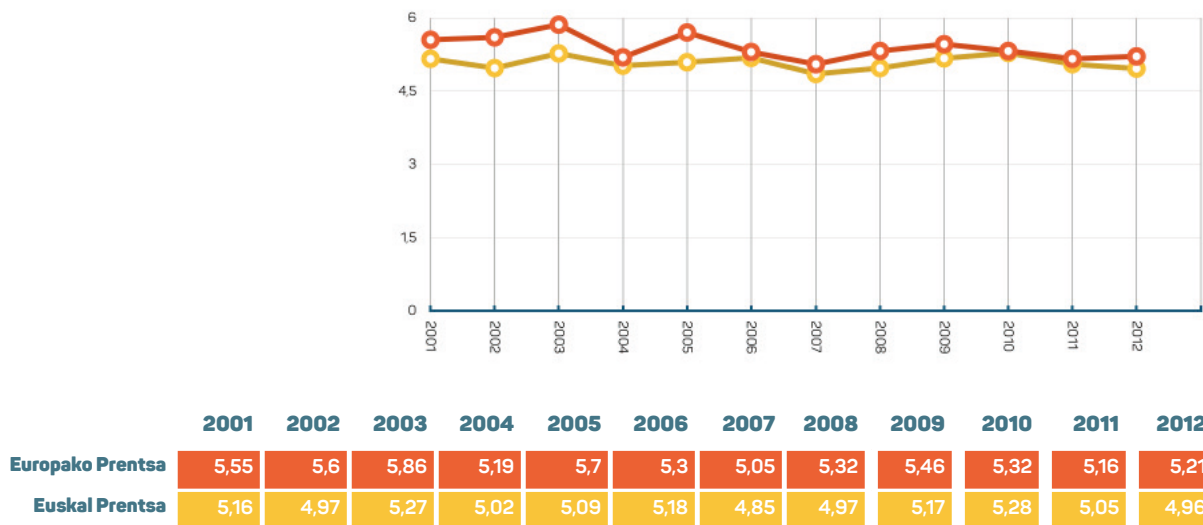
Iturria: HGH-CIES, 2013 eta CIES-TRA, 2013. HGH ikertaldeak landua.

4.2. Kalitateaz

Lehenik eta behin, argitaratzen diren aleei buruz, datu nahiko argigarri bat ekarri nahi dugu, aztergai hartu ditugun kazetetan (bost europarrak eta hiru euskaldunak), Euskal Herrikoak, europarren aldean, non kokatzen diren ikusteko: Europako egunkari txikiak, *Le Monde*, ia 300.000 ale argitaratzen ditu egunean; aldiz, *Argiak*, *Berriak* eta *Goienak*, hiruren artean, 50.000 ale kaleratzen dituzte (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015: 84).

Euskal agerkariak, bere txikitasunean, Europako prentsaren kalitate mailetatik oso gertu dabilzala ikusi da ikerketa honetan. Ikerketa diakronikoak erakutsi duenez, oro har, Europako eta Euskal Herriko prentsaren kalitateak behera egin du 2001-2012 ikerketa epean, eta jaitsiera nabarmenagoa da 2007tik aurrera. Euskal prentsa Europakoaren zertxobait azpitik azaltzen da ikertutako hamabi urteetan (batez beste, 32 ehunen azpitik): Euskal Herriko prentsaren kalitate-indizearen batez bestekoa 5,07 izan da, eta Europakoa, berriz, 5,39 (Aiestaran *et. al.*, 2014: 62).

Taulara 17. Europako prentsaren eta euskal prentsaren kalitatearen bilakaera (2002-2012)



Iturria. HGH.

Hiru euskal hedabideen azterketa diakronikoak kalitate-indize ezberdinak erakutsi ditu haien artean. Neurri batean, espero zitekeen hala izatea, izan ere, kazeta bakoitzak izaera eta ezaugarri bereziak baititu (kazeta europar botaldi handidunetatik oso bestelakoak). Erabilitako metodologia ere egokitzat jo zitekeen egunkari nazionalarentzat, baina ez da hala izan beste bi agerkiarentzat.

Azterketaren ondoren, *Berriaren* batez besteko kalitate-indizea 5,23ra iritsi da, eta egunerokoa izanik erabilitako metodologia neurri egin-dakoa da. Emaiza hori Europako *Le Monde* (5,16) eta *El Pais* (5,47) kazeten artean kokatuko litzateke. *Argiak* batez besteko 6,23ko balioa lortu du kalitatean. Informazio orokorreko astekaria izanik, gaiak sakonago lantzeko aukerak, eta, batez ere, formatu handiko albisteak soilik aztertu izanak ahalbidetu du erdietsitako balioa. Astean birritan plazaratzen den eta tokian tokiko informazioa ardatz duen *Goiena* agerkiaren kasua berezia da. Emaiza apalagoa (3,77) erakusten du.

Argi ikusi da informazio orokorreko egunkarietan aplikatzeko metodologia *Goienarekin* zurrin erabiltzea ez dela bideragarria. Hortaz, *Goiena* bezalako hedabideak aztertzeko, egokitzapen eta doikuntzak beharko lituzke erabilitako metodologiak (Aiestaran *et. al.*, 2014, 62-63). Nolanahi ere den, baliagarria izan da metodologia hau kazetarietara eta arduradunek lanbidearen gaineko erantzukizuna eta begirada zorrotzeko. Informazioen kalitatea neurtzeko erabili diren hiru parametroetatik (al-

bistearen hautaketa, albistearen lanketa eta gizarte ekarpena) gizarte ekarpenaren atalean gailendu dira euskal hedabideak. Atal horretan, euskal hedabideak europarrak baino 28 ehuneneko gorago agertzen dira. Esan daiteke, beraz, euskal hedabideetan egon badela joera aginteari eragiten dioten gaiak zorrotz samar lantzeko, eztabaida publikoa sustatzeko, pertsonen duintasuna bermatzeko, kultur aniztasuna agertzeko edota bazterketa soziala borrokatzeko. (Aiestaran *et. al.*, 2014, 63).

Kalitate-indizeak sailka aztertuz gero, ondoriozta daiteke euskal argitalpenen emaitzak Europako egunkarienak baino hobek direla, oro har. Taulari erreparatuta hiru multzotan bana daitezke emaitzak: batetik, Europako *FAZ* eta Euskal Herriko *Argia* eta *Berria* kazetek 5etik gorako kalifikazioak lortu dituzte sail guztietan. Bestetik, *EP*, *LM* eta *CDSk*, sekzioren batean, 5etik beherako balioak erdietsi dituzte. Azkenik, *FTk* eta *Goienak* 5etik beherako emaitzak dituzte atal gehienetan. Arestian aipatu bezala, erabilitako metodologia euskal prentsara doitu beharra ikusi da, are gehiago tokian tokiko agerkarietarako. (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015b: 97).

Taula 18. Egunkari eta aldizkarietako sailen batez besteko balioak (2001-2012).

TITULUA	POLITIKA	MUNDUA	EKONOMIA	GIZARTEA	KIROLAK	KULTURA
FAZ	6,41	6,18	6,1	5,43	5,98	5,88
EP	5,42	5,8	5,27	5,62	4,73	5,29
LM	5,84	5,48	5,27	5,75	4,32	4,78
CDS	5,15	5,53	4,76	6,12	5,28	4,95
FT	5,53	5,47	4,98	3,38	3,76	4,8
ARGIA	6,2	6,57	5,73	6,3	6,28	5,57
BERRIA	6,09	5,92	6,37	5,91	5,29	5,62
GOIENA	3,82		3,99	3,88	3,79	4,09

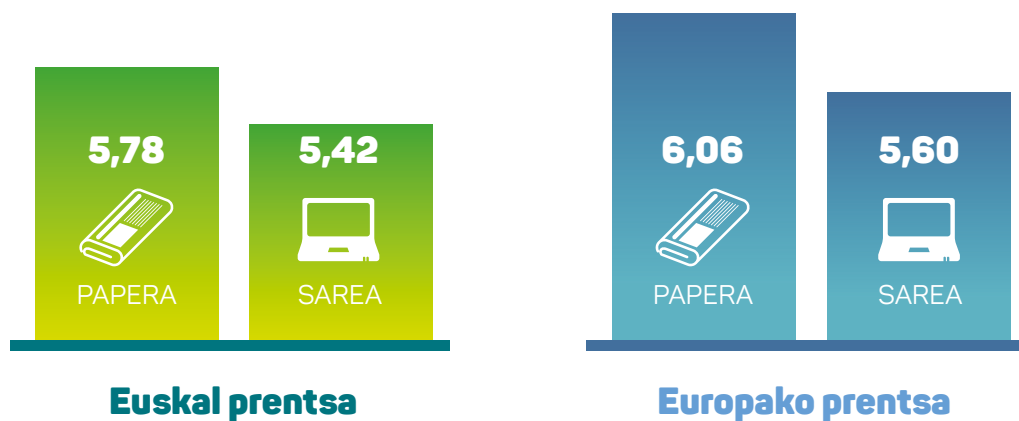
Iturria. HGH.

Ikerketa sinkronikoaren (2013ko sareko bertsioa eta inprimatutako edizioa) emaitzen arabera, suma daiteke edizio inprimatuaren kalitatea sarekoa baino hobea dela. Hots, papererako idatzitako notiziak, kalitatearen ikuspegitik, hobeto landuta daude, sarean zabaltzen dire-

nak baino. Europako ikerketan antzeko joera ikus daiteke: bi edizioen arteko tartea 0,36koa da euskal prentsan, eta Europako prentsan, 0,46koa. Hortaz, baliabide urriagoak izanda, euskal prentsa bere txikitasunean ez da gaizki moldatu jauzi teknologikoaren erronkei aurre egiteko (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015b: 118-119).

Datu horien arabera, baieztatu daiteke sarerako idazteak eskatzen duen erritmo azkarrak eta presak informazioaren kalitateari kalte egiten diola. Hortaz, azkartasunak eta bikaintasunak bat egitea zaila dirudi, berehalakotasuna eta sakontasuna uztartzea bezainbeste (Aiestaran *et. al.*, 2014: 62).

Grafiko 6. Paperekoaren eta sarekoaren batez bestekoen arteko alderaketa (2013).



Iturria. HGH

Kazetarien ustetan, medio tradizionalak digitalek baino hobeto bermatzen dute informazio eskubidea. Erabiltzaileek, ordea, digitalen alde egiten dute. Informazioaren kalitatean era askotako faktoreek eragiten dute: batzuk profesional hutsak dira, baina badira beste batzuk lanbidetik haragokoak ere. Horien artean, kanpotik datozen mehatxuak dira. Hala, bai profesionalen bai erabiltzaileen iritziz, hedabideen adierazpen askatasuna, gehienbat, honako eragileek baldintzatzen dute: *Lobby* politiko, sozial eta ekonomikoek, gobernuek, multinazionalak, bankuek eta alderdi politikoek (Agirre *et. al.*, 2015).

4.3. Krisitik irteteko, kazetariei galdezka

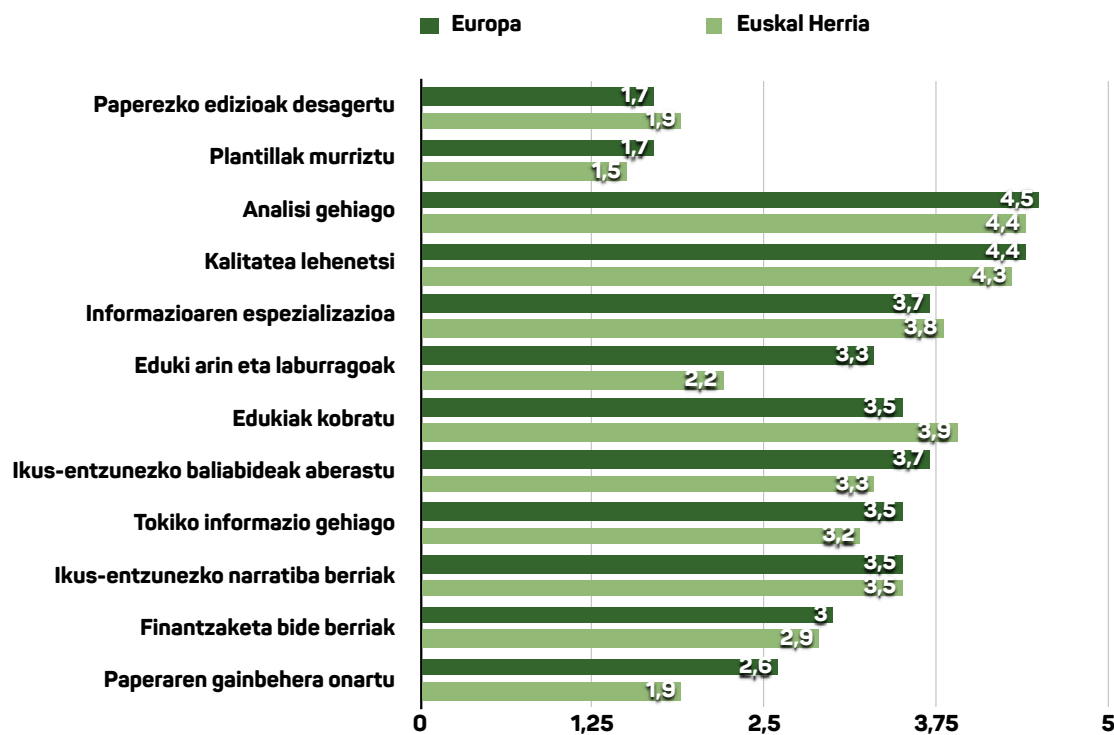
Egungo krisi egoeratik irteteko hiru giltzarri aipatzen dituzte galde-tegiari erantzundako profesionalak: kalitatea, berrikuntza eta prestakuntza. Horiexek izango dira, kazetari profesionalen ustez, kazetari-tzak aurrera egiteko modua bermatuko duten gakoak. Horretan bat datoz Europako zein Euskal Herriko kazetariak. (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015b: 182).

Hala ere, Euskal Herriko kazetariak europarrek baino kritikoago begiratu diete kazetaritzaren zenbait arlori: kode etiko eta deontologikoen ahultzea, lan-baldintzen okertzea, sentsazionalismorako joeren indartzea edota konbergentzia digitalaren gauzatzea lanbidearen galbiderako izan dira, haien ustez (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015a: 40).

Profesionalen ustez, kalitatea nagusitu behar da, eta horretarako, honako jarraibide hauek inplementatzea proposatzen dute: analisi gehiago sartzea, informazio espezializatuagoak, ikus-entzunezko baliabide gehiago erabiltzea, tokiko informazioa gehitzea, narratiba berriak esploratzea eta finantzaketa-bide berriak topatzea. Guztiak edukiei prezioa jartzearen alde egon arren, aldeak daude kazetari europar eta euskaldunen artean, etorkizuneko edukiak nolakoak izango diren definitzeko orduan. Arinagoak eta laburragoak izan behar dutela irizten diote europarrek; euskal profesionalek, aldiz, ez. Edonola ere, gehientsuenek ez dute uste paperaren gainbehera onartu behar denik, ezta komunikabideetako lan-taldeak gehiago murriztu behar direnik ere (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015b: 182).

Grafiko 7. Krisia gainditzeko gakoak.

5= Garrantzi handia, 1= Inolako garrantzirik ez



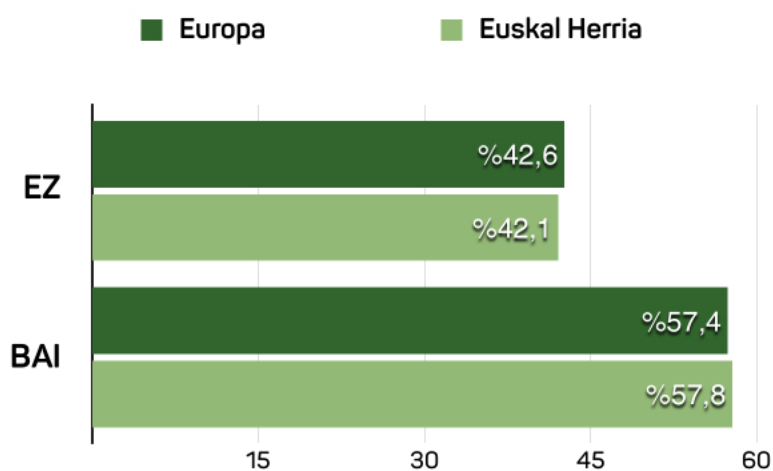
Iturria: TRA, CIES, HGH. HGH ikertaldeak landua.

Gaur egun hartzailak azkartasuna eskatzen dio informazioari. Zer ger-

tatu da kalitatearekin eta egiazkotasunarekin? Hiru kontzeptu horien bateragarritasunari buruz galdetu zitzaien profesionali. Bateragarritasun hori posible dela uste duten kazetariak gehiago dira, izan; hots, haien aburuz, kalitate-azkartasun-egiazkotasun hirukoa bat etortzea posible da, baina zilegi bezain zailegi ere gertatzen dela onartzen dute (Ramirez de la Piscina et. al., 2015b: 190).

Horri buruz baiezeko iritzia inkestatu honen hitzetan laburbil daiteke: *Teknologia berriek eta sare sozialek etengabeko kontrastea ahalbidetu dute eta ahalezko egin dute hirutasun hori*. Ezezaren aldekoen pentsaera, ordea, inkestari erantzun zion beste protagonista honek jasotzen du: *Ez da posible hirutasun hori; informazioak zorrotasuna behar du ezinbestean eta hori ezin da momentuan lortu. Denbora behar da* (Ramirez de la Piscina et. al., 2015b: 191).

Grafiko 8. Kalitatea, azkartasuna eta egiazkotasuna bateragarriak al dira?



Iturria: ICA, CES, ICA. ICA eta ICA.

4.4. Etorkizunaz

Europako zein Euskal Herriko profesionalak nahiko kritiko dira etorkizunarekiko. Euskal kazetariak argi dute paperean argitaratzen den prentsa ez dela desagertuko, baina birmoldaketa ezinbestekoa dela adierazten dute. Birmoldaketa beharrari dagokionez, bat egiten dute erabiltzeek ere (Agirre *et. al.*, 2015).

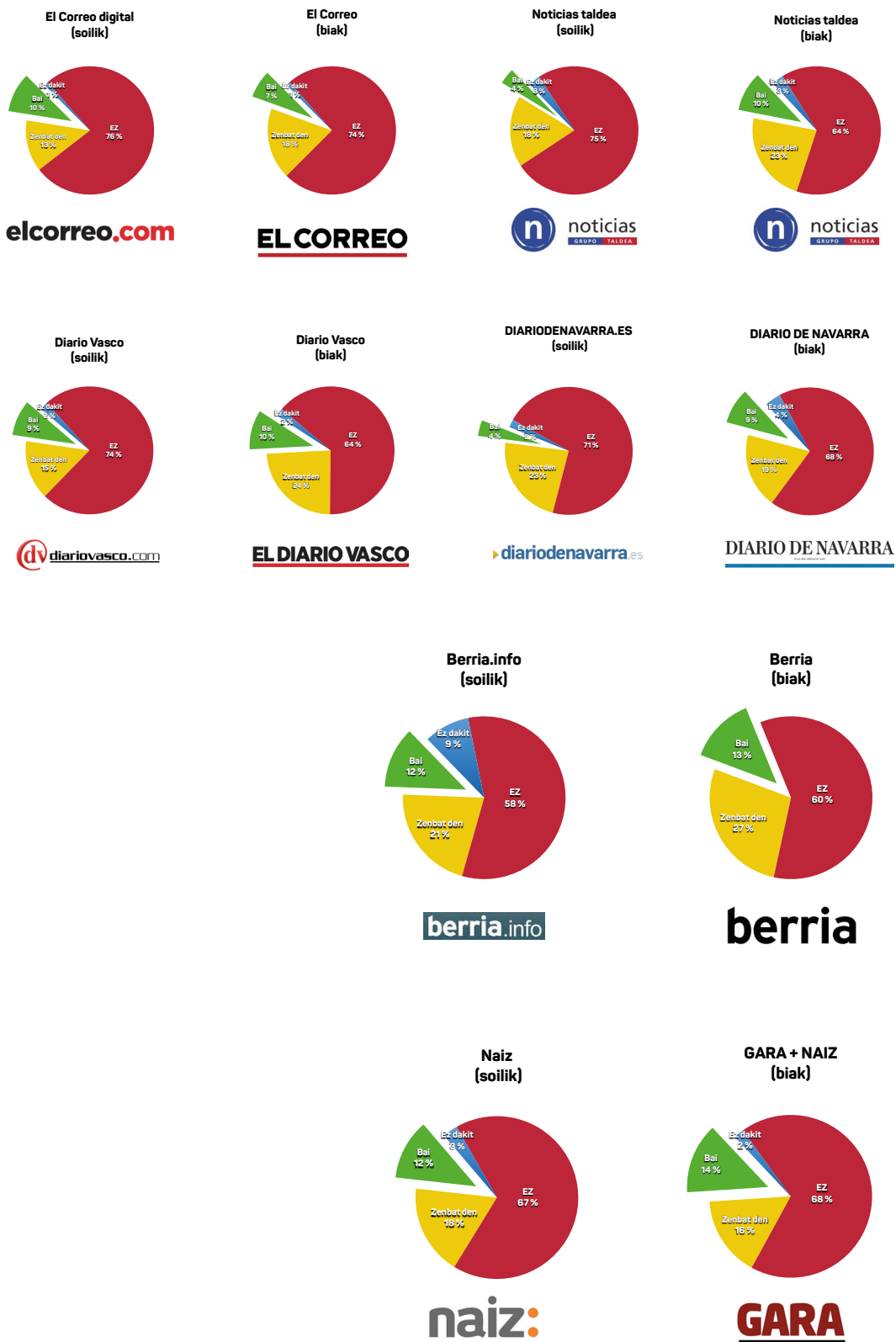
Euskal Herriko eta Europako profesionalen iritziz, sareko informazioa hobetu egingo da etorkizunean. Hobekuntza hori, profesionalen esanetan, interaktiboagoa eta sakonagoa izango delako gertatuko da, batik bat (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015a: 40).

Edukiak ordaintzeko formula Euskal Herrian Europan baino arrotzagoa bada ere, handiagoa da erabiltzaileen ordaintzeko prestasuna, oro har. Halaber, Euskal Herriko erabiltzaileek fideltasun maila altuagoa erakusten dute egunkari gogoenarekiko, Europako irakurleek baino (Agirre *et. al.*, 2015).

Informazioaren munduan, kobratzearen aukera, hautua baino gehiago beharra da. Gaur egun, ordainpeko prentsa digitala egia bilakatua da. Kontua da zehaztea kalitatezko edukiak zeintzuk diren eta no-rentzat diren eskuragarri informazio horiek (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015a: 40). Profesionalek ondo ikusten dute kalitatezko edukien-gandik kobratzea; erabiltzaileek, berriz, ez. HGH ikerketa taldeak egin zituen inkesta analitikoaren emaitzek argi eta garbi adierazten zuten erabiltzaileak ez zeudela informazioa ordaintzeko prest (EHkoen %7 eta europarren %4 bakarrik agertu ziren aldeko). Edukiei prezioa jarritan prest egongo liratekeen galdetuta, erabiltzaileen kopurua bospasei aldiz handiagoa da (EHkoen %29 eta Europako %35) (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015b: 161).

Dena dela, CIESe 2013ko bere ohiko bigarren neurketan —soilik Nafarroako eta EAeko irakurleak hartuta, 1.944 elkarrizketa guztira—, zein egunkaritako edukiak ordainduko lituzketen galdetu zuen, eta azpimarratzeko emaitza hauxe izan zen: *Berrria* da galdetutako egunkari guztietan euskara hutsez den bakarra, baina kazeta horren edukiak ordaintzeko egingo lukete irakurleek ahalegin handiena. Ondoren dator *Gara*. (Ramirez de la Piscina *et. al.*, 2015b: 162).

Grafiko 9. Hegoaldeko irakurleak egunkaria ordaintzeko prest, kazeta tipologiaren arabera.



5. Aurrera begira, zer?

Informazioak gainezka egiten digun munduan bizi gara, baina dena ez da kazetaritzaren argipean landutakoa. Kazetaritzak, aurrera egingo badu, kalitatearen bermea izan beharko du; bestela ez da kazetaritza izango. Kazetaritzak profesional bikainak behar ditu, albisteak ondo landuko dituztenak: informazioa behar bezala kontrastatu, idazkera-kontakizunak egoki zaindu eta askatasun betean ariko direnak, presiorik eta mehatxurik onartu gabe. Horretarako, oinarritzak da kazetariak lan baldintza duinak izatea. Gizarteari zerbitzu emateko lanbidean aritzen baitira, gizarteari dagokio kazetariak babestea eta haientzako bermeak exijitzea. Teknologiaren lilurak eta bizimodu presatuak on baino kalte gehiago egin ohi diote kazetaritzari: lana patxadaz eta erantzukizunez egingo duten kazetariak eutsiko diote lanbideari.

Lan honetan, eta hau idazteko oinarritu garen aurrekoetan, nahiko ondo marraztuta utzi ditugu zein diren kalitatea iristeko baldintzak eta faktoreak. Euskal hedabideei dagokienez, profesionalei eta hedabideei dagozkien faktore horiekin batera, euskarazkoak izatea dute berekin: ez gehiago, ez gutxiago; baina kalitateaz ari garela, kazetaritzan, ifrentzua eta aurkia dira hizkuntza eta mezua: txanpon bereko bi aldeak.

Unibertsitateak ezin du gizarteko fenomenoetatik at egon, ezin du haiei bizkar emanda aritu. Ikerketa honen ondoren, euskal kazetei egokitutako metodologia lantzeari ekitea dagokio HGH taldeari. Europako kazeta handiak aztertzeke balio izan duen metodoa euskal hedabideen tamaina askotarikoei doitzea izango da hurrengo urratsa.

6. Erabilitako bibliografia

- AGIRRE, A.; AIESTARAN, A.; ZABALONDO, B. eta RAMIREZ DE LA PISCINA, Tx. (2015). «Euskal Herriko eta Europako kazetari eta prentsa irakurleak lanbidearen geroari begira», In: *Zer*, 39. (in press).
- AIESTARAN, A.; ZABALONDO, B.; AGIRRE A.; RAMIREZ DE LA PISCINA, Tx.; Gz. GOROSARRI, M. (2014). «Kalitate-indizeak euskarazko kazetaritzan», In: *Uztaro* 91, 41-64 or.
- RAMIREZ DE LA PISCINA, Tx.; AIESTARAN, A.; ZABALONDO, B. eta AGIRRE, A. (2015a). «Kazetaritzaren garabideak: kalitatea, berrikuntza eta prestakuntza», In: *Uztaro*, 93, 19-42 or.
- RAMIREZ DE LA PISCINA, Tx.; AIESTARAN, A.; AGIRRE, A. eta ZABALONDO, B. (2015b). *Kalitatezko kazetaritza. Ba al dago etorkizunik*. Leioa: UPV/EHUko Argitalpen Zerbitzua.

7. Euskal Komunikazioaren gaineko bibliografiaren erretratua

Patxi Azpillaga

NOR Ikerketa Taldea (UPV/EHU)

Euskal Komunikazioaren eremuan ikertzeko, eragiteko, jarduteko eta aurrera egiteko gure parametro, metrika, diskurtso, kontzeptu, galdera eta bide propioak asmatu, landu, sendotu eta egin beharra aldarrikatu genuen 2014an UEUrekin lankidetzan HEKIMENek, EHUK, DUK eta MUK antolatu genuen jardunaldian. Horixe da, hain zuzen ere, lau entitateok elkarrekin abiatu dugun Behategi egitasmoaren funtsa eta helburua.

Baina aurrera egiteko komeni da baita atzera begiratzea ere, nondik gatozen gogoratu, egindako bidea aintzat hartu, idatzitakoa errebisatu, esandakoak berrikusi eta jada landutakoa aztertu. Hartara hobeto zehaztuko baitira, seguruenik, aurrera begira ditugun erronkak eta ekinbideak. Izan ere irudipena daukagu hainbatetan ez duela behar bezala funtzionatu ikerketen, ezagutzen eta esperientzien transferentziak eta trukeak, ez eremu akademikoaren baitan ezta haren eta mundu profesional zein instituzionalaren artean ere.

Garatu dira kontzeptuak eta diskurtsoak hainbat gairen inguruan, hala komunikazio eremuaz, komunikazio sistemaren edo sistemen egiturez, komunikazioaren arauketaz nola komunikabideen zereginaz hizkuntzaren berreskurapenean eta garapenean. Egin dira baita teknologia berrien eta digitalizazioaren eraginez datozen aldaketa eta aukeren gaineko azterketak ere. Baina gero haien oso parte txikiak dira benetan trukatu eta elkarrekin eztabaidatu ditugunak, nolabaiteko ezagutza aitortu eta partekatua, ez dut esango adostua, sortarazi dutenak.

Zeresanik du horretan, seguruenik, komunikazioa bera konfrontazio ideologikoaren eremua izateak, gizarte, politika eta herrigintzaren gaineko ikuskera ezberdinek gurutzatua. Baina baita mundu akademikoaren baitako berezko dinamikak ere, ikertzaileak eta irakasleak kurrikulumagatik lasterketa zoro batean kateatzen dituenak, norbakoak eta taldeak bakoitza berean murgilduta, ondokoek egiten dutenari kasu gehiegi egin gabe.

Justu horregatik iruditu zaigu produkzio hura guztia batu eta sailkatzeko ahalegina egitea merezi duela iruditu zaigu, ikusteko benetan hor dagoena eta, batez ere, zer ez dagoen, datozen urteetako ikerkuntza bideratze aldera. Eta, lehen begiratuan irudi zezakeena baino komunikazioaren eta euskal komunikazioaren gaineko produkzio kontzeptual eta diskurtsibo handiagoa dagoela ikusiko badugu ere, bai kopuruan bai esanguran, ohartuko gara ere, beste alde batetik, desoreka eta hutsune ikaragarriak daudela oraindik ikerkuntza gaien antolamenduan, arlo batzuk behin eta berriro aztertu diren bezala, beste eremu asko ia urratzen hasi gabeak baititugu oraindik. Hori da, adibidez, komunikazioaren kontsumoaren eta audientziaren kasua, edota publizitatea bezalako arlo garrantzitsuarena ere, zeinak oso modu azalekoan eta partzialean aztertu baitira orain artean, euskal ikuspuntutik behintzat.

Lantxo honen helburua da beraz, orain arte Euskal Herrian euskal komunikazioaz, testuinguru akademiko, instituzional eta profesionalean idatzitakoari erreposoa eman eta haren gaineko irakurketa kritikoa egitea. Hemen aurkezten dena ez da bibliografia oso bat, hurbilpen bat baizik eta haren sailkapen eta historiografia saioa. Bibliografia osoa

beste modu baten aurkeztuko da, internet bidez guztiontzat eskuragarri egingo dena laster.

Hartara, honako hurbilpen hau kartografia oso bat baino mapa orokorra da, derrigorrez lausoa. Iruzkinek, berriz ikerkuntzan eta eztabaidan izan diren mugarriak gogoratu eta erabili diren lan eta kontzeptu nagusiak marraztea du helburu.

1. Ikerketa esparrua

Esan bezala, euskal komunikazioaren inguruko bibliografia batzen hasita deigarria suertatu zaigun lehen gauza ikerkuntzaren tamaina bera izan da. Izan ere, erreferentzia bibliografikoak, artikulak, liburuak, txostenak eta zatiak hartuta, 400-etik gora zenbatu baititugu, hori bai luzera eta kalitate ezberdinekoak.

Azterketa honetan euskaraz diharduten hedabideak, haien egitura eta lana aztertzen duten ikerketak eta lanak hartu dira aintzat, berdin zaiolarik zein hizkuntzatan izan diren idatziak, euskaraz, gazteleraz edo beste hizkuntzaren batean.

Euskal hedabideak, euskal komunikazio eremua, euskara hutsezko komunikazio prozesuak poliki-poliki joan dira eratzen ikerketa arlo bereizgarri eta autonomo bezala. Gizartean, komunikaziogintzan, euskara pisua irabazten joan den neurrian joan da eremu hura ere ikerkuntzan ere gauzatzen.

Bestalde, gure herriko komunikazio egituren komunikazio plano eta maila ezberdinak (geografikoak, politikoak, idomatikoak,...) teilakatzen dira eta zaila da beti haien arteko bereizketa argia eta garbia egitea. Horregatik nahastuak ditugu gehienetan arloak eta euskal komunikazioaren azterketa ere beste kontzeptu eta eremuekin gurutzatuta agertzen zaigu askotan, batez ere hastapenetan.

2. Dozentziarako materialak

Irakaskuntzari lotutako euskarazko materialak izan ziren lehenak euskal komunikazioa modu berezitan aintzat hartu zutenak. Kazetaritza ikasketak 80etan euskalduntzen hasita poliki-poliki sortu ziren euskarazko komunikazioa ere aintzat hartuko zuten lanak. Ez, seguruenik, Jexux Mari Zalakainek⁴⁰ bere garaian salatu zuen legez, behar adinako abiadurarekin, ia 2000 urtean geundela hogei urte ederki betetako Leioako Kazetaritza Fakultateko euskal adarra oraindik testu-liburu eskasia gorrian bizi baitzen.

Jarduera akademiko eta profesionalera bideratutako materialak ziren haiek, kazetaritza ofizioa ardatz hartuta, idazkuntzan eta idazkeran zentratuak, ikerkuntzakoak baino. Gehiago arduratuak, hasiera batean behintzat, kazetaritzaren parametroak euskarara hurbiltzeagatik, pixkanaka-pixkanaka joango dira euskal erreferentziak historikoak ere bereganatzen eta euskarazko kazetaritza jarduna hedatu ahala, hura ere modu normalean dozentziarako materialen ardatz bihurtzen.

Ondorengo sailkapen honetan kokatu ditugu, ordutik hona argitaratutako honako liburuak:

- Javier Díaz Noci, Kazetaritza-Idazkuntzarako eskuliburua: informazio- generoak. Bilbo: Euskal Herriko Unibertsitatea, 1995.
- Iñaki Zabaleta, Komunikazioaren Ikerkuntzarako metodologia: metodo enpirikoak eta interpretatzaileak. Bilbo: Udako Euskal Unibertsitatea, 1997
- Jose Inazio Basterretxea, Komunikazioaren eta informazioaren oinarriak, Bilbo, Udako Euskal Unibertsitatea, 1997.
- Jose Inazio Basterretxea, Marian González Abrisketa, Semiotika eta masa-komunikazioa: panorama europarra, Bilbao, Udako Euskal Unibertsitatea, 1997.
- Txema Ramirez, Kazetari-lana Euskal Herrian: interpretaziorako eta espezializaziorako abiadurak. Bilbo: Udako Euskal Unibertsitatea, 1998.
- Jose Ignacio Armentia, Jose María Caminos, Gorka J. Palazio, Kazetaritzaren hasi-masiak, EHUren Argitalpen Zerbitzua, Leioa, 2000.
- Arantza Gutierrez, Irratirako idazketa eta gidoigintza, Bilbo, UEU, 2000
- Gorka J. Palazio, Irratibidearen barrunbean zehar, Bilbo, UEU, 2000.
- Diaz Noci, J., Meso, K, Kazetaritza elektronikoa multimedia, Donostia, EHU, 2000.
- Arantza Gutierrez, Ekoizpena eta errealizazioa irratan, Bilbo, UEU, 2001.
- Arantza Gutierrez, Euskal Irratigintzaren Historia, Bilbo, UEU, 2002.
- Jose Inazio Basterretxea Polo, Kultura-aniztasuna eta gizarte-komunikazioa, Bilbo, UEU, 2002.

40 Jexux Mari Zalakain, Liburu aipamena: Kazetaritza-lana Euskal herrian, Uztaro, 26, 1998

- Iñaki Zabaleta, Ikus-entzunezko informazioaren teknologia, Bilbo, UEU, 2002.
- Edorta Arana, Programaziogintza irrati-telebistan, Bilbo, UEU, 2004.
- Maria Gonzalez Gorosarri, Komunikazio-entresa: kalitatea, helburu eta xede, Bilbo, UEU, 2012.
- Alazne Aiestaran Yarza, Jose Inazio Basterretxea Polo, Jose Mari Pastor Gonzalez, Kazeta-idazkera: arauak eta estiloa hitzen jokoan, Bilbo, UEU, 2013.

Urteak joan dira Zalakainek egindako aipatu iruzkin hartatik eta orduan salatzen zuen argitalpen eskasiak eta planifikazio ezak bere horretan jarraitzen duela erraz ikus daiteke.

3. Lan historiografiak

Bigarren sailkapen batean bereiz daitezke euskal kazetagitzairen historia idazten saiatu direnak. Material hauetan jasotzen da lehenengo aldiz euskarazko komunikazioa ikerkuntza eta dibulgazioa gai berezitu bezala.

- Javier Díaz Noci, Euskarazko aldizkari, egutegi eta almanaken errolda (1834-1959), Donostia, Eusko Ikaskuntza, 1994.
- Javier Díaz Noci, Euskal informazio-kazetaritza abertzalea: Euzkadi eta Euzko (1913-1934), Uztaro 15, 1995.
- Muxika, J.M. , Euskaraz idatzitako aldizkarien errolda: 1960-1999. Mediatika, 11, 9-110. Eusko Ikaskuntza, 2002.
- Javier Díaz Noci, Sociedad y medios de comunicación en lengua vasca en el período de entreguerras (1919-1937) , Anales de Historia Contemporánea, 11, Murziako Unibertsitatea, 1995.
- Javier Díaz Noci, Historia del periodismo vasco 1600-2010, Mediatika, 13, Eusko Ikaskuntza, Donostia, 2012.

4. Euskal hedabideen egituraren azterketak

Euskal Herriko edo, hobeto esanda, Euskadiko Komunikabideen egiturazko azterketen barnean, haien atal eta osagarri gisa agertzen zaizkigu lehenik eta behin euskal hedabideen egituren gaineko lanak. Lan oso partzialak dira horregatik bai beren dimentsio geografikoan, baita haien sakontasunaren ikuspuntutik begiratuta ere.

- Ramón Zallo, *Industrias y Políticas Culturales en el País Vasco*, Bilbao, UPV/EHU, 1995.
- Ramón Zallo, Joxerra Garzia, Petxo Idoyaga, *Espacio comunicativo y cultural en el País Vasco: identidades culturales, euskera y opinión pública*, in, *Democracia, Cultura y cohesión social en Euskal Herria*, Manu Robles Arangiz Institutua, Bilbo, 1999.
- Patxi Azpillaga, Juan Carlos de Miguel, Ramón Zallo, *Komunikabideak Hemen*, Alberdania, Donostia, 2002.

Azken urteotan berriz, euskal hedabideen gaineko berezko zenbait azterketa atera dira, oso denbora gutxian, tamalez oso antzekoak eta borondate batez ere dibulгатiboarekin analitikoarekin baino.

- Edorta Arana, Josu Amezaga, Patxi Azpillaga, *Euskarazko Hedabideak/Mass media in the basque Language/Les medias basques/Los medios de comunicación en euskara*, Leioa, UPV/EHU, 2008.
- Lierni Alkorta, Aitor Zuberogitia, *Masa-komunikaziotik Informazioaren Gizartera*. Bilbo: UEU. 2009.
- Garabide Elkartea, *Hedabideak, Euskararen berreskuratzea III*, Eskoriatza 2010

5. Jardunaldiak eta Kongresuak:

- I Jornadas sobre el Espacio Comunicativo Vasco, EKHE, 2002.
- Euskarazko Kazetaritzaren I Kongresua 2004.
- Argitalpena: *Kazetaritza euskaraz: oraina eta geroa*, UPV/EHU, Leioa 2005.

Euskal komunikazio eremuaren kontzeptua Ramon Zallok ekarri zuen lehenengo aldiz Euskal Herrira bere komunikabideen egituraren gaineko azterlanetan. Han ordea Gifreu ⁴¹ ikerlari katalanak eranstean zion dimentsio linguistikoa baino, dimentsio politikoa lehenetsi zuen Zallok,

41 Josep Gifreu, *El català a l'espai de comunicació. Els procés de normalització de la llengua als media (1976-2013)*

euskal kulturaren definizio ustez ireki eta integratzaile baten izenean, aintzat hartu beharko zukeena Euskal Herriko gizartearen aniztasuna. Ukatu gabe hizkuntzak, euskarak alegia, betetzen duen papera euskal identitatearen eraketan ez zuen ordea onartzen hura bihurtzerik ardatz bakar edo nagusian. Euskaingintzatik eta euskarazko hedabideen sektoretik ordea, beste ikuspuntu bat proposatzen da, euskal kalifikatiboa berea egiten duena eta euskararena propioa bezala definitzen duena. Hor planteatzen da eztabaida bi motako jardunaldietan gauzatu zena.

Egin egunkariaren inguruetatik eta irizpide batez ere politikoa jarraituz proposatzen da berezko komunikazio eremua eraiki beharra Estatua eta komunikazio globalaren aurrean, horretarako berezko hedabideak sortu eta Euskadiko sektorea indartu beharra aldarrikatuz I Jornadas sobre el espacio Comunicativo Vasco hartan, gerora segida izan ez zutenak.

Unibertsitateko hainbat irakaslek eta euskal hedabideek aldiz, hizkuntzaren ardatza proposatu zuten eta haren inguruan eratu zen Euskarazko Kazetaritzaren I Kongresua non jada euskal komunikazio eremua proposatuko den euskarazko komunikabideen jardunari erreferentzia egiteko.

Jose Inazio Basterretxea eta Aitor Zuberogoitia irakasleen eta Mikel irizarren ildo horretako ekarpen teorikoen ondotik euskarazko hedabideen problematika sektorialak eta profesionalak aztertu ziren kongresu horretan, euskal komunikazioaren ikuspegi orokor eta integratzailea eskainiz lehenbiziko aldiz. Agerian geratzen dira, baita, ikerkuntzaren, ezagutzaren eta informazioaren gabeziak euskal komunikazioaren hainbat atalen gainean: ekonomia, publizitatea...

6. Euskara eta komunikabideak

- Hizkuntza Politikako Sailburuordetza, Euskara hedabideetan: euskarazko hedabideak eta euskararen presentzia hedabideetan, Gasteiz, 2008.
- BAT soziolinguistika aldizkaria, 2008, 68. alea: euskara plangintza eta hedabideak.

Lan hauetan euskara hedabideetan sustatzeko lehenetsi beharreko estrategiak aztertzen dira. Hizkuntz Politikarako Sailburuordetzaren txostenak hainbat adituren txosten jantziak jasotzen ditu helburu duelarik hain zuzen ere zehaztea hizkuntz politikako irizpidean euskararen presentzia hedabideetan eta haien kontsumoa handitzeko.

7. Tokiko hedabideak

Tokiko hedabideen gainean produkzio akademiko ugari sortu da azken urteotan. Arrasate Press ekimen arrakastatsuen ildotik hedabide lokalak irudikatu ziren euskara komunikazioan txertatzeko tresna indartsu eta eraginkor moduan, euskal komunikazio eremuaren motoreetako bat eta hortik hedabideen ugaritzea eta baita haien gaineko interesa piztea ere.

Funtsezkoak izan ziren horretan, AEDk hasieran, eta Topaguneak azkenean, antolatu zituen jardunaldiak, bai eta handik sortutako materialak ere, funtzio batez ere dibulгатiboa izan zutenak. Haien atzetik, haien ondoan, tesi, artikulua eta txosten ugari etorri da ikuspegi orokorrak zein sektorialak eskaintzen dituztenak.

- AED-k antolatzen ditu Prentsa lokalaren I jardunaldiak, 1991an.
- Herri Komunikabideei buruzko II Jardunaldiak 1993.
- Herri Komunikabideei buruzko III Jardunaldiak 1998.
- Goio Arana eta Joxe Aranzabal, Tokiko hedabideen gaineko bibliografia: <http://sustatu.eus/1385831838>
- Asier Aranguren, Euskarazko komunikabide lokalak Euskal Herrian. [Doktorego-tesia]. Bilbo: EHU/UPV, 1999.
- Mikel Irizar, Goiena esperientzia, 2001.
- Idoia Camacho, Herri aldizkarien funtzioa euskara normaltzeko prozesuan (1989-1999). Bilbo: EHU/UPV, 2002.
- Alazne Aiestaran, Deba Barreneko euskarazko komunikazio sistema: tokian tokiko aldizkarien kazetaritza-genero eta gaien analisisia 2000-2004 bitartean (eta Kitto, Pil-pilean, Barren, Berriketari, Kalaputxi eta Drogeteniturrri). [Doktorego-tesia]. Bilbo: EHU/UPV, 2009.
- Leire Gómez, Análisis prospectivo de un modelo de proximidad: la televisión local en la comunidad autónoma vasca ante la llegada de la TDT, Tesis 2011.
- Irigoienazpikoa: hizkuntza ez-hegemoniko edo maila ertainekoak hedabideetan eta IKTetan, Andoaingo Udala, 2011.
- Telebista lokalen panorama Euskal Herrian.
- Edorta Arana, Patxi Azpillaga eta Beatriz Narbaiza, ZER, 15, 81-98, 2002
- Tokian tokiko telebistagintzaren programazioa, ordainsariak eta erronkak.
- Edorta Arana, Patxi Azpillaga eta Beatriz Narbaiz, UZTARO, 46, 61-80, 2003
- Amaia Nerekan, Tokiko telebistagintzaren digitalizazioa EAEn: Hamaika Telebistaren sorreraren azterketa, 2012
- Eneko Bidegain, Aitor Zuberogoitia, Txema Egaña, Euskarazko tokiko hedabideen erradiografia. In: Euskal Hedabideen etxea, tokikoen ikuspegitik, 2013.

Aipatzekoa da Mikel Irizarrek aipatu Euskal Hedabideen etxean proposatzen duen euskal hedabideen ikuspegi holistikoa hedabide nazionalak eta tokikoak etxe bereko maila ezberdinak bezala irudikatuz.

Jada Euskarazko Kazetaritzaren I kongresuan aipatzen zuen eremu-
tik/esparrutik egiturara/elkarlanera igaro beharra eta oraingo honetan,
berriz, oso egitura zehatza aipatzen du: etxea. Irudi erakargarri eta in-
dartsua zinez, nahiz eta, agian, organikoegia.

8. Hizkuntza gutxituak eta komunikabideak

- Javier Díaz Noci (koord.), Kazetaritza hizkuntza minorizatueta: Espainiako kasua, Leioa, UPV/EHU, 2009.
- Iñaki Zabaleta, Carme Ferre-Cavia, Arantza Gutierrez, Itxaso Fernandez, Nikolas Xamardo, European minority language media and journalism: Framing their marginal reality, International Communication Gazette, 2014.
- Iñaki Zabaleta, Carme Ferre-Cavia, Arantza Gutierrez, Itxaso Fernandez, Nikolas Xamardo, Los medios de difusión de las lenguas minorizadas en la Unión Europea: las distintas situaciones, distribuciones y velocidades de desarrollo, 2014.

Europako hizkuntza gutxituen komunikabideen azterketa konpara-
tuak egiten dihardute UPV/EHUko HEKA taldekoak, irizpide ezber-
dinen arabera: hedabideen izaera, lan baldintzak, finantzaketa,... Hor,
gainera Euskal Herriko komunikabideen egiturazko ezagutza garran-
tzitsua dago.

9. Komunikazio eremua eta identitatea:

- Edorta Arana, Gizartearen eta nazioaren errepresentazioa telebistako albistegietan, Tesia, UPV/EHU, 1995.
- NOR ikerketa taldea, Hedabideak eta Euskal Herria, UEU, Bilbo, 2000.
- Koldo Diaz Bizkarguenaga, Faceguk: Euskal identitatearen eraikuntza soziala etnografia digitaletik aztertua, Tesia, UPV/EHU, 2014.

Hizkuntza ez da ardatza azterketa hauetan, nortasuna baizik. Nolako identitateak eraikitzen dituzte hedabideek, zer nolako Euskal Herriko irudia eraikitzen dute? Lan ildo beretik kokatzen da Bizkarguenagaren lana: zer nolako estrategiak jarraitzen dituzte gazteek euren euskal identitatea eratzeko egungo sareetan?

Bada hemen "cultural studies" eskolaren ildotik gorpuzten ari den le-
rro interesgarria lotura estuak dituen baita musikagintzaren inguruan
Josu Amezagak, eta Ion Andoni del Amok garatutako bideekin ere.

10. Audientziak

- Tokikoen audientzia ikerketak Aztikerrek eginak
- HEHOBIA deialdia: 12 azterketa 2007-2011 bitartean.
- Alazne Aiestaran, Euskarazko herri-prentsaren irakurleen profila aztergai, Uztaro 74, 2010.
- Amaia Pavón, Nerabearen eta lagun-taldearen ikus-entzunezkoen kontsumoa 2011an: Gipuzkoako azterketa, MU, 2014.
- Xabier Landabidea, Belaunaldien telebistarekiko aisiazko harremanak:
- Bizkaiko lau adin-talderen kasu azterketa., Doktorego tesia, Deustuko Unibertsitatea, 2013.
- Uxo Anduaga, Koldo Diaz Bizkarguenaga, Hamaika Telebista «atsegin dut»: Facebook-eko jarraitzaileen profil eta telebista-gustuen online azterketa, Uztaro, 88, 2014.

Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Politikako Sailburuordetzak zenbait azterketa sustatu ditu neurtzeko tokiko hedabideen ezagutza eta irismena herrietako biztanleen artean. Datu esanguratsuak zeinen gainean ezagutza kuantitatibo bat eraikitzen has daitekeen, baina oso partzialak oraindik. Pavonek eta Landabideak audientzien azterketako bide kualitatiboak hobesten dituzte kuantitatiboan ondoan.

11. Kalitatea

- Maria Gonzalez de Gorosarri, Euskarazko tokiko hedabideen kalitatea, Uztaro 59, 2006.
- Maria Gonzalez de Gorosarri, ALBISTEEN KALITATEA: Euskadi Irratia, Etb1 eta Euskaldunon Egunkaria/Berria, Tesia, 2011.
- Alazne Aiestaran, Beatriz Zabalondo, Antxoka Agirre, Txema Ramirez, Maria Gonzalez, Kalitate-indizeak euskarazko kazetaritzan, Uztaro, 91, 2014.
- Txema Ramirez, Alazne Aiestaran, Beatriz Zabalondo, Antxoka Agirre, Kazetaritzaren garabideak: Kalitatea, berrikuntza eta prestakuntza, Uztaro, 93, 2015.
- Txema Ramirez, Alazne Aiestaran, Beatriz Zabalondo, Antxoka Agirre, Kalitatezko Kazetaritza. Ba al dago etorkizunik? Erreferentziatzko prentsaren etorkizuna Euskal Herrian eta Europan, UPV/EHU Argitalpen Zerbitzua, Leioa, 2015.

Kalitatearen azterketa hauek balio izan dute batez ere euskal prentsa Europako erreferentziatzko prentsaren mailan kokatzeko eta lan ildo interesgarria zabaldu dute etorkizunean euskarazko komunikazioaren emaitza hobetzen joateko

12. Publizitatea

- Estitxu Garai, Publizitate Elebiduna, gaztelania-euskara. Zertze-prozedura, testuen egokitasuna eta iragarkien hautematea, Doktorego-tesia, UPV/EHU, 2014.
- Iñigo Fernandez Ostolaza, Euskarazko hedabideak eta publizitatea. Bat Soziolin- guistika Aldizkaria, 68, 2008.

Publizitatea, bai alderdi komunikatiboan, baita ekonomikoan ere alderdi estrategikoa da euskal komunikazioarentzat eta gaur egun hark duen zulo beltzik handiena, seguruenik

107

13. Internet, teknologia berriak eta euskara...

- Luistxo Fernandez, Etxepare Porno, Alberdania, 1998.
- Agurtzane Elordui, Edorta Arana, Txema Ramirez, Multimedia komunikazioa: gaur egungo erronkak eta estrategia berriak, UPV/EHU, 2013.

Eremu honetan oso garapen eskasa izan du oraindik produkzio akademikoak. Publizitatearekin batera gabezia larrietakoa dago hemen.

Harrigarria da, izan ere praxia nahikoa sakona izan da alderdi teknologiko honetan, hainbat eragileren eskutik (Luistxo bera, Code&Syntax, Joxe Rojas, ...) baita ezagutza tekniko informatikoaren garapena. Baina hausnarketa akademikoa urria eta euskarari dagokionean, bazterrekoa (horren aidbide dira EHU zenbait urtetik hona urtero antolatu ohi den Ziberkazetaritza eta Web 2.0 naioarteko kongresua).

Orain arte aipatutakoez gain badira baita hainbat arlo zeinean produkzio akademikoa esanguratsua egon den hala nola informazioa eta eremu publikoaren arteko harremana edota EITB bera eta haren ingurukoa. Hau guztia jende guztiaren eskura jarriko den datu base batean izango da eskura eta kontsultagarri.

